Zu Besuch bei «Pulse Live» in Kenia Nah am Geschehen. Nah am Kunden.

DOMO

Gegenwart und Zukunft des Unternehmens Ringier: CEO Marc Walder (l.), Verleger Michael Ringier und Robin Lingg (r.). Er vertritt die Ringier-Familie in der nächsten Generation.

Von Generation zu Generation

Es geht weiter

Ringier
Unternehmensmagazin
März 2018

INHALT

4 «Bei ‹Stille Nacht› hört es aber auf»
Weichenstellung im Hause. Michael Ringier, Marc Walder und Robin Lingg im grossen Interview über Firma, Familie und (journalistische) Fehler.

12 Am Puls(e) Kenias
Ringier Journalistenschüler Pauline Broccard über «Pulse Live» in Nairobi, wo man auf die sozialen Medien und die mobile Generation Afrikas setzt.

16 Blickpunkt Ringier
Die besten Pressefotos des Quartals.

18 Inspiration für die Zukunft
An der Ringier Management Conference kommen 220 Ringier Führungskräfte aus 19 Ländern zusammen – und befassen sich mit der Zukunft des Unternehmens.

20 Wie ich täglich die Demokratie retten soll
Ringier Journalistenschüler Florian Wicki ist beim Start des digitalen Magazins «Republik» dabei. Und fragt sich, was mit essayistisch-welterklärenden Artikeln wirklich bewegt werden soll.

24 Das erste Labor
Edwy Plenel und seine Mitstreiter gründeten vor zehn Jahren «Mediapart». Das Online-Magazin ist heute die wichtigste unabhängige Stimme in Frankreichs Presselandschaft.

26 Meine Nacht mit James Bond
DOMO-Autor René Haenig verbringt eine Nacht mit 007. Nein, nicht im Bett. Sondern auf einem Klo, in dessen Ecke eine Leiche liegt. Trotzdem: Bond ist und bleibt ein Gentleman.

28 Herzensbildung
Verleger Michael Ringier schreibt darüber, wieso sich Bildung und Barbarei nicht ausschliessen. Und was wir daraus lernen müssen.

29 My Week – Adetola Adegbite
Weshalb die Leiterin der Finance Intelligence in Nairobi jeden Tag um 6.30 Uhr im Büro sein muss.

30 Nadias Leben von A bis Z
Jubiläum: Nadia De Sousa Barros / Buch-Tipp von Marc Walder

Coverfoto: Christoph Köstlin

Impressum
Herausgeber: Ringier AG, Corporate Communications. **Leitung:** René Beutner, CCO, Dufourstrasse 23, 8008 Zürich. **Kontakt:** domo@ringier.ch **Chefredaktor:** Alejandro Velert. **Redaktionelle Mitarbeit:** Ulli Glantz und Markus Senn (visuelle Umsetzung), Pauline Broccard, Vinzenz Greiner, René Haenig, Peter Hossli, Florian Wicki **Übersetzer:** Gian Pozzy (Französisch), Claudia Bodmer (Englisch), Ioana Chivoiu, (Rumänisch), **Korrektorat:** Peter Hofer, Regula Osman, Kurt Schuiki (Deutsch), Patrick Morier-Genoud (Französisch), Claudia Bodmer (Englisch), Mihaela Stănculescu, Lucia Gruescu (Rumänisch). **Layout/Produktion:** Zuni Halpern (Schweiz)
Bildbearbeitung: Ringier Redaktions-Services Zürich. **Druck:** Ringier Print Ostrava und SNP Leefung Printers. Nachdruck (auch auszugsweise) nur mit Einverständnis der Redaktion. **Auflage:** 10 000 Exemplare. **DOMO** erscheint auf Deutsch, Französisch, Englisch und Rumänisch.

4

«Niemand trieb, niemand musste sich verbeugen, es ging ganz schnell.»

