

«Der Erfolg der Swiss ist Balsam für uns»



Werner Vogt wurden für das Buch über die Swiss Türen geöffnet, die bisher verschlossen blieben.

Foto: Moritz Hager

WOCHENGESPRÄCH Zwar ist die nationale Fluglinie Swiss erst 15 Jahre alt. Dennoch hat ihr Werner Vogt schon ein aufwendiges Buch gewidmet. Für den Küsnachter ist der Erfolg der Swiss eine grosse Genugtuung für die Nation nach dem beschämenden Debakel um die alte Swissair.

Herr Vogt, Sie leben und arbeiten ausgerechnet dort, wo die Südschweizer den Fluglärm am heftigsten bekämpfen: Wie kann man da ein positives Buch über eine Fluglinie schreiben?

Werner Vogt: Das ist kein Widerspruch. Ich sehe die wirtschaftliche Notwendigkeit eines gut funktionierenden Flughafens und einer nationalen Fluglinie. In der dicht besiedelten Schweiz muss jeder seinen Teil an Immissionen verdauen. Aber ich finde es dennoch einen Mist, wie die Flüge heute verteilt sind – auch aus Sicherheitsgründen. Bedauerlich ist zudem, wie stur sich die Süddeutschen verhalten. Geben und Nehmen stehen hier in einem Missverhältnis. Sie kommen täglich zu Tausenden zu uns arbeiten, verdienen hier Milliarden, benutzen unseren Flughafen. Aber sie sind nicht bereit, beim Fluglärm der Schweiz entgegenzukommen.

Stören Sie die Flugzeuge nicht?

An meinem Wohnort in Küsnacht-Itznach höre ich den Fluglärm nur bei offenem Fenster. Ausserdem bin ich schon vor 6 Uhr wach, da spielt für mich der Fluglärm keine Rolle mehr. Auch in meinem Büro in Zumikon stören mich die Flugzeuge nicht.

Sie sind der Erste, der ein Buch über die Swiss schreibt. Warum Sie?

Zu diesem Buch bin ich durch eine Einladung der Swiss gekommen. Nach verschiedenen Sachbüchern über Politik, Geschichte, Wirtschaft und Gesellschaft wurde ich angefragt, ob ich ein Buch zum 15. Geburtstag der Swiss schreiben wolle. Mir wurden alle Türen geöffnet, die sonst für Reportagen verschlossen bleiben.

Sie bezeichnen sich als einen «nicht auf die Luftfahrt spezialisierten, freischaffenden Autor».

Das hat einen Vorteil: Ich musste mir das Thema erst erarbeiten. Und wenn ich es begreife, dann begreift es auch die Leserschaft. Wir wollten ja kein Buch für Experten schreiben, aber eines, das allen gefallen könnte und verständlich ist.

Das Buch beinhaltet auch ein Kapitel über die Swissair. Wie lange schmerzte Sie der Verlust der Swissair 2001, die Teil der nationalen Identität war?

Das dauerte bei mir ein paar Jahre. Das Grounding stimmte mich betroffen – auch als ehemaligen Auslandschweizer. Das Schlimme war für mich weniger der Konkurs an sich als die Art und Weise, wie dieser passierte. Das chaotische Ende war ein Schock. Mich beschäftigte die Diskrepanz zwischen den guten Dienstleistungen der Swissair, die bis am Schluss mit Auszeichnungen überhäuft wurde, und dem kompletten wirtschaftlichen Versagen von Verwaltungsrat und Geschäftsleitung.

Welches Fazit ziehen Sie aus dem Grounding der Swissair?

EIN BUCH ÜBER DIE SWISS

«Swiss – die Airline der Schweiz»: Das im Verlag NZZ Libro erschienene Buch von Werner Vogt wirft einen Blick hinter die Kulissen der Fluggesellschaft Swiss. Es enthält eine Chronik der Ereignisse seit dem Übergang von der Swissair zur Swiss.

Spannend waren die für das Buch geführten Gespräche mit den damals führenden Leuten in der Krise, zum Beispiel mit Alt-Bundesrat Kaspar Villiger. Sie haben mir gezeigt, wie die Schweiz aus dem Debakel gelernt hat. Es entstand ein neues Krisenmanagement. Das kam 2008 in der Bankenkrise der UBS zugute. Nicht zuletzt auch, weil einige Beteiligte dieselben waren wie beim Swissair-Grounding.

Ich spüre in Ihrem Buch Stolz über die neue nationale Fluglinie heraus: Sind Sie Patriot?

Ich bin ein Patriot, aber kein Hurra-Patriot. Die Swiss ist eine der wenigen Luftlinien, die die Nationalflagge am Heck trägt. Das bedeutet mir etwas – auch als ehemaligem Soldaten.

Ist die Swiss ein Transporteur von Heimatgefühl?

Für mich ist die Swiss ein Teil der Heimat. Daran ändert auch nichts, dass die Swiss heute zur grossen Lufthansa gehört.

Ist die Swiss nach dem Trauma des Swissair-Groundings eine Art Geschichtsbewältigung, eine Psychotherapie für die Schweiz?

Ich denke schon, dass der Erfolg der Swiss Balsam für unser Selbstbewusstsein ist. Nach dem schmerzhaften Untergang der Swissair ist die Swiss der Beweis, dass wir es dennoch können – wenn auch mit der Erkenntnis, dass es in der deregulierten Luftfahrt heute nicht mehr im Alleingang geht.

Sie sind Publizist, Historiker und selbstständiger Kommunikationsberater: Was verstehen Sie unter Kommunikationsberatung?

