

## Victor Davis Hanson über Joe Biden, Nathalie Wappler und SRF, Hans Imholz, Credit-Suisse-Management

«Heute, an diesem Januartag, will meine ganze Seele nur eines: Amerika vereinen. Unser Volk vereinen. Und unsere Nation vereinen», gelobte Joe Biden anlässlich seiner Vereidigung als 46. US-Präsident. Nach hundert Tagen im Amt ist das Land tiefer gespalten als je zuvor. «Biden spaltet Amerika nach Rassen auf», sagt Victor Davis Hanson, scharfer Beobachter des Zeitgeschehens. Der als «Heiler» verklärte Biden spielte die Rolle des Dr. Frankenstein. «Er hat das Monster der illegalen Einwanderung geschaffen, jetzt ist es ausser Kontrolle geraten.» Im Interview mit Urs Gehrig erklärt Hanson, was das Kalkül hinter Bidens Politik der offenen Grenzen ist. Er beschreibt, wie er mit seiner sozialistischen Agenda das Land für immer verändern will. Und er benennt drei Gruppen, die die radikale Agenda des altersschwachen Präsidenten prägen. **Seite 16**

SRF ist ein Sender mit zu hohem Sendungsbewusstsein. Nathalie Wappler stieg beim ARD-Funkhaus MDR vom Pferd, um die Digitalisierung von SRF voranzutreiben. Nach zwei Jahren lautet die Bilanz: Pleiten, Pech und Pannen. Statt Umbau und Aufbruch gibt es Abbau und Abbruch. Nur eines sitzt: die Gesinnung, festgeschrieben auf hundert Seiten «Leitbild». René Zeyer, Betreiber der Medien-Show Zackbum.ch, untersucht den kranken «Saftladen». So nennt ihn Mitte-Parteipräsident Gerhard Pfister. Wappler lässt alle Kritik an sich abtropfen; vielleicht will sie diesmal wieder nach zwei Jahren umsatteln. **Seite 24**



**Packende Story:**  
Tourismus-Pionier Imholz.

Harald Martenstein zählt zu den begnadetsten Humoristen im deutschen Journalismus. Er war «Journalist der Jahres» in der Kategorie Unterhaltung und gewann den Henri-Nannen-Preis in der Kategorie Humor. In dieser *Weltwoche* präsentiert er sein Figurenkabinett der deutschen Politik, von Annalena Baerbock (Grüne) bis Jörg Meuthen (AfD). **Seite 28**

*Weltwoche*-Reporter Thomas Renggli lernte Hans Imholz vor rund einem Jahr bei einem Mittagessen kennen. Aus der zufälligen Begegnung entstand eine intensive Kommunikation – und schliesslich der Gedanke, die

Lebensgeschichte des legendären Reiseunternehmers niederzuschreiben. Nun liegt das 320 Seiten starke Werk «Hans Imholz. Der Reise-pionier» vor. Es beschreibt eine der grössten Erfolgsgeschichten der Schweizer Wirtschaft – wie der Sohn eines Bäckermeisters in der Zürcher Altstadt zu einem der führenden Köpfe der Schweizer Tourismusbranche wurde und einem ganzen Land neue Horizonte öffnete. Wir liefern die packende Story von «Hans im Glück» kompakt auf drei Seiten. **Seite 32**

Der Credit Suisse steht am 30. April Corona-bedingt eine Geister-Generalversammlung bevor. Aktionäre stimmen via unabhängigen Stimmrechtsvertreter ab. Zu Wort melden können sie sich nicht, während das Zeremoniell des Verwaltungsrats per Video-Stream in den Äther ausgestrahlt wird. Der stumme Aktionär – dem Bild fehlt es nicht an einer gewissen Symbolkraft. Mit dem Fiasko bei den Hedge-Funds Greensill und Archegos haben die Eigentümer einmal mehr viel Geld verloren. Seit dem Jahr 2007 ist der Wert der Credit Suisse an der Börse um 65,3 Milliarden eingebrochen. Trotzdem haben die Topmanager und Verwaltungsräte stets fürstliche Saläre kassiert. In einem spielerischen Quartett zum Ausschneiden zeigt die *Weltwoche* nochmals die Köpfe des Spitzenpersonals der letzten fünfzehn Jahre, ihre Gehälter und die unter ihren Händen zerronnenen Milliarden. Spass und Spiel für die ganze Familie an langen Shutdown-Abenden! **Seite 36**

*Ihre Weltwoche*

### IMPRESSUM

**Herausgeberin:** Weltwoche Verlags AG, Förrlibuckstrasse 70, Postfach, 8021 Zürich. Die Weltwoche erscheint donnerstags.

