US-Korrespondent Jens Korte über Journalismus an der Wall Street

DOMO

Ringier
Unternehmensmagazin
März 2014

Big Data
Was es ist, und warum die Welt darüber spricht

FIFA-Boss Sepp Blatter

«Ich google meinen Namen nie»

INHALT

4 Sepp Blatter im Gespräch
Im Vorfeld der Fussball-WM 2014 spricht der Fifa-Präsident über seine Beziehung zu den Medien und warum der Journalismus kluge Köpfe braucht.

10 World Press Photo 2014
Flüchtlinge, Unabhängigkeitskämpfer und ein Puma – eine Auswahl der Fotografien, die zu den besten Pressebildern des Jahres 2013 zählen.

12 Touchscreen
Wird der menschliche Körper schon bald zum Display? Technisch möglich ist es.

15 Pulitzer
Journalisten wollen ihn. Wenige kriegen ihn. Und glücklich macht er auch nicht alle – der Oscar unter den Literaturpreisen.

16 Blickpunkt Ringier
Die besten Pressefotos des Quartals – aus allen Ländern.

18 Big Data
Mathematiker Gunter Dueck darüber, wie das neuste digitale Schlagwort unsere Welt verändern wird.

20 Datenmengen bei Ringier
Marc Walder erklärt, warum Big Data als eine der Top-Initiativen ganz oben steht.

22 Live vom Parkett
Seit 15 Jahren berichtet Jens Korte von der Wall Street – und setzt dabei «auf den Luxus fundierter Recherche».

24 Inhouse: Pulse.ng
Die Boulevard-Plattform Nigerias startete 2012 und ist ein Überflieger.

26 Ringier trifft Stars
Eine Geschichte von Joan Collins und ihrer Schwester Jackie – mittendrin Helmut-Maria Glogger.

28 Michael Ringier
Der Verleger über Energieprobleme, die Internetparadiesbäckerei – und die Realität nach der Euphorie.

29 Talk
Fragen ans Management.

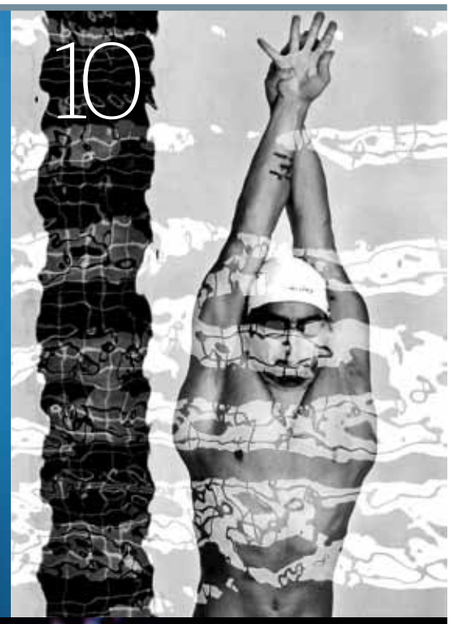
30 Unter uns
Nachruf / Dienstjubiläen / Buch-Tipps.

Coverfoto: Marc Wetli/13 Photo

Impressum

Herausgeber: Ringier AG, Corporate Communications. **Leitung:** Edi Estermann, CCO, Dufourstrasse 23, 8008 Zürich. **Chefredaktorin:** Bettina Bono. **Redaktionelle Mitarbeit:** Ulli Glantz (visuelle Umsetzung), Helmut-Maria Glogger, René Haenig, Peter Hossli, Nina Siegrist **Übersetzer:** Xavier Pellegrini/Textes.ch (Französisch), Claudia Bodmer (Englisch), Imre Hadzsi/Word by Word (Ungarisch), Adina Preda (Rumänisch), Lin Chao/Yuan Pei Translation (Chinesisch). **Korrektorat:** Verena Schaffner, Peter Voser (Deutsch), Patrick Morier-Genoud (Französisch), Claudia Bodmer (Englisch), Zsófia Vavrek (Ungarisch), Adela Bradu (Rumänisch). **Layout/Produktion:** Nadine Zuberbühler (Schweiz), Jinrong Zheng (China). **Bildbearbeitung:** Ringier Redaktions Services Zürich. **Druck:** Ringier Print Ostrava und SNP Leefung Printers. Nachdruck (auch auszugsweise) nur mit Einverständnis der Redaktion. **Auflage:** 12 400 Exemplare. **DOMO** erscheint in Deutsch, Französisch, Englisch, Ungarisch, Rumänisch und Chinesisch.

Fotos: EQ-Images, Geri Born (2), World Press Photo/Keystone, Agentur Bischoff, Hervé Le Cunff/Schweizer Illustrierte, Axel Schmidt/ddp, Keystone



«Guter Journalismus braucht kluge Köpfe»

Zeitungen liest er auf Papier, Fussballspiele schaut er am liebsten im Schweizer Fernsehen, den eigenen Namen will er nie googeln, ständig hat er über 100 Interview-Anfragen: Fifa-Präsident **Sepp Blatter** über seine Beziehung zu den Medien – und warum er auf der Tribüne seinen Sitznachbarn auf die Nerven geht.

Text: Peter Hossli.

Herr Blatter, wie informieren Sie sich?
Sepp Blatter: Wenn ich um 6 Uhr aufstehe, höre ich im Schweizer Radio die Nachrichten – auf Deutsch und Französisch. Dazu lese ich täglich Zeitung. Auch in Zürich erhalte ich mein Leibblatt, den «Walliser Boten».
Schauen Sie lieber fern, oder lesen Sie lieber?
Sowohl als auch.
Lesen Sie auf Papier oder digital?
Ich bevorzuge noch die traditionelle Weise, also auf Papier.
iPhone oder Blackberry?
Ich besitze ein Sony Smartphone.
Wie schützen Sie Ihre digitale Privatsphäre?
Ich habe alles mit Passwörtern geschützt, und ich arbeite nie im öffentlichen Raum.
Wie oft googeln Sie Ihren eigenen Namen?
Nie.
Wie gehen Sie damit um, dass Sie als Präsident einer globalen Organisation 24 Stunden angegangen werden?
Ich nehme mir meine Auszeiten. Ich fliege sehr viel. In dieser Zeit schalte ich ab. Kein Handy, kein Computer, nichts. Ich verzichte bewusst darauf, während der Flüge zu arbeiten.
Welche Zeitung hat die beste Berichterstattung über Fussball?
International ist es «L'Equipe». In meiner Heimat, der Schweiz, ist es der Sportteil des «Blick».
Was lesen Sie in der Zeitung besonders gerne – abgesehen vom Sportteil?
Nachrichten aus der Welt, vor allem Politik.
Wie viele Interview-Anfragen haben Sie pro Woche?
Weiss ich nicht. Insgesamt stehen etwa 100 bis 120 Interviewanfragen auf der Short List. Schubweise baue ich sie ab, ohne je an eine Ende zu kommen.
Wie wählen Sie Ihre Gesprächspartner aus?
Das ist unterschiedlich. Wichtig sind: In welchem Land, in welcher Weltregion wäre jetzt ein Interview sinnvoll? Was ist die Kernbotschaft? Was ist das Zielpublikum? Über welches Medium erreichen wir dieses Publikum am besten? Das geschieht in Absprache mit der Kommunikationsabteilung. Aber ich muss eingestehen: Ich bin da nicht immer konsequent.
Welche Fragen hören Sie nicht gerne?
Fragen, die ich schon tausendmal beantwortet habe in den verschiedensten Zeitungen weltweit – die aber trotzdem wieder gestellt werden, als hätte der Journalist gerade eine Erleuchtung gehabt.
Und worüber können Sie stundenlang reden?
Fussball. Politik.
Wie reagieren Sie, wenn Ihr privates Leben in den Medien thematisiert wird?
Ich habe mich daran gewöhnt, und mir im Laufe der Jahre eine dicke Haut zugelegt.
Wie viele Länder übertragen wie viele Stunden Fussball-WM?
Vor vier Jahren sahen 3,2 Milliarden Leute ein WM-Spiel in ihrem Zuhause. Das entspricht 46% der weltweiten Bevölkerung. Alle 64 WM-Spiele sahen kumuliert über 50 Milliarden Menschen. An der WM in Brasilien werden mehr als 200 Länder die Spiele live übertragen.
Wie viele Journalisten werden an der WM akkreditiert sein?
Es werden wohl rund 5000 der schreibenden Presse und Photographen sowie rund 13 000 Vertreter von Radio und Fernsehen sein.
Was ist Fussball – Showbusiness? Oder ein News-Ereignis?
Mehr. Emotionen. Hoffnung. Alles.
Auf welchem Kanal schauen Sie am liebsten ein Fussballspiel?
Wenn ich zuhause bin: im Schweizer Fernsehen.
Welche Sportart wird vom Fernsehen am attraktivsten übertragen?
Abgesehen von Fussballspielen: Ski-Abfahrtsrennen. Im TV werden sie sehr spektakulär aufbereitet. Das ist schon eindrücklich.
Wie könnte ein Fussballspiel medial noch attraktiver übertragen werden?
Die Qualität der Bilder wird immer besser, wir werden an der WM in Brasilien Spiele im Ultra-HD-Format mit 4K-Auflösung übertragen.
Schauen Sie Fussball lieber am Fernsehen oder im Stadion?
Der Vorteil des TV-Spiels ist die Zeitlupe. Alles andere spricht für das Live-Spiel. Wenn ich im Stadion bin, kicke ich auf der Tribüne mit, schon mal zum Unmut meiner Sitznachbarn. Es ist ein Instinkt, wenn mein Bein plötzlich nach vorne schnellt im Augenblick, wenn unten auf dem Platz der Spieler zum Torschuss ansetzt. Die Atmosphäre im Stadion ist fantastisch.
Ohne Publikum ist Fussball nichts. Über welche Medien schaffen Sie es, den Kontakt zu den Fans zu halten?
Am besten über meine wöchentliche Kolumne im «The Fifa Weekly». Auf Twitter folgen mir inzwischen über 500 000 Personen. Aber auch via Interviews, die ich regelmässig gebe. Am liebsten ist mir der direkte Kontakt zu den Fans. Wo immer ich hinreise, nehme ich mir Zeit, mit den Leuten auf der Strasse zu reden, im Stadion und im Hotel. Nicht in jedem Land bin ich gleich beliebt, aber trotzdem will mich jeder sprechen. Die grösste Fanpost-Gemeinde habe ich übrigens in Deutschland. Soll das mal jemand verstehen!
Sie präsidieren die Fifa seit 1998. Wie hat sich der Journalismus seither verändert?
Das Internet ist die zweite grosse Medienrevolution seit der Erfindung der Druckerpresse vor 500 Jahren. Seither ist nichts mehr wie zuvor. Allerdings: Am Grundsätzlichen hat sich nichts geändert. Guter Journalismus bedingt gute Köpfe.
Was ist guter Sportjournalismus? ▸

Brasilien entzaubert Spanien – und ein Jungstar bezaubert das Publikum. Nachdem im Juni 2013 Brasiliens Nationalmannschaft zum dritten Mal in Serie den Confederations Cup in Rio gewinnt und damit für die erste Niederlage der Spanier nach 29 Pflichtspielen sorgt, erlebt Neymar da Silva Santos von Fans und ihren Smartphones umzingelt einen Vorgeschmack auf die Fussball-WM 2014. Er selber gilt als äusserst aktiver Nutzer von Social Media und grosser Fan neuer technischer Gadgets.

Fotos: Lukas Maeder/13 Photo, Karl-Heinz Hug/RDB/Sobli, Matthew Ashton/AMA/Dukas, GoalControl/action press/Dukas, Marco Grob, FIFA via Getty Images, pixathlon, foto-net

Sepp Blatters Büro befindet sich im Sitz des Weltfussballverbands in Zürich. Das aussergewöhnliche Bauwerk der Architektin Tilla Theus verfügt über zwei Obergeschosse und fünf Untergeschosse. Das eigentliche Herz des Baus befindet sich im dritten UG: Der grosse Sitzungssaal, wo das Exekutivkomitee und die Kommissionen tagen. Die Gesamtkosten des Baus beliefen sich auf 240 Millionen Schweizer Franken.

Drin oder nicht? Diese Frage sollte in Brasilien der Vergangenheit angehören. Deutsche Technik wird die Torlinien bei der WM 2014 überwachen. Denn nach dem Fauxpas der Schiedsrichter beim WM-Achtelfinale 2010 zwischen Deutschland und England kommt auch Sepp Blatter zum Schluss: «Torlinientechnik ist eine Notwendigkeit.»

