Das Netz von Fritz nützt der BaZ

Der VR-Vize der PubliGroupe, Fritz M. Schuhmacher, wurde auch VR-Vize der Basler Mediengruppe

VON MARKUS KNÖPFLI

Fritz M. Schuhmacher, die neue Nummer zwei bei der Basler Mediengruppe (BMG), verfügt über ein wenig bekanntes, aber weit verzweigtes Mediennetz. Dieses Netz will der Verleger der Basler Zeitung (BaZ), Matthias Hagemann, künftig noch mehr nutzen. Deshalb hat er den Advokaten zum VR-Vizepräsidenten der BMG ernannt.

Als der Verwaltungsrat der BMG Ende März das bisherige VR-Mitglied Fritz M. Schuhmacher zum VR-Vizepräsidenten ernannte, tat er das auf persönlichen Wunsch von Verleger Matthias Hagemann. Bisher hatte der BMG-VR gar kein Vizepräsidium, der Posten musste eigens geschaffen werden.

Ein VR-Posten nur «ad personam»

Hagemann hielt zudem in seinem Antrag ausdrücklich fest, dass der neue Posten lediglich «ad personam Fritz Schuhmacher» gilt. Sollte Schuhmacher einmal von seinem Posten zurücktreten, kann der Sessel des VR-Vize im Unternehmen der Familie Hagemann nicht nur unbesetzt bleiben, sondern auch wieder ganz weggeräumt werden.

Warum aber wünschte der 38-jährige Verleger Hagemann den 54-jährigen Schuhmacher an seiner Seite? Der Verleger begründete dies in seinem Antrag unter anderem damit: Im letzten Herbst, als er sich vom bisherigen VR-Delegierten Peter Sigrist trennte und die Konzernleitung umbaute, sei ihm Schuhmacher loyal und mit Rat und Tat zur Seite gestanden. Zudem sei Schuhmacher ein «ausgewiesener Kenner der Medien-Schweiz, in der Nordwestschweiz und darüber hinaus hervorragend vernetzt und zudem ein weltoffener Basler».

Ein Mann für fast alle Medienfälle

Vernetzt ist Schuhmacher tatsächlich, weit verzweigt, und dies vor allem auch international. Er sitzt in rund 40 Verwaltungs- und über zehn Stiftungsräten, vertritt mehrere hundert Millionen Franken kumuliertes Kapital und zieht bei den wichtigen Basler Medien die Fäden.

Als VR-Vizepräsident der PubliGroupe vertritt er entsprechend auch deren Interessen bei



Hält sich diskret im Hintergrund auf: Fritz M. Schuhmacher

der National-Zeitung und Basler Nachrichten AG (Verlag Basler Zeitung) – auch dort als VR-Vizepräsident. Die PubliGroupe hält 37 Prozent der BaZ, die Familie Hagemann 63 Prozent. Bei der zur BMG gehörenden Jean Frey AG (Weltwoche, Bilanz, Beobachter) beansprucht Schuhmacher ebenfalls einen Sitz im Verwaltungsrat.

Ausserdem bringt er als Vertreter der Handelskammer beider Basel, des Basler Volkswirtschaftsbundes und des Basler Gewerbeverbandes die Interessen der Basler Wirtschaft im 35-köpfigen Stiftungsrat der Stiftung Kabelnetz ein, der Trägerin von Tele Basel. Das schwerfällige Gebilde hat einen sechsköpfigen Ausschuss, dem Schuhmacher ebenfalls angehört – zusammen mit Basilisk-Mitinhaber Hansruedi Ledermann.

Verschlungene Beteiligungen führen zum Fernsehen

Seit 1983 ist der promovierte Advokat und Notar zusammen mit seinem Partner Konrad Annasohn VR-Delegierter und seit 1998 Mehrheitsaktionär der Internationalen Treuhand AG (ITAG), und diese ist zu 20 Prozent an der LH-Holding in Basel beteiligt.

«LH» steht für (Hansruedi) Ledermann und (Christian) Heeb, die Inhaber von Radio Basilisk, denen zudem je 30 Prozent der LH gehören. Die restlichen 20 Prozent hält die BaZ. VR-Präsident der LH ist Schuhmacher, die weiteren Mitglieder sind Annasohn, Heeb, Ledermann – und Matthias Hagemann persönlich.

Das ist kein Zufall, denn die LH zählt im Basler Medienkuchen neben der BMG zur zweitwichtigsten Medienholding: Zu ihr gehört die Medag, die für Basilisk und für Tele Basel den Werbeverkauf besorgt. Bei der Medag ist Schuhmacher wiederum VR-Präsident, Ledermann VR-Delegierter.

Dies ist allein deswegen von Brisanz, weil Tele Basel von Sendebeginn an bewusst eine Stiftung als Trägerin erhielt, damit das Lokalfernsehen nicht auch noch im BaZ-Topf landete. Doch dank der Medag kontrollieren Hagemann, Ledermann und Schuhmacher zumindest das Werbeaufkommen von Tele Basel.

Mit anderen Worten: Sollte das Lokal-TV je zu frech werden, lässt es sich auf diesem Weg einfach zügeln. Solange dies nicht nötig ist, laben sich BaZ und Basilisk aber an den 20-Prozent-Provisionen für jeden an Tele Basel verkauften Spot. Nebenbei: Schuhmacher ist auch VR-Präsident der Metro Media, an der unter anderem die Medag und die BaZ zu je 25 Prozent beteiligt sind. Die Metro Media träumte einmal davon, einen Bildschirmtext für Tele Basel aufzubauen, derzeit ist sie aber inaktiv.