Michael Ringier

Das März-DOMO als eMagazin

Laden im App Store

Fotos: Gian Marco Castelberg, Sven Torfinn, Corinne Dubreuil, Thomas Buchwalder, Getty Images

«Bei ‹Stille Nacht› hört es aber auf»

Generationenwechsel bei Ringier: CEO Marc Walder kauft zehn Prozent der Aktien und wird Michael Ringier dereinst als VR-Präsident nachfolgen. Robin Lingg wird das neue Oberhaupt der Ringier-Familie.

Interview: Peter Hossli Fotos: Christoph Köstlin

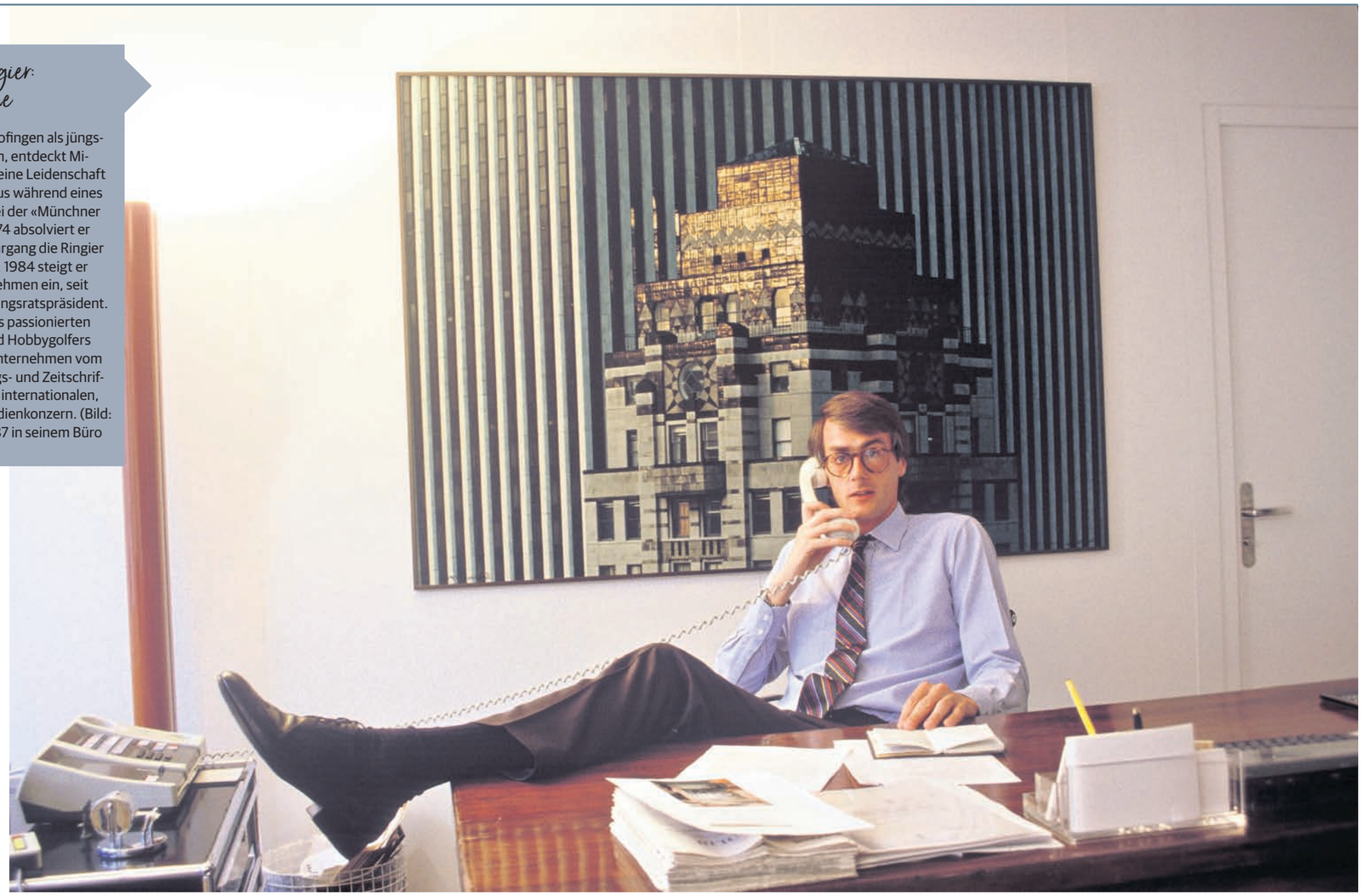
Pressehaus Zürich, 6. Stock. Auf einem Tisch angerichtet sind Wasser, Datteln und Kägi fret. In der Mitte sitzt CEO Marc Walder (52), links von ihm VR-Präsident Michael Ringier (68), rechts dessen Neffe, Geschäftsleitungsmitglied Robin Lingg (38). Alle tragen weisse Hemden, nur Walder und der Reporter dazu eine Krawatte.