**Redaktion und Verlag:** Telefon 043 444 57 00, Fax 043 444 56 69, www.weltwoche.ch, E-Mail-Adressen: vorname.name@weltwoche.ch, verlag@weltwoche.ch, leserbriefe@weltwoche.ch.

**Abo-Service:** Tel. 043 444 57 01, Fax 043 444 50 91, E-Mail: kundenservice@weltwoche.ch.

Jahresabonnement Inland Fr. 346.– (inkl. MwSt.). Schnupperabonnement Inland Fr. 38.– (inkl. MwSt.). Weitere Angebote für In- und Ausland unter www.weltwoche.ch/abo

**Chefredaktor:** Roger Köppel. **Verlagsleitung:** Sandro Gianini. **Betriebsleitung:** Samuel Hofmann. **Corporate Publishing:** Florian Schwab.

**Anzeigenverkauf:** Tel. 043 444 57 02, Fax 043 444 56 07, E-Mail: anzeigenid@weltwoche.ch. **Online-Vermarktung:** GLA United. E-Mail: weltwoche@gla-united.com

**Druck:** Print Media Corporation, PMC, Oetwil am See. Die Weltwoche wird gedruckt in der Schweiz auf schweizerischem Papier, das auf der Basis von hochwertigem Durchforstungsholz, Altpapier und Zellulose hergestellt wurde. Es schont Ressourcen, Energie und somit die Umwelt.

Die Wiedergabe von Artikeln und Bildern, auch auszugsweise oder in Ausschnitten, ist nur mit ausdrücklicher Genehmigung der Redaktion gestattet.

Für unverlangt eingesandte Manuskripte und Fotos wird keine Haftung übernommen.

---

# Hans im Glück

Ein Telefon, eine Idee: Hans Imholz (87) erfand den Städteflug und demokratisierte das Reisen. Wie der Bäckermeistersohn eine der erfolgreichsten Schweizer Unternehmensgeschichten schrieb.

Thomas Renggli

**A**usschweifende Partys und überbordende Feiern waren nie das Ding von Hans Imholz: «Dafür fehlten mir Zeit und Lust.» Selbstdisziplin und Eigenverantwortung standen dem Bäckerssohn aus der Zürcher Altstadt immer näher als gesellschaftliche Anlässe oder öffentliche Auftritte. Auch an die geschäftsfördernde Wirkung eines Businesslunches glaubt er nicht: «Ich habe Privates und Berufliches stets getrennt.» Dazu gehörte, dass er das Zeitfenster fürs Mittagessen sehr knapp hielt: dreissig Minuten für ein Birchermüesli und eine Tasse Kaffee im Café «Arcade» an der Birmensdorferstrasse 67 – unweit seiner Firmenzentrale. «Nicht einmal ein Glas Wasser hat er sich gegönnt», sagt Ehefrau Doris Imholz lachend.

Ende September 2006 war dann aber alles anders. Aus Anlass des 45. Geburtstags seines Unternehmens lud der Patron die ehemaligen Mitarbeiter zu einem grossen Fest in die Zürcher Maag-Halle ein: «Ich hatte das Bedürfnis, meine früheren Weggefährten wieder einmal zu sehen und mit ihnen über die guten alten Zeiten zu sprechen.» Auf ein grosses Unterhaltungsprogramm verzichtete Imholz nicht nur aus Kostengründen: «Die Leute wollten ja vor allem miteinander reden.»