Medienzar? Davon will Schuhmacher nichts wissen

Dass Schuhmacher quasi das personifizierte BaZ-Monopol oder der Basler Medienzar sein soll, bezeichnet er selbst allerdings als «singulären Quatsch». Er sei ganz einfach offen für viele Bereiche, wisse aber, dass auch Medien nach wirtschaftlichen Zwängen funktionierten.

Da ihm ein qualitativ hoch stehendes Medium lieber sei als mehrere schwache, vertrete er die Ansicht, «dass man in Basel Kooperationen finden müsse». Im übrigen bin ich nur mit meiner Frau verheiratet», betont der vierfache Vater.

Zwar sieht auch er bei so vielen VR-Mandaten «die Elemente Macht und Kontrolle», dennoch schliesst er nicht aus, «dass es auch bei ihm zu noch mehr Verflechtungen kommen kann». Doch sei es noch nie vorgekommen, dass er etwa bei der BaZ Einfluss auf einen redaktionellen Beitrag genommen habe.

Zudem habe er vor allem ein Ziel: «Ich will in verschiedenen Bereichen facettenreiche Menschen und technische Synergien zusammenführen. Es müssen ja nicht alle im Internet die gleichen Misserfolge machen», sagt er.

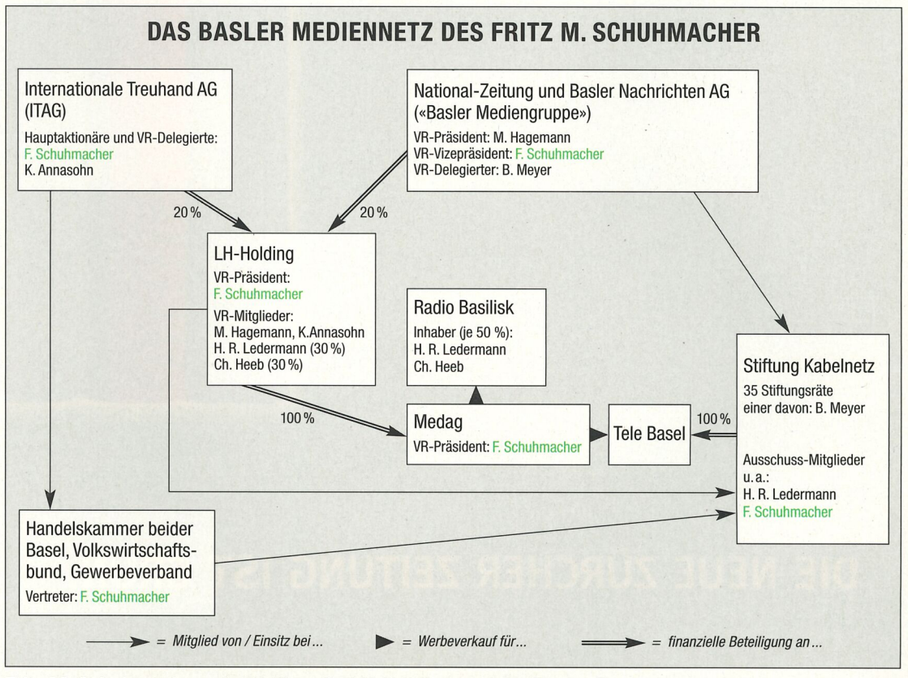
Transparenz ist vorhanden, wenn man sie sucht

Dem Vorwurf, er könne den Werbemarkt von Tele Basel kontrollieren, hält er entgegen, dass er «nach bestem Wissen und Gewissen» auch diesbezüglich noch nie Einfluss genommen habe. Und dann verweist er auf «ideelle und gesellschaftliche Werte»: «Es wäre schlecht, wenn die Meinungsvielfalt leiden würde, das tut sie aber nicht, die BaZ ist eine sehr vielfältige Zeitung und sie ist mit vielen kritischen Beobachtern konfrontiert. Im übrigen nützen die Jungen das Internet.»

Auch kenne die BMG keinen Konzernjournalismus. «Warum denn schreibt die BaZ so wenig über Tele Basel?», führt er als Beweis an. Nur: Wenn die einzige Zeitung kaum über die anderen Medien auf dem gleichen Platz schreibt, muss sie auch die personellen Verflechtungen des eigenen Verlages nicht aufdecken.

Dem hält der umgänglich und spontan wirkende Schuhmacher zweierlei entgegen: «Transparenz ist vorhanden, wenn man sie nur sucht, etwa in Form von Verwaltungsratsverzeichnissen, Internet, Suchmaschinen und vielem mehr.» Zweitens zeige er als Lehrbeauftragter für Medienpolitik, -recht und -wirtschaft an der Universität Basel seinen Studenten jeweils «offen und ungeschminkt» die (eigenen) Medienverflechtungen auf.

Die BaZ selbst aber tut's nicht, wohl deshalb kennen viele Leute in der Stadt am Rheinknie Schuhmacher zwar als Oberst der Schweizer Armee, als Präsidenten der ACS-Sektion Basel oder als «Homo Politicus», nehmen aber seine Medienverflechtungen kaum wahr. Als die BaZ vor zwei Jahren ihr bisher einziges grösseres Porträt von Schuhmacher brachte, wurden seine Verflechtungen im Medienkuchen nur gerade auf sieben Zeilen abgehandelt. Die Tatsache, dass er auch Generalkonsul von Monaco ist, wurde hingegen auf 21 Zeilen ausführlich ausgebreitet: Das ist die Basler Transparenz.



Fritz M. Schuhmacher mischt über die LH-Holding auch im Basler Fernsehmarkt mit.