Herr Ringier, was ist ein echter Ringier?
Michael Ringer (MR): Es gab bei uns alles – wahnsinnig Tüchtige, weniger Tüchtige, die Ausgeflippten.
Herr Walder, Sie sind neu Teilhaber der Ringier AG. Was ist Ringier für Sie?
Marc Walder (MW): Ringier steht für die Bereitschaft, Risiken einzugehen, sich immer wieder neu zu erfinden, für grosse Verantwortung gegenüber Mitarbeitenden. Und Ringier steht für ein modernes Medienunternehmen, das es geschafft hat, sich zu diversifizieren und zu digitalisieren.
Herr Lingg, Sie sind der Jüngste in der Runde. Weiss man mit 38 schon, was ein Ringier ist?
MR: Mit dieser Mutter bestimmt!
Robin Lingg (LG): Etwas weiss ich: Schubladisieren lässt sich ein Ringier nicht. Wir sind flexibel. Ringier lässt einem viele Freiheiten.
Warum ist Marc Walder ein Ringier?
MR: Der Deckungsgrad zwischen Marc und der jetzigen Ringier-Generation ist hoch. Es beginnt bei der Integrität, geht über Ehrlichkeit bis hin zum Ehrgeiz. All das sind wichtige Qualitäten.
RL: Marc und ich arbeiten seit fünf Jahren zusammen. Er trägt die gemeinsame Vision der Familie mit. Die Grenzen zwischen Familie und Marc lösen sich bei der Arbeit auf. Was richtig, was falsch ist, sehen wir alle gleich.
Wird die Firma jetzt zu «Waldier», wie der «Blick» das geschrieben hat?
RL: Wortspiele scheinen eine spezielle journalistische Disziplin zu sein…
MW: … als ich das im «Blick» sah, erschrak ich ein wenig. Das Wortspiel ist völlig vermessen. Ringier ist eines der traditionsreichsten Schweizer Familienunternehmen, das in der fünften Generation geführt wird, nun in die sechste Generation geht.
MR: Das Wort «Waldier» habe ich als Erster gesagt, insofern ist es okay. Ich hoffe ja, dass wir mehr zu «Ringer» werden und somit die «Gier» endlich loswerden.
Wie sehen Sie fortan Ihre Aufgabe, Herr Walder?
MW: Während der Phase, in der ich Ringier leiten darf, stelle ich die Weichen, damit die nächste Generation ein möglichst gut aufgestelltes Unternehmen vorfinden kann. Mit der Realität hat das Wortspiel nichts zu tun. Das Unternehmen Ringier gehört zur Familie Ringier.
Wessen Idee war es, Marc Walder zum Teilhaber und designierten VR-Präsidenten von Ringier zu machen?
MR: Bei anderen Firmen heisst es schnell: «Ich habe die Idee gehabt.» Wir…
RL: … wir wissen es gar nicht …
MR: … wirklich nicht. Es entstand ganz natürlich, wie vieles bei uns.
RL: Plötzlich stand es im Raum, dann sagten alle: Ja, so ist es.
MR: Es war logisch, dass es so ist.
Bei Ringier passieren Dinge einfach?
MW: Robin hatte einen sehr guten Job in Mexico City, bei einem Pharmakonzern, der deutlich grösser ist als Ringier, mit … mit wie vielen Mitarbeitern, Robin?
RL: 45000…
MW: … mit 45000 Mitarbeitern. Als ich bereits CEO war, haben Michael, Robin, dessen Mutter Evelyn und ich uns gefragt, ob wir Robin zu Ringier bringen sollten. Niemand dachte daran, dass er fünf Jahre später hier den ertragreichsten Bereich der Firma verantworten würde, den digitalen, der fast 70 Prozent des operativen Gewinns einbringt. Er führt diesen Bereich, weil er viel leistet, weil er Ringier in Afrika ▸