## Reiseleiter Schawinski

Insgesamt kamen an jenem Abend über 500 Gäste nach Zürich-West. Dabei gab es auch eine grosse Dichte an Prominenz. Denn so mancher späterer Schweizer Erfolgsmanager hatte in seiner Jugend das erste Geld als Reiseleiter bei Imholz verdient. Beispielsweise Thomas Kern, der langjährige CEO der Globus-Gruppe. Er jobbte von 1976 bis 1979 während seines Studiums für Imholz. Wie er sagte, war die Juristerei nicht allzu streng und liess Raum für andere Aktivitäten. Oder Walter H. Diggelmann, der spätere Direktor der Swiss-American Chamber of Commerce. Er verdiente sich 1963/64 mit der Führung von Touristengruppen durch europäische Städte sein Studium.

Auch der nachmalige Berner Stadtpräsident Alexander Tschäppät machte seine ersten



«Dienst am Kunden»: Firmengründer Imholz, 1961.

Schritte im Berufsleben zwischen 1972 und 1978 als Imholz-Tourguide. Der vielleicht berühmteste Reiseleiter in der Imholz-Geschichte war aber Roger Schawinski. Der spätere Medienpionier fand das Tor zur grossen weiten Welt nur einen Steinwurf von der Wohnung seiner Eltern entfernt. Schawinski, damals 21 Jahre alt, voller Tatendrang, aber als Student ohne eigene Mittel, trat ins Grossraumbüro, um sich als Reiseleiter zu bewerben: «Ich hatte keine Ahnung vom Metier, aber ich wollte die Welt sehen.»

Bei Hans Imholz sei ihm sofort die pragmatische und effiziente Arbeitsmethode aufgefallen: «Er sass am Ende des Grossraumbüros an einem grossen Schreibtisch und war pausenlos am Telefon – um ihn herum waren fünf, sechs junge Mitarbeiter versammelt, die Reiseunterlagen präparierten und in Couverts packten.»

In gewissem Sinne markierte der Jubiläumsanlass 2006 aber auch einen Schlusspunkt – und erzeugte eine Spur Wehmut und Melancholie. Denn nur kurz davor hatte der deutsche Konzern TUI die Marke Imholz vollständig integriert und den Namen Imholz faktisch aus der Reisewelt gelöscht. Der Firmengründer verfolgte diesen Prozess schon damals mit zwiespältigen Gefühlen: «Wer sein Geschäft verkauft, hat danach zwar kein Mitspracherecht mehr. Aber die Marke Imholz hätte weitaus mehr Möglichkeiten geboten – wenn man den Namen gepflegt hätte.»

### Sehnsucht nach Schweizer Werten

Mit weiteren fünfzehn Jahren Abstand wird Hans Imholz noch deutlicher: «Die Namensänderung und die Streichung der Marke Imholz waren Riesenfehler. Heute sehnen sich die Menschen nach verlässlichen Schweizer Werten – und dafür stand der Name Imholz.» Er habe eigentlich immer damit gerechnet, dass sein Unternehmen ihn überleben werde.

Die Erfolgsstory von Hans Imholz hatte 1961 an der Usterstrasse im Zürcher Kreis 1 begonnen. Der frühere Kuoni-Angestellte, 27 Jahre jung und durch seine Lehrjahre beim

*Sein Erfolgsgeheimnis bestand auch immer in einem ausgeprägten wirtschaftlichen Realismus.*

Branchen-Krösus mit der Materie bestens vertraut, mietet eine Zweizimmerwohnung und wagt den Schritt in die Selbständigkeit. Belegschaft: eine Sekretärin. Kerngeschäft: Organisation von Vereins- und Verbandsreisen. Dabei wartete er nicht, bis die Kundschaft zu ihm kam. Er durchstöberte Zeitungen und Verbandsorgane, stiess auf Reisevorhaben von Vereinen und Gruppen und erstellte gleich selber ein attraktives Angebot. Sein Erfolgsgeheim-



*Kindheit in der Zürcher Altstadt:*  
Hans (r.) mit Bruder Guido, 1940.

nis bestand auch immer in einem ausgeprägten wirtschaftlichen Realismus. Hans Imholz war nie ein Gambler oder Glücksritter. Acht Jahre hatte er jeden Franken zur Seite gelegt und besass nun 50 000 Franken, um das Schicksal in die eigene Hand zu nehmen – und zwar sprichwörtlich: «Ich habe nie auch nur einen Rappen von einer Bank bezogen», sagt er heute, «ich wollte immer Herr über meine Lage sein.»

