

Adieu, Nico

VON PATRIK MÜLLER



«Ischesrächteso, lieber Chef?», schrieb mir Nico am letzten Samstag im E-Mail, mit dem er seine Karikatur für unsere wöchentliche Geldseite übermittelte. Es sollte seine letzte überhaupt sein. Vorgestern Freitag ist Nico nach zwei Herzinfarkten gestorben. Er war 73 und bis zuletzt hoch engagiert, sprudelte vor Ideen und ärgerte sich auch nach dreijähriger Zusammenarbeit immer noch unvermindert, wenn ich ausnahmsweise fand, diesmal sei die Karikatur aber nicht so witzig.

Nico – mit bürgerlichem Namen Klaus Cadsky – war über Jahrzehnte der bekannteste Karikaturist der Schweiz. 37 Jahre lang zeichnete er im Zürcher «Tages-Anzeiger», danach kurze Zeit für Ringiermedien und seit 2008 für den «Sonntag» und die az. Seine Karikaturen hatten grösseren politischen Einfluss als Leitartikel von Chefredaktoren. Am liebsten legte sich Nico mit den Mächtigen an. Als er einmal Christoph Blocher begegnete, begrüßte ihn der Politiker so: «Aha, Sie sind jetzt also der, der mich immer zur Sau macht.» Solche Reaktionen, so erzählte er einmal, täten ihm gut. Würden die Beschimpfungen versiegen, höre er auf. So weit liess er es nicht kommen.

Nico war ein Künstler, und Künstler kennen kein Pensionsalter. Solange er lebe, zeichne er, und solange er zeichne, lebe er, sagte er – und fügte vor Spitalaufenthalt dann gern einen makabren Spruch hinzu. Ein Gespräch mit ihm, etwa in seinem Lieblingslokal, der «Krone» in Solothurn, war immer inspirierend und fadengerade ehrlich. Und danach ging man meist mit einer Idee auf die Redaktion zurück, denn Nico verstand sich auch als Journalist und Informant. Einmal rief er an und sagte: «Kommt sofort nach Solothurn! Peter Handke sitzt neben mir in der «Krone», bereit zum Interview!»

Viele Entwicklungen in der neuen Medienwelt befremdeten Nico in den letzten Jahren – damit meine ich nicht, dass er lieber faxte als mailte. Instant-Journalismus und der PR-Trend in vielen Medien waren ihm zuwider. Nicos Widerborstigkeit, sein gesundes Misstrauen gegenüber den Mächtigen aus Wirtschaft, Politik, Medien und Kirche, sein Zorn über Ungerechtigkeiten und seine Weigerung, gleichgültig zu sein: Das sind Merkmale, die im Journalismus allzu oft fehlen. Darum bleibt er ein Vorbild.

Danke, Nico, für die vielen Lacher, Aufreger und Denkanstösse. Wir werden deine Karikaturen vermissen. Wir werden dich vermissen.

patrik.mueller@sonntagonline.ch

SBB färben Pannen schön

VON SANDRO BROTZ



Die Nachricht: Noch nie hatten die SBB so wenig Pannen – allen gegenteiligen Beobachtungen und Erlebnissen der Pendler zum Trotz nehmen Verspätungen und Störungen ab.

Der Kommentar: Was dürfen wir von den SBB erwarten? Pünktlich und sicher ans Ziel gebracht zu werden, klar. Aber dürfen wir auch erwarten, nicht mit schönfärbischen Statistiken abgespeist zu werden? Schön wärs. Wer von Berufs wegen pendelt, der kennt die Situation – und ich lege meine Hand ins Feuer, dass es pro Woche

mindestens einmal vorkommt: Stellwerkstörung, Anschlusszug verpasst, zu spät im Büro.

Liebe SBB-Sprecher: Ich respektiere Ihren Einsatz für Ihren Arbeitgeber. Es ist Ihr Job, abzuwiegen und von «höchstens», «vereinzelt» und «stabil» zu reden. Aber wenn Sie mir eine Statistik vorlegen, dass bei einer Zugfahrt von Zürich nach Bern mehr als 200 000 fehlerfreie Relaiskontakte und logische Schaltungen erforderlich sind, antworte ich: und jetzt? Das muss mich als Passagier nicht wirklich kümmern. Auch nicht der Hinweis, dass es kaum Schalter gebe, «welche so zuverlässig funktionieren wie Relais-Schalter». Ob 3, 5 oder mehr Minuten Verspätung: Es ist ärgerlich, nicht schnell genug informiert zu werden, den Anschlusszug zu verpassen – und dann noch zu hören: Aber die Relais-Schalter sind super. Ich mag mich nicht bei jeder Zugfahrt zuerst innerlich vor der Technik verneigen und dankbar sein, pünktlich ans Ziel zu kommen.

Die Realität ist: Die SBB verärgern mit überfüllten Zügen, schocken mit höheren Ticketpreisen und nerven mit geschlossenen Toiletten. Da mögen Statistiken noch so sehr den Eindruck vermitteln, es sei alles im grünen Bereich. Die Pendler glauben es schlicht nicht. Zum Trost für eine Pannen-Serie an den Bahnhöfen Basel, Pratteln, Liestal und Olten Flugblätter und Schoggistängel zu verteilen, ist ein sympathischer Anfang. Aber der Frust bei den Passagieren geht viel tiefer. Die SBB-Verantwortlichen lassen einen wichtigen Grundsatz ausser Acht: Der Kunde hat immer recht, sei seine Kritik auch noch so pingelig.

