

Flow: Ein Frauenmagazin erobert den Markt

# DOMO



Ringier

Unternehmensmagazin  
März 2015



Chancen und Risiken der Generation Smartphone

# KINDER IM NETZ

## 4 Im Netz zu Hause

Unsere Kleinen beherrschen die Medien wie die Grossen. Die Chancen und Risiken der Digital Growth Ups – und die damit verbundene Herausforderung für Eltern und Medien.

## 10 Die Tage danach

Nach dem Attentat auf «Charlie Hebdo» berichten sie für Blick aus Paris: Adrian Meyer und Philippe Rossier. Ein Making-of.

## 12 Ein neugieriger Clown tritt ab

In seiner satirischen Nachrichtenschau erklärt Jon Stewart die Realität. Jetzt hört er auf. Eine Rückschau.

## 16 Blickpunkt Ringier

Die besten Pressefotos des Quartals.

## 18 Interview

Das Frauenmagazin «Flow» ist das Juwel im Hause Gruner + Jahr. Warum diese Zeitschrift unter ihren Leserinnen als «Brainspa» gilt, erklärt Chefredaktorin Sinja Schütte.

## 20 Digitaltrends 2015

Den Hipster-Bart oder Hoodie sucht man beim CEO von Ringier Digital vergebens. Um Trends und Geschäftsideen aufzuspüren, ist Thomas Kaiser still und unaufgeregt unterwegs.

## 24 Inhouse

Sie sind unser ganzer Stolz – und schon werden sie uns untreu: Ringier Journalistenschüler berichten von ihren Gastredaktionen im Ausland.

## 26 Ringier trifft Stars

George Clooney küsst und umarmt sie. Dass er ihren Namen nie weiss, verzeiht ihm Ringier Hollywood-Korrespondentin Marlène von Arx grosszügig.

## 28 Michael Ringier

Der Tod des Journalismus – eine Erkenntnis nach 70 Minuten auf dem Crosstrainer.

## 29 Talk

Fragen ans Management.

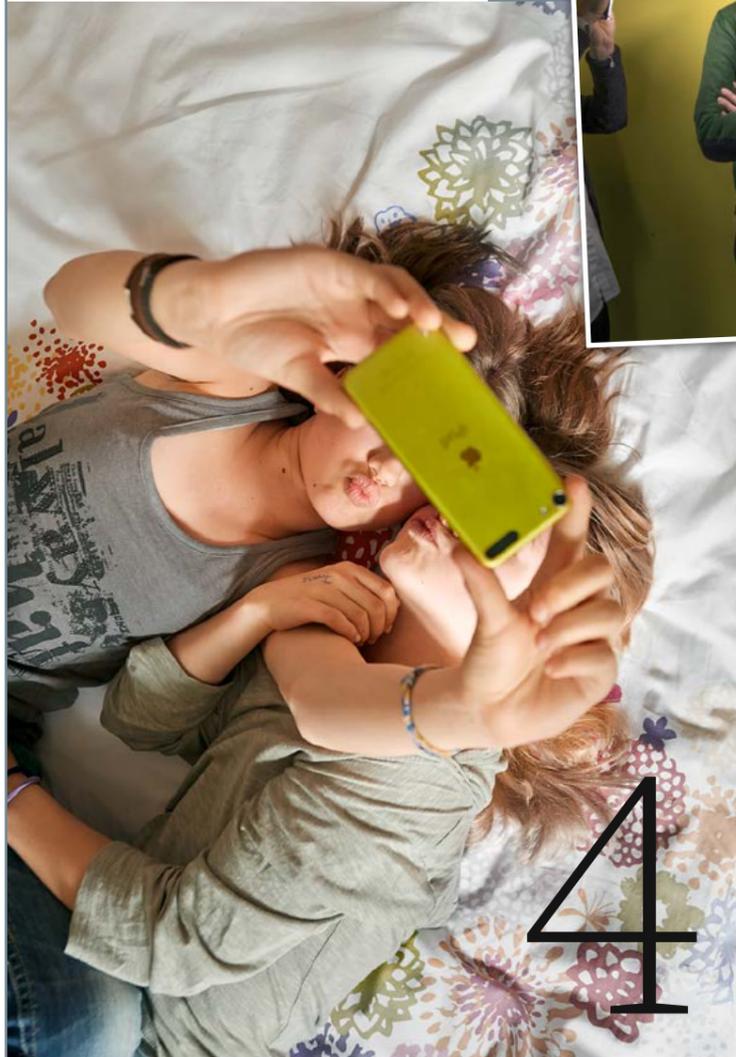
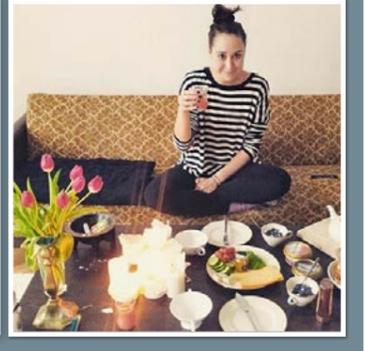
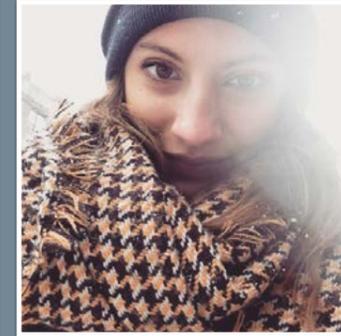
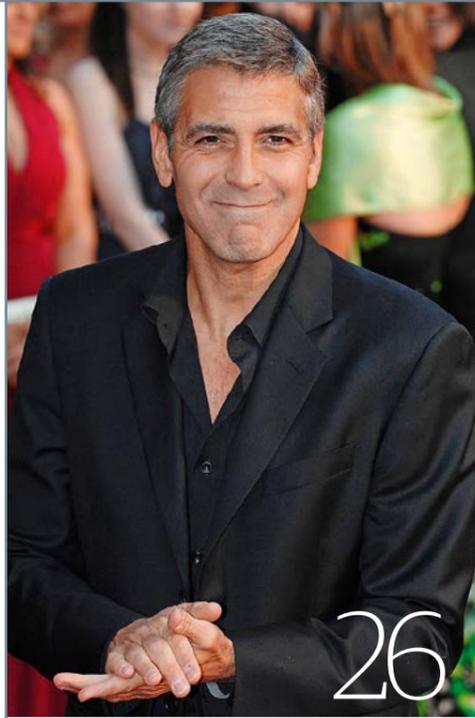
## 30 Unter uns

Nachruf / Dienstjubiläen / Buch-Tipps.

Cover: Gian Paul Lozza / 13Photo

## Impressum

**Herausgeber:** Ringier AG, Corporate Communications. **Leitung:** Edi Estermann, CCO, Dufourstrasse 23, 8008 Zürich. **Chefredaktorin:** Bettina Bono. **Redaktionelle Mitarbeit:** Ulli Glantz (visuelle Umsetzung), René Haenig, Peter Hossli, Adrian Meyer, Nina Siegrist. **Übersetzer:** Xavier Pellegrini/Textes.ch (Französisch), Claudia Bodmer (Englisch), Ioana Chivoiu (Rumänisch), Lin Chao/Yuan Pei Translation (Chinesisch). **Korrektorat:** Regula Osman, Peter Hofer, Kurt Schuiki (Deutsch), Patrick Morier-Genoud (Französisch), Claudia Bodmer (Englisch), Mihaela Stănculescu (Rumänisch). **Layout/Produktion:** Nadia Lattmann, Zuni Halpern, Basilius Steinmann (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, Rumänisch und Chinesisch.

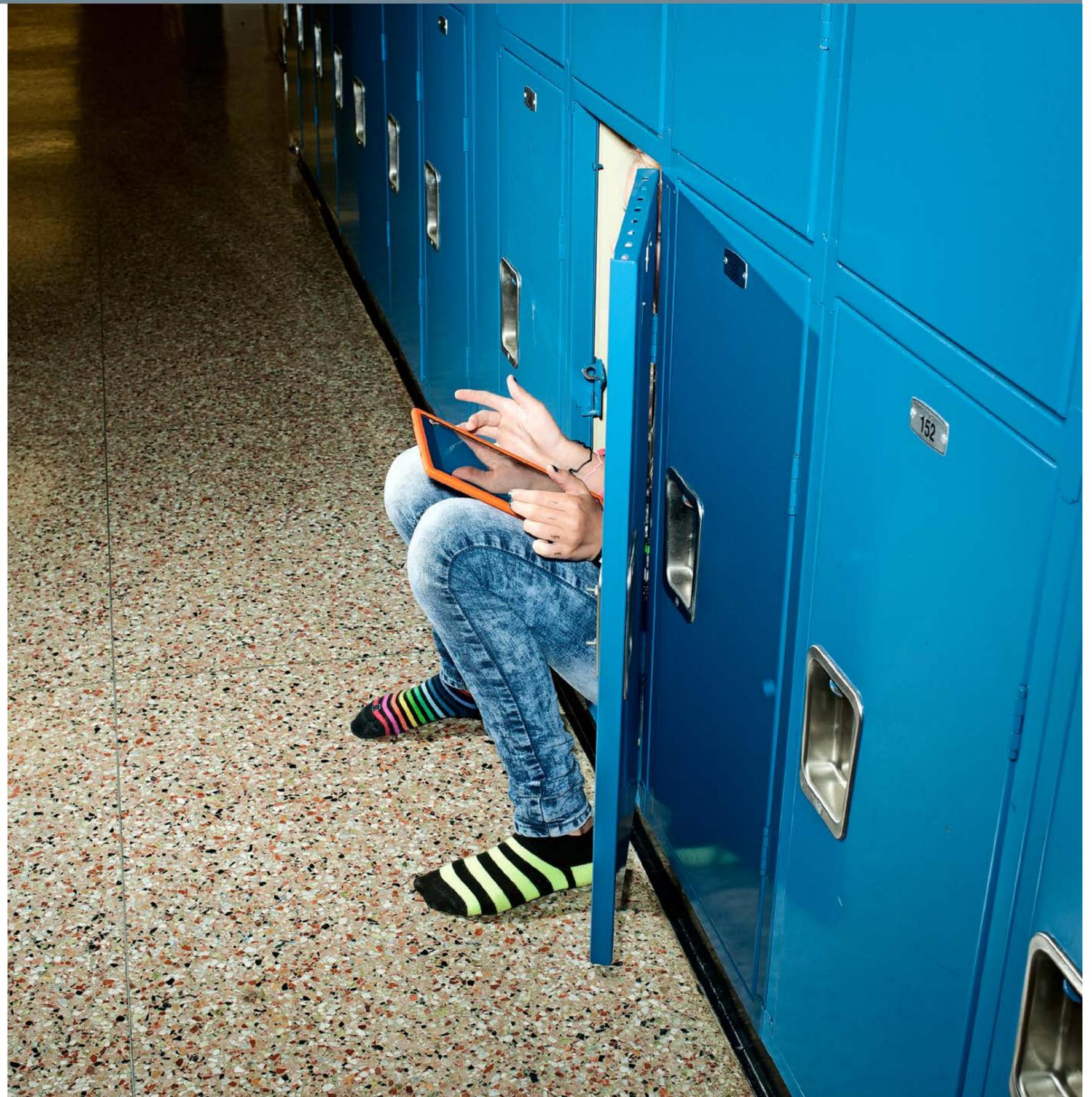


Generation Smartphone

# Im Netz zu Hause

Unsere Kleinen beherrschen die neuen Medien wie die Grossen. Umgeben von Bildschirmen, wachsen sie zu «Digital Grown Ups» heran. Chancen und Risiken einer neuen Welt.

Text: Nina Siegrist



Vor nicht allzu langer Zeit war doch alles noch ganz anders: Jungs bauten Städte aus Lego, trugen Autorennen auf der Carrera-Bahn aus. Auf dem Pausenplatz balgten sie sich mit Kameraden, nur um wenig später den mitgebrachten Znüni mit ihnen zu teilen. Mädchen experimentierten mit Mamas Make-up, sehnten sich nach einem dieser «Willst du mit mir gehen?»-Zettel, die so oft unter den Schulbänken kursierten, und harreten aus, bis endlich mal wieder «Dirty Dancing» im Fernsehen kam. Und heute? Heute bauen die Jungs immer noch Städte und messen sich auf Rennpisten. Allerdings virtuell, auf Tablets, Smartphones oder Computern, mit Hilfe von Games wie «Minecraft» oder «Need for Speed». Die Mädchen posten das Foto vom neuen Look auf Facebook, Mamas Make-up sei Dank. Und während sie darauf warten, dass ER sie endlich anchattet (und zwar ausserhalb des Gruppenchats auf WhatsApp oder Kik!), sehen sie sich auf YouTube ein paar Tanz-Filmchen an. Von Taylor Swift - wer zur Hölle schaut denn noch «Dirty Dancing»? Ach ja, die Schulhof-Raufereien, die gibt es immer noch. Mit Cyber-Mobbing trifft man den Gegner allerdings noch härter - diffamierende Bilder und Bemerkungen und ein paar Klicks reichen. Den Znüni teilt man dann lieber in Form eines Bildes auf Instagram - Social-Network-Freunde muss man schliesslich ebenso bei Laune halten wie die «echten».