1: «Eine so wertvolle Trophäe wie der Fifa-WM-Pokal verdient einen Reisekoffer, der ebenso elegant und prestigeträchtig ist», begründet Sepp Blatter die Massanfertigung der von Louis Vuitton entworfenen Box. In dieser erreicht der WM-Pokal 2010 Südafrika. «Von nun an wird der Pokal nicht nur sicher, sondern auch stilvoll reisen.»

2: In keinem anderen Land der Welt ist der Fussball so sehr mit dem Glauben an Gott verbunden, wie zwischen Maracana-Stadion und Christus-Statue. Der italienische Verteidiger Gianluca Zambrotta, der vor dem Finalspiel 2006 gegen Frankreich in der Kapelle des Berliner Olympiastadions betet, ist keine Ausnahme. Dieser intime Einblick in den Finaltag schaffte es ins Fifa-Buch «The Final Day». Für den Bildband standen unter der Leitung von Kurt Schorrer zehn Fotografen im Einsatz.

3: Was für ein Finale – und was für ein Abgang des grossen Zinédine Zidane! Trotz einem Grossaufgebot an TV-Kameras und Fotografen existieren nur zwei Fotoaufnahmen, welche die Szene – nicht einmal exakt – belegen. Keiner weiss, was Materazzi zu Zidane gesagt hatte. Geschenkt, dass Zizou dreimal Weltfussballer war. In Erinnerung bleibt der französische Mittelfeldspieler vor allem für den Kopfstoss, mit dem er im WM-Finale 2006 den Italiener Marco Materazzi niederstreckte: reine Kopfsache.

► Der Chefredaktor der «Zeit» hat einmal gesagt, dass es heute Mut brauche, nicht mit den Wölfen zu heulen. Da kann ich nur zustimmen. Heute wird vieles einfach kopiert, weil es der Mainstream so vorgibt. Sportjournalisten sind nicht weniger anfällig für das geistige «copy and paste» wie andere Journalisten.

Was braucht guter Journalismus?
Gute Köpfe! Fakten sammeln statt Meinungen widerkauen. Sich ein eigenes Bild machen von einer Person, einer Institution, einer Partei, was auch immer – all das bedingt viel Arbeit. Guter Journalismus heisst nämlich auch: viel Leiden, viel Knochenarbeit. Ein deutscher Literat hat einmal gesagt: Einfach schreiben ist verdammt kompliziert.

Wie viele Personen arbeiten in Ihrer Medienabteilung?
Dreizehn. Davon arbeiten drei in einem temporären WM-Büro in Brasilien. Die Medienstelle kümmert sich sowohl um Medieninfrastruktur als auch um klassische Medienarbeit, also den täglichen Kontakt mit der Presse. Die Medienabteilung ist nur eine von fünf Abteilungen in der Kommunikationsdivision, die im Home of Fifa rund 60 Angestellte hat und noch ein paar Dutzend Freelancer in den wichtigsten Regionen der Welt.

Das Internet hat in den letzten zwanzig Jahren viele Branchen verändert. Wie hat es die Fifa verändert?
Indem wir uns vor allem in der Kommunikation den neuen Verhältnissen angepasst haben. Eine dieser fünf Abteilungen, von denen ich eben gesprochen habe, ist Digital, welches die grösste Abteilung der Kommunikation ist. Hier wird die Website fifa.com befeuert, Facebook, Youtube, Twitter – wir sind auf allen Social Media präsent. Seit kurzem auch mit einer App und dem Wochenmagazin «The Fifa Weekly», das als E-Paper konzipiert wurde und nur in limitierter Stückzahl von ca. 2500 Exemplaren gedruckt wird – in vier Sprachen allerdings. Zudem realisieren wir eigene audiovisuelle Beiträge.

Die Rechte an den Fussball-Spielen ist das wertvollste Gut der Fifa. Mittlerweile übertragen Piraten die Spiele online.
Wie schützt sich die Fifa davor?
Unsere TV-Abteilung arbeitet mit Serviceprovidern zusammen, die sämtliche Plattformen weltweit beobachten, und dann schauen natürlich auch die Rechteinhaber genau darauf, dass ihre Rechte gewahrt werden.

Letzte Frage: Welches ist Ihr Lieblings-Fussball-Journalist?
Zu dessen Schutz – und meinem eigenen – halte ich seinen Namen geheim.

Dieses Interview wurde schriftlich geführt.

Sepp Blatter kam am 10. März 1936 im Kanton Wallis zur Welt. Seit 1998 ist er Präsident des Weltfussballverbandes Fifa. Seine vierte Amtszeit dauert noch bis im Juni 2015. Der studierte Volkswirt ist seit 1975 bei der Fifa tätig. Zuvor arbeitete er für verschiedene Verbände – und war selbst einmal Journalist.

«Die Menschen werden auch in Zukunft nicht auf die Übertragung ihres Lieblingssports verzichten»

Armin Meier
Managing Director InfrontRingier Sports & Entertainment Switzerland AG

Herr Meier, InfrontRingier ist exklusiver Vertriebspartner der Hospitality-Packages in der Schweiz und Liechtenstein für die Fussball-WM 2014. Was beinhalten diese Pakete?
Armin Meier: Premium-Tickets gebündelt mit weiteren Leistungen wie Privatsuiten, Lounges, Gourmet Catering, VIP-Parkplätzen, Unterhaltungsprogramm und Präsenten. Die Preise pro Person belaufen sich auf 700 US-Dollar für Vorrundenspiele und bis zu fünfstelligen Beträgen für Halbfinale und Finale.

Und, sind Sie bereits «ausverkauft»?
Das Finale und einige Top-Spiele, vor allem jene des Gastlandes Brasilien, sind tatsächlich ausverkauft. Für die Gruppenspiele der Schweiz gibt es noch Tickets.

Infront Sports & Media, der Joint-Venture-Partner von Ringier bei InfrontRinigier, ist zudem in die Vermarktung der Medienrechte für die Fifa-Fussball-WM 2014 in Asien involviert. Was muss man sich darunter vorstellen?
Diese Medienrechte vermarkten wir in ausgewählten asiatischen Märkten im Rahmen eines Joint Ventures mit der japanischen Agentur Dentsu. Wir agieren sehr erfolgreich als Agent und konnten die Erlöse im Vergleich zu früheren Vermarktungszyklen signifikant steigern.

Mit Philippe Blatter steht der Neffe von Sepp Blatter an der Spitze der Infront-Gruppe. Die britische Presse beispielsweise spricht von Vetternwirtschaft. Inwiefern spielt diese familiäre Verbindung in der Zusammenarbeit eine Rolle?
Keine. Die Zusammenarbeit zwischen Infront und der Fifa geht bereits ins Jahr 1997 zurück – also lange bevor Philippe Blatter an Bord kam. Wie für alle anderen Kunden arbeitet die Infront-Gruppe für die Fifa, weil wir als einer der Weltmarktführer im Sportmarketing kontinuierlich einen klar belegbaren Leistungsausweis in Bereichen erbringen, die entscheidend für den wirtschaftlichen Erfolg von Sportorganisationen bzw. -grossveranstaltungen sind.

Das Fussball-Geschäft war einer der Schwerpunkte von Infront. Was sich 2005 änderte. Besteht Interesse, das Fifa-Mandat wieder zu vergrössern?
Infront verfolgt eine klare Diversifikationsstrategie und das aus verschiedenen Gründen: Wir wollen eine möglichst vielfältige Palette an Sportrechten anbieten und unsere Services für Sportevents möglichst umfassend einsetzen. Ausserdem vermeiden wir so ein Klumpenrisiko.

Die Fifa ist aber nach wie vor ein sehr wichtiger Partner von Infront.
Unbedingt. Anders als vor zehn Jahren arbeiten wir aber heute mit 120 Rechtehaltern in 25 Sportarten zusammen, sind als Partner von sechs der sieben olympischen Wintersportverbände weltweit die Nummer 1 im Wintersport. Im Fussball haben wir weit über 30 Partner auf allen Ebenen. Daneben gehören auch Handball, Basketball, Rad- und Ausdauersport zum Portfolio.

Wie wird sich die Nachfrage nach Sport als Kerninhalt der Medien in den kommenden Jahren entwickeln?
Selbst in konjunkturschwachen Zeiten wollen die Menschen nicht auf die Übertragung ihres Lieblingssports verzichten. Weltweit betrachtet, wird Fussball seine Spitzenposition in der Beliebtheitsskala dabei ganz klar behalten. Etablierte Sportarten punkten durch lange Tradition und Verankerung bei breiten Bevölkerungsschichten. Alle Branchenanalysen deuten darauf hin, dass die Nachfrage sowohl auf Seiten der Fans als auch der kommerziellen Partner in diesem Segment weiter wachsen wird. Neben dem Spitzensport entwickelt sich der Markt für Breitensport-Events derzeit sehr vielversprechend.

World Press Photo Award 2014: Diese Bilder gehören zu den Siegern

Der World Press Photo Award gilt als die wichtigste Auszeichnung für Fotojournalismus. Flüchtlinge, Unabhängigkeitskämpfer und ein Puma – DOMO zeigt eine Auswahl an Fotografien, die zu den besten Pressebildern des Jahres 2013 gekürt wurden. Die prämierten Bilder werden als Wanderausstellung in über 100 Städten zu sehen sein: www.worldpressphoto.org

Poetisch und bedrückend zugleich: Das World Press Photo des Jahres 2013. Geschossen hat es der Amerikaner John Stanmeyer für das Magazin National Geographic. Es zeigt afrikanische Flüchtlinge, die am Strand von Dschibuti auf Handyempfang hoffen, um mit Familie und Freunden daheim telefonieren zu können. Entstanden ist das Bild am Schluss einer langen Reise, die für John Stanmeyer in einem Dorf in Äthiopien angefangen hatte und zwei Monate später in Dschibuti endete.

Der deutsche Fotograf Julius Schrank nahm für das niederländische Blatt Volkskrant dieses Bild von Soldaten des Kachin-Staates in Myanmar auf. Sie feiern auf der Beerdigung ihres Kommandanten, der am Tag zuvor gestorben war.

Carla Kogelman aus den Niederlanden realisierte dieses Porträt. Es erzählt die Geschichte der Geschwister Hannah und Alena, die im ländlichen Merkenbrechts, Österreich, leben.

Ein Tatort in Mexiko: Zwei tote Körper hängen von einer Brücke, drei weitere liegen am Boden. Sie sind Opfer des Drogenkrieges in Saltillo, Mexiko. Aufgenommen wurde das Bild von Christopher Vanegas, ein Fotograf geboren in Saltillo.

Ein Verbrechen in Apopa, San Salvador: Fred Ramos fotografierte die Kleider einer Toten, die auf einer Zuckerplantage gefunden wurden. Die Frau war zwischen 17 und 18 Jahren alt. Die Gegend, in der die Aufnahme gemacht wurde, gilt als eine der gefährlichsten der Welt. Oft ist es dort nur noch die Kleidung, die es ermöglicht, ein Opfer zu identifizieren.

Die Trauer Südafrikas um Nelson Mandela wurde von Markus Schreiber fotografisch festgehalten. Sein Bild zeigt eine enttäuschte Frau, die keinen Zutritt mehr zum Regierungsgebäude in Pretoria erhielt, um den Sarg Mandelas zu sehen.

Auch Tierfotos wurden prämiert: Hier das Bild des Amerikaners Steve Winter für «National Geographic», das einen Puma in Los Angeles zeigt. Um an diese Stelle im Griffith Park zu gelangen, musste der Puma zwei der hoch frequentiertesten Highways der USA überqueren.

Phillippe Lopez fotografierte Überlebende des Taifuns Haiyan an einer religiösen Prozession in Tolosa, Philippinen. Mehr als 8000 Menschen starben im November 2013 in dem Sturm. Über vier Millionen sind seither obdachlos. Es war einer der schwersten Taifune, die jemals gemessen wurden.

Die Fotojournalistin Sara Naomi Lewkowicz wollte den Alltag einer Familie dokumentieren und wird Zeugin häuslicher Gewalt. Das Bild zeigt Shane und Maggie, die sich in ihrem Zuhause in Lancaster, USA, streiten. Als Shane nicht aufhört, Maggie anzuschreien, kommt die zweijährige Memphis in die Küche gerannt – um sich später zwischen ihre Mutter und deren Freund zu stellen.