grossartig weiterentwickelt hat – und nicht, weil er zur Familie gehört.
MR zu MW gewendet: Vor 25 Jahren dachte niemand, dass du CEO wirst.
RL: Das Erfolgsgeheimnis der fünf, nun sechs Generationen liegt darin, dass man nicht auf Jahrzehnte hinaus plant, sondern versucht, immer das jeweils Beste zu tun.
MR: Meine beiden Schwestern haben kaum gedacht, dass ich das halb anständig hinbringen würde. Man lässt einander machen, dann funktioniert es – meistens.
Herr Ringier, Sie haben vor Jahren schon angetönt, dass Sie Marc Walder nachziehen wollen. Was hat es gebraucht, um Ihre Schwestern zu überzeugen, die Mitaktionärinnen?
MR: Das war nicht zentral.
Sondern?
MR: Nötig war, dass ich endlich über mein eigenes Alter nachdachte. Dabei merkte ich: Ja, ich bin älter geworden, ohne es wahrzunehmen.
Welchen Schluss zogen Sie daraus?
MR: Es ist dringend, den Generationenwechsel anzugehen. Meine Schwestern Evelyn und Annette musste niemand überzeugen.
RL: Das ist ja kein Verhandlungsergebnis. Es gab kein Hin und Her. Kein «Ich gebe dir das, du mir das». Du, Michael, hast gesagt, wir müssen uns an einen Tisch setzen und über die Nachfolge reden.
Dann zog sich die Familie zurück, und draussen wartete Marc Walder, bis weisser Rauch aufstieg?
Alle lachen.
MR: Wir gingen das professionell an und suchten einen Moderator. Er klärte bei allen die Interessen ab. Dabei stellte er eine grosse Harmonie fest. In kurzer Zeit bereinigten wir legitime Einzelinteressen.
Warum hat dabei nichts geleakt?
MR: Es gibt nur Lecks, wenn etwas nicht stimmt. Bei uns stimmt alles.
Herr Ringier, Sie wurden mir als «in gewissem Masse harmoniesüchtig» beschrieben…
MR: … dieses Gerücht will ich vehement dementieren. Ich bin seit 40 Jahren mit meiner Frau verheiratet ist. Das beweist, dass ich streiten kann.
Ich habe einseitig recherchiert?
MR: Ja! Meine Frau würde es nicht einen Tag mit einem Harmoniesüchtigen aushalten.
Gleichwohl – wie bringt man einen Generationswechsel so harmonisch über die Bühne?
MR: Das ist eine Stärke dieser Familie.
Sie sind deren Oberhaupt. Wie erzeugen Sie eine solche Atmosphäre?
MR: Mit gemeinschaftlichen Erlebnissen. Die Familie muss wichtig sein. An Weihnachten fährt niemand in die Ferien. Zu Weihnachten kommen alle im Familienhaus in Merlischachen zusammen. Das haben wir schon immer gemacht, und das werden wir weiterhin tun.
Ist Marc Walder da jeweils dabei?
MR: Nein, mit der Firma hat das nichts zu tun.
RL: Wir reden nie über das Geschäft, sondern schauen zum 700. Mal «Die Hard 3», ich koche, wir haben es zusammen gut.
Daran ändert nichts, dass Marc Walder zehn Prozent an der Firma hält?
MR: Es gibt nach wie vor eine Firma, und es gibt eine Familie. Das ist wichtig. Das trennen wir. Marc wäre es peinlich, mit uns «Stille Nacht» zu singen. Sicher, er ist in den letzten 25 Jahren ein Teil der Familie geworden. Das kommt mit der Beteiligung zum Ausdruck. Bei «Stille Nacht» hört es aber auf.
Bisher besassen drei Aktionäre je ein Drittel. Wollte einer oder eine verkaufen, kamen nur die beiden anderen als Käufer in Frage. Wie haben Sie diese Regel umgangen?
MR: Plötzlich passen einst gute Regeln nicht mehr. Sind sich alle einig, findet man einen neuen Konsens. Irgendwann wird die nächste Generation die neuen Regeln wieder ändern.
Die «Weltwoche» berichtet, es gab mit Annette Ringier eine Art Königsmacherin. Sie habe ihren Anteil von 33,3 Prozent familienintern verkaufen wollen…
MR: … dass Sie die «Weltwoche» als Quelle zitieren, ist bereits Ihr zweiter journalistischer Fehler in diesem Interview …
…stimmt es?
MR: Blödsinn. Niemand trieb, niemand musste sich verbeugen, es ging ganz schnell.
Gibt es eine neue Regel bezüglich des Verkaufs der Anteile? Wenn ja, wie sieht sie aus?
MR: Zur ersten Frage sage ich Ja, zur zweiten schweigen wir.
Die Beteiligung von Marc Walder deutet einen Börsengang an. Wann lässt sich Ringier kotieren?
MR: Solange ich dabei bin, geht Ringier nicht an die Börse.
RL: Was wir jetzt machen – das ist ganz wichtig für die Mitarbeitenden –, ist ein Vertrauensbeweis für Marcs Arbeit. Es ist eine Botschaft der Stabilität. Wir möchten diese Firma als Familienunternehmen weiterführen. Deshalb arbeite ich ja für Ringier.