## Das Handy als Spielkamerad und Begleiter

Das Leben der «Digital Natives», jener Generation, der das Internet quasi in die Wiege gelegt wurde, ist gleichzeitig einfacher und komplizierter geworden. Neue Medien sind omnipräsent, in den USA besitzen 78 Prozent der 12- bis 17-Jährigen ein eigenes Handy, in der Schweiz sind es 2014 sogar 98 Prozent der 12- bis 19-Jährigen. Bei fast allen handelt es sich um ein Smartphone. Die Internetnutzung hat längst den Fernsehkonsum überholt. Während Medienkritiker lange Zeit die warnenden Zeigefinger hochhielten, ist man heute liberaler. Schliesslich bringt der technologische Fortschritt auch Vorteile. In einem Punkt sind sich Medienwissenschaftler, Politiker, Pädagogen und Psychologen aber einig: Medienkompetenz wird in der digitalisierten Welt zur Überlebensstrategie. Und um diese bei Kindern und Jugendlichen zu fördern, braucht es Bildung, elterliche Fürsorge und ganz viel neues Wissen.

**Sara Signer** erforscht die Mediennutzung von Kindern. Sie arbeitet als wissenschaftliche Mitarbeiterin im Bereich Medienbildung der Pädagogischen Hochschule, vertritt die Schweiz beim internationalen Forschungsprojekt «EU Kids Online» und ist Mutter einer dreijährigen Tochter.



## «Digital Natives werden eine tiefe Frustrationstoleranz haben»

**Frau Signer, einige Medienpädagogen empfehlen die 3-6-9-12 Regel: Kein Bildschirm unter 3 Jahren, keine eigene Spielkonsole vor 6, kein Internet vor 9 und kein unbeaufsichtigtes Internet vor 12. Sind Sie damit einverstanden?**

Ich halte diese Regel für realitätsfern - sie basiert auf einer bewahrpädagogischen Grundhaltung, die Kinder vor den bösen Einflüssen von Medien beschützen will. Medien sind aber mittlerweile integraler Bestandteil unseres Lebens. Eltern nutzen andauernd Medien. Zum Beispiel die Mütter, die mit dem Smartphone auf dem Spielplatz nicht selten Familie und Job organisieren. Kinder sehen Eltern als Vorbilder - und wollen deshalb auch Medien nutzen. Verbote bringen da nichts.

**Es ist also in Ordnung, wenn ein dreijähriges Kind mit einem iPhone spielt?** Natürlich gibt es Einschränkungen: Je jünger Kinder sind, desto wichtiger ist es, dass sie mit möglichst unterschiedlichen Sinnen die Welt erkunden - Dinge riechen, ertasten. Bei der Wahl von Medien und Program-

men sollte man schauen, was dem Entwicklungsstand entspricht: Ein dreijähriges Kind hat eine Aufmerksamkeitsspanne von fünf bis zehn Minuten, es hält Medieninhalte für real, versteht keine Dramaturgien oder Dialoge. Filme oder Filmchen schauen macht deshalb vor fünf Jahren wenig Sinn. Es sei denn, es sind einfache Inhalte, die wiederholt werden. Kleine Kinder brauchen nämlich nicht ständig was Neues, sie können 100 Mal das Bärenlied-Filmchen anschauen, verstehen jedes Mal ein neues Detail.

**Was sagt die Forschung, ab wann nutzen Kinder heute Smartphones oder Tablets?**

Eine amerikanische Studie hat erhoben, dass die Anzahl Kinder unter acht Jahren, die bereits mobile Geräte nutzen, sich in den letzten zwei Jahren auf 72 Prozent fast verdoppelt hat. In Europa dürfte das ähnlich sein, in Asien wären die Zahlen vermutlich noch etwas höher. Und in Afrika, wo das Smartphone oft den Computer ersetzt, steigen die Handynutzungs-Zahlen.

## Wann gebe ich meinem Kind ein eigenes Handy?

Im Moment bekommen viele eines ab der Oberstufe. Wichtig ist eine kontrollierte Finanzierung - mit Prepaid- oder Kinderabos. Der Stress der permanenten Verfügbarkeit ist nicht zu unterschätzen, gerade bei Teenagern, die in ihrer Identität noch nicht gefestigt sind. Depressionen, Müdigkeit und schlechte Schulleistungen werden vermutlich künftig zunehmen.

## Ist das die Hauptgefahr für die «Digital Natives»?

Persönlich befürchte ich auch, dass wir hier eine Generation «heranzüchten», die eine sehr tiefe Frustrationstoleranz hat. Jedes Bedürfnis, sei es Langeweile, Einsamkeit oder Spieltrieb, wird medial sofort befriedigt. Warten mag niemand mehr - das sehe ich täglich bei meiner dreijährigen Tochter.

## Gibt es Daten zur Internetnutzung von Kindern?

Im Rahmen des Projekts EU Kids Online, das in 33 Ländern durchgeführt wurde, haben wir erhoben, dass die 9- bis 16-Jährigen durchschnittlich 88 Minuten pro Tag im Internet sind. Spannend: Die mobile Nutzung steigt stark an, Kinder sind «on the go» permanent im Internet.

## Damit wird es auch immer schwieriger, Regeln durchzusetzen. Was sagen Sie, wie lange dürfen z.B. 7- bis 16-Jährige pro Tag Medien nutzen?

Wenn ein Kind pro Tag drei Stunden freie Zeit hat, dann finde ich es in Ordnung, wenn es eine Stunde am Tag TV schauen, gamen oder chatten darf. Die Breite der Freizeitaktivitäten darf sich einfach nicht nur auf Mediennutzung konzentrieren. Der Mix machts!

## Was, wenn man Kinder trotz vereinbarten Limits nicht vom TV oder Smartphone wegwiegt?

Das werde ich von Eltern oft gefragt. Und dann frage ich immer zurück, was denn die Eltern in der Freizeit so machen. Viele sitzen nämlich selbst den ganzen Abend vor dem Fernseher oder am Tablet. Wie soll ein Kind lernen, sich anders zu beschäftigen, wenn Eltern ihm keine Alternativen zeigen? Es ist erwiesen, dass Kinder,



deren Eltern Bücher als unverzichtbar bezeichnen, das Buch selbst auch als wichtiges Medium betrachten.

## Gibt es sinnvolle Regulierungsmassnahmen, wie eine Anzahl iPad-Halbstunden-Gutscheine pro Woche?

Dem Kind so eine gewisse Eigenverantwortung zu geben, macht Sinn. Am wichtigsten ist aber, dass Eltern sich dafür interessieren, was Kinder für Games spielen, welche Chats sie wie nutzen und was sie im Internet machen. Man muss nicht permanent daneben sitzen, aber es ist wie damals, als wir in unserer Kindheit aus dem Haus gingen: Wir mussten sagen, wo wir hingehen, mit wem und was wir da machen. Auch das Internet ist eine Tür nach draussen, und die Gefahren,

**Kleine Kinder imitieren ihre Eltern - und wollen deshalb auch Medien nutzen. Verbote bringen da nichts.**

die auf diesen breiten Strassen lauern, sind nicht virtuell, sondern real.

## Bewegen sich Kinder im Internet zu furchtlos?

Tatsächlich sind die Ergebnisse hier besorgniserregend: 25 Prozent der von uns befragten 9- bis 16-Jährigen in der Schweiz kommen übers Internet in Kontakt mit Fremden. 7 Prozent haben gar schon Fremde getroffen - rund zwei Drittel der Eltern wussten nichts davon. Und: Oft fanden die Treffen nicht in öffentlichen Räumen statt, weil die Jugendlichen sich sehr bewusst sind, dass sie das nicht machen dürften. Es ist deshalb eine elterliche Pflicht, sich dafür zu interessieren, was das eigene Kind im Internet macht.

Foto: Brian Finkle, Geri Born, Rita Palanikumar/13Photo, Handout

## Die beliebtesten Apps im Kinderzimmer



Kik - chatten unter Freunden



Skype - plaudern mit Livebild



Snapchat - Fotos für den Augenblick



YouNow - online positionieren



Instagram - digitales Fotoalbum



Facebook - soziales Netzwerk



WeChat - versenden, teilen, spielen



Viber - Alternative zu Skype



YouTube - das Portal für Filme



WhatsApp - SMS per Internet

## Soll man Kinder und Jugendliche Spiele, TV-Programme und Internetseiten selbst auswählen lassen?

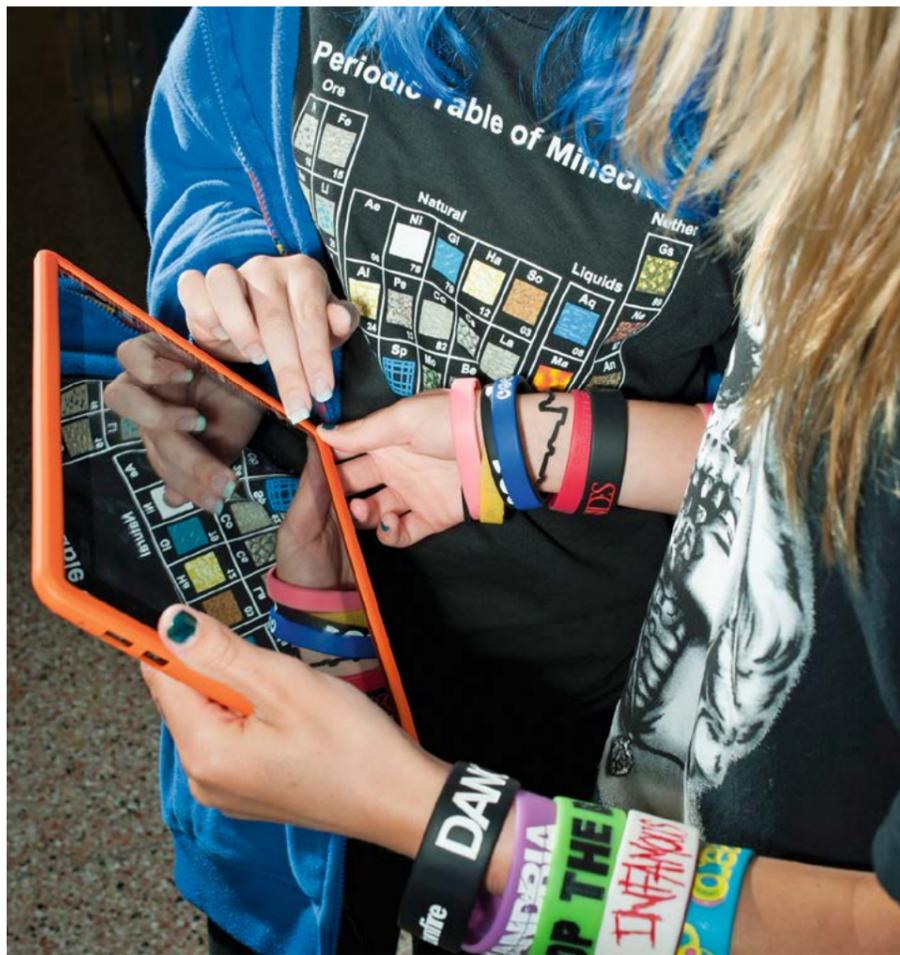
Am besten studiert man mit seinen Kindern das TV-Programm, wählt gezielt Sendungen oder Filme aus. Diese Aushandlungsprozesse können anstrengend sein, gehören aber zum Lernprozess. Bei Spielen empfehle ich Eltern, sich z.B. auf der Homepage Pegi.info darüber zu informieren, worum es im Spiel geht, für welches Alter es geeignet ist und ob man im Spiel online mit anderen, fremden Spielern in Kontakt kommt. Bei der Internetnutzung sind Absprachen wichtig. Von «Kindersicherungen», die problematische Seiten sperren, halte ich nichts. Das erhöht den Reiz - und irgendjemand aus der Klasse hat immer freien Internetzugang. Besser, man besucht mit dem Kind auch mal eine ungeeignete Seite und klärt es auf. Gleiches gilt z.B. für die «Tagesschau»: Sie ist voller Krieg, Konflikte, Katastrophen und abstrakter Inhalte. Man sollte sein Kind langsam an dieses Format heranführen und Gesehenes besprechen.

## Ab 13 Jahren kann man bei Facebook einen Account eröffnen. Zu früh?

Tatsache ist, dass Kinder durchschnittlich mit neun Jahren erstmals im Internet unterwegs sind und mit zehn oder elf Jahren oft schon ein Profil bei einem Social Network haben. Wenn alle Klassenkameraden irgendwo Mitglied sind, sollten Eltern ihr Kind nicht ausschliessen, indem sie es ihm verbieten. Man sollte den Account aber gemeinsam einrichten, klarmachen, was es für Konsequenzen hat, wenn man Bilder bei Facebook oder Instagram hochlädt: Man gibt seine Rechte für dieses Bild ab und hat keine Kontrolle mehr darüber, wo und wie es verwendet wird.

## Liest die junge Generation überhaupt noch?

Der Kinder- und Jugendbuchabsatz steigt! Gleichzeitig steigt aber auch



Ein Viertel der 9- bis 16-Jährigen in der Schweiz kommen übers Internet in Kontakt mit Fremden. 7 Prozent haben gar schon Fremde getroffen - rund zwei Drittel der Eltern wussten nichts davon.

der Anteil der Kinder, die nie Bücher lesen - in Deutschland sind es 23 Prozent. Gelesen werden vor allem Gratiszeitungen. Interessant: Bereits ein Fünftel aller Jugendlichen über 14 Jahren liest Bücher und Zeitungen nur noch digital.

## Haben Medienhäuser eine Verantwortung ihren jüngsten Konsumenten gegenüber?

Was ich vermisse, sind explizite Kinderangebote. Ich frage mich, warum niemand in der Schweiz Kindernachrichten macht - diese

werden in anderen Ländern auch von Erwachsenen oft genutzt. Warum keine Kids-News-Seite in Gratiszeitungen?

