

## Dabei sein ist alles

Die Bündner Verleger um Hanspeter Lebrument machen sich für Olympische Spiele in St. Moritz und Davos stark, und auch die Redaktionen bekennen sich offen zur Kandidatur.

Die Verleger sind Sportfans: Anfang Februar schalteten sie in der „Südostschweiz“, dem „Bündner Tagblatt“ und der „Engadiner Post“ ganzseitige Inserate: „Bündner Zeitungsverleger für Olympia 2022“, war der offene Brief an die Leserschaft überschrieben, unterzeichnet von Hanspeter Lebrument („Die Südostschweiz“, „Bündner Tagblatt“), Walter Urs Gammeter („Engadiner Post“) und Martin Klaas („Prättigauer und Herrschäftler“). Vier Wochen vor der entscheidenden kantonalen Abstimmung in Graubünden und den beiden kommunalen Urnengängen in St. Moritz und Davos vom 3. März bezogen die drei Verleger deutlich Position. Wegen der schwierigen Verkehrswege im Kanton und der langen Wege in die nationalen Verteilzentren im Raum Zürich hätten sie die frühesten und unattraktivsten Redaktionsschluss- und Druckzeiten der Schweiz hinzunehmen, klagten sie. Fänden die Olympischen Spiele in neun Jahren in Graubünden statt, würden Bund und Kanton massiv ins Strassen- und Schienennetz investieren. Durch ein Ja zur Olympiavorlage, argumentierten die Verleger, würden sie wettbewerbsfähiger.

Als Chefredaktor der „Südostschweiz“ habe er die Meinung seines Verlegers nicht zu kommentieren, sagt David Sieber. „Ich bin den Leserinnen und Lesern verpflichtet, nicht meinem Verleger.“ Lebrument mache der Redaktion mit seinem Engagement für die Olympiakandidatur aber sicherlich keinen Gefallen. Denn nun würden die Olympia-Gegner einmal mehr glauben, seine Zeitung berichte voreingenommen. Verweise er auf die redaktionelle Unabhängigkeit, die Lebrument stets respektiert habe, entlocke er den Gegnern damit nur ein müdes Lächeln.

### „Riesige Optimismus-Inflation“

Tatsächlich fühlt sich das Komitee der Olympia-Gegner von den Bündner Medien benachteiligt. Der Unternehmensberater Hansruedi Schiesser, einer der bekanntesten Kritiker der

Kandidatur, spricht von einer „riesigen Optimismus-Inflation“. Der omnipräsente Verein XXIV. Olympische Winterspiele Graubünden 2022 verschicke fast schon im Tagesrhythmus Pressemitteilungen, die häufig in wenig reflektierten Kurzmeldungen und Artikeln mündeten. „Die Redaktionen sind mit der Bewältigung der PR-Flut wohl überfordert.“

Im März 2011 schrieb Sportchef René Weber noch in einem Kommentar in der „Südostschweiz“, der Olympia-Traum sei zwar reizvoll, „sicher aber nicht vernünftig“. In der Zwischenzeit hat die Zeitung ihre Haltung angepasst: Wie Sieber bestätigt, fällt die Redaktionsleitung im vergangenen Jahr den Entscheid, die Kandidatur für die Olympi-

schen Spiele zu unterstützen. Trotzdem gibt sich die „Südostschweiz“ sichtlich Mühe, keinen Anlass für Kritik zu bieten. So lässt sie auch Olympia-Gegner wie die SP-Nationalrätin Silva Semadeni ausführlich zu Wort kommen und befragt Befürworter wie Gian-Franco Kasper, Mitglied des Internationalen Olympischen Komitees, angemessen kritisch. Sieber selbst ist in seinen Kommentaren auf fallend Olympia-skeptisch. Im Oktober vergangenen Jahres schrieb er beispielsweise, man sei in Graubünden gut beraten, Wohl und Weh nicht von einem einzigen Grossanlass abhängig zu machen, sondern in Alternativen zu denken. Und bilanzierte: „Das olympische Feuer brennt auf Sparflamme.“ Es sei nicht seine Aufgabe, begeistert zu sein, sagt er heute.