Michael Ringier: Der Gelassene

Aufgewachsen in Zofingen als jüngstes von vier Kindern, entdeckt Michael Ringier, 68, seine Leidenschaft für den Journalismus während eines Praktikums 1973 bei der «Münchner Abendzeitung». 1974 absolviert er mit dem ersten Lehrgang die Ringier Journalistenschule. 1984 steigt er ins Familienunternehmen ein, seit 1991 ist er Verwaltungsratspräsident. Unter der Ägide des passionierten Kunstsammlers und Hobbygolfers wandelt sich das Unternehmen vom klassischen Zeitungs- und Zeitschriftenverlag zu einem internationalen, diversifizierten Medienkonzern. (Bild: Michael Ringier 1987 in seinem Büro im Pressehaus)



Es kursieren Zahlen über die Wertsteigerung der Firma unter Marc Walder. Die «Weltwoche» schreibt von 900 Millionen auf 1,5 Milliarden. Entspricht das der Wahrheit?
MR: Hinter Ihnen hängt ein Werk von Anselm Reyle. Wie wertvoll es ist, weiss ich erst, wenn ich es zum Verkauf an eine Auktion gebe. Wollen es zwei, geht der Preis durch die Decke. Will es nur einer, sinkt er.
RL: Bei uns wird wenig über Geld gesprochen.
MR: Wir wissen schlicht nicht, wie wertvoll das Unternehmen ist. Aber wir sind überzeugt, dass wir eine viel bessere Firma haben, seit Marc da ist. Nicht Zahlen sind interessant, sondern Menschen.
Aber Marc Walder konnte durch die getätigten Investitionen den Wert deutlich steigern?
MR: Er hat aus dieser Firma etwas Neues gemacht …
RL: … eine neue Firma …
MR: … er hat etwas mit Zukunft gemacht, das ist unbezahlbar.
Dass er sich beteiligen darf, ist eine Anerkennung für diese Leistung?
RL: Natürlich ist es eine Anerkennung, aber nicht nur. Es ist eine Bestätigung, dass wir den Weg weitergehen wollen, den er eingeschlagen hat.
Hat die Familie die Aktien Marc Walder geschenkt?
RL: Nein.
MR: Geschenke funktionieren nie, nicht einmal in einer Ehe, wenn nichts Ernsthaftes dahintersteckt.
MW: Lassen Sie mich kurz über die Aktionäre, die Familie Ringier, sprechen. Unser Geschäftsmodell ist massiv angegriffen worden. Zeitungen, Zeitschriften, Druckereien sind durch die Digitalisierung substanziell geschwächt worden. Es brauchte Aktionäre mit enormem Mut. Wir redeten vor knapp zehn Jahren darüber, Dutzende Millionen für Ticketcorner auszugeben, gar Hunderte von Millionen für Jobs.ch oder Scout24. Ich habe miterlebt, was sich jene anhören mussten, die das damals wagten.
Was hiess es?
Viele Verlagskollegen, die sich weniger mutig, weniger schnell veränderten, sagten: «Du bist wahnsinnig, und die Aktionäre sind noch wahnsinniger, derart hohe Risiken einzugehen, in Geschäfte zu investieren, die ihr nicht kennt.» Die Lorbeeren verdienen also jene, die uns diese Investitionen erlaubten, nicht die Manager, die das umsetzten.
MR: Sorry, Marc, aber es braucht beide. Unsere Firma ist alles, was wir haben. Es gibt keine geheimen dicken Konten mit zig Millionen. Ich will jetzt nicht die arme Maus geben oder mein schönes Leben schlechtreden. Aber bei allem, was wir machen, tragen wir das Risiko.
MW: Der Anfang der Transformation war prägend. Er hat mich eng ▸