## Fürchten Sie sich vor dem Tag, an dem Ihre Tochter ihr erstes eigenes Handy bekommt, chattet und Social-Media-Accounts eröffnet?

Nein. Ich kenne mich ja gut aus. Nur hoffe ich, dass die dann erhältlichen Virtual-Reality-Brillen irgendeine Möglichkeit bieten, dass ich als Mutter mit ihr zusammen diese virtuellen Räume besuchen kann. ☺

## Know-how für die Grossen - Tipps und Links

**Webseiten für Eltern** [www.jugendundmedien.ch](http://www.jugendundmedien.ch), [www.mpfs.de](http://www.mpfs.de) (Infoset Medienkompetenz).

Englisch: [www.kidsrisk.org/images/MediaGuide.pdf](http://www.kidsrisk.org/images/MediaGuide.pdf), [www.pbs.org/parents/childrenandmedia](http://www.pbs.org/parents/childrenandmedia)

**Ratgeber** Medien-Kids. Bewusst umgehen mit allen Medien - von Anfang an (Eveline Hipeli).

Englisch: Mapping the Media. A Media Literacy Guidebook (Hoffmann, Gregg).

**Kurse** Kinder- und Jugendorganisationen sowie Telekommunikationsanbieter bieten immer öfter Medienkompetenz-Workshops für Kinder, Eltern und Lehrer an.

**Kurse in der Schweiz:** [www.swisscom.ch/medienkurse](http://www.swisscom.ch/medienkurse), [www.projuventute.ch/](http://www.projuventute.ch/)

Medienkompetenz.2092.0.html

**Wissenschaftliche Ergebnisse** [www.eukidsonline.ch](http://www.eukidsonline.ch),

[www.netchildrengomobile.eu](http://www.netchildrengomobile.eu)

**Smarte Apps für Kids** Fiete, Wonderkind,

Dr. Panda, Kindergarten EduPlay Lite, Bubl Tap.

Siehe auch [www.apps-und-moritz.ch](http://www.apps-und-moritz.ch),

[www.common sense media.org/app-lists](http://www.common sense media.org/app-lists)

# DIE ONLINE-KIDS UND IHRE GEWOHNHEITEN



Lars Niedermann, 12



## Sohn von Iso Niedermann, Leiter Sportredaktion Schweizer Illustrierte, Ringier Schweiz

Meine Eltern haben mir vor kurzem ein Samsung Galaxy geschenkt. Ich lasse es aber während der Schule zu Hause, im Unterricht müsste ich es sowieso abgeben. Oft chatte ich mit Freunden über eine App namens Kik. In der Klasse gab das schon Ärger - weil ein Mitschüler

## DAS SAGT DER VATER:

«Lars geht sehr vernünftig mit Medien um. Er hält sich an Regeln und schaltet die Geräte nach der vereinbarten Zeit aus.»

darauf gemobbt wurde. Über Mittag lese ich Zeitungen, vor allem den Sportteil. Am TV gucke ich «Simpsons» und «Galileo», eine Wissenschaftssendung. Ich lese gerne Comics und Krimis. Pro Tag darf ich eine Stunde gamen. Am liebsten spiele ich Minecraft auf der Xbox. Manchmal filmen ein Freund und ich uns mit dem iPod Touch beim Gamen - wenn ich ein Filmchen auf YouTube lade, frag ich aber vorher meine Eltern. Im Internet bin ich bisher unsichtbar, es gibt nur ein Foto von mir auf Instagram, und das sehen nur Leute, denen ich das erlaube.



Jianqi He, 15



## Sohn von Lillian He, Kommunikationsverantwortliche, Ringier China

Seit ich etwa zehn Jahre alt bin, nutze ich mein Smartphone für alle möglichen Dinge, die Spass machen: Ich chatte und spiele Games. Mein Lieblingsspiel heisst Modern Wars. E-Mails schreibe ich eigentlich nie. Ich habe auch einen Laptop, aber den benutze ich nicht, er ist alt und langweilig. Im Internet besuche ich Seiten wie Renren oder WeChat. Ich glaube nicht, dass meine Eltern kontrollie-

## DAS SAGT DIE MUTTER:

«Jianqi nutzt Medien verantwortungsvoll. Schade ist, dass er News nicht mehr gedruckt liest. Die digitalen Medien vermitteln Informationen nur bruchstückhaft.»

ren können, was ich da tue, sie haben ja auch keinen Zugang zu meinem WeChat-Freundeskreis. Zeitungen und Zeitschriften lese ich nicht. Nachrichten schaue ich, aber ich lade lieber TV-Serien oder Basketball-Videos runter. Was Kinder nicht tun sollten? Erwachsenen-Videos herunterladen.



Celine Adu, 14



## Teilnehmerin eines Jugendprogramms von Cecilia Dei-Anang, President Ringier Ghana

Morgens lese ich auf meinem Smartphone Bücher - nicht während der Schule, aber in der Pause. Ich mag Romantik-, Abenteuer- und Fantasy-Geschichten. Den Computer nütze ich für die Hausaufgaben, um Mails zu schreiben und Filme zu

## DAS SAGT DIE MUTTER:

«Alle meine Kinder nützen das Internet sehr verantwortungsbewusst. Das Einzige, was mir manchmal Sorgen bereitet, ist die Zeit, die sie vor dem TV verbringen.»

schauen. Fernsehen darf ich nur am Wochenende, nie unter der Woche. Ich darf keine Horrorfilme schauen und keine, die als «PG-16» oder älter eingestuft werden. Social Network Accounts habe ich nicht. Aber mit meinem Handy chatte und texte ich gerne. Anderen Kindern würde ich raten, nicht mit Fremden zu chatten und keine persönlichen Details zu verraten. Ansonsten sind Medien und Chats nicht so schlecht, wie viele denken - man kann oft was lernen.

# Paris, 7.1.2015 Die Tage danach

Nach dem Attentat auf «Charlie Hebdo»: Adrian Meyer und Philippe Rossier fahren für die Schweizer Boulevardzeitung Blick nach Paris. Ein Making-of bewegender Tage.

Text: Adrian Meyer



Adrian Meyer und Philippe Rossier mitten im Trauermarsch (ganz oben). In Paris war nach dem Attentat die Medienwelt versammelt. Die beiden Blick-Reporter suchten deshalb vor Ort die Nische.



Fotos: Philippe Rossier, Joel Saget/AFP, Sean Gallup/Getty Images, Julien Warrand/EPA/Keystone

Am Mittag des 7. Januars, bei der ersten Eilmeldung, da verstanden wir im Blick-Newsroom in Zürich zunächst nicht, wie einschneidend die Attacke in Paris sein sollte. «Pariser Satiremagazin: Verletzte bei Schiesserei in Zeitungsredaktion». Eine Meldung unter vielen. Aus Verletzten wurden Tote, ermordet von islamistischen Fanatikern. Zwölf Tote in der Redaktion von «Charlie Hebdo», als Rache für deren Mohammed-Karikaturen. Noch sprachen wir es in der Blick-Redaktion nicht aus, aber wir dachten es: Das ist Europas 9/11.

## Paris, am Tag danach

Gegen 16 Uhr kam der Anruf der Blick-Chefredaktion. Ich solle nach Paris. Hektik. Um 17.30 Uhr ging der letzte TGV des Tages. Ein Fotograf musste her. Blick-Fotograf Philippe Rossier sagte sofort zu. Das Sekretariat reservierte Tickets und Hotel. Ein kurzes Briefing mit der Chefredaktion. Und ab auf den Zug. Erst während der Fahrt nach Paris konnten wir in Ruhe über die nächsten Tage nachdenken: Wo gehen wir als Erstes hin, mit wem sprechen wir, welche Geschichte erzählen wir? Wie lange wir in der Stadt bleiben würden, wussten wir nicht. So lange wie nötig. Am Ende waren es vier Tage. Wie geht es Paris, am Morgen nach dem Attentat? Diese Frage führte uns Richtung Tatort im 11. Arrondissement, zur unscheinbaren Rue Nicolas-Appert. Der Tatort war von der Polizei weiträumig abgesperrt. Vor der Absperrung empfingen uns niedergelegte Blumen, brennende Kerzen und trauernde Menschen. Und eine Horde Journalisten. Sobald jemand Blumen niederlegte, stürzten sich die TV-Kameramänner auf die Szene. Ein ungestörtes Gespräch mit trauernden Bürgern war dort unmöglich. Jene, die etwas sagen wollten, wurden von Journalisten umzingelt. Es war klar: Der Schweizer Blick ist im Vergleich zu den anwesenden Medien ein klei-



Die Attentate in Paris wurden von den Medien so nah begleitet wie kaum eine Tragödie zuvor. Social Media spielten eine entscheidende Rolle: Via Twitter und Facebook verbreiteten Journalisten und Augenzeugen laufend Bilder von der Jagd nach den Attentätern. Erstaunlich, mit welcher Sorgfalt: Gerüchte wurden als solche gekennzeichnet, gröbere Falschmeldungen blieben aus. Der grösste Schnitzer lieferten die Medien mit dem Bild der Staatschefs, die nur scheinbar den Trauermarsch anführten. Vor Ort war allen klar, dass die Politiker nicht mitten unter den Leuten gingen. Doch die mediale Inszenierung war offenbar wichtiger als die Realität.

ner Fisch. Gegen TV-Mannschaften wie CNN hatten wir keine Chance bei der Jagd nach Breaking News. Deshalb fokussierten wir uns nicht auf die flüchtigen Attentäter oder das zweite Attentat in einem jüdischen Supermarkt, sondern suchten Hintergrundgeschichten. Die unzähligen Journalisten verharrten am Tatort. Dabei konnten wir keine 50 Meter weiter ungestört Gespräche mit Trauernden führen. Mehrere Male brachen die Menschen mitten im Gespräch in Tränen aus. Sie konnten nicht fassen, was geschehen war. Und noch weniger, warum. Die ersten Bilder übermittelten wir am Mittag der Redaktion, so, wie wir das die folgenden Tage stets taten: indem wir in einem Café oder Restaurant das WLAN anzapften. Die Dateien waren für Daten-Roaming zu gross. Nach einer kurzen Pause ging es wieder auf die Strasse.

## Nah dran dank Twitter

Dank Social Media und einer Arbeitskollegin im Blick-Newsroom stiessen wir noch am gleichen Abend auf eine zweite Geschichte. Wir trafen eine junge Muslimin, die nach dem Attentat auf offener Strasse bedroht wurde, weil sie ein Kopftuch trug. Sie wohnte wenige Hundert Meter neben der Redaktion von «Charlie Hebdo» und traute sich nicht mehr auf die Strasse. Ihre Erlebnisse beschrieb sie auf Facebook. Diesen Post sah unsere Kollegin zufällig. Sie war mit der Muslimin befreundet und schickte uns ihren Kontakt. Smartphone und Social Media waren während der Reportage unverzichtbar. Via Twitter verfolgte ich die Jagd nach den Attentätern, sah, was andere Journalisten in Paris berichteten, welche Gerüchte die Runde machten. Ich sah dasselbe wie die Blick-Redaktoren Zürich. Sie beschrieben, was

andere Journalisten vor Ort sahen und hörten. Filterten aus einem vorgefilterten Abbild der Wirklichkeit Geschichten heraus. Und bildeten eine blosse Medienrealität ab. Dass diese nicht immer der eigentlichen Realität entspricht, merkten wir vor Ort. Wir erhielten von der Redaktion den Auftrag, in den Pariser Banlieues eine Moschee zu besuchen, in denen sich die Attentäter angeblich radikalisiert hatten. Freilich: Die Moschee existierte nicht mehr, sie war vor neun Jahren abgerissen worden, wie wir feststellten. Handy und Internet liessen uns ebenfalls in einem kritischen Moment im Stich: Als sich 1,5 Millionen Menschen am Sonntag, dem 11. Januar zum Gedenkmarsch bei der Place de la République versammelten, brach das Handynetz zusammen. Wir steckten mitten in der Masse fest, konnten uns kaum vorwärtsbewegen, mussten aber dringend unsere Geschichte und Bilder übermitteln. Mühevoll kämpften wir uns aus der Menge und landeten zufällig in einem Internetcafé. Ein schmutziges Lokal, wie man es in Zeiten drahtlosen Internets nur noch selten findet. Dessen Festnetz war unsere Rettung. In einer muffigen, mit dunklem Holz verkleideten Telefonkabine meldeten wir uns in Zürich. Am Abend, nach der überwältigenden Demonstration für die Redefreiheit, verliessen wir die Stadt mit einem versöhnlichen Gefühl. Die Angst vor Europas 9/11 war verfliegen. Denn lauter als die Verteufelung aller Muslime waren in den Tagen stets die Beschwichtigungen: dass man islamistische Fanatiker nicht mit dem Islam an sich verwechseln solle. Europa reagierte auf den Terror erstaunlich besonnen. Der grosse Rachefeldzug blieb aus. 🌐

# Ein neugieriger Clown tritt ab

Keiner erklärt die Realität besser als Jon Stewart in seiner satirischen Nachrichtensendung. Jetzt hört er auf. Eine Rückschau.