Wenn der Körper zum Computer wird

Die **Datenbrille Glass** von Google ist ein alter Hut! Tatsächlich sind nicht IT-Fummler visionär – sondern ein französischer Philosoph, der unseren Körper schon vor 55 Jahren als Display und Touchscreen entdeckte.

Text: Helmut-Maria Glogger. Fotos: Geri Born

Was ist, wenn Biochemie als Doping nachweisbarer ist als ein Spritzenkopf-winziger Chip, der unseren Körper in Jetztzeit auf Tour-de-France-Touren bringt? Was ist, wenn wir keine Bildschirme, Tastaturen und Touchscreens mehr haben, keinen Stift benutzen - sondern ein einfaches Drücken der Kuppe unseres Zeigefingers genügt, um nachts die Strasse in hellstem Tageslicht erscheinen zu lassen? Eine Zukunftsvision?

Jede Zukunft hat ihre Vergangenheit, ohne welche die Zukunft nicht zu verstehen ist. Und Ideen, die in jener Vergangenheit als vollkommen unmögliche Hirngespinste galten. Heute nennt man das Querdenken. Das Undenkbare zu denken beflügelt den Fortschritt. Und es entstanden damals Dinge, die heute als selbstverständlich gelten. So begannen 1930 die Brüder Paul und Joseph Galvin und verkauften in Chicago ihr erstes Autoradio - sie nannten es Motorola. Später erfand Motorola das erste tragbare Funkgerät. Mit Motorola funkte die US-Armee am «D-Day» zur Erstürmung der von Nazis besetzten Klippen der Normandie genauso wie 1969 Neil Armstrong als erster Mann vom Mond.

Gerade mal 25 Jahre ist es erst her, da nervte sich der Brite Tim Berners-Lee am Forschungsinstitut CERN in Genf, dass er keinen schnellen Zugriff auf die ständig zunehmende Zahl wissenschaftlicher Publikationen hatte. Sein Ziel: die in einer Arbeit zitierten Quellen direkt aufrufbar zu machen. Sein Weg: Tim Berners-Lee formulierte die Idee eines Hyperlinks. Zu diesem Zweck wurde am CERN die gesamte Software entwickelt, die dafür notwendig war: die Sprache HTML zur Erstellung von Dokumenten mit Hyperlinks, ein Browser zum Lesen dieser Dokumente sowie das Protokoll http zur Kommunikation des Browsers im eigenen Computer mit dem Server irgendwo auf der Welt.

Für die beiden Schrägstriche (http://www.) hat sich Berners-Lee später übrigens entschuldigt: Es gab keinen Grund für ihre Einführung.

Und heute? 2014? Seit der CHI-Conference in Paris und der Consumer Eletronics Show in Las Vegas ahnen wir, dass die Technik an den Menschen gerückt ist - hautnah. Diese, an sich einfache Logik wird in der Zukunft Dinge ermöglichen, die sich heutige IT-Junkies nicht mal in ihren kühnsten Träumen vorstellen können. ▸

▸Doch zuerst ein paar eindrückliche Zahlen zur Verschmelzung von Mensch und Maschine:

- 91% aller Amerikaner behalten ihr Smartphone 24 Stunden am Tag und sieben Tage in der Woche in Betrieb.
- Das Smartphone liegt dabei nie weiter als eine Armlänge entfernt.
- Vier von fünf Mobile-Nutzern schauen morgens auf ihr Gerät, bevor sie sich die Zähne putzen.
- Für die meisten gleicht ein leerer Akku einer Amputation.

Das Handy ist ein Teil von uns. Ein Körperteil. Zumindest nehmen wir das so wahr.

So berichtet die US-Expertin der Süddeutschen Zeitung, Kathrin Werner, von der Las Vegas Computermesse: «Physisch sind Mensch und Computer noch getrennt - psychologisch und soziologisch ist diese Trennung längst nicht mehr so eindeutig.» Fazit: Mensch und Maschine trennen nur noch Haut und Haare. Eine Trennung, die in wenigen Jahren vollends aufgehoben wird - so der dänische Software-Vordenker Jakob Nielsen, der mit dem emeritierten Kognitions-Professor Donald A. Norman eine Forschungsgruppe gründete. Und die interessiert sich für nichts mehr als die Gebrauchs- und Benutzerfreundlichkeit - ohne verspielte Animationen, Flash-Schwachsinn oder Unnütz-Grafiken. Nach künstlichen Hüften, Herzschrittmachern, Hörgeräten und der Möglichkeit, beinamputierte Menschen mit Carbon-Prothesen so schnell laufen zu lassen wie Ausnahmeläufer Usain Bolt - kommt jetzt das Naheliegendste: Den eigenen Körper als neues Mess- und Datengerät zu nutzen.

Der Mensch selber wird zum Resonanzkörper der virtuellen Welt. Hirn statt Festplatte. Das Handy als externes Körperteil wird überflüssig. Das E-Mail oder den Telefonanruf nehmen wir nicht mehr mittels eines Geräts wahr, sondern wir sind selber das Empfangsgerät. Was uns per Telefon gesagt wird, per E-Mail geschrieben oder per Skype gezeigt, findet seinen Weg direkt ins Hirn und löst dort Erfahrung am Körper aus. Was von aussen auf uns einströmt, ist nicht mehr ein externes Phänomen, das wir mehr oder minder bewusst aufnehmen und verarbeiten, sondern es manifestiert sich direkt, gleichsam schon verarbeitet, als Erfahrung und Wissen.

Was wir wissen, ist «einfach da» - es kommt von nirgendwo und geht auch nirgends hin. Vergleichbar mit einer Idee, die einen urplötzlich befällt, einem Gedanken, von dem man nicht weiss, woher er kommt. Ähnlich dem berühmten Geistesblitz, der eine neue und nie gedachte Erkenntnis bringt.

Klar, das klingt alles reichlich wild. Aber so neu oder gar unwahrscheinlich, wie es tönt, ist es gar nicht. Angelegt hats kein Steve Jobs, kein Jakob Nielsen, auch kein Patrick Baudisch vom Hasso Plattner Institute in Potsdam, sondern der französische Philosoph und Phänomenologe Maurice Merleau-Ponty (1908-1961). Nicht Apple, nicht Google, weder Samsung, Intel oder Sony kamen auf den direkten Zusammenhang zwischen Mensch und Maschine, sondern dieser Professor für Kinderpyschologie. Merleau-Pontys These revolutioniert heute die Technik. Dabei ist seine These höchst einfach: «Der Mensch steht der Welt nicht gegenüber, sondern ist Teil des Lebens, in dem die Strukturen, der Sinn, das Sichtbarwerden aller Dinge gründen.»

Der Leib ist für Merleau-Ponty die vermittelnde Instanz zwischen Geist und Körper. Der Leib verweist auf eine «Dritte Dimension» jenseits von Empirismus und Intellektualismus. Einfach ausgedrückt: Epirismus bedeutet das Wissen, basierend auf Sinnes-Erfahrung - Intellektualismus bedeutet die einseitige Betonung des Verstandes. Also kommt er zu dem Schluss, dass man sich nicht vom Leib verabschieden, abwenden oder entfernen kann.

Nur so können wir verstehen, an was die neuen IT-Vordenker forschen: Es ist (wieder!) der Mensch, der die Technik steuert, nicht die Technik, die den Menschen lenkt. Um diese Diskrepanz zu überwinden - um genau das geht es.

Noch einfacher: Unser iPhone liegt zwar nur eine Armlänge von uns entfernt - unser Arm aber bleibt bei uns. Wann, wie, warum oder wohin wir uns auch bewegen: der Arm bleibt. Selbst wenn das iPhone aus unserem Gesichtsfeld verschwindet. Und so wird der menschliche Körper als neue Komponente der Benutzeroberfläche betrachtet. Mit dem wichtigsten Aspekt: Der Mensch fühlt, was seinen Körper berührt. Genau dieses Gefühl der Berührung (oder eben Nicht-Berührung) liefert wichtigte Rückmeldungen, die kontinuierlich darüber informieren, was geschieht.

So arbeitet Professor Patrick Baudisch gerade an einer neuen Art von Touchscreens, die wesentlich präziser funktioniert als die künstlichen Glas-Screens, wie sie etwa im iPhone verwendet werden. «Die Hauptidee ist es, direkt die Haut des Benutzers zu erfassen.»

Unser Smartphone von der Handinnenfläche aus bedienen? Vielleicht ist es schon bald möglich. Praktisch wäre es: Bei der Berührung des eigenen Körpers erhalten wir das bessere Feedback, als uns jedes externe Gerät liefern könnte. Und: Wir vergessen nie, unseren Körper mitzubringen.

Es ist also die alte Idee des Philosophen Merleau-Ponty. Bald passt ein imaginäres Mobiltelefon auf die linke Hand des Nutzers. Berührt der Mensch mit seinen Fingern die jeweiligen Bereiche, soll in Zukunft eine Funktion des Mobiltelefons aktiviert und von einer Computerstimme angekündigt werden. Um dieses System tatsächlich zu begreifen, ist der alte Ansatz wieder en vogue: In Zukunft berührt der Nutzer einen Teil seines Leibs - und Teile seines Leibs keinen Bildschirm mehr! Der Leib als der natürliche Bildschirm!

Folgen wir Jakob Nielsen, dann sehen wir den Weg der Zukunft: «Die Nutzer können den Computer hören, zum Beispiel via Knopf im Ohr. Viel wichtiger ist aber, dass der Computer erkennt, welche Bereiche auf der Handoberfläche gerade berührt werden.»

Wie dies geschehen soll, bleibt noch offen - Tatsache ist, so Jakob Nielsen: «Nutzer, denen man die Augen verbunden hatte, waren bei der Steuerung über ihre Handoberfläche doppelt so schnell wie beim Berühren der Glasoberfläche des Mobiltelefons!»

Fazit: Der wichtigste Aspekt der Verwendung der Hand als «Touchscreen» liegt darin, dass wir fühlen, wann und wo wir berührt werden. Jakob Nielsen: «Der eigene Körper als Eingabegerät - ein Nutzen, den externe Geräte nicht nachbilden können.»

Ruhm und Ehre

Er ist heissbegehrt und wird jeweils im Frühjahr vergeben: der amerikanische **Pulitzer-Preis.** Der Oscar des Journalismus geht an die Besten der Branche – wobei einige daran zerbrechen.

Text: Peter Hossli. Fotos: Ken Carter, Keystone, Imago

Die Pulitzer-Preis-Goldmedaille geht an die amerikanische Zeitung, welche in der Kategorie «im Dienst der Allgemeinheit» gewinnt.

Solches Lob weckt bei Reportern meist Begehrlichkeiten: «Für diese Geschichte hast du dir den Pulitzer verdient!» Solche Kritik aber treibt manchem den Schweiss auf die Stirn: «Mit diesem Text holst du dir bestimmt keinen Pulitzer!»

Der Pulitzer? Keine Auszeichnung ist bei Journalisten begehrter.

Gestiftet hat sie der in Ungarn geborene, in den USA reich gewordene Verleger Joseph Pulitzer (1847-1911). Kurz vor seinem Tod vermachte er der Columbia University in New York zwei Millionen Dollar. Die Universität baute damit eine Journalistenschule auf und zeichnet jährlich die besten Arbeiten von Reportern aus.

Den ersten Pulitzer-Preis gewann 1917 der Journalist Herbert Bayard Swope für ergreifende Reportagen aus dem deutschen Reich während des Ersten Weltkriegs.

Heute vergeben Jurys jährlich 21 Pulitzer-Preise, 14 davon an Presseleute. Die anderen erhalten Autoren und Dramaturgen, Romanciers, Poeten und Komponisten. Jeder Sieger erhält 10000 Dollar; vor allem aber Ruhm und Ehre.

Für einen Pulitzer bewerben können sich längst nicht alle. In den künstlerischen Kategorien (Drama, Literatur, Musik) sind nur US-Bürger teilnahmeberechtigt. Ausländer sind beim Journalismus zwar zugelassen. Ihre Texte müssen aber von einer amerikanischen Zeitung veröffentlicht worden sein, die mindestens einmal pro Woche erscheint. Nicht in die Kränze kommen Geschichten, die Magazine publizieren, oder Fernseh- und Radiobeiträge.

Seit 1917 wird der vom Journalisten und Verleger Joseph Pulitzer gestiftete Preis verliehen. Das Preisgeld pro Kategorie beträgt 10 000 US-Dollar.