Weniger um Ausgewogenheit bemüht ist das „Bündner Tagblatt“. Chefredaktor Christian Buxhofer etwa propagierte in seinem Kommentar zum Jahresbeginn „grüne Spiele im weissen Graubünden“ und schloss mit der Hoffnung, ganz Graubünden möge 2022 im Wintersportfeber sein. Der wohl glühendste Olympia-Befürworter aber ist Buxhofers Stellvertreter Norbert Waser. „Ich war 15 Jahre Sportjournalist“, erklärt er. Noch immer trägt Waser den Übernamen „Sportli“, den



Der Reporter Adolf Meier verkündet via Mikrophon neueste Resultate, während sich die umstehenden Personen Notizen machen. Meier ist Speaker in der Disziplin Ski Alpin an den Olympischen Winterspielen 1948 in St. Moritz.



„Ich bin den Leserinnen und Lesern verpflichtet, nicht meinem Verleger.“

David Sieber, „Südostschweiz“

er als Redaktionsleiter der von ihm geprägten Zeitung „Bündner Sport“ zugeschrieben erhielt. Doch nicht nur wegen seiner Sportbegeisterung unterstütze er die Kandidatur, sagt Waser. Die Olympischen Spiele könnten als Innovationstreiber dienen. Von den olympischen Ringen gehe eine magische Kraft aus. Kandidatur-Kritiker Hansruedi Schiesser dagegen sagt: „Das ‚Bündner Tagblatt‘ ist das Zentralorgan der Olympia-Promotoren.“

### „Weisse Winterspiele als Chance“

Norbert Waser sitzt nicht nur in der Chefredaktion der rechtsbürgerlichen Tageszeitung. Er ist auch für den redaktionellen Teil von „Puls“ verantwortlich, dem Bündner Wirtschaftsmagazin, das zweimal jährlich von der Graubündner Kantonalbank, dem kantonalen Amt für Wirtschaft und Tourismus, dem Bündner Gewerbeverband, Hotellerieuisse, Handelskammer und Arbeitgeberverband sowie der „Südostschweiz“ herausgegeben wird. „Weisse Olympische Winterspiele als einzigartige Chance“, lautete die Titelseite der Novemberausgabe. Die Überschriften weiterer Artikel: „Sich als Top-Veranstalter verankern“ und „Es wird keine Olympiaruinen geben“. Immerhin: Sogar im PR-Magazin „Puls“, das jeweils als Gratisbeilage von „Südostschweiz“ und „Bündner Tagblatt“ mitgeliefert wird, war ein Streitgespräch zwischen einem Olympia-Befürworter und einem -Gegner zu finden.

Seiner Forumsfunktion kommt auch das „Bündner Tagblatt“ nach. In der täglichen Rubrik Klartext auf Seite 2 kommen Befürworter und Kritiker gleichermaßen zu Wort. Inhaltliche Vorgaben bestünden keine, bestätigt einer, der sich ebendort schon gegen die Kandidatur ausgesprochen hat. „Solange wir Meinungsartikel klar kennzeichnen, halte ich unsere Berichterstattung für unproblematisch“, sagt Norbert Waser. Ob die Bündner Stimmbevölkerung am 3. März Ja sagt zu Olympischen Spielen in St. Moritz und Davos? „Es wird knapp“, sagt Waser. „Aber noch immer bin ich zuversichtlich, dass es klappt.“

#### DENNIS BÜHLER

arbeitet als freier Journalist unter anderem für „Die Zeit“, den „Tages-Anzeiger“ und die „Zürichsee-Zeitung“.



dennis.buehler@bluewin.ch

INFO

## Wie profitiert Ringier?

**Der Boulevard-Verlag verdient schon in der Kandidaturphase mit. Finden die Olympischen Spiele in der Schweiz statt, erhofft man sich ein gutes Geschäft und Schub für die Unterhaltungsstrategie.**

Marc Walder weibelt an vorderster Front für die Olympia-Kandidatur. In einem grossen Interview mit dem „Bündner Tagblatt“ sagte er schon im November des vergangenen Jahres, die Kandidatur Graubünden 2022 sei von immenser Wichtigkeit für das ganze Land. Olympische Spiele erhöhen wie eine Fussball-WM den Absatz von Boulevardtiteln und führen zu höheren Klickzahlen im Internet.