Text: Peter Hossli

Über seine Eitelkeit stolperte der Anchorman. Brian Williams, 55 und Moderator beim US-TV-Sender NBC, überhöhte einen Einsatz als Reporter im Irak. Der Hubschrauber, in dem er damals flog, sei im Frühling 2003 von Granaten getroffen worden. Was den Piloten zu einer Notlandung in der Wüste zwang. Die Geschichte tönt heldenhaft und spektakulär. Nur: Sie ist erfunden. Ein anderer Helikopter geriet unter Beschuss und musste sofort landen. Just zerfetzten US-Journalisten Williams, bezichtigten ihn tagelang als Lügner. Letzten Februar trat er ab, seine Ehre wohl für immer verloren.

## Heuchelei entlarven

Einer aber sah das Gezänk um Williams etwas anders - wie so oft. Jon Stewart, 52 und Anchorman der «Daily Show», entlarvte die Heuchelei der Ankläger - der Journalisten. Sicher, über Williams machte sich Stewart lustig: Wie andere föhnfrierte Moderatoren sei er vor allem von sich selbst eingenommen, glaube, Teil der Geschichte zu sein. Dann aber zeigte Stewart auf, wie die US-Medien vor dem Einmarsch in den Irak die Lügen der US-Regierung verbreitet hatten. Was über einer Million Menschen das Leben kostete. Die Invasion ist ein zentraler Grund für das heutige Chaos im Nahen und Mittleren Osten. «Endlich wird einer zur Rechenschaft gezogen wegen Lügen zum Irakkrieg», sagte Stewart und verdichtete mit bitterbösem Sarkasmus messerscharf die Wahr-

heit. Was seit 16 Jahren sein Markenzeichen ist. Jeweils um elf Uhr nachts verwebt er Spott und Schalk zu einer halbstündigen Nachrichtensendung. Mit immer gleichem höherem Ziel: die Wahrheit so gut wie möglich zu schildern.

## Lachen statt Weinen

Damit änderte er den Journalismus. Stewart, Moderator einer Witz-Sendung, hat seit Jahren mehr Glaubwürdigkeit als herkömmliche Reporter. Komplizierte Themen erklärt er verständlich. Bigotte Politiker entlarvt er, ebenso korrupte Manager. Treffend beschreibt ihn die «New

▶ Perfectionist: Jon Stewart vor der Sendung.

▼ Auftritt zweier Grossen: Barack Obama war der erste amtierende US-Präsident, der Jon Stewarts «Daily Show» besuchte. Zu seinen Gästen gehörten auch Bill und Hillary Clinton.

York Times» als «begabten Clown mit grosser Neugierde». Ein Clown sagt stets die Wahrheit, und er bringt die Menschen dann zum Lachen, wenn es zum Weinen nicht reicht. Doch damit ist bald Schluss. Einen Tag nach der Sendung zu Brian Williams kündigte Jon Stewart - unter Tränen - seinen eigenen Abgang an. Wohl im Herbst hört Stewart auf. «Wo soll ich mich künftig allabendlich informieren?», twitterte dazu aufgeregt und treffend der ehemalige US-Präsident Bill Clinton, 68. Was Stewart tut, weiss er noch nicht. Vielleicht geht er nach Hollywood. 2013 nahm er eine Auszeit und führte



Foto: Benjamin Lowy/Getty Images, Jason Reed/Reuters, UPI Photo/Imago, Handout, Scott Gries/Picture Group/face to face, Getty Images (3)



Regie bei einem Spielfilm. «Ich habe einige Ideen», sagte er am TV. Und warum hört Stewart auf? «Weil ich unter der Woche wieder mal mit meiner Familie essen möchte», sagte der Vater von zwei Kindern. «Mehrere Quellen haben mir versichert, dass das ganz nette Menschen sind.»

## «Stop hurting America»

Er hinterlässt ein Publikum, das lieber lachend als ernsthaft die Nachrichten erfährt. Das aber sehr wohl versteht, wie Medien funktionieren – dank Stewart. Er hat ihnen aufgezeigt, wie dümmlich TV-Sender zuweilen Quoten bolzen. Wie sie sich in dumpfem Zank verstricken, statt echte Debatten zu führen. So bodigte er mit einem Auftritt im Herbst 2004 die CNN-Talk-Sendung «Crossfire». Bei dieser Sendung kläffen sich ein linker und ein rechter Talker gegenseitig an. «Warum tut ihr das?», fragte Stewart die Kläffer. Und er trat nach: «Stop hurting America», bat er sie, «hört auf, Amerika weh zu tun.» So löste er eine Debatte mit Folgen aus. CNN setzte «Crossfire» ab. Stewart beschmutzte die Presse und die Politik nicht mit Dreck, schrieb die «New York Times». Er zeige nur, wie dreckig die Politik und die Presse wirklich seien. «Wenn Stewart Fische in einem Bottich angelte», zitiert das Blatt den Fox-News-TV-Journalisten Greg Gutfeld (50), «müssen wir ihm

▶ Demonstration für mehr Vernunft in den USA: Ende Oktober 2010 luden die Kabarettisten Stephen Colbert (l.) und Jon Stewart zur «Rally to Restore Sanity and/or Fear» nach Washington.



ja nicht immer die Fische liefern.» Selbstkritisch fügt er an: «Er erhält sehr viele Fische von uns.»

## Ein Junge aus New Jersey

Stewart wuchs in New Jersey auf, in Sichtweite Manhattans. Er studierte Psychologie. «Mein wichtigster Entscheid war aber der Umzug nach New York», sagte er in einem Radio-Interview. Auf der anderen Seite des Hudson Rivers eröffnete sich ihm eine neue Welt. Auf schummerigen Club-Bühnen witzelte er als Kabarettist, jobbte in Bars, moderierte bei «Comedy Central». TV-Legende David

Letterman, 69, verschaffte ihm beim MTV 1993 eine eigene Sendung. Sie flopte. Sechs Jahre später erhielt er die «Daily Show» bei Comedy Central – und veränderte das amerikanische Fernsehen wie die US-Politik. Wochenlang rangen nach den Präsidentschaftswahlen im Herbst 2000 George W. Bush, 68, und Al Gore, 66, um Stimmen in Florida. Stewart aber zeigte, wie brüchig und letztlich unfair die Demokratie in den USA ist. Dass Wahlen mit Geld und nicht mit Argumenten gewonnen werden. In der ersten Sendung nach den Terroranschlägen von 9/11 weinte er,



▶ «Ich habe mehr Minarette auf meinem Auto als in der Schweiz stehen»: Jon Stewart verhöhnte das Schweizer Verbot von Minaretten in der «Daily Show» im November 2009.

zeigte Empathie für die Opfer, war selbst eines. New York, die Stadt, die er so liebt, war angegriffen worden. US-Präsident Bush behauptete später, der Irak hätte ein Arsenal Massenvernichtungswaffen – und marschierte nach Bagdad. Die meisten Journalisten marschierten gedanklich mit, stellten jahrelang nur zahme Fragen. Nicht so Stewart. Niemand zeigte deutlicher, wie die US-Regierung das Volk vor dem Krieg anlog.

## Ein linkischer Liberaler

Er steht zu seiner Vorliebe für liberale Demokraten in den USA, seiner Abneigung der konservativen Republikaner. Gleichwohl kritisiert er die Linken. Er verspottete US-Präsident Barack Obama, 53, weil er im Januar am Marsch für die Opfer des Attentats auf die «Charlie Hebdo»-Redak-

Landes verschandeln. «Vermutlich gibt es einfach ganz viele Minarette in der Schweiz.» Der Komiker liess sie zählen. Und kam auf vier Türme. Stewart zuckte die Schultern, rollte die Augen. «Ich habe mehr Minarette auf meinem Auto montiert», sagte es – und blendete einen mit Minaretten verzierten Chevy ein. Seufzend wandte er sich an alle Schweizer: «Wie ist es möglich, dass ihr so bekannt seid für eure Neutralität – und jetzt unternimmt ihr trotzdem einen derart aggressiven Schritt?» Bissige Beobachtungen bescherten ihm grossen Erfolg. Erfolg, der ihn reich machte. Laut «TV Guide» verdiente Stewart zuletzt zwischen 25 und 30 Millionen Dollar jährlich – so viel wie kein anderer Anchorman. Allein schaffte Stewart das nicht. Er förderte etliche andere Kabarettisten und verhalf ihnen zu grossen Karrieren (siehe Box). Stephen Colbert, 50, war einer seiner Korrespondenten und startete 2005 «The Colbert Report». Darin gibt er einen erzkonservativen Nachrichten-

Moderator, den er genüsslich persiflierte. Allein beim Hohn blieb es nicht. Stewart und Colbert schrieben gescheite Bücher und zogen Ende Oktober 2010 nach Washington – zur «Rally to Restore Sanity and/or Fear», einer Demonstration, bei der die Vernunft hergestellt und die Angst beendet werden soll. Mit ihnen marschierten 215 000 Menschen. Es seien zehn Millionen hier, mokierte sich Stewart über andere Demos. Colbert twitterte sogar: «Es kamen sechs Milliarden.»



## ER WAR IHR ZIEHVATER UND VORBILD: DIESE DREI KABARETTISTEN VERDANKEN JON STEWART IHREN ERFOLG.



**Stephen Colbert, 50**  
Noch vor Jon Stewart kam Stephen Colbert 1997 zur «Daily Show». Er war einer der satirischen Korrespondenten, die mit fabrizierten Nachrichten die Welt erklärten. Colbert gab einen erzkonservativen Journalisten – und verhöhnte so erzkonservative Journalisten. 2005 erweiterte er die Figur zur Sendung «The Colbert Report». Diesen September entsteigt Colbert der Fiktion und übernimmt von David Letterman die «Late Show».



**Bassem Youssef, 40**  
Ende Januar 2011 kam der Arabische Frühling von Tunesien nach Ägypten. Der ägyptische Herzchirurg Bassem Youssef versorgte auf dem Tahrir-Platz Verwundete. Inspiriert von Jon Stewart, begann er eine satirische Nachrichtensendung auf YouTube. Millionen schauten zu. Youssef startet die TV-Sendung «Al-Bernameg» – «Das Programm» –, in der er die Politiker Ägyptens verhöhnte. 2014 setzte er die Sendung ab – aus Angst.



**John Oliver, 37**  
Als Jon Stewart im Sommer 2013 einen Spielfilm drehte, überliess er dem Briten John Oliver den Job als Moderator. Der Kabarettist aus Birmingham kam im Juli 2006 zur «Daily Show». Sein trockener, glasklarer britischer Humor war oft das Highlight der Sendung. HBO gab ihm 2014 eine eigene Sendung: «Last Week Tonight with John Oliver». Höchst satirisch befasst er sich darin mit sehr ernsthaften Themen.

# Ringier Fotos des Quartals

Vier Bilder aus China, Deutschland und der Schweiz. Ein rockender Bundesrat, ein Fotograf als «Pilzexperte» und ein Weltmeister auf lauten Sohlen.

**SEDRIK NEMETH** Fotograf  
**JULIE BODY** Bildredaktion

In einem alten deutschen Kinderlied heisst es: «Zeigt her eure Füsse, zeigt her eure Schuh ...» Wenn man die Füsse und die Schuhe auf diesem Bild sieht, das im Westschweizer Wochenmagazin **L'illustré** erschien, stutzt man automatisch. Zum einen wegen der ungewöhnlichen Perspektive - zum anderen gerade wegen dieser Schuhe. Für eine Serie über Weltmeister in Randsportarten porträtierte Fotograf Sedrik Nemeth unter anderem auch Daniel Leveillé aus Genf. Der 19-Jährige ist Champion im Steptanz, und die Schuhe sind sein wichtigstes Sportgerät. «Ich wollte nicht einfach eines dieser unzähligen typischen Steptanzfotos reproduzieren», sagt Nemeth. Zudem störten ihn die Spiegel im Tanzstudio ungemein. Fotograf Nemeth darf nicht selbst im Spiegel zu sehen sein, er will Bewegung ins Bild bekommen, und er möchte diese speziellen Schuhe zeigen. Er bittet Daniel, sich auf den Boden zu setzen, ihm seine Füsse entgegenzustrecken und dazu ein zweites Paar seiner Schuhe wie ein Jongleur in die Luft zu werfen. Und was macht der Fotograf? Er legt sich auf den Bauch und drückt wie in «Schlafposition» ab. «Ist doch eigentlich ganz einfach», scherzt Nemeth. Wir finden: ein grossartiges Bild!

**ADRIAN BRETSCHER** Fotograf  
**NICOLE SPIESS** Bildredaktion

Ein Rockstar und ein Ex-Bundespräsident sowie Vorsitzender der OSZE, der mit seiner Ehefrau zum Song «The River» von Bruce Springsteen abrockt! Wann bekommt man so etwas schon zu sehen? Noch dazu in der eher beschaulichen Schweiz, wo seit jeher eine besondere Zurückhaltung geübt wird. Adrian Bretscher ist dieser Schnappschuss für die **Schweizer**

**Illustrierte** im Backstage-Bereich bei der alljährlich stattfindenden Verleihung der Swiss Awards gelungen. Die sind so etwas wie eine Mischung aus Oscar und Nobelpreis (natürlich nicht so bedeutend). «Das war nur möglich, weil ich Bastian Baker schon auf einer Tournee durch Japan begleitete», sagt Bretscher. Auch Baker und Burkhalter kennen sich (beide sind Westschweizer), und als der Musiker den Politiker zu einer spontanen Jam-Session einlud, bot sich der Fotograf an, den Politiker kurz in Bakers Künstlergarderobe zu lotsen. Dort angekommen, gabs erst mal ein Bier für jeden, und nach kurzer Zeit lockerte sich die Stimmung auf. Während Burkhalter und Ehefrau lauthals «My baby and I; Oh down to the river we ride» sangen, machte sich Bretscher still ans Fotografieren. Sein Bild wurde anschliessend vom Büro des Bundesrats sogar hoch offiziell zum Abdruck freigegeben!