Robin Lingg: Der Hoffnungsträger

Robin Lingg, 38, ist seit 2014 Mitglied des Group Executive Boards der Ringier AG und verantwortet den Geschäftsbereich International Marketplaces. Davor war er CEO Ringier Afrika und Asien und Head of Business Development. Robin Lingg ist der Sohn von Evelyn Lingg-Ringier, die zusammen mit ihrem Bruder Michael Ringier und ihrer Schwester Annette Ringier Inhaberin der Ringier AG ist. Er absolvierte sein Studium der Sprachen, Wirtschafts- und Kulturraumwissenschaften an der Universität Passau in Deutschland. Robin Lingg ist verheiratet, Vater von drei Kindern und lebt in Zürich. (Bild: Robin Lingg 2014 in den Ringier-Büros in Ghana)

an die Aktionäre gebunden. Sie haben mir das Vertrauen geschenkt, viel Geld zu investieren in Firmen, von denen wir im Management glaubten, es seien die richtigen. Das Risiko hat sich gelohnt. Viele der Unternehmen sind heute ein Vielfaches ihres damaligen Kaufpreises wert.

Sie haben nun zehn Prozent einer viel wertvolleren Firma gekauft. Ich kenne Ihre finanziellen Verhältnisse nicht, nehme aber an, Sie bezahlten die Aktien nicht bar. Wie konnten Sie sich den Einkauf leisten?

MW: Zusammen haben wir eine Lösung gefunden, wie ich einen beachtlichen Anteil – zehn Prozent sind unheimlich viel für mich – an diesem wunderbaren Unternehmen übernehmen konnte. Die Lösung bleibt im Kreise jener, die sie entwickelt haben.

Bisher waren Sie Angestellter mit einem Lohn. Nun sind Sie Teilhaber, tragen die Risiken mit. Geht etwas schief, könnten Schulden bleiben. Wie verändert das Ihr Bewusstsein?

MW: Mit der Last und der Lust eines Unternehmers bin ich aufgewachsen. Mein Vater hatte ein Architekturbüro. Es wuchs von vier auf 38 Mitarbeiter an, dann ging es wieder runter. Lief es, waren alle zufrieden, lief es nicht, spürten wir das. Ich war stets gewissenhaft. Seit die Beteiligung bekannt ist, überlege ich wohl noch genauer, wie wir investieren.

Macht Sie das risikoscheuer oder risikobereiter?

MW: Gute Frage. Beantworten kann ich sie in ein paar Jahren …

MR: … das sehen wir schon bei der nächsten Investition …

MW: … ich entscheide ja nicht allein, wir entscheiden im Team.

MR: Es war stets mein Ziel, nie abstimmen zu müssen. In den rund dreissig Jahren, in denen ich nun dabei bin, haben wir immer diskutiert, bis alle Ja oder alle Nein sagten.

MW: Bei den fast zwei Milliarden Franken, die wir in Technologie und Firmen investiert haben, gab es nie einen Stichentscheid, sondern immer einen Konsens.