Meine Arbeit ist ein Beitrag zu einer guten Unternehmenskommunikation oder PR. Ich ver helfe dem Unternehmen, sich in einem

«Nach dem Untergang der Swissair ist die Swiss der Beweis, dass wir es dennoch können.»

positiven Licht darzustellen. Aber das soll nicht so weit gehen, dass sich das Unternehmen verstellt oder gekünstelt darstellt. Das heisst, dass ein Unternehmen die Presse oder eine Zielgruppe fair behandelt und sie aktiv mit Informationen bedient, immer Rede und Antwort steht. Das gilt auch und insbesondere, wenn es dem Unternehmen einmal nicht gut läuft. Und Lügen ist ein Tabu.

Wir leben im Zeitalter von Desinformation, Propaganda und Fake News: Wie kann sich da objektive Kommunikation noch behaupten?

Qualität hat in jedem Beruf einen Wert. Einen Handwerker, der saubere Arbeit leistet, beschäftigt man immer wieder. Wer schlecht arbeitet, erhält keinen Auftrag mehr. Unternehmenskommunikation und PR sind eine Sache des Vertrauens und der Glaubwürdigkeit. Wer das missachtet, verliert in Sekunden, was zuvor jahrelang aufgebaut wurde.

Ist Glaubwürdigkeit noch gefragt, wenn man die Erfolge von populistischer Politik sieht?

Glaubwürdigkeit besitzt nach wie vor einen hohen Wert. Ein US-Präsident, der die Presse und Journalisten verachtet, der Tatsachen abstreitet, zeigt eine problematische Tendenz auf. Umso grösser erachte ich den Wert der Glaubwürdigkeit in einer Zeit, in der fahrlässig umgegangen wird mit Worten.

Ist der Mensch heute leichter beeinflussbar?

Ja, nur schon aufgrund der medialen Technologien und wegen der Informationsflut. Der Normalverbraucher meint, er sei gut informiert, wenn er ein bisschen im Internet surft. Aber ohne Grundwissen und Bildung weiss er nicht, welcher Informationsquelle er neutral vertrauen kann. Das macht viele Menschen anfällig, von Interessensvertretern beeinflusst zu werden.

Wohin geht Ihre nächste (Flug-)Reise?

Vermutlich 2019 nach Südafrika.

Würden Sie lieber mit der alten Swissair oder mit der neuen Swiss fliegen?

Ich wähle lieber die neue Swiss. Die alte Swissair war ein Auslaufmodell, bei der man es nicht geschafft hat, sie rechtzeitig für die neue Zeit anzupassen. Die Swiss ist aber ein Name, der nahe dem alten liegt und dennoch für die Qualität der Gegenwart steht.

Interview: Christian Dietz-Saluz

ZUR PERSON

Werner Vogt (58) ist verheiratet und Vater zweier erwachsener Töchter. Er ist Dr. phil. (Geschichte) und Exec. MBA HSG, lebt in Küsnacht und hat sein Büro in Zumikon. Der frühere Journalist arbeitete bis 1990 beim «Badener Tagblatt», von 1990 bis 2000 für die NZZ im Auslandsressort, davon mehrere Jahre als Auslandskorrespondent in Südafrika. Danach war er Pressechef für die Schweizer Börse. Seit 2011 ist er selbstständiger Kommunikationsberater für Unternehmen, Autor und Reiseleiter. Zu seinen Hobbys zählt Werner Vogt Lesen, Fotografieren, Reisen, Reiten (Reitergruppe Zunft Hottingen) und den Rotary-Club Küsnacht. *di*

Impressum

Zürichsee-Zeitung www.zsz.ch

Redaktion Zürichsee-Zeitung Bezirk Horgen, Florhofstrasse 13, 8820 Wädenswil
Telefon: 044 718 10 20
E-Mail: Redaktion: redaktion.horgen@zsz.ch

HERAUSGEBERIN
Zürcher Regionalzeitungen AG, Garmarkt 10, 8401 Winterthur, Verleger: Pietro Supino
Leiter Verlag: Robin Tanner

REDAKTIONSLEITUNG
Benjamin Geiger (bg, Chefredaktor), Philipp Kleiser (pk, stv. Chefredaktor), Daniela Haag (dh, Leiterin Regionalredaktion), Patrick Gut (pag, Leiter Kantonsredaktion), Urs Stanger (ust, Sportchef), Martin Steinegger (mst, Leiter Online)

LEITUNG REDAKTION TAMEDIA
Arthur Rutishauser (ar, Chefredaktor Redaktion Tamedia), Adrian Zurbruggen (azu), Armin Müller (arm), Iwan Städler (is), Michael Marti (MMA).

TAMEDIA EDITORIAL SERVICES
Simon Bärtschi (Leitung), Stefan Ryser (Stv. Textproduktion), Martin Haslebach (Projekte), Layout: Andrea Müller. Bildredaktion: Olaf Hille. Infografik: Marina Bräm. Fotografenpool Zürich: Olaf Hille, Madeleine Schoder. Korrektorat: Rita Frommenwiler Schumow

ABOSERVICE
Telefon: 0848 805 521, Fax: 0848 805 520, abo@zsz.ch, Lesermarketing: René Sutter, Telefon: 052 266 99 00, marketing@zrz.ch, Abopreise: abo.zsz.ch

INSERTATE
Tamedia Advertising, Florhofstrasse 13, 8820 Wädenswil, Telefon: 044 515 44 00, Fax: 044 515 44 03, E-Mail: insertate@zsz.ch, Todesanzeigen über das Wochenende: insertate@zsz.ch
Leitung/Werbemarkt: Jost Kessler

DRUCK
DZZ Druckzentrum Zürich AG, Auflage: 9322 Expl. Mo-Sa, (WEMF-beglaubigt 2018)
Die Verwendung von Inhalten dieses Titels durch nicht Autorisierte ist untersagt und wird gerichtlich verfolgt.

Ein Angebot von Tamedia