Seine Schlüsselidee war ebenso simpel wie bahnbrechend: Telefonverkauf – damals eine Kulturrevolution wie vier Jahrzehnte später das Internet. Dazu kam eine Reiseform, die zu jener Zeit noch völlig unbekannt war: Städte- trips. Rückblickend sagt Hans Imholz: «Mit preisgünstigen Städteflügen weckte ich bei den Konsumenten Appetit auf eine Kurzreise in eine Stadt.»

### Der «Imholz-Geist»

1981 feierte das Reisebüro seinen 20. Geburtstag. Ein Blick in die Jubiläumsbroschüre wirkt wie eine Zeitreise in ein anderes Leben – ein Leben mit Drehscheibentelefonen, elektrischen Schreibmaschinen und einem unförmigen IBM-Personal-Computer als Vorbote der Moderne. Zu der sich sanft andeutenden Digitalisierung steht: «Ein fortschrittliches Unternehmen ist zu allen Investitionen bereit, wenn dadurch der Dienst am Kunden verbessert werden kann.»

Doch im Zentrum blieb das Telefon – in seiner sperrigen schwarzen «Ur-Version», wie es in den 1970er Jahren von Emil Steinberger zum Kultobjekt befördert wurde. Hans Imholz posierte mit weissem Hemd, adrett gebundener Krawatte und graubraunem Sakko freundlich lächelnd mit der Hand auf dem Hörer. Daneben wurden die statistischen Details zum Boom der Telekommunikation geliefert: «Wie weit-

sichtig der Entscheid zum Telefon-Direktverkauf für Reisen und Ferien war, zeigt die Statistik über die Anruhfrequenz in unserem Unternehmen: Allein im vergangenen Jahr (1980) erhielten wir rund 410 000 Anrufe!»

Imholz nahm auch werbetechnisch das Schicksal in die eigenen Hände: «Alles, was in den Prospekten und in den Inseraten zu lesen war, stammte aus meiner Feder.» Von PR-Beratern oder Kommunikationsfachleuten hielt er nicht viel: «Das konnten wir selber ebenso gut – und erst noch billiger.» Und die «unschlagbaren» Preise waren ein Trick zur Kundenwerbung: «Das waren Ausgangsbeträge. Verdient haben wir mit den Extras.»

1967 landete er seinen ersten grossen Coup. Drei Tage Budapest bot er für sagenhafte 198 Franken an. Dieses Schnäppchen wurde dank einem schlaun Deal mit der ungarischen Fluggesellschaft Malev möglich. Um die Flugzeuge auszulasten, bot die Airline dem Schweizer Reispionier das Retoureticket für 73 Franken an – ein Bruchteil des offiziellen Verkaufspreises von 655 Franken. Und die auf Devisen erpichten ungarischen Hoteliers machten für harte Währung hochattraktive Preise. Imholz lieferte weitere verlockende Sonderangebote. Bald war das Zugticket im Arrangement inbegriffen. Und er erfand das Rabattsystem, lange bevor es Cumulus-Karten und Superpunkte gab. Auf dem Hochglanzplakat von damals hiess es: «Jede Buchung am Telefon prämiieren wir mit einem Telefonrabatt von 20 Franken auf unsere ohnehin schon günstigen Preise.» Dies ermöglichte vielen Schweizern ein völlig neues Ferienerlebnis. Wohl nicht wenige verdankten ihren ersten Flug der neuen preislichen Freiheit.