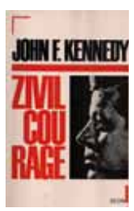
Im März 1993 reiste der Fotograf Kevin Carter in den Sudan. Beim Dorf Ayod sah er ein Mädchen, welches sich auf dem Weg zur Essensausgabe in einem Lager der Vereinten Nationen erschöpft auf den Boden legte. Kurz danach landete ein Kappengeier nur wenige Schritte von dem Kind entfernt. Aus einer Distanz von zehn Metern schoss Carter das Foto, für welches er 1994 den Pulitzer erhielt.

Gekürt werden die Preisträger jeweils im Frühjahr. Mit 112 hat die «New York Times» bisher am meisten Pulitzer gewonnen, gefolgt von der «Washington Post» mit 47. Die Watergate-Enthüller Bob Woodward und Carl Bernstein sind Pulitzer-Preisträger. «New York Times»-Kolumnist Thomas Friedman kam drei Mal zu Ehren. John F. Kennedy ist der einzige US-Präsident mit Pulitzer. Das berühmteste Pulitzer-Foto schoss der Vietnamese Nick Ut. Es zeigt ein nacktes Mädchen auf der Flucht vor einem Napalmangriff.

Nicht jeder Pulitzer macht glücklich. Dreimal gewann Sari Horwitz von der «Washington Post» - wurde 2011 gleichwohl eines Plagiats überführt. Janet Cooke holte 1981 die begehrte Auszeichnung für eine Geschichte über einen achtjährigen Junkie - spektakulär, aber frei erfunden. Sie musste den Preis zurückgeben.

Der südafrikanische Fotograf Kevin Carter holte den Preis 1994 für ein Bild, das er im Sudan gemacht hatte. Es zeigt ein ausgemergeltes Kind, daneben einen hungrigen Geier. Das Tier, so scheint es, hofft auf einen schnellen Tod seiner Beute. Später wurde Carter gefragt, ob das Kind überlebt hatte. Er konnte die Frage nicht beantworten. Und zerbrach daran.

Wenige Monate, nachdem Carter den Pulitzer-Preis gewonnen hatte, beging er Selbstmord.



Sein 1956 erschienenes Werk «Zivilcourage» machte ihn zum einzigen Pulitzer-Preisträger unter allen Präsidenten in der Geschichte der USA: Am Beispiel von acht US-Senatoren beschreibt John F. Kennedy darin, dass Zivilcourage die wichtigste Eigenschaft eines Politikers ist.

Ringier Fotos des Quartals

Sechs Bilder aus Ungarn, Rumänien, China und der Schweiz, die Stars, Menschen von nebenan – und einen traurigen Hund zeigen. Jedes der Bilder ist in Kürze, meist aus einer spontanen Situation heraus entstanden.

GEORGIJ MERJAS Fotograf
MÁRTA CSORBA Bildredaktion

1 Umgeben von Frauenhänden – diese Bildidee gefällt dem ungarischen Jungschauspieler Márk Bozsek sofort. Das Resultat erscheint im Klatschmagazin **hot!** und unterstreicht laut Bildredaktorin Márta Csorba «den coolen Style und die entspannte Art» des Stars. Fotografiert wird im Ringier Studio in Budapest. Die Atmosphäre ist entspannt. Und Fotograf Georgij Merjas geniesst den Heimvorteil: «Die Vorbereitungen liefen glatt und ich wusste, als ich das Bild gemacht hatte: Das ist es!» Dass das Shooting so schnell vorbei ist, bedauert einzig Márk Bozsek. Denn wann passiert es schon, dass so viele Frauenhände nach einem greifen…

CORINNE DUBREUIL Fotografin
PASCALE MÉROZ QUEBATTE Bildredaktion

2 Melbourne, Sonntag, 26. Januar 2014, kurz vor Mitternacht in der Umkleidekabine des Melbourne-Park, Austragungsort der Australian Open. In einem aufreibenden Final hat Stanislas Wawrinka Rafael Nadal besiegt. Als sich Stan in der Kabine vor seinem Spind auf die Bank sinken lässt, liegen zwei Stunden und 21 Minuten körperliche Strapazen hinter ihm sowie ein Interview-Marathon. Die Schweizer Fotografin Corinne Dubreuil musste lange auf Stan warten, sie kennen sich seit Jahren. Und sie sieht: Stan ist müde, kaputt, ausgelaugt. Blitzschnell muss sie jetzt eine entspannte Atmosphäre schaffen. Während ein Security-Mitarbeiter die silberne Trophäe neben dem Tennis-Star platziert, fragt Corinne leise: «Stan, geniesst du deinen Triumph schon?» Er schliesst für einen Moment seine Augen, schweigt. Und Corinne fotografiert schweigend – für das Westschweizer Magazin **L'illustré.** Nur das Klack, Klack, Klack ihrer Kamera durchdringt die Stille. Eine Antwort braucht es jetzt gar nicht. Dieses Bild sagt mehr als es Worte vermögen.

BIN YU Fotograf
YINHAO WANG Bildredaktion

3 Es ist der letzte Tag ihrer Reise nach Yunnan, im Südwesten Chinas. Das Team um Fotograf Bin Yu arbeitet an einer Reportage für die Kochzeitschrift **Betty's Kitchen.** Dabei stossen sie auf dieses wunderschöne über hundert Jahre alte Gebäude. Früher bewohnte es ein wohlhabender Geschäftsmann – heute befindet sich hier ein beliebtes Restaurant. Bin Yu sucht den geeigneten Punkt, von wo aus er von oben herab einen hübsch angerichteten Snack und seine Zutaten aufnehmen kann. «Ich ging in eines der oberen Stockwerke und als ich runterschaute, sah ich die fünf Angestellten, wie sie ihr Mittagessen einnahmen. Ihre Kleider, die Mahlzeiten, die Umgebung – alles wirkte so authentisch. Ich musste sie fotografieren.» Dieses Bild kostete Bin Yu zwei Minuten, keiner wusste, wo er war – aber als er wieder auftaucht, hat er den Aufmacher der Geschichte dabei.

PHILIPPE ROSSIER Fotograf
MARTIN MÜLLER Bildredaktion

4 Erinnern Sie sich an Ihre Kindheit? An Nächte, in denen Sie unter der Bettdecke im Schein der Taschenlampe Winnetous Abenteuer verschlangen! Genau dieses Bild hat die Fotoredaktion des **SonntagsBlick Magazin** für die Titelstory zum Thema «Alles Internet» vor Augen. In Zeiten von iPhone, iPad brauchts aber keine Taschenlampe mehr. Und statt Bücher lesen die Kinder heute bestenfalls im App-Store downgeloadete Abenteuergeschichten. Eher aber gucken sie YouTube-Filme oder spielen Flappy Bird. Fotograf Philippe Rossier hat für dieses Bild seinen Sohn Felix ein fantastisches Video auf Papas iPhone schauen lassen – und im richtigen Moment abgedrückt. Der vor Staunen offene Mund des Siebenjährigen bezeugts. «Eigentlich war es nur ein Test. Ich wollte schauen, wie das iPhone als einzige Lichtquelle wirkt», sagt Rossier. Als er sein Foto in der Fotoredaktion vorlegt, ist diese von der «Testaufnahme» begeistert.

VLAD CHIREA Fotograf
CARMEN BUCUR Bildredaktion

5 Was für ein herzzerreissender Anblick! Labrador Max blickt auf die Grablichter vor dem Tor seines Zuhauses. Als ob er spürt, dass sein Herrchen Adrian Jovan niemals mehr heimkehren wird. Der Pilot ist mit seinem Flugzeug am Vortag im nebeligen Berggebiet der rumänischen Gemeinde Belis abgestürzt. Er war mit einem sechsköpfigen Ärzteteam zu einem Notfalleinsatz unterwegs. Fünf Passagiere überleben die Crash-Notlandung, Pilot Jovan und eine Assistenzärztin erliegen ihren Verletzungen. Fotograf Vlad Chirea macht sich zusammen mit einem Journalisten der Tageszeitung Libertatea auf zu Jovans Wohnort, wo sie trauernde Nachbarn oder Angehörige erwarten. Doch im Garten steht nur Max – wie versteinert. Erst nach Stunden, als sich die Schreckensnachricht verbreitet hat, kommen einige Nachbarn, stellen Kerzen zum Gedenken an ihren Helden auf. Als sie gehen, rührt sich Max, legt seine Vorderpfoten auf den Zaun, schaut mit diesem traurigen Hundeblick durchs Gitter. «Was für ein emotionales Bild», finden die Redaktion – und die **Libertatea**-Leser.

GABRIEL PĂTRU Fotograf
CARMEN BUCUR Bildredaktion

6 Auch die rumänische Hauptstadt Bukarest hat ihre Fashion Week. Und auch hier geht auf dem Catwalk nicht immer alles glatt. Aber bei diesem Sturz sind weder ein zu rutschiger Boden noch zu hohe Schuhe schuld, sondern schlicht und einfach der grosse Hunger von Andrea Podarescu. Als die Brünette im kleinen Schwarzen von Rumäniens TV-Star und Neu-Designerin Adriana Bahmuteanu über den Laufsteg schreitet, wird ihr plötzlich schwarz vor Augen – und sie legte sich der Länge nach hin. Der **Libertatea**-Fotograf hält die Szene fest, die fast wie ein Kunstwerk wirkt. Nachdem Ärzte Andrea wieder aufgerichtet haben, gesteht sie kleinlaut, seit Tagen nichts gegessen zu haben, um fit für die Fashion-Show zu sein.

An dieser Stelle stellt DOMO regelmässig die besten Fotos vor, die im vergangenen Quartal in Ringier-Titeln publiziert wurden.

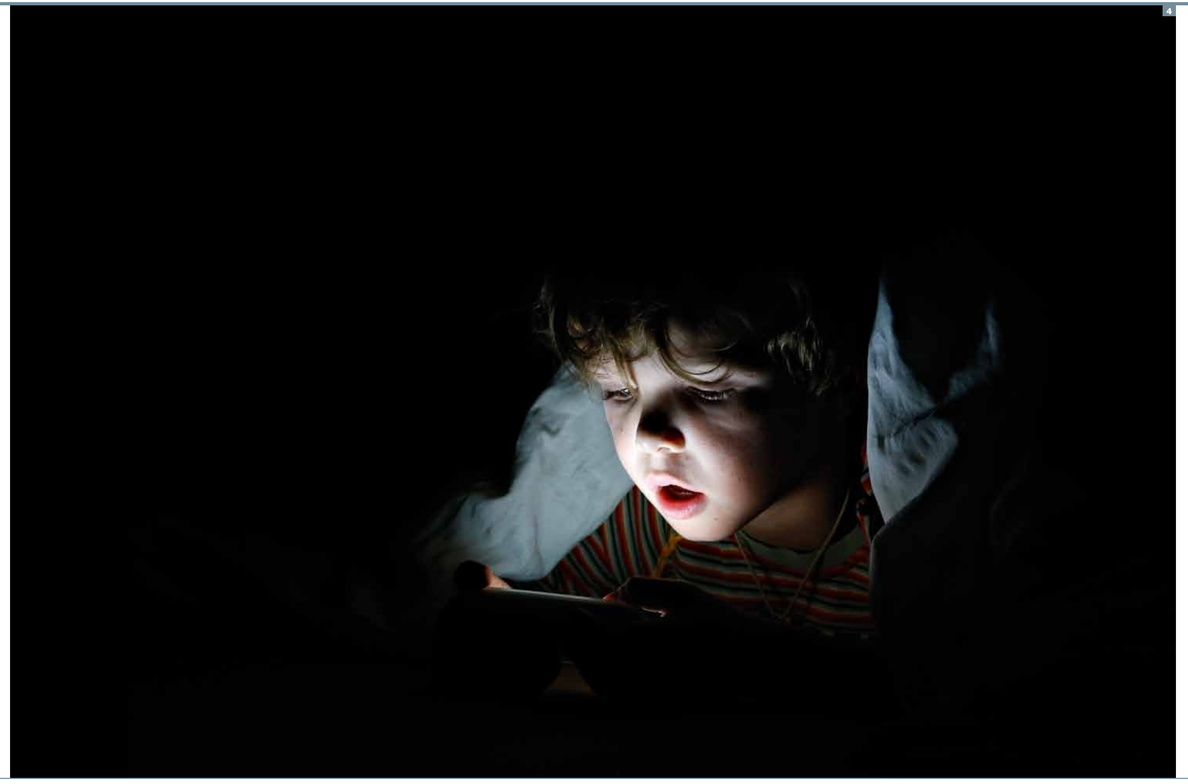
BLICKPUNKT RINGIER

An dieser Stelle stellt DOMO regelmässig die besten Fotos vor, die im vergangenen Quartal in Ringier-Titeln publiziert wurden.

