

Medientagebuch von Nick Lüthi.

Auf und ab - und Exitus

Jean ist seit über fünfzig Jahren tot, Max seit dreizehn, nur Marc lebt noch irgendwo in den USA und macht dort in Medien. Die Rede ist von der Frey-Dynastie, einst Eigentümerin eines der grossen Schweizer Pressehäuser, Herausgeberin legendärer Titel wie „Sport“, „Weltwoche“ oder „Nebelspalter“. Vor einer Woche hat die Axel Springer AG entschieden, die von ihr erworbenen Überreste des einstigen Grossverlags von der Last des historischen Namens zu befreien. Jean Frey ist Geschichte. Axel Springer Schweiz betritt offiziell die Bühne. Ralph Büchi, Statthalter des deutschen Konzerns in der Schweiz, wertet die Umbenennung als „Signal der Stärke“. Das heisst so viel wie: Jean Frey als Marke weiterzuführen, wäre ein Zeichen der Schwäche gewesen.

Da hat Büchi nicht ganz unrecht. Als Max Frey 1987 sein Unternehmen an den Finanzjongleur Werner K. Rey verkauft, beginnt der Niedergang des einst stolzen Unternehmens. Wie eine heisse Kartoffel wird die Jean Frey AG in der Folge herumgereicht. Von Rey zum Weinwissenschaftler und Lebensmittelhändler Beat Curti, dann zur Basler Zeitung und schliesslich von dort via die Bank Swissfirst und Tito Tettamanti zu Axel Springer nach Berlin.

Begonnen hatte alles in den achtziger Jahren des vorletzten Jahrhunderts. Der gelernte Drucker Johann Jakob Frei, eben erst zwanzig Jahre alt, kaufte in Aarburg, Zofingen und Thun Druckereien und gab dort Lokalzeitungen heraus. 1889 gründete Frei in Zürich ein Verlagsunternehmen, frankofonierte dessen Namen in Jean Frey AG und leitete es bis zu seinem Tod im Jahr 1951. Das historische Lexikon der Schweiz gesteht ihm ein „sicheres Gespür für erfolgreiche Zeitungstitel“ zu, andere Quellen nennen ihn „einen wahren Pionier des Schweizer Pressewesens“. In den letzten Jahren unter Johann Jakob Frei habe das Unternehmen jedoch wegen „diffuser Besitz- und Führungsverhältnisse Schaden genommen“, schrieb der frühere „Weltwoche“-Chefredaktor Jürg Ramspeck 1994.

Diesen Schaden machte Max Frey, der die Leitung des Verlagshauses nach dem Tod seines Grossonkels Johann Jakob alias Jean übernommen hatte, nicht zuletzt an dessen Namen fest. Er taufte die Druckerei Jean Frey an der Zürcher Dianastrasse in Offset und Buchdruck AG um. Ob die Namensänderung das Geschäft beflügelte, ist nicht bekannt.

Der Aufstieg zu einem der ganz Grossen im Schweizer Pressewesen begann schliesslich 1958, als Max Frey den Druckauftrag der „Weltwoche“ erwarb und sich elf Jahre später auch die Aktienmehrheit am Traditionstitel sicherte, zusammen mit jener am Frauenmagazin „annabelle“. Leer ging bei diesem Handel das Verlagshaus Ringier aus, das die beiden Titel in seinen Besitz bringen wollte. Ringier und Jean Frey, beide mit Wurzeln in Zofingen, standen sich in der Folge zwar als erbitterte Konkurrenten gegenüber, waren aber gleichzeitig mehrfach miteinander verflochten. Ab 1959 hielt Ringier 27 Prozent an der Jean Frey AG, vom gleichen Jahr an sasssen die beiden Medienhäuser beim „Blick“ im gleichen Boot: Ringier als Herausgeber, Frey als Drucker. Zweimal musste Ringier zusehen, wie ihm Branchenfremde das Haus Frey vor der Nase wegschnappten. Erstmals 1987, als Max Frey für 210 Millionen Franken an Werner K. Rey verkaufte, das zweite Mal vor fünf Jahren: Da waren sich Ringier und die Basler Mediengruppe, inzwischen zur Jean-Frey-Besitzerin avanciert, zwar handelseinig geworden, den Zuschlag erhielt aber die Bank Swissfirst.

Böse Überraschungen musste bereits früher in Kauf nehmen, wer mit Jean Frey geschäftete. So 1982 der „Tages-Anzeiger“ beim sogenannten Zürcher Pressehandel. Verleger Max Frey verkaufte dem „Tagi“ die „annabelle“, die Mehrheit der Tagblatt der Stadt Zürich AG und die Verlagsrechte am eben eingestellten Gratisanzeiger „Züri Leu“. Zur Verblüffung der „Tagi“-Geschäftsleitung brachte Beat Curti kurz danach eine treue Kopie des „Züri Leu“ unter dem Namen „Züri Woche“ heraus. Vom erhofften Inseratenzuwachs für das „Tagblatt“ blieb nicht viel übrig.

Heute ist Jean Frey endgültig Geschichte, der Name getilgt. Mit einer kleinen Ausnahme. Marc Frey, der nach dem Zürcher Pressehandel das Unternehmen so unglücklich führte, dass sich sein Vater und Eigentümer Max Frey schliesslich zum Verkauf entschloss, macht weiterhin in Medien. Unter dem Slogan „Media that works“ - Medien, die funktionieren - gibt Frey Media Inc. in South Carolina Golfzeitschriften heraus. Zuvor hatte Marc 150 Millionen Franken, grösstenteils aus dem Käuferlös seines Vaters, erfolglos in Golfplätze investiert.

Nick Lüthi, Chefredaktor des Medienmagazins „klartext“.

WOZ. Freitag, 2007-10-18.

Medien > Fusion. WOZ 2007-10-18.doc.