Der Zürcher Medienkonzern ist mit der Bündner Kandidatur aber auch personell eng verflochten. Weil sich staatliche Behörden nicht in den Abstimmungskampf einmischen und also auch keine Steuergelder eingesetzt werden dürfen, hat Swiss Olympic, das Nationale Olympische Komitee, eine Agentur mit der Beschaffung von Sponsorengeldern beauftragt: Infront Ringier. Dessen Berater Sven Zehnder ist gleichzeitig Generalsekretär des Bewerbungskomitees. Das Joint Venture, das zur Hälfte Ringier und zur Hälfte der international tätigen Sportagentur Infront Sports & Media gehört, soll bis Ende März 15 Millionen Franken auftreiben – ein Viertel des Gesamtbudgets für die Bewerbung, das ursprünglich mit 36 Millionen veranschlagt war, aber plötzlich deutlich erhöht wurde. Die Infront-Gruppe verfüge über viel Erfahrung und ein ausgebautes Netzwerk, begründet Christof Kaufmann, Kommunikationschef von Swiss Olympic, die Wahl der Agentur. Tatsächlich repräsentiert Infront Sports & Media sechs der sieben Olympischen Wintersportverbände und vermarktet internationale Grossanlässe wie die Eishockey-WM oder die Skisprung-Vierschanzentournee. Gleichwohl gibt es auch bei Swiss Olympic Stimmen, die das enge Zusammenspiel mit dem Boulevard-Verlag kritisch sehen.

Wie profitiert Ringier, wenn das Internationale Olympische Komitee (IOC) im Sommer 2015 die Olympischen Spiele 2022 in die Schweiz vergeben sollte? Infront Ringier sei ein

Erstverhandlungsrecht für die mögliche Vermarktung nach einer erfolgreichen Bewerbung eingeräumt worden, sagt Swiss-Olympic-Sprecher Christof Kaufmann und lässt die Details offen. Anzunehmen ist, dass hierbei die Vermarktung von vom nationalen Organisationskomitee und vom Nationalen Olympischen Komitee gemanagten Sponsorenpaketen gemeint ist. Frei in der Vergabe sind diese nicht: Weil das IOC gewisse Sponsoringrechte weltweit exklusiv vergibt, dürfen aus gewissen Industriezweigen keine Sponsoren erkoren werden. Wie viele und welche Bereiche dies 2022 sein werden, bestimmt das allmächtige IOC erst in einigen Jahren. Bei den Sommerspielen in London im vergangenen Jahr verfügte es über die Sponsoringrechte in elf Sparten: Bei den Softdrinks kam Coca-Cola zum Zug, beim Essen McDonald's, bei der Zeitmessung Omega, bei den Kreditkarten Visa. Von 2009 bis 2012 nahm das IOC so 1 Milliarde US-Dollar ein. Hinzu kamen nahezu 4 Milliarden aus dem Verkauf der Fernsehrechte, die das IOC ebenfalls direkt vergibt.

Nicht global vergeben wurden bis anhin beispielsweise die Sponsoringrechte in der Sportausstattungs- und der Automobilbranche. Adidas und BMW erwarben sie direkt beim Londoner Organisationskomitee und bei Nationalen Olympischen Komitees mehrerer Länder, um mit den olympischen Symbolen werben zu dürfen. Finden die Winterspiele in neun Jahren in Graubünden statt, dürften solche Sponsoringpakete von der Vermarktungsagentur Infront Ringier vergeben werden – saftige Provisionen inklusive. „Wenn Infront Ringier sich dadurch in die Poleposition gebracht hat, den lächerlich geringen Betrag von 15 Millionen für die Kandidatur zu beschaffen, ist der Agentur ein richtig guter Schachzug gelungen“, sagt der deutsche Investigativjournalist und Blogger Jens Weinreich, der sich mit Recherchen rund um Korruption im Sport einen Namen gemacht hat. Ringier-Sprecher Estermann sagt: „Olympische Spiele bieten für ein diversifiziert aufgestelltes Medienunternehmen wie Ringier diverse interessante Opportunitäten.“