2

3

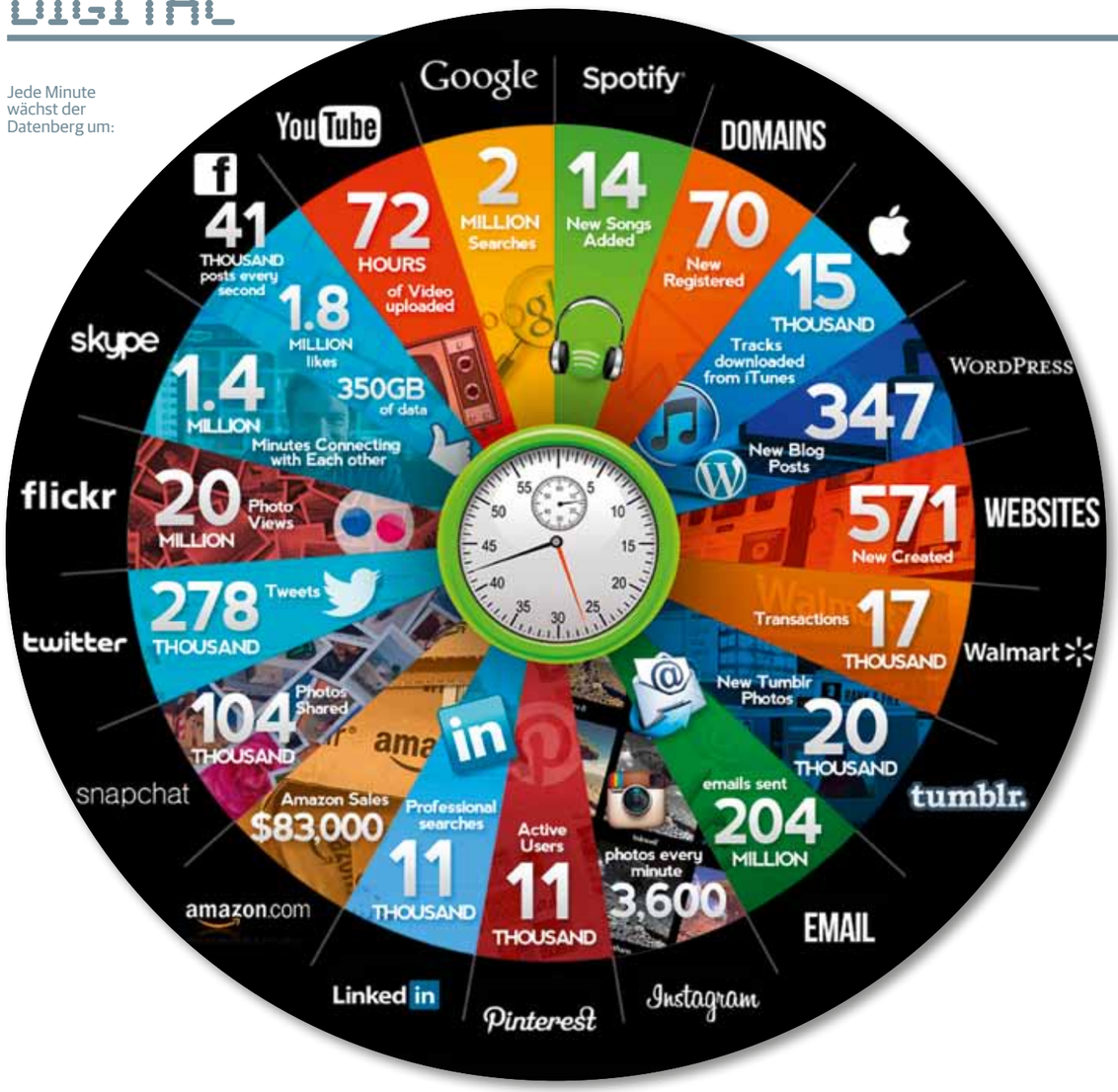
4



5

6

Jede Minute wächst der Datenberg um:



Big Data

Die ganze Welt spricht darüber. Doch was steckt hinter dem Schlagwort, das vor allem durch den NSA-Skandal strapaziert wurde? Ex-IBM-Manager **Gunter Dueck** erklärt, was Traktoren und Pferde damit zu tun haben – und wie Big Data unsere Welt bis in 30 Jahren verändert haben wird.

Text: René Haenig. Foto: Axel Schmidt/ddp, Pete Souza/The White House Press, RDB. Grafik: blog.qmee.com/qmee-online-in-60-seconds/ Design: mycleveragency, London

«Bald haben wir unseren Hausarzt immer als Armbanduhr dabei»

Arbeitete 24 Jahre für IBM Deutschland – zuletzt als Chief Technology Officer: Gunter Dueck, 62. Der Mathematik-Professor und Querdenker weiss, wie sich die Menschheit auf die digitalen Zeiten einstellen muss. Er lebt in Waldhilsbach bei Heidelberg, hat zwei Kinder und eine Ehefrau über die er aber weder in seinen Büchern noch im Internet etwas preisgibt. Eben: Auch in Zeiten von Big Data kann man Geheimnisse bewahren.

Herr Dueck, kennen Sie den Kinderreim: «Du siehst mich, du siehst mich nicht»?
Gunter Dueck: Na klar!
Seit einiger Zeit ist das Schlagwort «Big Data» in aller Munde. Was steckt dahinter?
Seit etwa 15 Jahren verstärken sich die Bemühungen, Daten für alle möglichen Zwecke intelligent auszuwerten. Man betrieb «Data Mining», baute «Data Warehouse» und versuchte sich in «Business Intelligence». Merkt man an Daten, ob ein Auto demnächst defekt ist? Ein Mensch krank wird? Eine Finanzkrise kommt? Jemand betrügt? Einen Terroranschlag plant? Früher sammelte man solche Daten mühevoll zusammen, heute entstehen sie wie von selbst, weil alles übers Internet läuft. Es geht neben aller Intelligenz darum, diese Masse an Daten zu bewältigen.
Und wie geschieht das?
Mit neuer Technologie. Computerprozessoren haben heute so grosse Hauptspeicher, dass man ganze Datenbanken von der Festplatte auf dem Chip selbst, also im Main Memory, halten kann. Ohne langsame Festplattenzugriffe lassen sich Auswertungen heute vielleicht um den Faktor 100 beschleunigen. Alles zusammen: Big Data!

Ist das nur ein Hype?
Naja, es ist schon eine Weiterentwicklung. Natürlich lächelt man ein bisschen von oben herab, wenn sich die Modebezeichnungen wieder mal ändern. Aber seien Sie fair – Sie können diese Frage immer neu stellen und haben etwas zu berichten! Das hilft allen, eine sehr kontinuierliche Entwicklung ab und zu wieder ins Licht zu rücken.
Die Menge und Verfügbarkeit von Daten nimmt massiv zu. Was bedeutet das für unsere Gesellschaft?
Durch die vielen Daten lassen sich immer mehr Abläufe steuern und automatisieren. Wir haben unseren Hausarzt bald als Armbanduhr immer dabei oder lassen es uns in selbstfahrenden Autos gut gehen. Grob gesagt: Das mit dem Internet fängt jetzt erst richtig an.
Ist Big Data eher Fluch oder mehr Segen?
War der Traktor ein Segen oder Fluch für die Landwirtschaft? Oder für die Pferde? Ihre Frage mag ich nicht. Das ist zu passiv. Man packe bitte an und gestalte es als Segen.
Manche vergleichen Big Data mit der Erfindung der Dampfmaschine, die unsere Welt von der Agrar- in die Industriegesellschaft geführt hat.
Das teile ich.

Fesselnd und mit drei Emmys geadelt. Der Erfolg der Politthriller-Serie ist kein Zufall. Das US-Unternehmen Netflix, das online TV-Serien und Filme anbietet, spioniert seine Zuschauer vorm Bildschirm geschickt aus und weiss so, was und wen das Publikum liebt – zum Beispiel «House of Cards»-Star Kevin Spacey.

Wird unsere Welt in 30 Jahren eine vollkommen andere sein?
Sowieso, schauen Sie die Welt von 1914, 1944, 1984 und 2014 an. Es ist immer ziemlich anders gewesen. Warum 2044 dann nicht auch?
Und wie muss ich mir sie vorstellen?
Nehmen Sie nur selbstfahrende Autos (keine Privaten mehr, nur Taxis per Klick), ältere Menschen bleiben so mobil, jeder hat eine Jahresflatrate von 24000 Kilometern.
Für welche Unternehmen lohnt sich Big Data?
Für grosse Firmen sicher, die anderen beziehen das Nötige als Cloud-Service. Daten entstehen ja überall. Man muss sie nur intelligent zusammenführen. Sehr komplex!
Wie werden diese Daten gesammelt?
Mehr und mehr automatisch. Leute per Telefon zu befragen oder Datenbanken per Hand zu füllen, ist bald zu teuer. Es wird Spezialunternehmen zum Sammeln geben.
Kann eine Big Data-Initiative einem Unternehmen Vorteile bringen?
Big Data heisst ja erst einmal nur, dass man mehr Daten schneller anschauen kann. Das verheisst einen Vorteil. Jetzt muss nur noch echte Intelligenz dazu. Viele hoffen, dass die Datenbank schon allein intelligent ist.
Und, ist sie es?
Ach nein! ▸

US-Präsident Barack Obama verdankt seine Wiederwahl 2012 ebenfalls Big Data. Sein Wahlkampfteam kann aufgrund verschiedenster Informationen über Wählerverhalten, Konsumenten und Sponsoren so detaillierte Profile der typischen Wechselwähler erstellen, dass diese an der Haustür als auch über Social Media systematisch bearbeitet werden können. Zudem werden gezielt Ansprachen und Mailings verfasst.

«Viele kleine Entscheide wird künftig der Computer für uns treffen»

Können Sie Praxisbeispiele nennen, wie aus Daten nutzbare Informationen zu gewinnen sind?
Mit etlichen Sensoren im Haus können wir früh Alzheimer-Erkrankte noch ein, zwei Jahre länger selbständig leben lassen. Weil die gespeicherten Informationen das Handeln übernehmen. Oder man kann Diabetes über eine Mensch-Internet-Verbindung von Computern in Realzeit einstellen lassen.
Wie sehr werden durch Big Data die Fakten, auf deren Grundlage wir Entscheidungen treffen, verändert?
Viele kleine Entscheidungen werden möglichst vom Computer getroffen. Ob zum Beispiel Verlage eBooks produzieren oder der Handel Amazon ernst nimmt, ist natürlich Menschensache. Da hätten Computer aber wahrscheinlich besser entschieden. Die grossen falschen Entscheidungen meist gegen einen Wandel sind ja eher solche gegen die Daten. Oder gegen alle Vernunft.
Im Hollywood-Film «Minority Report» werden Menschen bereits bei der Prognose für ein Verbrechen verhaftet. Im realen Leben wird an Flughäfen aufgrund der Farbveränderung im Gesicht auf die Herzfrequenz geschlossen, was Hinweise auf einen geplanten Terroranschlag liefern kann. Das macht Angst.
Soll es ja auch. Die Leute gehen dann ins Kino! Im Ernst: Alles, was uns als Mensch nicht gefällt, regeln wir doch irgendwann so halbwegs weise. Ich weiss wie Sie, dass es eben nicht ganz weise geregelt wird. Aber Sie dürfen jetzt nicht daraus schliessen, wir seien insgesamt dumm.
Big Data ist seit der Datenspionage des US-Geheimdienstes NSA in aller Munde – negativ.
Aber wir sind erstaunlich unbeteiligt, oder? Man entrüstet sich über die USA, glaubt nicht einmal, dass der eigene Geheimdienst besser ist und benimmt sich als Person einfach so, als ginge es einen selbst nichts an. Dabei kommen jetzt fast täglich Skandale durch Big Data ans Licht: Steuerhinterziehung, Kinderpornografie, Mauscheleien…
Wo bleibt die Freiheit, wenn wir uns in immer präziser berechneten Datenwelten bewegen, die von Programmierern, Statistikern, Geheimdienstleuten und Marketingexperten ausgelesen und organisiert werden?
Das pendelt sich ein! Oder ganz philosophisch: Gott sieht alles. Und man weiss, dass man ins Paradies kommt, wenn man Gott gefällt. Frage: Stört das normale Christen im Leben?