**BIN YU** Fotograf  
**KAISER WANG** Bildredaktion

«So ein bisschen Gemüse fotografieren - was ist das schon?», mag sich manch einer denken. Nun, es wird grosser Aufwand für Food-Fotografie betrieben. Auch bei **Betty's Kitchen** in China. Dort gibt es eine Rubrik, in der Leser regelmässig verraten, wie sie ihren Backofen verwenden, um Kuchen und Brot zu backen oder Gerichte zuzubereiten. Fotograf Bin Yu wollte für das Gericht aus gebratenem Gemüse die Farben der frischen Karotten und Spargeln hervorheben. So entschied er sich für ein schwarzes Backblech. Allerdings ist sein Objekt der Deckel einer Keksdose. Die erhitze Yu so mit Feuer, bis sie sich schwarz färbte und wie ein altes Backblech aussah. Das Holz, auf dem das Blech liegt, hat ebenfalls eine spezielle Geschichte. Es stammt von einem verlassenen Schiff aus

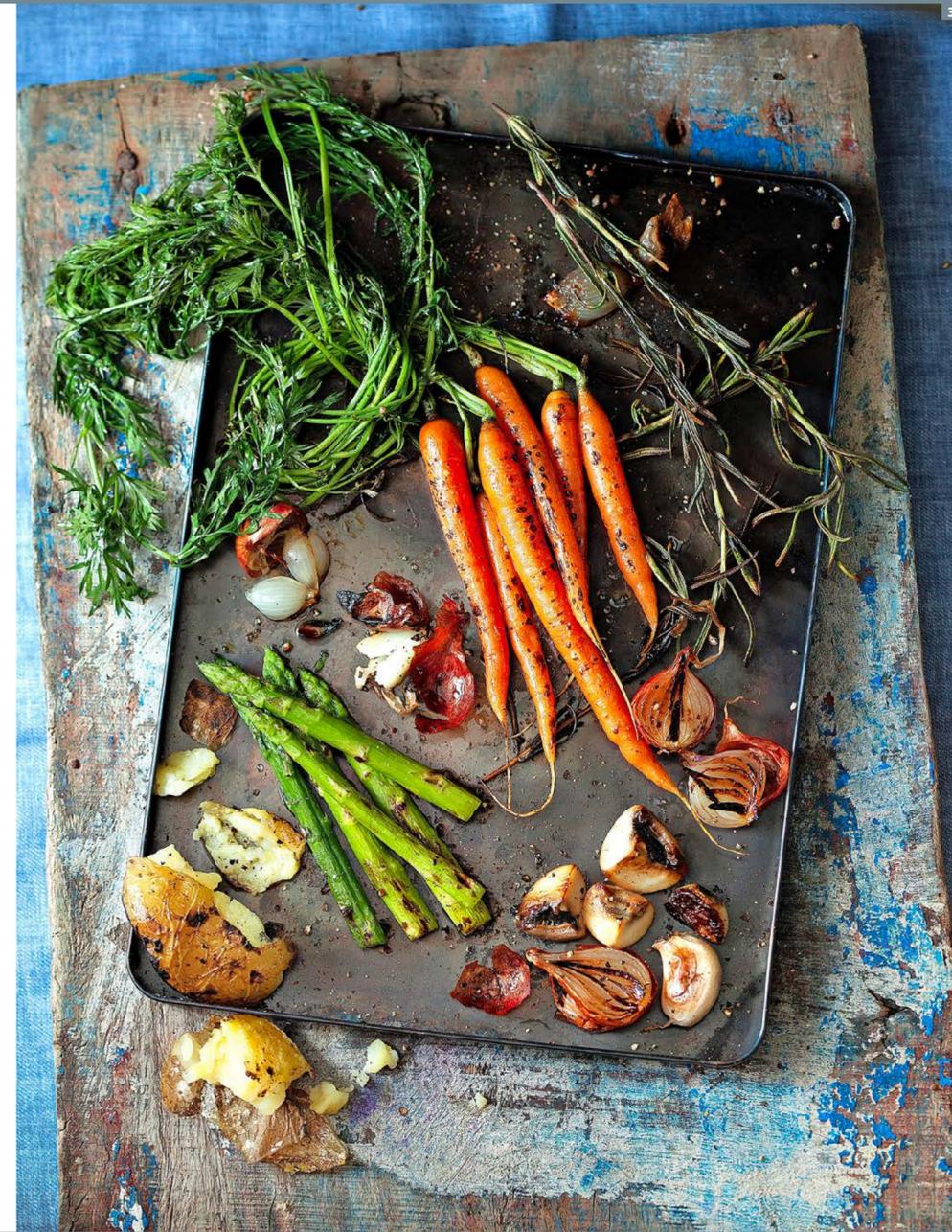
Wenzhou, einer Stadt im Süden Chinas. «Mir gefiel dieses Blau-Weiss des Holzes», sagt Fotograf Yu. Er hatte das Holzbrett von einer seiner Geschäftsreisen mitgebracht - und konnte es nun für seine Food-Fotoproduktion verwenden.

**ANDREAS MÜLLER** Fotograf  
**ANTJE BERGHÄUSER** Bildredaktion

Oft ist es so, dass Fotografen mit ihren Bildern dazu beitragen, über Missstände aufzuklären. Es gibt aber auch Momente, wo Fotografen praktische Aufklärungshilfe leisten. So geschehen bei Andreas Müller, der für die Titelgeschichte «Fluchtpunkt Deutschland» im Magazin **Cicero** eine Flüchtlingsfamilie und deren Kleinkind im bayerischen Erding besuchte. Die kleine Uranus ist neun Monate alt, seit vier Monaten hustet das Mädchen ständig. Ihr Vater Sahed kommt aus Afghanistan, ihre Mutter Nada aus Syrien. Zwei Kriegsflüchtlinge, die sich in Deutschland kennen- und lieben lernten. Mit der Kleinen leben sie jetzt in einem sechs Quadratmeter kleinen Raum. Küche und Bad teilen sie sich mit drei weiteren Flüchtlingsfamilien. Insgesamt wohnen zwölf Menschen auf knapp 80 Quadratmetern. Im Verlauf des Interviews berichtet der Vater der kleinen Uranus, dass es in ihrem Zimmer überall Schimmelpilz habe - an den Wänden, unterm Fussboden. Und er erzählt, dass er alles mit Wandfarbe überstrichen habe, der Schimmel aber immer wieder durchdringe. Der Fotograf ist schockiert. Vor allem darüber, dass diesen Leuten keiner hilft und ihnen sagt, wie man so ein Problem lösen kann. «Der Mann hatte wirklich keine Ahnung, dass man die Wände zuerst mit einem Schimmelpilzentferner behandeln muss. Ich sagte ihm, dass man ein solches Mittel in der Apotheke kaufen könne. Er war mir so dankbar dafür.»



# BLICKPUNKT RINGIER



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





Sinja Schütte, «Flow»-Chefredaktorin

«Wir machen das Gegenteil»

Sie ist das Juwel aus dem Verlagshaus Gruner + Jahr: Die «Flow». DOMO blickt hinter das Geheimnis des Frauenmagazins, das als «Brainspa» gilt.

Text: Bettina Bono. Fotos: Dirk Schmidt



Bettina Bono (l.) zu Besuch bei «Flow»-Chefredaktorin Sinja Schütte (r.) in Hamburg.

**Frau Schütte, es gibt Dinge, die vergisst man nie: den ersten Kuss. Die erste Zigarette. Die erste «Flow»?**  
Ich erinnere mich sehr gut an den Moment, als die erste deutsche «Flow» fertig war. Mir wurde bewusst, wie schmerzhaft es für mich wäre, wenn die Fachpresse dieses Produkt zerreißen würde. Da steckte so viel von mir drin - «Flow» ist mein Baby.

**Wie hat «Flow» Ihr Herz gewonnen?**  
Über das gute Gefühl, wenn man das Heft anfässt und anschaut. Die Texte konnte ich leider nicht lesen. Denn «Flow» wurde von zwei Holländerinnen erfunden. Das Konzept ist sehr durchdacht: Schriften, Farben, Bildsprache, Papier greifen sehr fein ineinander und wirken zusammen auf vielen Ebenen. Man spürt sofort die positive Stimmung des Heftes.

**Sie vertrauten darauf, dass es anderen auch so geht.**  
Ich war mir sicher, dass dieses liebevolle Konzept ankommen würde. G+J steht für intelligenten Inhalt und hochwertige Zeitschriften. «Flow» war wie ein kleiner Schatz, der unserer Philosophie entspricht. Wir wussten, wenn wir 40000 Stück verkaufen, kommen wir ohne Anzeigen aus. Dass es so viele mehr anspricht, war eine Überraschung. Ich erhielt Leserbriefe, die sagen: «Endlich gibt es ein Heft, das mich versteht. Ihr sprecht mir aus dem Herzen.» Wir scheinen hier wirklich einen Zeitgeist getroffen zu haben.

**Dabei schreiben Sie über Familie, Freundschaft, Kochen, Reisen, porträtieren Menschen - Themen, die auch andere Zeitschriften behandeln.**

Das stimmt. Aber unser Zugang ist anders. Unsere Texte sind entrümpelt. Wir versuchen nicht, Gedanken zu verdichten. Im Gegenteil: Wir nehmen die Leserinnen mit auf eine Gedankenreise. Wir liefern Anstöße, zeigen andere Sichtweisen auf, aber erklären nicht das Leben. Unsere Sprache ist entspannt, nichts Appellatives. Ausrufezeichen finden Sie pro Ausgabe drei Stück.

**Auch sonst scheinen Sie alle gängigen Regeln, die allgemein für Frauenmagazine gelten, zu ignorieren.**  
Wir machen in vielem das Gegenteil: keine Frauen auf dem Cover, keine fetten Schlagzeilen, keine Beauty, keine Mode - dafür Illustrationen und viel Text.

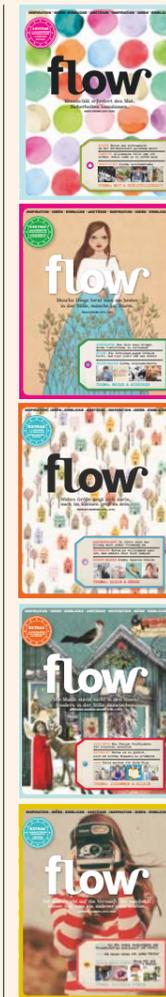
**Warum stellen Sie ältere Bücher vor?**  
Weil sie wichtig und toll sind - nicht weil sie neu sind. «Flow» muss man nicht kaufen, um mitreden zu können. Wir nehmen die Aktualität bewusst raus.

**Warum soll ich denn «Flow» kaufen?**  
«Flow» ist das Magazin, das sich Zeit nimmt. Ein Magazin für Frauen, die in der Rushhour des Lebens stecken und versuchen, Ruhe zu finden - für sich zu erkennen, was wirklich wichtig ist.

**Männer lesen keine «Flow»?**  
Doch, schon. Viele sagen das aber nicht gerne laut. Auch hier im Verlag sprechen einige männliche Kollegen lächelnd vom Bastelheft.

PERSÖNLICH

**Geburtsdatum:** 14. 9. 1970  
**Familie:** Ehemann Sven (Fotograf, Journalist, Filmmacher), Töchter Frida, 8, und Emmi, 4  
**Karriere:** Kam 1998 als Trainee zu G+J, baute «Living at home online» auf, arbeitete zehn Jahre für «Brigitte» (u. a. Redaktionsleiterin «Brigitte Balance»), seit Juni 2013 Chefredaktorin «Living at home» und «Living online», seit November 2013 zusätzlich Chefredaktorin von «Flow»  
**Ohne kann ich nicht sein:** Süßes - Kekse, es muss im Kopf krachen



Seit 2008 ist «Flow» auf dem niederländischen Markt erfolgreich. Im November 2013 lancierte G+J die erste deutsche Ausgabe als Lizenzausgabe von Sanoma Media Netherlands. 2015 werden erstmals acht Ausgaben pro Jahr erscheinen. Die Druckauflage beträgt 220 000 Stück. «Flow» hat 25000 Abonnenten. Ein Heft kostet € 6,95.

**2000 konzentrierte sich der Mensch im Schnitt zwölf Sekunden auf ein Thema. 2013 sind es noch acht. «Flow» zählt 140 Seiten - das ist viel für ein paar Sekunden.**  
Das genau könnte das Geheimnis von «Flow» sein. «Flow» verschafft den Menschen einen Flow - einen Tätigkeitsrausch, den Zustand völliger Vertiefung. Daher auch der Name dieses Heftes. «Flow» entschleunigt - und das ist wahrscheinlich unbezahlbar.

**Welche Bedeutung kommt den diversen Papiersorten zu, die Sie für das Heft verwenden?**  
Wir drucken auf bis zu acht verschiedenen Papieren. Das Cover, die Papiergeschenke, und je nach Themenschwerpunkt verwenden wir raues offenporiges, samtiges oder glänzendes Papier. Wir gehen davon aus, dass sich Menschen gerne mit Papier befassen. Besonders Frauen lieben Blöcke, Schreibhefte, Briefpapier ... Papier ist etwas sehr Sinnliches.