Und auch die Angestellten von Imholz erlebten ein Gefühl, das sie vorher nicht kanna-



## Pflegezentrum Gorwiden

Sehr gute Pflege in ruhigem Gartenquartier Zürich Nord

- Aktivierungstherapie, Ergotherapie, Logopädie, Physiotherapie
- Eigene Ärzte, Pauschaltaxen inkl. Cafeteriaabzüge
- Kurzaufenthalte während den Ferien von pflegenden Angehörigen, Tages- und Nachtaufenthalte, Betreutes Wohnen, keine Kündigungsfristen
- Haustiere in Einbettzimmern möglich
- Besuche in Corona-Zeit jederzeit, unter Einhaltung der Hygienevorschriften der Gesundheitsdirektion, möglich.
- Aufnahme von Pflegenotfällen jederzeit kurzfristig möglich
- Besichtigungen und Beratungen auch am Wochenende

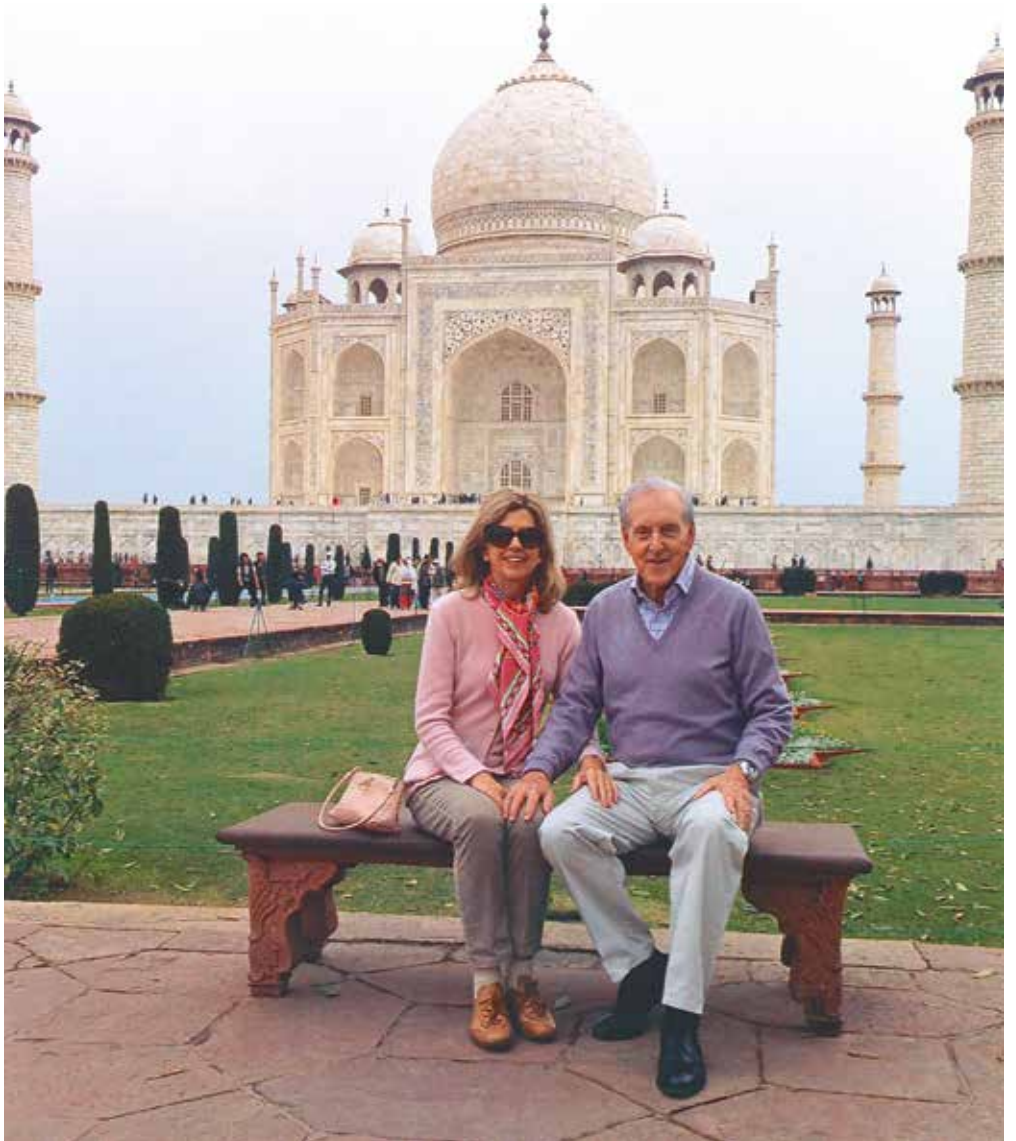
www.gorwiden.ch | 044 315 11 11 (täglich)