Dr. Big Data arbeitet auch im OP-Saal. Roboter, die in Echtzeit von Sensoren an die Operationsgeräte gelieferte Daten analysieren, kontrollieren den Schnitt des Chirurgen – und nehmen möglichen menschlichen Schrecksekunden jeden Schrecken.

Gibt es noch eine Information zu Ihnen, die ich nicht bereits aus der Datenmenge im Internet über Sie weiss?
Ich publiziere viel auf meiner Homepage, an zigtausend Followers, und berichte auch in Büchern von meinen Kindern. Meine Frau mag aber nicht dabei vorkommen, die kennen Sie deshalb nicht.

«Mit Big Data können wir bei Ringier unser Angebot noch besser auf Kunden ausrichten»

Marc Walder
CEO Ringier AG

Marc Walder, Big Data steht als eine der Top-Initiativen bei Ringier ganz oben auf der Agenda. Wie kommts?
Ringier besitzt als Gruppe einen enormen Bestand an Daten: Schweizer Illustrierte, L'illustré, Blick, SonntagsBlick, die Scout-24-Gruppe, DeinDeal, geschenkidee.ch, die Energy-Gruppe und und und. Die zentrale Frage für uns lautet nun: Wie lassen sich unsere Geschäfte optimieren durch eine verbesserte Nutzung dieser Daten?
Wissen wir bei Ringier, wie viele Datenmengen im «Haus» lagern?
Wie gesagt: Wir haben in all unseren Geschäftsbereichen eine enorm grosse Anzahl von Daten über unsere Leser und Kunden sowie über die User unserer digitalen Angebote. Diese sind allerdings verstreut und meist individuell auf das jeweilige Angebot zugeschnitten.
Von welchen Daten sprechen wir hier?
Daten über die Nutzung unserer digitalen Angebote zum Beispiel. Wer liest wann welchen Artikel zu welchem Thema über welchen Kanal. Daten über Abonnenten und Anzeigenkunden, sowie bei unseren E-Commerce-, Classified- und Radioangeboten natürlich auch Daten über die jeweilige Region, Interessen oder auch bestimmte Präferenzen.
Werden diese zur Verfügung stehenden Daten heute schon genutzt?
So genannte Customer Relationship Management Systeme (CRM) werden in vielen Bereichen bereits genutzt. Das volle Potenzial einer gemeinsamen Qualifizierung und optimierten Datenanalyse müssen wir aber nun erarbeiten. Bisher gibt es noch keine bereichsübergreifenden Datenanalysen. Einzig im Lesermarkt und beim Werbeverkauf wird bereits eine Kundensegmentierung vorgenommen. Grundsätzlich wollen wir mit all diesen Aktivitäten folgende Ziele erreichen: die Kundenzufriedenheit erhöhen, mehr Traffic generieren und ein höheres Salesvolumen im Nutzer- wie im Werbemarkt erzielen. Auf den Punkt gebracht: Wir wollen unsere Kundenbeziehungen besser monetarisieren.
Wie wird BigData im Unternehmen Ringier sonst noch genutzt?
In der Ringier Axel Springer Media AG haben wir in Polen mit Onet.pl ein sehr gutes Beispiel dafür, wie man sein Online-Angebot mit Hilfe von Big-Data-Analysen verbessern kann. Die Ausrichtung auf individuelle Kundenbedürfnisse ist hier bereits stark optimiert. So wird laufend erhoben, ob das Layout einer News-Site oder ein Videostreaming-Angebot positiv aufgenommen wird oder aber sofort wieder verbessert werden muss. Als Michael Ringier und ich im November in New York bei den Machern der Internet-Plattform BuzzFeed waren, haben wir Einblick bekommen, wie die Seiten aufgrund der laufend erhobenen Nutzungsdaten minütlich optimiert werden!
Welche anderen Möglichkeiten der Nutzbarmachung sind für Ringer denkbar?
Wir brauchen bereichsübergreifendes Know-how. Damit können wir die sich uns aufdrängenden Fragestellungen besser beantworten.
Was genau meinen Sie?
Ein Beispiel: Wenn wir wissen, welche Zeitungs- oder Magazin-Abonnenten auch Kunden bei unseren E-Commerce-Plattformen oder intensive Nutzer unserer digitalen Angebote sind, können wir unsere Angebote noch besser auszurichten.
In jüngster Zeit häuften sich Meldungen über Unternehmen wie UBS oder PricewaterhouseCoopers, die Probleme mit ihrer IT hatten und damit auch Datenlecks. Könnte das bei uns auch passieren?
Unsere Kundendaten sind besonderes gut gesichert und werden ständig überwacht. Wo immer möglich haben wir die Web-Angebote von kommerziellen Systemen getrennt. Damit ist sichergestellt, dass es keine versehentlichen Zugriffe auf diese Daten geben kann. Die geltenden Datenschutzrichtlinien sind für uns eine Selbstverständlichkeit.
Die NZZ-Gruppe baut gerade eine neue Abteilung Datenanalyse auf, die in Zukunft die grossen Datenmengen des Medienhauses auswerten und verwalten soll. Gibt es bei Ringier ebenfalls entsprechende Pläne?
In der Ringier Gruppe ist zum Teil bereits Know-how rund um Big Data vorhanden. Dieses Wissen soll zunächst optimal genutzt werden. Hier wünsche ich mir ein aktives Aufeinanderzugehen unter den vielen Ringier Firmen. Die Diversifikation unseres Unternehmens ist gerade in Zusammenhang mit Daten eine grosse Chance. Diversifikation bedeutet Datenvielfalt. Und Datenvielfalt bedeutet Potenzial.
Das Schlagwort Big Data wurde zuletzt vor allem durch den NSA-Skandal strapaziert. Müssen Ringer Mitarbeiter eigentlich fürchten, dass sie irgendwann auch «überwacht» und ausgespäht werden oder, schlimmer noch, irgendwann Algorithmen ihre Aufgaben übernehmen?
Kein Ringier Mitarbeiter muss Angst haben, dass es zu einer Überwachung kommt. Die Möglichkeiten, welche uns Datenanalyse-Tools bieten, werden uns in unseren Geschäftsfeldern helfen, die Wertschöpfung zu erhöhen. Dies ist das einzige Ziel der BigData@Ringier Initiative.

Live vom Parkett

Er ist das Gesicht der Wall Street im Schweizer Fernsehen. Seit 15 Jahren kommentiert **Jens Korte** das Wirtschaftsgeschehen in und um New York. Und ist dabei über sämtliche Krisen, Katastrophen und Kursschwankungen hinweg zum sichereren Wert geworden.

Text: Nina Siegrist. Fotos: Adrian Müller/RDB/SI, Hervé Le Cunff

Sein Beruf ist weit weniger glamourös, als manche sich das vorstellen. In seinem 20-Quadratmeter-Büro am New Yorker Broadway arbeiten er, Ehefrau Heike Buchter und die drei Mitarbeiter fast Schulter an Schulter zwischen Aktenbergen und Bildschirmen. Statt an einem Drink mit Brokern nippt Korte meist am längst kalten Kaffee aus dem Pappbecher. Und vor dem TV-Auftritt pudert er sich eigenhändig noch schnell auf der Etagen-Toilette das Gesicht und überlegt dabei, was er seinem sechsjährigen Sohn Max zum Abendessen kochen könnte.

Jetzt gerade hat Jens Korte ein klein wenig Zeit zwischen zwei Radio-Schaltungen. Das Mikrofon des Mini-Studios ist aus und er beginnt, etwas schneller und ungeschliffener als man es vom Fernsehen her kennt, zu erzählen. 1999 sei er nach New York gekommen, 29-jährig, gelernter Industriekaufmann mit frisch abgeschlossenem Volkswirtschaftsstudium. Er hatte etwas journalistische Erfahrung, wollte unbedingt im Ausland arbeiten. Die deutsch-amerikanische Handelskammer vermittelt ihm einen Job im Wall Street Correspondents Büro des Finanzjournalisten Markus Koch – «eigentlich hatte ich vom Börsengeschehen aber kaum Ahnung». Es ist die Zeit des neuen Marktes, noch ist die Internetblase nicht geplatzt, die Börse schreibt täglich Rekorde. Korte wird schnell mit immer mehr Verantwortung betraut, verfasst Texte, macht TV-Beiträge. Eine feste Bleibe hat er die ersten Monate nicht, er zieht von Couch zu Couch, bis klar wird: New York ist mehr als sein Temporär-Zuhause.

Privilegierter Platz: Dank jahrelangen Kontakten zur börseninternen TV-Produktionsfirma bekommt Jens Korte selbst dann noch einen Kameramann und einen guten Standort, wenn es am Stock Exchange rund läuft und alle Korrespondenten senden wollen.

Wo sich heute aus Schutt und Asche das One World Trade Center erhebt, spielen sich am 11. September 2001 dramatische Szenen ab. Jens Korte arbeitet wenige Meter entfernt im 17. Stock, als sich der erste Flieger in den WTC-Nordturm bohrt. Weil das Handynetz zusammengebrochen ist, rennt er zur Börse und warnt von dort aus per Festnetz seine Frau: «Raus aus Manhattan!» Dann beginnt er live zu berichten.

Am 11. September 2001 ist Korte dann plötzlich Betroffener und Berichterstatter zugleich: Er flüchtet von seinem Büro direkt neben dem World Trade Center in die Börse, berichtet von da aus über die Katastrophe. Hilfe erhält er von den Händlern an der Wall Street, es entstehen Freundschaften, von denen Korte noch heute zehrt. In den Monaten danach erschweren neue Sicherheitsbedingungen seine Arbeit, vor allem aber wird das Parkett mehr und mehr zur Kulisse: Der Handel mit Wertpapieren, Derivaten und Rohstoffen findet immer häufiger auf digitalem Weg statt. Und das Internet demokratisiert das Wissen: Bei der Recherche hat man plötzlich 1000 Quellen statt nur eine, gleichzeitig muss man sich im wachsenden Informationsmarkt aber durch fundierte Analysen abheben. Korte gründet mit seiner Ehefrau Heike Buchter – er hat sie bei Wall Street Correspondents kennen gelernt – ein eigenes Büro, das sie «New York German Press» nennen. Sie gönnen sich, wie Korte sagt, «den Luxus fundierter Recherche». Das geht allerdings nur, weil sie ihre Geschichten mehrfach verwerten und über verschiedene Kanäle spielen. 2007 schreibt Heike Buchter als eine der ersten Journalisten über den gefährlichen Handel mit Hypothekenpapieren und Kreditderivaten («das Spiel mit der heissen Kartoffel») – doch kaum jemand will ihre Warnungen drucken.

Kurzer Unterbruch. SRF4 ist am Telefon, Jens Korte erläutert das Marktgeschehen, verabschiedet sich, nimmt ein zweites Telefon ab: Es geht um sein Buch, das im März erscheint – eine kleine Liebeserklärung an die Wall Street und ein Abriss seiner Erlebnisse der letzten 15 Jahre. Prägend: Der Börsen-Crash 2008, «die vermutlich hektischste und profitabelste Zeit meiner Karriere.» Plötzlich interessierten sich alle für Wirtschaft, Korte absolvierte täglich über 20 TV- und Radio-Live-Schaltungen, wurde zum Gesicht der Finanzkrise. In der Folge wird er immer häufiger von Banken und Unternehmen als Redner engagiert: «Solange ich meine Meinung äussern und nicht jene des Veranstalters vertreten muss, ist das für uns eine gute zusätzliche Einnahmequelle.» Überhaupt müssen sich Korte und sein Team den veränderten Bedingungen anpassen: Viele Medienhäuser minimierten ihr Budget, einige Auftraggeber – so die Financial Times Deutschland – fallen ganz weg. Um diese Lücke zu füllen, lancierte New York German Press 2013 den Blog «Bold Economy», mit dem sie sich als Wissensplattform in Sachen digitale Revolution etablieren wollen. «Ein gewagter Versuch – aber wir glauben, dass wir so eine Marke kreieren, die uns weitere Aufträge einbringt.»

Wenig später schnappt Jen Korte seine Jacke und läuft zur Börse rüber. Noch ein TV-Auftritt, dann muss er Max von der Schule abzuholen. Was, wenn der Kleine Wall Street Korrespondent werden will? «Ich sag immer, mach was Anständiges, werd nicht Journalist.» Andererseits, sagt Korte im Davoneilen, sei es nunmal der vermutlich spannendste Beruf der Welt.