**Gleichzeitig ist «Flow» auf Social Media aktiv. Kein Widerspruch?**  
Unsere Leserinnen sind keine Papier-Nerds. Sie sind online. Anstelle einer grossen Webseite setzten wir von Anfang an auf Facebook und Instagram. Die Blogger besprachen die neue «Flow» lange und ausgiebig. Das half uns enorm. Es war wie ein Lauffeuer. Wir waren mit dem ersten Heft technisch ausverkauft, sodass die erste Ausgabe noch während der Angebotszeit auf eBay für € 25,- versteigert wurde. Auf Instagram haben wir heute 10 000 Follower. Diesen Account pflege ich zum Grossteil selbst.

**Dann wissen Sie sicherlich, was Ihre Leserinnen so posten?**  
Erscheint eine neue «Flow», posten sie oft «Flow»-Bilder und schreiben darunter: «Ich freu mich so. Wenn ich heute Abend nach Hause komme, dann lege ich mich mit der Flow ins Bett.» Sehen Sie, genau das war die ursprüngliche Idee dieses Heftes: Es will das Dieser-Moment-gehört-mir-Gefühl auslösen.

# Ringiers Mann fürs Digitale

Eine «Start-up»-Garage sucht man bei Thomas Kaiser vergebens. Ebenso Hipster-Bart oder den im Silicon Valley obligaten Hoodie. Der CEO von Ringier Digital ist eher still und unaufgeregt unterwegs – um Trends aufzuspüren und neue lukrative Geschäfte zu erschliessen.

Text: René Haenig. Fotos: Karl-Heinz Hug

**W**enn Thomas Kaiser, 48, seinen Blick aus dem Fenster schweifen lässt, dann hat der Chief Executive Officer (CEO) von Ringier Digital derzeit verschneite Hügel und Wälder vor Augen. Kaisers aktueller Arbeitsplatz in Flamatt FR ist, wenn man so will, die «Start-up-Garage» des international tätigen Medienhauses Ringier. Nur ist die «Garage» in diesem Fall ein hochmoderner vierstöckiger Bau, der neben der Autobahn A12 liegt. Die führt von der Hauptstadt Bern nach Vevey – quasi in den «wilden Westen» der Schweiz. Und während im legendären Silicon Valley, dem damaligen Wilden Westen der USA, einst Büffel weideten, grasten in Flamatt früher vor allem Milchkühe. Die Zeiten ändern sich – und Kaiser hat in Flamatt vor allem eines vor Augen: die digitale Zukunft!

## Internet verlässt Bildschirm

Die Entwicklung geht schnell voran – und smart. «Smart Living», «Smart Entertainment», «Smart Mobility» lauten die Schlagworte. Nicht erst seit der Konsumgütermesse CES in Las Vegas spricht alle Welt vom «Internet der Dinge». Kaiser sagt: «Das Internet, wie wir es kennen, verlässt den Bildschirm und schlüpft in Alltagsgegenstände hinein.» Es gibt aktuell viele Entwicklungen – sinnvolle und weniger sinnvolle –, die das Alltagsleben angenehmer und einfacher machen werden. Eine riesige Geschäftschance – auch für Ringier.

Kaiser, studierter Betriebswirtschaftler der renommierten HSG (Univer-

sität St. Gallen), beschäftigt sich seit 1995 mit der Entwicklung von Unternehmen im Bereich neue Medien. Als CEO verantwortet er derzeit Online-Marktplätze wie Autoscout24.ch, Jobs.ch und Immoscout24.ch; eCommerce-Unternehmen wie Deinddeal.ch, Geschenkidee.ch und Qualipet Digital sowie Digital-Marketing-Dienstleister wie Omnimedia. Sein Rüstzeug holte er sich bei Bertelsmann und Burda in Deutschland. Kaiser ist up to date, was die digitale Entwicklung angeht. Auf sein Büro könnte er verzichten. «Das klassische Denken, dass man seinen festen Arbeitsplatz hat, verschwindet», ist er überzeugt. Er selbst ist ein Beispiel

dafür. «Ich bin stets unterwegs, gehe auf Firmen zu, bin dort, wo Projekte angeschoben, diskutiert und weitergebracht werden.» Büro? Ablage? Braucht er nicht mehr. Vor fünf Jahren hörte er auf, Dokumente auszudrucken. «Ich speichere alles in der Cloud, teile es dort mit Kollegen, die jederzeit darauf Zugriff haben.» Als er kürzlich einen neuen Laptop benötigte, dauerte es wenige Minuten, diesen einzurichten. «Früher musste da einer mindestens einen halben Tag lang Dateien herumschieben.»

## Intelligente Blumentöpfe

«Nichts ist vor Vernetzung sicher», titelte die «Frankfurter Allgemeine» kürzlich. Wer hat sich nach der Rückkehr aus dem Urlaub nicht schon geärgert, weil die Zimmerpalme vertrocknet war. Das französische Unternehmen Parrot, eher bekannt für Fahrzeugelektronik und Drohnen, stellte auf der CES einen intelligenten Blumentopf vor. Er besitzt einen integrierten Wassertank sowie Sensoren, die Feuchtigkeit, Temperatur, Licht und Düngemittelstand messen. Eine dazugehörige Smartphone-App verfügt über eine Datenbank mit den Licht- und Wasserbedürfnissen Tausender von Pflanzen. Die Pflanze im Topf wird so automatisch bewässert, der Besitzer kann es aber auch manuell per Smartphone steuern.

Kaiser ist immer wieder in den USA zwischen Ost- und Westküste unterwegs, informiert sich in Blogs und bei Events über Trends. «Ich schaue Leuten permanent über die Schulter.



Thomas Kaiser am Sitz von Ringier Digital in Flamatt.



Sesam, öffne dich! Im Hotel der Zukunft, das derzeit am Fraunhofer-Institut in Stuttgart erprobt wird, benötigen Gäste keine Schlüssel mehr – und den Champagner serviert künftig der Roboter aufs Zimmer.





◀ Modischer Sonnenschutz! Fashion-Designer wie die Dänin Mette Lindberg setzen sich mit Wearables, also tragbarer Elektronik, auseinander. Ihr UV-Kleid misst die Menge an Sonnenlicht, dem die Trägerin ausgesetzt ist, und regelt durch Öffnen und Schliessen des Stoffs, wie viel Sonne auf die Haut gelangt.



◀ Wie gehts dir? Der GER MOOD Sweater zeigt mit seinem LED-Kragen die Gefühlslage seines Trägers an: Leuchtet er rot, ist das Gegenüber aufgeregt, bei Blau ist die Person die Ruhe selbst. Flieder steht für aufgeweckt.

Meist ist es eine jüngere Generation, die experimentierfreudiger an neue Projekte herangeht.» Dass Amerika in der digitalen Welt dem deutschsprachigen Raum stets zwei Jahre voraus ist, fuchst den Ringier-Mann. «Seit über zehn Jahren ist das so. Ich will es noch erleben, dass Europa eine Weltfirma wie Facebook, Apple oder Google hervorbringt.»

### Weltmeister im Anpassen

Neue Geschäftsfelder sieht Thomas Kaiser auch beim Thema Sharing Economy. «In den USA entwickeln sich derzeit wie verrückt verschiedene Nachbarschaftsmarktplätze.» Die Schweiz käme durchaus in Frage, um solche Ideen zu adaptieren und das Zeitfenster zu nutzen, bis die grossen Player die kleine Schweiz als Markt entdecken. «Darin sind wir Weltmeister.» Als Beispiel nennt er Deindeal.ch, welches das internationale Rabatt-Portal Groupon auf Distanz gehalten habe. Auch Plattformen wie Ricardo oder Comparis wurden an die Schweiz angepasst. Heute sind sie lokale Marktführer. Das Marktplatz-Business passt zum Mediengeschäft, wie Ringier es seit jeher betreibt. Das Familienunternehmen verfügt über Medienreichweite, Werbevermarktung und Transaktionsplattformen. «Verbinden wir das alles sauber miteinander, haben wir das Medienunternehmen der Zukunft gebaut», ist Kaiser überzeugt. Ringier will ein Haus für Unternehmensgründer aus der digitalen Branche werden - und so auch Zugang in neue Geschäftsfelder erhalten.

Zu Ideen wie die vom Hotel der Zukunft. Wissenschaftler des «Urban Living Lab» am Fraunhofer-Institut für Arbeitswirtschaft und Organisa-



◀ Bitte einsteigen! Google will dieses Jahr sein autonom fahrendes Auto auf normale Strassen schicken. Bei Apple arbeitet man heimlich an einem iCar. Audis A7 legte bereits 900 Kilometer vom Silicon Valley nach Las Vegas zurück, ohne dass ein Fahrer lenken musste. Und Daimler stellte an der CES eine selbstfahrende Limousine vor.

tion in Stuttgart arbeiten im Labor an einem solchen Hotelnachbau. Gäste lassen dort die Rezeption links liegen, aktivieren stattdessen eine App auf ihrer Smartwatch, tippen auf «Check-in», und schon ist der Hotelgast registriert. Nähert man sich seinem Zimmer, beginnt der Türrahmen grün zu blinken, dann öffnet sich die Tür wie von Geisterhand. Betritt man das Zimmer, geht das Licht automatisch an, und das Tablet auf dem Schreibtisch greift auf die Cloud-Dienste des Gastes zu. Das TV-Gerät ist mit dem Tablet verbunden, das Tablet mit sämtlichen Internetdiensten. Ein Hotel im kalifornischen Cupertino testet sogar schon Roboter, die Getränke und andere Service-Artikel aufs Zimmer bringen. Willkommen in der Welt von morgen!

### Daten als neue Währung?

Der Umgang mit Daten und der Schutz der Privatsphäre ist auch für Kaiser ein Thema. Und er denkt weiter, und hält es für möglich, dass Inter-

netnutzer den Spieß bald umdrehen, sich bewusst werden, was ihre persönlichen Daten wert sind - und diese künftig als eine Art Währung einsetzen. Jeder Einzelne würde so entscheiden, was er wann und wo preisgibt. «Das werden neue Geschäftsmodelle.»

Vielleicht auch für Ringier. Wie schon bisher haben bei der Weiterentwicklung des Medienhauses Ringier auch in Zukunft Joint Ventures eine grosse Bedeutung. «Wenn ich sehe, mit welchen internationalen Konkurrenten wir es zu tun haben, ist es ein Gebot der Stunde, starke Allianzen zu schmieden, um bestehen zu können.» Wenn man ein Thema voranbringen wolle, werde man sich auch weiterhin den besten Partner dafür suchen. Neben den grossen Joint-Venture-Partnerschaften bei Scout24 Schweiz (KKR) und JobCloud (Tamedia) hat Ringier Digital jüngst auch durch eine Allianz im Ventures-Geschäft mit der b-to-v Partners AG die Weichen gestellt. 30 Millionen Franken liegen im Investitionstopf für Gründerteams bereit.

Vielleicht gibt es ja schlaue Köpfe, die Thomas Kaiser mit einer intelligenten TV-Nutzerführung überzeugen. «Darauf warte ich seit 20 Jahren», sagt er. Irgendwann warf er seinen Fernseher sogar ganz aus der Wohnung. «Ich will ein smartes Gerät, bei dem mit einem Knopfdruck alles funktioniert - ohne Kabelstöpfeleien, ohne grosse Vorinstallationen und mit Zugriff auf personalisierte Inhalte, die diesen Namen verdienen.» Kaiser dürfte nicht der Einzige sein mit dem Wunsch - es könnte also ein gutes Business werden. Vielleicht auch für Ringier. 🌐

## Ringiers Vision: Zürich wird zum Silicon Valley Europas



► Am diesjährigen WEF in Davos stösst Ringier-Chef Marc Walder im Januar die Initiative «Digital Zurich 2025» an

► Ziel ist es, Zürich zu einem digitalen Cluster von europäischer Bedeutung zu machen, ähnlich dem Silicon Valley in den USA oder dem Silicon Wadi in Tel Aviv

► «Media NYC 2020», die Initiative von New Yorks Ex-Bürgermeister Michael Bloomberg dient als Vorbild. Dank ihr sitzen heute Medienunternehmen wie BuzzFeed im Big Apple

► Die branchenübergreifende Initiative steht allen Unternehmen offen und betrifft nicht nur den Medienstandort

► Im Gremium sitzen prominente Konzernchefs wie Heinz Karrer (Economiesuisse), Sergio Ermotti (UBS), Ivo Furrer (Swiss Life) und Patrick Warnking (Google Schweiz)

► Mit im Boot ist auch die Politik, vertreten durch Zürichs Stadtpräsidentin Corine Mauch sowie Volkswirtschaftsdirektor Ernst Stocker

► Google, der weltweit grösste Internetkonzern hat in Zürich seinen wichtigsten Europa-Ableger. Gute Voraussetzungen also für einen künftigen «Silicon Lake» in Zürich



◀ Werbung, die abgeht wie eine Rakete! An der diesjährigen Consumer Electronics Show (CES) in Las Vegas schreiben Anfang Januar fünf vom US-Netzwerk-Riesen Cisco vernetzte Flugzeuge Werbebotschaften in kleinen Wolken an den Himmel. Das gabs noch nie.

Foto: Justin Sullivan/Getty Images, Jörg Heimann/Bilderberg, Martin Mischkulnig/13Photo, Handout



### PERSÖNLICH

Thomas Kaiser, 48, HSG-Absolvent, hat drei Kinder (7 bis 15 Jahre) und lebt mit seiner Familie bei Zürich. Sein liebstes Gadget: aktuell das Sony-Xperia-Z3-Smartphone. Neben den zahlreichen Ringier Digital Apps nutzt er am häufigsten die Apps Spiegel Online (News), WhatsApp (Kommunikation) und TechCrunch (Brancheninfos). Auf Twitter ist er nur Follower. Fit hält sich der Ringier Digital CEO im Winter mit Skifahren und Langlaufen, im Sommer entspannt er bei Wasserski und Segeln.