**Audienzen:** Imholz bei Haile Selassie I. in Äthiopien, Ende der fünfziger Jahre, ...



... und kürzlich mit Gattin Doris beim schwedischen König Carl Gustav.



**Weltenbummler:** Doris und Hans Imholz vor dem Tadsch Mahal, 2013.

ten. Willy Noser, Weggefährte der ersten Stunde, spricht vom «Imholz-Geist» und einer Aufbruchsstimmung, wie sie damals einzigartig war: «Wir entwickelten innerhalb unseres Unternehmens einen unheimlichen Zusammenhalt. Es war wie in einer erfolgreichen Fussballmannschaft. Jeder fühlte sich als wichtiger Teil des Puzzles.» Dies sei auch auf den Führungsstil des Chefs zurückzuführen gewesen: «Hatte Hans Imholz Vertrauen in einen Mitarbeiter gefasst, schenkte er ihm grosse Freiheiten und liess ihn auch die eigenen Ideen einbringen.» Was Noser ebenfalls noch heute beeindruckt: «Imholz gab jedem eine Chance, egal, woher er kam.» Auf Dinge wie akademische Weihen oder Studienabschlüsse habe er keinen Wert gelegt: «Was zählte, war die Leistung.»

Dazu gehörte auch ein ausgeprägtes Improvisationstalent in der Reiseleitung – beispielsweise bei den ersten Charterflügen nach Israel. Noser erzählt: «Wir besaßen die Flugrechte nach Eilat am Roten Meer. Doch unser Ziel war es, auch Reisen nach Tel Aviv anbieten zu können.» Imholz setzte diesen Plan un-

kompliziert um und schrieb die Arrangements aus – obwohl er die Landeerlaubnis noch nicht besass. Selbst vier Tage vor Reiseantritt fehlte das wichtigste Papier. Als die Zeit allmäh-

*«Imholz gab jedem eine Chance, egal, woher er kam.»*

lich knapp wurde, formulierte Hans Imholz den Reisegrund der Gruppe neu. Er erklärte dem israelischen Verkehrsministerium, dass er eine Gruppe von christlichen Pilgern ins Heilige Land bringe. Die Finte gelang. In Tel Aviv schalteten die Ampeln für Imholz quasi über Nacht auf Grün. «Wir gaben aber jedem Kunden ein Pilgerbüchlein mit», erklärt Noser die flankierenden Massnahmen.

Diese Episode bringt den Erfolg von Hans Imholz auf den Punkt. Der Vollblutunternehmer besass ein Gefühl für geschäftliche Entwicklungen und ein situatives Gespür wie kaum ein Zweiter. Stellvertretend sagt der

frühere Kuoni-Chef Kurt Heiniger: «Hans Imholz hat uns damals alle vorgeführt.» Sechzig Jahre nach der Firmengründung lächelt der Angesprochene sanft. Beweisen muss er sich schon lange nichts mehr. Zusammen mit seiner Doris lebt er zurückgezogen an der Zürcher Goldküste und erfreut sich an Besuchen im Kunsthaus und in der Tonhalle. Und dank einer soeben erschienenen Biografie kann er sich einen alten Menschheitstraum erfüllen: die Reise zurück in die Vergangenheit. «Ich erlebe meinen beruflichen Erfolg gerade nochmals», sagt er und lächelt ebenso zufrieden wie eine berühmte Figur aus der Märchenwelt: Hans im Glück.



**Thomas Renggli:**  
Hans Imholz – Der Reisekönig.  
Werd & Weber, 256 S., Fr. 43.90