«Meine Medien»

- **Morgens lese ich die New York Times und das Wall Street Journal. Ich mag angelsächsische Reportagen, wie sie zum Beispiel das Wochenmagazin «New York» veröffentlicht.**
- **Auf www.marketwatch.com gibt es die wichtigsten Wirtschafts-Headlines des Tages auf einen Blick.**
- **Im Büro läuft bei uns nonstop CNBC – nicht der beste Sender, aber unterhaltsam.**
- **Spannende Wirtschaftsgeschichten findet man im Atlantic und (man würde es nicht erwarten!) in der Vanity Fair.**
- **Abends höre ich das Info-Radio WNYC.**
- **Die einzigen zwei Apps, die ich nutze, sind kicker online (um mich über meinen Lieblingsverein Eintracht Frankfurt zu informieren) und subway-surfer (um Max in der U-Bahn bei Laune zu halten).**

Am Puls der Zeit in Lagos

Sie startete im Januar 2012, erhielt im Oktober 2013 ein Facelift und hat ihren Besucherstrom im letzten halben Jahr verzehnfacht: die Boulevard-Plattform **www.pulse.ng** von Ringier Nigeria. Die Zielgruppe ist zwischen 18 und 35 Jahre alt, das Online-Angebot einmalig und der Boss? Eine Frau: Onnaedo Okafor. Hier verrät die Chefredaktorin, was in Lagos für Clicks sorgt.

NUMMER EINS

«Unter den momentan 50 grössten Websites Nigerias ist pulse.ng diejenige, die am schnellsten gewachsen ist. Innerhalb des laufenden Jahres wollen wir die klare Nummer eins unter den Online-Tabloids werden.»

TOPMODELS

«Das Exklusiv-Interview mit der ugandischen ‹Africa's Next Topmodel›-Gewinnerin war ein Renner. Wir lernten sie über einen ugandischen Komiker kennen, der uns in Lagos besucht hatte. Sie war superglücklich, von pulse.ng interviewt zu werden – wir auch!»

LIEBSCHAFTEN

«Ich träume von einer ganz bestimmten Meldung: Sänger D´Banj und Schauspielerin Genevieve Naji wird ein Verhältnis nachgesagt. Ein Foto, welches das beweisen würde, wäre 1000 Storys wert. Ansonsten ist es wie überall auf der Welt: Sex sells – auch bei uns.»

APPS

«Unsere Mobile-Seite ist superoptimiert für alle Geräte hier – und die Nutzung wächst rasant. Über eine Mobile-App denken wir ebenfalls nach, aber noch ist nichts in der Pipeline.»

Vorne: Chinedu Adiele, Senior Associate Photography.

Mittlere Reihe (v. l.): Anikan Etuhube, Senior Associate Video Editing. Marvelous Ekenna, Senior Associate Communication. Joan Ngomba, Senior Associate Content. Gbenga Adeyemi, Scout. Yetunde Oyeleke, Head Online Marketing. Onnaedo Okafor, Editor. George Nbam, Senior Associate SEO. Olufemi Oyebanjo, COO. Jonathan Akan, Senior Associate Content. Johnson Ogundipe, Scout.

Hintere Reihe (v. l.): Nuel Anaba, Intern Video Editing. Bunmi Awolusi, Category Manager. Chisara Imadojemun, Scout. Lekan Oladele, Scout. Olamide Olarewaju, Senior Associate Content. Isaac Dachen, Senior Associate Content. Aniete Ekanem, Head of Event. Leonard Stiegeler, General Manager. Ubong Jacob Kingsley, Office Administrator.

Hollywood made in Britain

Eine gute Geschichte will erzählt sein – hat also einen Anfang und zumindest einen Höhepunkt. Die von **Jackie und Joan Collins** handelt von Glamour, Männern und Sex. Eine Kostprobe erhielt DOMO-Autor Helmut-Maria Glogger in einem Gespräch – brühwarm und ungeniert.

Foto: Tony Costa/Corbis/Dukas

Beginnen wir mit meinem Freund Gunter Sachs. Genau, dem Kunstsammler, Fotografen, Millionär und letzten Gentleman-Playboy. Der sich vor einem Jahr, am 7. Mai 2011, in Gstaad erschoss. Als die Geschichte begann, waren Gunter und ich putzmunter. Wir trafen uns im Coachella Valley im südkalifornischen Golfparadies Palm Springs, Gunters Paradies aus Blumen, Palmen, Wasserfall und Teich für die 75 japanischen Zierfische. Ich machte die erste grosse Reportage über Gunter Sachs in Kalifornien für die Illustrierte BUNTE.

Abends fuhren wir im alten Rolls-Royce von Meister Sachs ins «Chaplin's» in Palm Springs - dem Restaurant von Sachs-Freund und Chaplin-Sohn Sydney Chaplin. «Hey. I'm Charlie's son», begrüsste uns der Sohn des Filmgenies und der Hollywood-Lolita Lita Grey. Und bald versanken Gunter und Sydney in Episoden und Anekdoten aus ihrer beider Leben. So erfuhr ich, wie Sydney als Kind unter der Scheidungsschlacht seiner Eltern litt. Doch schnell kam das Gespräch der beiden Lebemänner auf die Collins-Sisters, also «Denver»-Biest Joan und deren Schwester, die nicht minder attraktive Bestsellerautorin Jackie Collins.

«Two bitches, zwei der amüsantesten, zynischsten Ladys meines Lebens», eröffnete Sidney den ersten erotischen Zug.

«Aber Joan war doch die erste...» insistierte der weise Gunter.

«Genau. Die erste Collins-Sister, die ganz jung nach Hollywood kam, irgendeinen Film-Boss verhexte und dann Marlon Brando, Richard Burton, Robert Wagner, Warren Beatty und den späteren ‹Love Story›-Star Ryan O'Neill versexte. Denen aber stets mit Hirn und Hose überlegen war.»

Zwischen Joan Collins, dem Intrigen spinnenden Sex-Biest «Alexis» im TV-Serien-Hit «Denver Clan», und US-Boy Sydney funkte es 1955 bei Dreharbeiten. Doch Joan war nicht genug. Ob aus Langeweile, Einsamkeit oder schlichtem Familiensinn - jedenfalls liess Joan ihre Schwester Jacqueline Jill Collins, genannt Jackie, nach Los Angeles einfliegen. Joan und Jackie lebten wie wahre Schwestern - sie teilten (fast) alles: Als Joan mal ausgeflogen war, flog eben Sydney auf Jackie.

Schnitt. Jahre, viele Jahre später. Im Pariser Luxushotel Plaza Athenée. Interview mit Jackie Collins, deren Bücher in 40 Sprachen übersetzt wurden. Weltweit verkaufte sie weit über 500 Millionen Exemplare. Ihre Erfolgstitel heissen «Hollywood Affairs», «Die Erben Hollywoods», «Lucky Player» oder «Die Stute».

Jackie Collins - das ist Hollywood pur an der Seine: enges US-Korsett, aus- und durchaus einladende Brust-Kavallerie, mit blauem, leicht irisierendem Augen-Make-up - dazu in Reich- und Trinkweite eine geöffnete Flasche Veuve Cliquot in grob gehacktem Eis - plus beschlagene Kelche.

Als ich ihr die Geschichte von Sydney erzähle, benetzt sie höchst amüsiert mit leichtlebiger Zunge ihre tiefroten Lippen: «Meine eigene Geschichte? Ich erzähle sie Ihnen: Ich kam 15-jährig aus London nach Hollywood, besuchte meine Schwester Joan, die da schon ein berühmter Filmstar war. Als ich ankam, dachte ich, ich schlafe im Bett meiner grossen Schwester. Pech gehabt. Da schlief schon Warren Beatty.»

Und Sydney? «Oh, der war wie ein grosser Bruder für mich! Einer der amüsantesten Menschen, die ich kennengelernt habe.»

Wer brachte Sie denn zum Schreiben? «Die Bücher von Harold Robbins und Mickey Spillane. Bei denen Frauen - ausser im Bett - keine Rolle spielen. Ich drehte den Spiess um: Meine Heldinnen können alles, was Männer können - nur besser.»

Und immer standen reale Personen Pate? «Nein. Auch wenn die Venus Maria in «Vendetta» an Madonna erinnert - ich komponiere aus vielen Menschen meine Fantasiefiguren.»

In Ihrem Buch «Lucky Player» geht's wieder um die skrupellose Lucky Santangelos. «Die ist ja auch eine faszinierende Person: stark, intelligent, smart und sexy.»

Und es wird auf fast jeder Seite gesexelt! «Im wahren Leben wird doch genauso betrogen, gelogen und gebumst wie in meinen Büchern. Junge Mädchen, die mich lesen, wissen wenigstens: Es geht wirklich um guten Sex.»

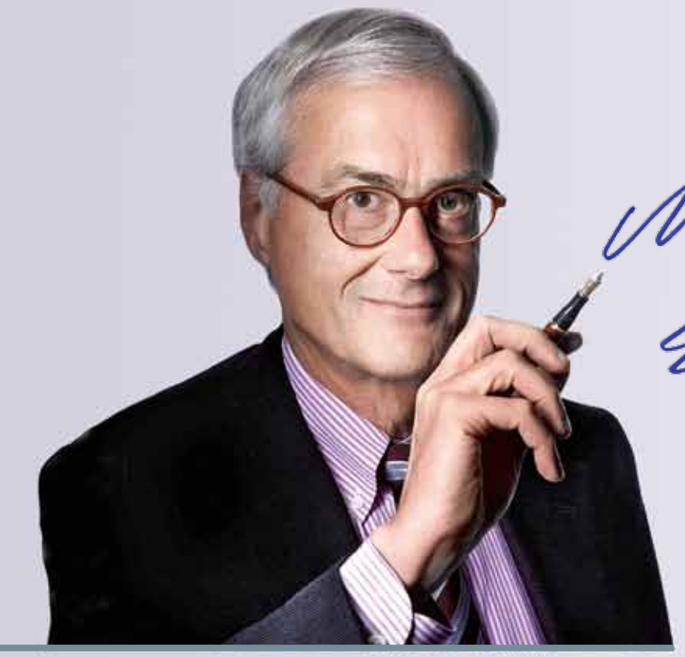
Apropos Sex. Und diese Frage versteht nur, wer weiss, dass damals Bill Clinton US-Präsident war. Wie stehen Sie zu Bill Clinton? «Dem mächtigsten Mann mit offenem Hosenschlitz und einem Mädchen, das ihm einen Blow-Job verpasst? Peinlich!»

Sie finden Clinton also nicht sexy? «Nein. George Clooney hat einen höheren Sex-Faktor.»

Was ist denn nun Ihr Erfolgsgeheimnis? «Ich schaue britisch geschult und ironisch auf mein Hollywood. Und sehe, wie sich jetzt alle Männer liften lassen und doch lächerliche Figuren bleiben.»

Das ist aber Ihre Welt. «Das ist die Show-, Rockstar-, Drogenwelt, die ich beschreibe. Oder meinen Sie allen Ernstes, ich würde meine Zeit mit wunderschönen, aber völlig verblödeten Models verbringen?»

Als «Alexis» in der TV-Serie «Denver Clan» avancierte Joan Collins, 80, (r.) zum weiblichen Fernseh-Star der 80er-Jahre. Von sich reden machte sie auch wegen ihrer zahlreichen Eheschliessungen. Joan war fünfmal verheiratet. Ihre Schwester Jackie, 75, (l.) schaffte es als Autorin mit all ihren 29 Romanen in die Bestsellerliste der New York Times.



Nach der Euphorie

«Kohle und Öl verbrennen, das konnte schon der Neandertaler. Atomkerne spalten konnte er dagegen nicht.» Dieser Satz, zitiert in der NZZ am Sonntag, von Hans Rudolf Lutz, dem ersten Direktor des Kernkraftwerks Mühleberg, erinnert an eine Zeit, in der man einer neuen Technologie mit grenzenloser Euphorie begegnete. Die Energieprobleme schienen für alle Zeiten gelöst, und laut Wikipedia träumte man von atomaren Antrieben für Flugzeuge und Lokomotiven und von der Entsalzung des Meerwassers oder der Begrünung der Wüsten dank Atomenergie. Ultimativer Ausdruck dieser Technologiegläubigkeit war das Atomium, ein Gebäude aus neun Atomen als Wahrzeichen der Weltausstellung 1958 in Brüssel.