# Fremdschreiben

Sie befinden sich in der zweiten Hälfte ihrer Ausbildung – und schon sind sie uns untreu: Die Ringier-Journalistenschüler verbringen drei Monate auf Gastredaktionen ihrer Wahl – vier Journalistinnen suchten dabei das Weite.

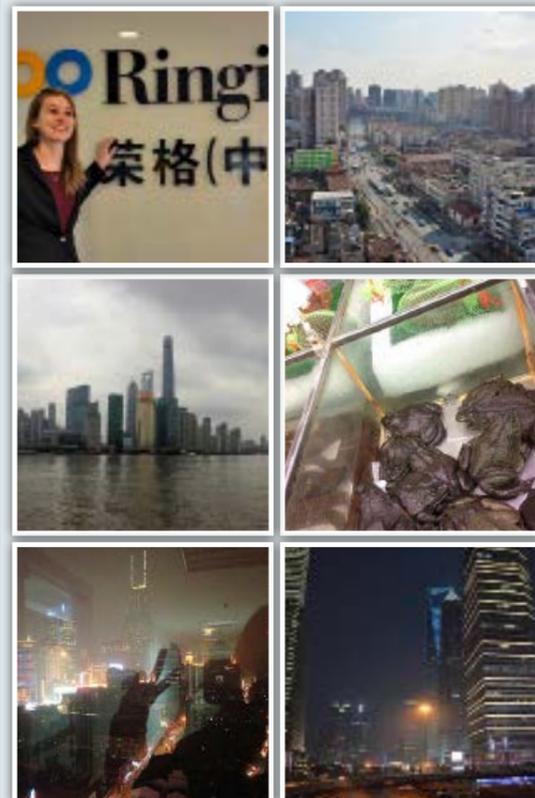


## Charlotte Fischli, 22 bei Refinery29 in New York

New York wäre nicht New York, wenn man in irgendeiner Weise erahnen könnte, was einen hier erwartet. Mit meinem Praktikum in der Redaktion Editorial Intern bei der Mode-, Style- und Beauty-Website Refinery29 habe ich mich ins grösste aller Haifischbecken begeben. Bereits nach der ersten Woche im Big Apple scherzte ich mittleren Ernstes, dass ich hier wohl weniger damit beschäftigt sein werde, die Stadt zu erkunden, sondern eher, sie zu überleben. Hier bin ich Teil einer 200-köpfigen Belegschaft, die so stark expandiert, dass jede Woche zehn neue Leute starten. Meine Tage verbringe ich im 23. Stock am Broadway, meine Nächte in Brooklyn. Mittagspausen gibt es keine. Subway-Fahrten zu Genüge. Einen Computerbildschirm habe ich nicht, dafür einen Fensterplatz mit Aussicht. Am Wochenende spazierte ich bei minus zehn Grad durch Manhattan, esse Super-Food und gucke Super Bowl. Wenn ich nachts mit dem Taxi die Brooklyn Bridge überquere, habe ich jedes Mal erneut Glücksgefühle. In New York bin ich jeden Tag aufs Neue überfordert, aber jeden Abend stolz darauf, hier zu sein.

## Céline Krapf, 27 bei Ringier in Shanghai

Kröten starren mit gelbbraunen Augen aus der Frischfleischauslage, Wolkenkratzer ragen links und rechts bis zu einem halben Kilometer in den Himmel. Tausende Menschen wuseln zur Arbeit, rundherum hängt der Smog in den jungen Sonnenstrahlen. Mittendrin versuche ich am Strassenrand mit Handzeichen einen Kaffee zu bestellen – ein Morgen in Shanghai. Hier wird momentan das Magazin City Weekend umstrukturiert. Ich bin verantwortlich für den Aufbau eines Video-Ressorts. Mittlerweile besuche ich Mandarin-Lektionen, und das Computernetz VPN (Virtual Private Network) wurde meine grosse chinesische Liebe. Das selbstverständliche öffentliche Rotzen ist mir jedoch noch immer suspekt. Trotzdem umgibt mich der sanfte Duft von Meer, und wenn auf der anderen Seite der Flusspromenade die gigantische Skyline in die lichtverschmutzte Dunkelheit funkelt, freue ich mich immer wieder aufs Neue über diese Herausforderung auf der anderen Seite der Welt.



## Linda Leitner, 30 bei Welt Icon in Berlin

Ich absolviere meine Rotation bei Welt Icon, das sowohl online als auch als gedruckte Stilbeilage der «Welt am Sonntag» stattfindet. Nach wie vor verlaufe ich mich im güldenen Axel-Springer-Turm, wenn ich von einer der unzähligen Restaurationen ins Stil-Ressort zurückirre. Das Büro liegt im siebten Stock, was die Mitte des Gebäudes ausmacht. Schon da ist die Aussicht gigantisch. Seit Tag 1 gab es in der Redaktion keinerlei Berührungsängste: Ich schrieb sofort den ersten Online-Artikel, berichtete in der zweiten Woche von der Fashion Week und führte ein Interview im Adlon. In der dritten Woche bekam ich den Auftrag, eine Leserseite für die Print-Ausgabe zu gestalten. Ich mag es, wie gross das Vertrauen ist, das mir entgegengebracht wird. Das Beste: Arbeitsbeginn ist um 10 Uhr. Frühestens. Zeit zum Abhängen bleibt trotzdem nicht viel. Diese Stadt bietet zu viel, als dass man sich auf die faule Haut legen möchte. Dazu muss ich noch zu viel sehen, essen und erleben.

## Celine Brunner, 26 bei Focus TV in München

Meine Arbeit? Ganz o.k.! Ich arbeite bei Focus TV, genauer gesagt beim Verbrauchermagazin «K1» in München. Mein neues Team hat mich sehr herzlich empfangen. Bereits in der zweiten Woche hat der Chef die ganze Belegschaft zu sich nach Hause zum Abendessen eingeladen. Gearbeitet wird in Einzelbüros. Sehr ungewöhnlich für eine Grossraumbüro-Geniesserin. Zum Glück kam die andere Praktikantin nach der ersten Woche wieder aus ihren Ferien zurück, da war ich nicht mehr ganz so einsam. Die Türen der anderen Büros sind meist geschlossen. Gemeinsam Mittagspause machen wir nicht. Jeder isst für sich alleine – oft auch vor dem Computer. Meine Wohnung? Eine Katastrophe! In der eisigen Ankunftsnacht musste ich bei allen Nachbarn durchklingeln – doch weder kannte man meinen Mitbewohner, noch wusste man, in welcher Wohnung er zu Hause ist. Schliesslich erreichte ich die Vermieterin. Eisig ging es weiter: Meine Wohnung ist nicht beheizt, für minimale Wärme sorgen einzelne kleine Heizofen. Meine Mitbewohner wechseln wöchentlich. Auf den ruhigen Italiener mit einem Koffer voller Essen folgte der 35-Jährige, der mit Kuchen von Mutti einzog. Nummer drei schliesst sich im Zimmer ein und guckt Telenovelas. München? Die Wucht! Jede Strasse laufe ich zu Fuss ab. Nur so kann ich die Stadt ganz aufsaugen. Jedem Stadtteil widme ich ein Wochenende. Und jedes Wochenende kommt ein neuer Lieblingsort hinzu. Momentaner Spitzenreiter: das Milchhäuschen am Elisabethmarkt.



# Ambassador extraordinär

George Clooney tut, was keinem anderen Hollywood-Star in den Sinn kommt: Er vertritt die Interessen der Journalisten gegenüber den Film-Bossen. Ringiers Hollywood-Korrespondentin Marlène von Arx über ihre Treffen mit dem einst «Sexiest Man Alive».

**V**ielleicht hat er seinen Auftritt tatsächlich Cary Grant in einem alten Hollywood-Film abguckt: Locker, ein Glas mit durchsichtigem Alkohol in der Hand, macht George Clooney, 53, einen Schritt in meine Richtung. «Komm schon her!», begrüsst er mich mit gespielter Draufgänger-Bestimmtheit, legt seinen Arm um meine Schulter und drückt mir einen Kuss auf die Wange. Mein Name fällt ihm gerade nicht ein, aber er weiss inzwischen, dass ich die bin, die ihn immer nach seinen Swiss Connections befragt. Und ich weiss mittlerweile, dass man auch bei der Begegnung mit einem ehemaligen «Sexiest Man Alive» nicht in Ohnmacht fallen muss.

Es ist der erste Sonntag des Jahres 2015, und wir befinden uns in Hollywood an einer Cocktail-Party zu Ehren des Cecil B. DeMille Awards, den Clooney eine Woche später an den Golden Globes erhalten wird. Es werden dabei nicht nur seine Karriere, sondern auch seine Verdienste für die Unterhaltungsindustrie ausgezeichnet.

Dass er nicht nur der Botschafter von Hollywoods Oberklasse ist, hat er schon öfters bewiesen: Im Mai 2013 war ich als Vertreterin einer Gruppe von internationalen Journalisten und Golden-Globe-Wählern auf dem Set von «The Monuments Men». Clooney schrieb das Drehbuch dieses, wie sich später herausstellen sollte, missglückten Retro-Heimatfilms mit seinem Produktionspartner Grant Heslov. Er führte Regie und

spielte die Hauptrolle. Vor einem ausgedienten Salzbergwerk im niedersächsischen Bad Grund laden deutsche Statisten, die amerikanische Soldaten spielen, in Eile Gemäde in Lastwagen. Clooney schaut stirnrunzelnd zum Himmel. Der ist so grau wie sein Haar. Doch die Szene ist im Kasten, und Clooney hat jetzt Zeit fürs Interview. Für einen Regisseur beim Dreh sogar überraschend viel Zeit. «War neun Uhr dreissig zu früh für euch? Ich habe selten so verkaterter Gesichter gesehen», sagt er entspannt mit einem Grinsen. Alkoholsprüche sind sein Ding, sein Eisbrecher, ein Ausdruck seiner Überzeugung, dass mit Humor die nicht immer deckungsgleichen Bedürfnisse von Star und Presse einfacher zu vereinbaren sind.

## Der Volksvertreter

Wie so oft hat die Filmproduktionsgesellschaft ein mehrere Monate andauerndes Embargo auf die Veröffentlichung des Interview-Materials ausgesprochen - quasi bis zum geplanten Filmstart. Eigentlich sinnlos. Aber gegen die Studio-Direktive kann man nichts machen. Oder doch? Kurz nach dem Set-Besuch lenkt das Studio ein: Das Embargo ist aufgehoben - auf ausdrücklichen Wunsch von George Clooney. Den Journalisten helfen, die oft haarsträubenden Verbote der paranoiden Filmstudios aus dem Weg zu räumen, das macht sonst keiner. Clooney tut es immer wieder. Vielleicht weil sein Vater Journalist war. Nach einer

Pressekonferenz vor Jahren erfuhr er beiläufig, dass die Hit-Serie «Emergency Room», die ihn berühmt machte, Presse-Set-Besuche verweigerte. Clooney kapierte das ebenso wenig, rief seine ehemaligen Bosse an, und innert kürzester Zeit öffnete die Spital-Serie ihre Tore für Journalisten.

Im Spätsommer des gleichen Jahres dann ein Wiedersehen mit dem «Vermittler» in Venedig. Clooney eröffnet mit Sandra Bullock und «Gravity» das Filmfestival. Man trifft sich informell zu Drinks und Häppchen im Nobel-Hotel Cipriani. Zum Glück macht mir die Reise von Los Angeles nach Venedig keinen Strich durch die Rechnung: pünktliche Landungen in Frankfurt und Venedig, keine Streiks und keine nassen Sandalen, obwohl Regen angesagt war. Ich habe es rechtzeitig und nur mässig verschwitzt geschafft, gerade noch vor Sandra Bullock und ihrem Sohn Louis einzutreffen. Und schliesslich legt auch George Clooneys Wasser-Limousine vor der edlen Gartenwirtschaft an. Als Erstes gibt er wieder einen Schnapsnasen-Spruch von sich. «Oh, nur keinen Bellini heute», winkt er den Kellner mit dem Tablett voller venezianischer Hausdrinks ab. «Wir hatten Bellinis und Tequila gestern - keine gute Kombination!» Aber den Lacher des Tages liefert Louis hinterher: Als Sandra Bullock ihren Junior fragt, wer denn jetzt gerade angekommen sei, schaut dieser kurz in Richtung Clooney, der sich gerade wendet, und sagt ohne



Foto: Sam Jones/Trunk Archive

Unbefangen, sexy, die Taschen voller Geld und Charme: George Clooney - der wohl coolste George auf unserem Planeten. Bevor der Schauspieler seine Karriere startete, verkaufte er Anzüge, Frauenschuhe, erntete Tabak - und lebte im Wand-schrank eines Freundes, als er in Los Angeles sein Glück versuchte.

lange zu überlegen: «Obama!» Sogar die Kleinsten halten Clooney für einen Volksvertreter...