Vielleicht wäre es an der Zeit, eine gross angelegte, qualitative Umfrage bei den Pendlern zu machen, statt die SBB-Kampagnengesichter Sergio, Benoit und Beat ewig von den Plakatwänden lächeln zu lassen. Ich helfe gerne bei den Fragestellungen. Das ist wiederum mein Job.

sandro.brotz@sonntagonline.ch



Silvan Wegmann zur Woche: Die Nato-Drohungen lassen Gaddafi noch kalt.

Wie das Schweizer Wunder weitergeht

GASTBEITRAG VON GERHARD SCHWARZ, DIREKTOR AVENIR SUISSE



Die Nachricht: Morgen veröffentlichten Gerhard Schwarz und R. James Breiding ihr Buch «Wirtschaftswunder Schweiz» (NZZ Libro, 432 Seiten, 58 Franken). Mit ihrem Rückblick auf die Schweizer Wirtschaftsgeschichte seit dem ausgehenden 18. Jahrhundert denken sie über «Ursprung und Zukunft eines Erfolgsmodells» nach.

Der Kommentar: Kein anderes Land zählt so viele bedeutende Unternehmen pro Kopf wie die Schweiz. Auf der Liste der «Global 500» des Wirtschaftsmagazins «Fortune» stehen fünfzehn Konzerne mit Hauptsitz in unserem Land, fast zwei pro Million Einwohner – die Niederlande auf Platz zwei kommen auf 0,78 Konzerne pro Million Einwohner. «Das heimliche Imperium» nannte der Publizist Lorenz Stucki diese Wirtschaftsmacht in einem Buch aus dem Jahr 1968.

Damals wie heute stammen viele bedeutende Konzerne aus dem 19. Jahrhundert, so zwei Drittel der grossen Namen auf der «Fortune»-Liste. Drei wichtige Firmen, Credit Suisse, Swiss Re und Swiss Life, gehen auf die Initiative des unternehmerischen Politikers Alfred Escher (1819–1882) zurück. Was braucht es, um dieses «Wirtschaftswunder Schweiz» ins 21. Jahrhundert hinüberzuretten? Es sind vor allem drei Faktoren, die das heimliche (und da und dort vielleicht sogar unheimliche) Imperium entstehen liessen und die – vernünftig modernisiert – der Schweiz weiterhin Erfolg bringen können.

Da ist zunächst die auf dem Frieden im Inneren und auf der Neutralität nach aussen basierende Stabilität des Landes. Sie dürfte im 20. Jahrhundert ebenso sehr wie das Bankgeheimnis zur Attraktivität der Schweiz für grosse Vermögen beigetragen haben. Solange sich das Land aus Konflikten heraushalten kann, ist es ein «sicherer Hafen», aber auch ein idealer Standort für Geschäfte, bei denen es auf Neutralität und Diskretion ankommt, etwa für den in jüngster Zeit immer wichtiger werdenden Rohstoffhandel.

Ein weiterer Faktor ist die Skepsis gegenüber zentraler Planung. Es gab keine Schweizer Ideologie und keine führungsstark umgesetzte Strategie der Regierung, die der

Schweiz Erfolg brachte. Der weitsichtige Alfred Escher erhielt 1880 zum Durchstich des von ihm angeregten Gotthardtunnels keine Einladung, weil er seinen Gegnern zu mächtig geworden war. Die Skepsis der Schweizer gegenüber grossen Konzepten ist nirgends so angebracht und nutzbringend wie in der Wirtschaft. Welche staatliche Stelle hätte ahnen können, dass man die Schweizer Uhrenindustrie mit einer Plastikuhr retten konnte? Oder dass in Aluminiumkapseln verpackter Kaffee sich als Welterfolg erweisen würde? Statt zu planen, schuf der Staat eher Freiräume, in denen unternehmerische Menschen ihren Schaffensdrang ausleben konnten. Die Schweiz muss diese Freiräume bewahren, statt ihre Wirtschaft übereifrig zu reglementieren.

Und nicht zuletzt verdankt die Schweiz ihren wirtschaftlichen Erfolg der Offenheit. Zahlreiche Gründerpersönlichkeiten stammten aus dem Ausland, vom Hugenotten Peter Bion, der 1721 in St. Gallen als erster Baumwollfasern verspann und verwob, über bekannte Namen wie Heinrich Nestlé aus Frankfurt oder den Engländer Charles Brown und den Deutschen Walter Boveri (ABB) bis hin zu den Franzosen Martine und Jean-Paul Clozel, die ab

1997 mit der Biotechfirma Actelion in Rekordzeit ein SMI-Unternehmen aufbauten. Offensichtlich gelang es dem Land, ein politisches und kulturelles Klima zu schaffen, in dem Menschen jenen Erfolg finden konnten, den sie anderswo nicht anstreben durften. Zugleich finden sich aber in der Schweizer Wirtschaftsgeschichte auch auffallend viele Persönlichkeiten, die sich in anderen kulturellen Kontexten bewährten. Für sie steht exemplarisch César Ritz (1850–1918), der vom Ziegenhüter im Wallis zum «König der Hoteliers und Hotelier der Könige» aufstieg.

Die Schweiz war und ist offener, als es ihrem Selbstbild entspricht – sie nahm prozentual mehr Fremde auf als andere Länder. Umgekehrt waren auch sehr viele Schweizer bereit (und oft gezwungen), in die Fremde zu ziehen und sich dort anzupassen. Die vielen Volksinitiativen gegen die Zuwanderung sind vor diesem Hintergrund deshalb mindestens so sehr eine Reaktion auf grosse Offenheit wie ein Hinweis auf fehlende Offenheit. Gerade zur Sicherung ihres wirtschaftlichen Erfolgs wird die Schweiz weiterhin diese kontrollierte Offenheit pflegen müssen, jene geschickte Balance zwischen Offenheit und Abgrenzung.

«Die Schweiz war und ist offener, als es ihrem Selbstbild entspricht.»