Auch die Schweiz legte mit dem Bau von fünf Atomkraftwerken innerhalb von 15 Jahren ein Bekenntnis zur atomaren Energiezukunft ab. Und Michael Kohn, langjähriger Präsident von Motor Columbus, einem schweizerischen Energieversorgungsunternehmen, bekam von den Medien den Titel «Atom-Papst» verpasst – sehr passend zu einem fast religiösen Glauben an eine neue Technologie. Wer heute die westlichen Medien zum Thema Atomenergie durchstöbert, wird allerdings auf ein ganz anderes Vokabular stossen. Das am häufigsten benutzte Wort heisst «Ausstieg».

Und was hat das mit unserer Medienwelt zu tun? Die ersten Atomjahrzehnte erinnern mich fatal an die unaufhaltsame Digitalisierung unseres Alltags seit den neunziger Jahren. Was wurde uns da nicht alles versprochen. Grenzenlose Freiheit, schrankenlose Offenheit, unbeschränkte Individualität und noch viel mehr gesellschaftliches Manna aus der Internetparadiesbäckerei. Und was ist heute – auch – ein Teil der Realität? Grenzenlose Datensammlerei, schrankenlose Überwachung und unbeschränkte Manipulation. Und in der NZZ am Sonntag eine durchaus provokative Schlagzeile «Das Ende des Internets» – ohne Fragezeichen!

Lineare Strategien eines Unternehmens führen zwangsläufig in die Sackgasse. Lineare Euphorie meistens in die Pleite. Deshalb möchte ich hier an den Lieblingssatz meiner Frau erinnern. Er stammt von Francis Picabia, einem der bedeutendsten Künstler zu Beginn des 20. Jahrhunderts: «Der Kopf ist rund, damit das Denken die Richtung wechseln kann.»

Michael Ringier

Illustration: Igor Kravarik

Mitarbeiter fragen …

Seit Februar ist die Ringier AG um ein Land reicher: Senegal ist neu dazugekommen. Weshalb ausgerechnet dieser westafrikanische Staat?

Robin Lingg, Head of Business Development:

«Senegal ist für uns ein idealer Hub für Französisch-Westafrika, und ich bin glücklich, dass wir mit Expat Dakar (www.expat-dakar.com) die grösste Classified-Plattform dieses aufstrebenden Landes in die neu gegründete Ringier Sénégal S.A. überführen konnten. Wir haben 51 Prozent dieser profitablen Plattform erworben, und ihr Gründer Mapenda Diop ist gleichzeitig unser General Manager in Senegal. Ein ausserordentlich unternehmerischer, erfahrener und erfolgreicher Mann. Expat Dakar beschäftigt derzeit zwölf Angestellte und hat aktuell rund 21 000 Anzeigen in 47 Kategorien online. Das Portal verfügt über eine Android-Applikation. Eine iOS-App ist derzeit in Erarbeitung. Das passt insofern bestens in unsere Digital-Strategie.»

«Durch die Integration von expat-dakar.com können wir unsere Erfahrungen gegenseitig einfliessen lassen. Ausserdem schaffen wir Synergien und werden zusammen mit Ringier unsere Website professionalisieren»

Mapenda Diop
General Manager
Ringier Sénégal S.A.

Ringier Ungarn soll – wenn es die ungarische Wettbewerbs- und die Medienbehörde erlauben – bald schon ins Joint Venture Ringier Axel Springer Media AG übergehen. Hat Ungarn nicht rentiert?

Florian Fels, CEO Publishing der Ringier AG:

«Nein, ganz im Gegenteil! Es war seit Beginn des Joint Ventures im Jahr 2010 unser Ziel, unsere Aktivitäten in Ungarn mit einzubinden. Hierfür mussten wir einen Teil des ungarischen Portfolios an unseren langjährigen Partner Vienna Capital Partners verkaufen. Ich bin überzeugt, dass für die Mitarbeitenden und die Entwicklung des ungarischen Geschäfts damit eine ausgezeichnete, zukunftsorientierte Lösung erzielt werden konnte. Es entstehen zwei neue, starke Medienunternehmen – ausgestattet jeweils mit einem homogenen Portfolio – die einerseits die ungarische Medienvielfalt erhalten und andererseits, einer verlegerischen Idee folgend, ihren eigenen Weg gehen werden.

10 JAHRE DABEI:
Bührer Stefan, Ringier AG. **Lange Klaus,** Ringier AG. **Strässle Daniel,** Ringier AG. **Bovier Lionel,** JRP Ringier Kunstverlag AG. **Velic Huse,** Ringier Print. **Wang Yang,** Ringier China. **Sun Jie,** Ringier China. **Julia Zhou,** Ringier China. **Kathy Wang,** Ringier China. **Salina Lu,** Ringier China. **Anthea Zhang,** Ringier China. **Snížek Petr,** RASMAG. **Tomek Lukáš,** RASMAG. **Jaroch Jan,** RASMAG. **Hyšplerová Noemi,** RASMAG. **Peisert Vojtěch,** RASMAG. **Gyüre Mihály,** Ringier Ungarn. **Darabos Péter,** Ringier Ungarn. **Martinescu Anca Luana,** Ringier Rumänien. **Nitescu Marian,** Ringier Rumänien. **Scundu Florin Adrian,** Ringier Rumänien. **Mihai Nela Laura,** Ringier Rumänien.

20 JAHRE DABEI:
Gluntz Geneviève, Ringier Lausanne. **Žemličková Ilona,** RASMAG. **Čumpl Milan,** RASMAG. **Hau Florin,** Ringier Rumänien.

25 JAHRE DABEI:
Gasser Peter, Ringier AG. **Haller Lukas,** RP Ringier Kunstverlag AG. **Voser Peter,** Ringier Print. **Benedek Tamas,** Ringier Print.

30 JAHRE DABEI:
Scheipers Othmar, Ringier Print.

35 JAHRE DABEI:
Blum Bernhard, Ringier AG. **Burghart Albert,** Ringier Print. **Schumacher Anton,** Ringier Print. **Lopez Julio,** Ringier Print.

PENSIONIERUNGEN:
Baltisberger Ulrich, Ringier AG. **Lange Klaus,** Ringier AG. **Nikli Georg,** Ringier AG. **Benoit Roger,** Ringier AG. **Maeso Doris,** Ringier AG. **Tóth László,** Ringier Ungarn.

TODESFÄLLE:
Kammermann Hans, 20.10.13
Albisser Anton, 31.10.13
Christen Paul, 2.11.13
Sorescu Diana Valeria, 6.11.2013
Lang Gertrud, 9.11.13
Limacher Fredy, 9.11.13
Biedermann Friedrich, 10.11.13
Trüb Hannes, 14.11.13
Ruesch Otto, 25.12.13
Karl Schmidlin, 31.12.2013
Böhm Harald, 2.1.14
Schumm Fritz, 2.1.14
Hasler Erwin, 6.1.14
Schweizer Richard, 17.1.14
Sarbach Fredy, 19.1.14

Der Lehrmeister des Ringier-CEOs

Er geht schlafen, wenn andere aufstehen: **Roger Benoit.** Der Mann, der aus der Formel 1 nicht wegzudenken ist, aber trotzdem kein Benzin im Blut hat. Dafür machen ihn Lotto-Zahlen glücklich.

Sein Name ist Benoit. Roger Benoit, genannt Boliden-Roger. Markenzeichen: Havanna-Zigarre («ich habs gern sehr stark») im Mundwinkel, sommers wie winters im Preppy-Chic gekleidet: Button-down-Hemd, über die Schultern geschlungener Pulli, die Füsse nackt in Prada-Slippern (selbst bei Minus 20 Grad; er findet Socken unhygienisch).

Seit 45 Jahren schreibt der Mann, der sich in keine Schublade stecken lässt, für Blick über den Formel-1-Zirkus. Bei 654 Rennen stand er hautnah neben Niki Lauda, Ayrton Senna, Gerhard Berger, Michael Schumacher oder Sebastian Vettel in der Boxengasse von Silverstone, Spa oder Monaco. Ein autoverrückter Speed-Junkie? Von wegen. «Mich interessieren die Fahrer.» Dass der Formel-1-Experte von der Schweizer Polizei gestoppt und wegen zu langsamen Fahrens auf der Autobahn gebüsst wurde, amüsiert ihn selbst. Boliden-Roger mags gemächlich, er fährt seit 20 Jahren Mercedes, «die kleinste Klasse, die es gibt».

Benoit hätte auch Karriere im Fussball machen können. Zwei Jahre war er jüngster Schiedsrichter in der Schweiz. Er entscheidet sich für eine Lehre als Schriftsetzer, ehe er als Sportreporter in Basel anfängt. 1969 heuert er beim Blick an, dem er jetzt sogar bis über seine Pensionierung hinaus treu bleibt. «Loyalität ist mir sehr wichtig.» Am ersten Arbeitstag 1969 trug der junge Roger sogar

Roger Benoit mit Havanna-Zigarre und im Ferrari-Rennoverall von Formel-1-Legende Gerhard Berger.

Krawatte und Kittel. «Ich dachte, das gehört sich so.»

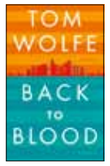
Soviel Benoit über Weltmeister in der Formel-1-Welt geschrieben hat, er selbst hält auch einen Rekord: 18 Jahre (!) erschien jeweils freitags «Rogers Millionen-Ecke», die Lotto-Kolumne. Ende Februar 2014 schrieb er mit der 959sten die Letzte. Selbst wenn er rund um die Welt jettete, führte er akribisch Buch über die Glückszahlen, die ihm vor neun Jahren sogar einen Gewinn von 55 000 Franken ins eigene Portemonnaie spülten. Über Boliden-Roger könnte man locker ein Buch schreiben, so viel Storys hat er erlebt. Eine sei hier noch verraten. Vor Jahren musste er einem jungen Reporter beibringen, «dass Sportjournalismus nicht nur aus dem FC St. Gallen besteht». Der Name des Jungen? Marc. Marc Walder. Er ist heute CEO des Ringier-Konzerns. **R.H.**

Schillernde Figur: Der junge Roger Benoit 1970 mit Schlips (l.) und 2013 im Gespräch mit dem viermaligen Formel-1-Weltmeister Sebastian Vettel.

Buch-Tipps
von Marc Walder

Schon gelesen? Lust auf Neues? Hier verrät Marc Walder, welche Bücher er kürzlich gelesen hat, und warum sie ihn faszinieren.

Tom Wolfe
BACK TO BLOOD



Tauchen Sie ein in die magischste Stadt Amerikas: Miami, wo die spanisch sprechenden Kubaner zwar in der Überzahl sind – die Weissen aber noch immer das Geld haben. Detailgetreu beschreibt Wolfe den ehrgeizigen Polizisten, den geltungssüchtigen Sexualtherapeuten, die kunstgierigen Millionäre und schafft damit einen grossartigen Gesellschaftsroman. Seit vielen Jahren verbringe ich gemeinsam mit meiner Familie einige Wochen in Miami South Beach – hier gibt es alles: Traumstrand, unzählige Freizeitaktivitäten, coole Restaurants, viel Kunst, noch mehr sympathische und gutgelaunte Menschen. Das Sprichwort «Life is easy in Miami Beach» stimmt zu hundert Prozent.

ISBN: 978-3-89667-489-0
Verlag: Karl Blessing Verlag

Jakob Augstein
DIE TAGE DES GÄRTNERS

Als Hobbygärtner würde ich mich nicht bezeichnen. Ich schätze aber einen schönen Garten als Ort der Ästhetik und der Langsamkeit. Im Buch von Jakob Augstein finden sich nicht nur Informationen zum Büschepflanzen und Zwiebelnsetzen, sondern auch Gedanken zu Fragen, die einem beim Unkrautjäten durch den Kopf gehen. Der Ton des Buches amüsiert: «Ein Garten bleibt immer da. Will immer bekümmert werden. Und wenn Sie nachlassen, straft er Sie unmittelbar mit Verwilderung.» Ein weiterer Grund, unserem Bambus und unseren Hortensien mehr Aufmerksamkeit zu schenken.

ISBN: 978-3-446-23875-6
Verlag: Carl Hanser Verlag

WOHNUNGEN AUF DEN MARKT!
Wohnungen in Zürich jetzt gratis inserieren.
immoscout24.ch/gratis
IMMO SCOUT 24
MAXDOMEDIA

KSP
SCHWEIZER ILLUSTRIERTE
DIE SCHWEIZER STARS IM ABO.
JETZT BESTELLEN: www.online-kiosk.ch/si