## Experte für Schweizer Küche

Nach kurzem Geplauder über Raumfahrt und «Gravity» schweift unser Gespräch wie schon so oft in den letzten Jahren auf seine letzten Töftouten in der Schweiz ab. Und so schwärmt Clooney von der Mont-Blanc-Gegend und der Fahrt runter nach Montreux mit seinem Kumpel Rande Gerber, Ehemann von Ex-Supermodel Cindy Crawford. Dann stupft er mich an: «Sobald man aus der Schweiz ist, werden die Strassen schlechter, das Essen dafür um so besser.» Mein Verteidigungsversuch, dass man auch in Italien schlecht essen könne, lässt er nicht gelten: «Ich habe in Italien auch schon schlecht gegessen, aber in der Schweiz noch schlechter.» Ich empfehle ihm dann, nächstes Mal mit Nick Hayek, dem CEO der Swatch Group, essen zu gehen, der kenne die guten Lokale. «Das stimmt, er weiss, wo man gut isst, und hat mich schon in ein paar nette Restaurants mitgenommen», erwidert Clooney, der neben Hayek, Financier Josef Ackermann und Astronaut Claude Nicollier im Verwaltungsrat der Belenos Clean Power Holding sitzt und somit auch Botschafter für saubere Schweizer Energie ist.

Noch ein paar VR-Sitzungen mehr und Clooney amtiert bald als Botschafter für die Schweizer Küche. Alles eine Frage der Zeit. 🌐



*Per Tod des Journalismus*

**W**er schon mal 70 Minuten auf einem Crosstrainer rumgetreten hat, wird mit mir einig sein: Ohne Fernseher oder iPad ist das fast nicht zu schaffen. Deshalb habe ich mir schon die absurdesten Fernsehprogramme angeschaut, bloss um die Stramperei zeitlich erträglich zu machen. Kürzlich war es wieder mal so weit in Abu Dhabi, wo im eingebauten Fernseher des Fitnessgeräts grade mal 12 Programme gespeichert waren - die meisten in arabischer Sprache. So schaute ich mir aus reiner Notwehr die CNN News an, die ich alle schon kannte und deren Bilder ich schon mehrfach gesehen hatte.

Doch plötzlich wurde ein Live-Interview mit einem europäischen Premierminister dazwischengeschaltet, der am WEF in Davos im dicken Wintermantel und bei Schneetreiben die Frage beantworten sollte, wie sein Land denn mit dem islamischen Terror umgehen würde. «Ach, wissen Sie», antwortete er sinngemäss, «es gibt linken Terror, es gibt rechten Terror, es gibt christlichen Terror und nicht nur islamischen Terror.» Was für eine religiös rücksichtsvolle Analyse. Oder habe ich da etwas verpasst? Vielleicht die linken Terroristen, welche wöchentlich Leute vor der Kamera enthaupten und das übers Internet verbreiten wie ein Musikfilmchen. Oder die rechten Terroristen, welche halbe Redaktionen hinrichten und jeden mit dem Tod bedrohen, der etwas anderes denkt, zeichnet oder sagt? Oder die christlichen Terroristen, die ein ganzes Land und ein ganzes Volk auslöschen wollen und das seit Jahren öffentlich proklamieren?

Und wie reagierte die Journalistin von CNN auf diese makabre Analyse? Sie fuhr einfach fort, ihre vorbereiteten Fragen zu stellen, ohne auch nur eine Sekunde auf das religiöse Konsensgeschwätz des Premierministers einzugehen. Relativieren und ignorieren - da soll sich noch einer wundern, dass immer mehr Bürger der Politik und dem Journalismus den Rücken zukehren.

*Michael Ringier*

# Neuer Look

Ringier frisch sich auf! Zum Rebranding gehören ein neues Logo, ein eingängiger Claim, Animationen, ein moderner Sound - und die eigens kreierte Ringier-Schrift. Ziel: Konsequente Fokussierung und klarer Imagetransfer.

We inform.



Bei Fragen und zur Unterstützung wenden Sie sich bitte an:  
Ringier AG, Corporate Communications,  
**Elisabeth Ehram**  
elisabeth.ehram@ringier.ch

Ringier

We inform.  
We entertain.  
We connect.



#### Das Logo

Insgesamt ist die Wort-Bild-Marke feiner geworden. Sie darf nur als Ganzes eingesetzt werden.



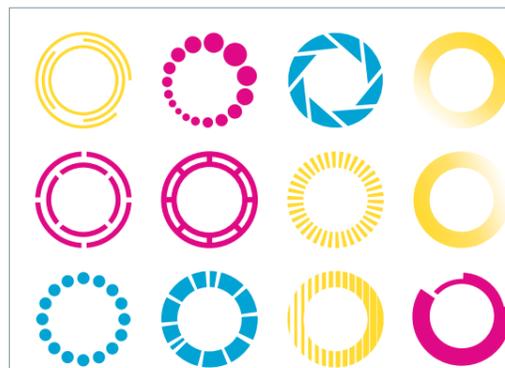
#### Die Bereiche

Die drei Ringe stehen für die Tätigkeitsfelder Publishing, Entertainment und Digital.



#### Die Ringe

Um die Vielfalt der einzelnen Firmen in den entsprechenden Tätigkeitsfeldern zu zeigen, wurden die Ringe verändert. Die Ringmuster können für einen thematischen Einsatz angewendet werden. Die Farben unterliegen dem jeweiligen Tätigkeitsfeld.



## Vision

Unsere Marken sind führend und begeistern.

## Mission

- ▶ Wir sind das grösste internationale Schweizer Medienunternehmen.
- ▶ Wir informieren unabhängig.
- ▶ Wir unterhalten respektvoll.
- ▶ Wir verbinden effizient.
- ▶ Wir kooperieren mit den Besten.
- ▶ Unsere Mitarbeiter handeln unternehmerisch.
- ▶ Unsere Kunden sind zufrieden.
- ▶ Unser Unternehmen entwickelt sich nachhaltig.

## 10 JAHRE DABEI:

**Felder Ursula**, Ringier Print  
**Mattenberger Bernadette**, Ringier Print  
**Milutinovic Lidija**, Ringier Print  
**Notter Franz**, Ringier Print  
**Forney Manuel**, Ringier Lausanne  
**Mäder Patrick**, Ringier AG  
**Piscitelli-Fiorillo Conce**, Ringier AG  
**Scheurer Eva-Danielle**, Ringier AG  
**Zollinger Corinne**, Ringier AG  
**Blumer Marie-Eve**, Ringier AG  
**Crowell Collin**, Ringier Vietnam  
**Wang Yang**, Ringier China  
**Sun Jie**, Ringier China

## 20 JAHRE DABEI:

**Bächler Alexandra**, Ringier Print  
**Bühler Daniel**, Ringier Print  
**Portmann Kristine**, Ringier Print  
**Jovic Jerko**, Ringier Print  
**Bandic Miro**, Ringier Print  
**Petresin Zorana**, Ringier Print  
**Schmitter Walter**, Ringier Print  
**Jaccard Luce**, Ringier Lausanne  
**Baumann Patrick**, Ringier Lausanne  
**David Marc**, Ringier AG  
**Baumann Thomas**, Ringier AG  
**Pozzi Arrigo**, Ringier AG  
**Sen Hoa**, Ringier Vietnam

## 30 JAHRE DABEI:

**Aeschlimann Werner**, Ringier Print  
**Fierro William**, Ringier Lausanne  
**Schmid Erika**, Ringier AG  
**Seewer Paul**, Ringier AG  
**Vonäsch Fritz**, Ringier AG

## 40 JAHRE DABEI:

**Mathys Markus**, Ringier Print  
**Gloor Thomas**, Ringier AG

## PENSIONIERUNGEN:

**Planzer Josef**, Ringier Print  
**Gluntz Geneviève**, Ringier AG

## TODESFÄLLE:

**Vizi Ernst**, 7.10.14  
**Burkhardt Fritz**, 27.10.14  
**Dos Santos Antonio**, 10.11.14  
**Marti Hans**, 18.11.14  
**Hagedorn Werner**, 21.11.14  
**Graber Franz**, 25.11.14  
**Stöckli Josef**, 27.11.14  
**Mösl Kurt**, 3.12.14  
**Suppiger Marta**, 14.12.14  
**Colbert Astrid**, 15.12.14  
**Feuz Anna**, 16.12.14  
**Furer Ernst**, 18.12.14  
**Niedermann Gertrud**, 19.12.14  
**Bertschi Hans**, 25.12.14  
**Wullschlegler Marianne**, 30.12.14

# Sie hält den Chefs den Rücken frei

Wer zu Michael Ringier oder Marc Walder will, muss zuerst an ihr vorbei: **Erica Weiss**. Statt Journalistin zu werden, heuerte sie einst auf dem Kreuzfahrtschiff Eugenio Costa an und servierte dort Disco-Queen Amanda Lear heisse Schoggi.

Fotos: Geri Born/Privat

**S**ie sitzt ganz oben. In der sechsten Etage im Ringier-Hauptsitz in Zürich. Dort, wo nicht jeder der drei Aufzüge hinauffährt. Abgehoben ist Erica Weiss, 53, persönliche Assistentin (neben Daniela Leutwyler) des Verlegers Michael Ringier und Konzernchefs Marc Walder, deshalb aber nicht. Sie hat sich hochgearbeitet. Von der zweiten Etage, wo die Blick-Sportredaktion sitzt und sie 1987 ihre Ringier-Karriere startet. Damals langweilt sie sich in einer Modeagentur. Ein Inserat weckt ihr Interesse: Ist Sport für Sie auch die schönste Nebensache der Welt? Sie bewirbt sich, hat eine Woche später den Job.

Ihre Leidenschaft für Sport wird in ihrem Elternhaus in Sulz AG geweckt. Ein sportbegeisterter Vater, der Bruder kickt bei Uefa-Juniorturnieren. Erica betreibt Leichtathletik, ist gar «schnellste Fricktalerin» ihres Jahrgangs.

Nach einem Abstecher zur Wochenzeitung «Sport» kehrt Erica Weiss zu Ringier zurück - wieder in die Blick-Sportredaktion, als «Mädchen für alles». Bereit hat sie, dass sie einst nicht auf Ex-SonntagsBlick-Chefredaktor Fridolin Luchsinger hörte. «Ich sollte die Journalistenschule besuchen. Aber ich war jung und hatte ande-



Über den Dächern von Zürich: Erica Weiss im Vorzimmer von Michael Ringier und Marc Walder.

res im Kopf.» Sie jobbt als Cocktail Waitress auf einem Kreuzfahrtschiff, serviert Disco-Queen Amanda Lear nachts heisse Schoggi. Heute bringt sie auch mal ihren Chefs den Espresso. In ihrer Freizeit spielt Erica Golf. Handicap 21,4. «Ich war schon tiefer.» Nur: Wie käme das an, wenn sie besser als Michael Ringier wäre? Sein Handicap: 11,5. Aber das haben wir nicht von ihr! Wenns um ihre Chefs geht, ist Erica absolut verschwiegen. **R.H.**



Erica Weiss (v.l.) als Volunteer an der Fussball-EM 2008 im Zürcher Letzigrund, als Blick-Glücksfee und beim Golfspielen in Sagogn-Schluen GR.



## Buch-Tipps

von Marc Walder

Schon gesehen? Hier verrät Marc Walder, welche Bücher er gelesen hat und warum sie ihn faszinieren.

PETER F. DRUCKER

### THE EFFECTIVE EXECUTIVE

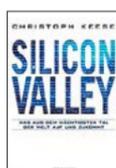
Das einzige unverzichtbare Handbuch fürs mittlere und Top-Management. Zeit. Stärken. Entscheidungsprozesse. Die Themen werden mit ausreichend Tiefgang und aus der richtigen Perspektive betrachtet. Die Kernthese des Buches besagt: Danach streben, die richtigen Dinge zu tun - nicht die Dinge richtig zu tun. Eines der 100 besten Wirtschaftsbücher aller Zeiten. ISBN: 3-8006-4671-4 Verlag: Franz Vahlen



CHRISTOPH KEESE

### SILICON VALLEY

Sein Besuch im Zentrum der digitalen Welt liest sich leicht wie ein Reisebericht, ist aber viel mehr als das. Christoph Keese schildert die Philosophie und Erfolgsmuster der Gründer im Silicon Valley und diskutiert die Folgen für unsere Wirtschaft, Gesellschaft und jeden Einzelnen. ISBN: 3-8135-0556-1 Verlag: Knaus



THOMAS H. DAVENPORT

### BIG DATA @ WORK - DISPELLING THE MYTHS

Big Data ist in aller Munde. Muss man da mitmachen? Davenport untersucht, welche Ziele man mit Big Data erreichen kann und was in technischer, organisatorischer und persönlicher Hinsicht zu beachten ist. Er kommt zum Schluss: Big Data ist mehr als ein neues Etikett für das, was man klassischerweise unter dem Begriff «Business Analytics» fasst. ISBN: 3-8006-4814-8 Verlag: Franz Vahlen



# TICKETCORNER PRIME.

Live-Entertainment für exklusive Gäste



## Ticketcorner PRIME. – Der exklusive Service für Firmenkunden

Ob Kundenevent, Jubiläumsfest oder Mitarbeiteranlass. Mit Ticketcorner PRIME. erhalten Sie Zugang zu den besten VIP Packages und Tickets für Shows, Konzerte, Sportanlässe und Openairs in der ganzen Schweiz. Suchen Sie nach einem massgeschneiderten Event mit Live-Entertainment? Dann sind wir Ihr richtiger Ansprechpartner!

Ticketcorner PRIME.  
 E-Mail: [prime@ticketcorner.ch](mailto:prime@ticketcorner.ch)  
 Tel. +41 (0) 44 818 33 33



# Wie stehts um die Ehe von Gölä?

Jetzt neu!



Antworten im Abo