Den dann alle durchziehen?

RL: Wären wir zögerlich gewesen, hätten wir die Transformation nicht geschafft. Haben wir einen Entscheid, ziehen ihn alle durch.

Herr Ringier, Sie sagten vor zwei Jahren, Sie seien ein Verleger, der sich einmischt, «sonst braucht es mich ja nicht mehr». Braucht es Sie bald nicht mehr?

MR: Noch bin ich ja Aktionär, und als das werde ich mich weiter einbringen und mitreden. Aber durch die «Blick»-Redaktion gehen und mich einmischen, das mache ich nicht. Was in unserem Namen veröffentlicht wird, dafür fühle ich mich nach wie vor verantwortlich.

Herr Walder, Sie werden Michael Ringier als Verwaltungsratspräsident nachfolgen. Bleiben Sie CEO?

MW: Was wir jetzt haben, ist sehr gut. Einen Chairman, der Mitbesitzer ist, selbst CEO war, der alle unsere Geschäfte hervorragend kennt. Nun hat die Familie bekannt gegeben, dass ich irgendwann das Präsidium übernehmen werde. Dann wird es einen neuen CEO geben.

RL: Wir haben stets für frischen Wind gesorgt und geschaut, dass man nicht in die gleiche Richtung rennt. Es geht nicht, dass man gleichzeitig Aktionär, CEO und VR-Präsident ist. Michael sagt, dann rede man nur noch mit sich selbst, dann fehlen die Impulse.

MR: Gegenkräfte waren mir stets wichtig. Der Vizepräsident im Verwaltungsrat, Uli Sigg, führt die Sitzungen. Meine Schwestern sind zwar in der Öffentlichkeit weniger präsent, aber intern sehr. Sie wissen alles, sind manchmal sehr hartnäckig und das Gegenteil von Abnickern. Dank dieser Gegenkräfte lösen wir am Schluss alles in Harmonie.

Sie teilen Macht. Was bedeutet sie?

MR: Ich brauchte lange, um zu verstehen, dass ich innerhalb wie ausserhalb der Firma etwas anders bin. Mit meiner Stellung, meinem Namen. Zuvor hatte ich stets das Gefühl, wie die anderen zu sein. Bis ich einsah: Wenn alle anderen das anders sehen, ist das wohl so.

Sie haben gemerkt, Macht zu haben?

MR: Dann habe ich gelernt, damit umzugehen. Macht ist diffizil. Sie ist nötig, um etwas Richtiges durchzusetzen. Aber man muss höllisch aufpassen, dass man nicht vergisst, andere mitzunehmen. Werden Entscheide allein mit Macht gefällt, geht es meist schief.

RL: Macht ist keine feste Grösse.

MR: Darum wollten wir Marc als Aktionär gewinnen. Er hat jetzt eine andere Position. Es ist mehr … es ist etwas anderes als ein angestellter CEO, ein VR-P. Alle wissen: Er ist jetzt Aktionär.

MW: Ein Medienunternehmen übt Einfluss auf die Gesellschaft aus. Dadurch hat es Macht. Sicher, auch wir haben Fehler gemacht. Aber wenn man bedenkt, wie wir beispielsweise mit dem aufkeimenden Rechtspopulismus umgegangen sind, in der Schweiz und in Osteuropa, dann gehen wir verantwortungsvoll mit Macht um. Gesellschaftliche Verantwortung wurde höher gewichtet als das Gewinnstreben. Ein Medienunternehmen hat eine grössere Verantwortung als eine Schraubenfabrik.

Herr Ringier, Sie absolvierten den ersten Jahrgang der Ringier-Journalistenschule …

MR: … aus den meisten Abgängern ist ja etwas geworden …

… würden Sie einer Ihrer Töchter diesen Berufsweg heute empfehlen?

MR: Ja, aber ihre Wege gehen in andere Richtungen. Selbstverständlich ist Journalismus nach wie vor etwas Faszinierendes. Wirtschaftlich aber ist er wesentlich weniger interessant als früher, gleichzeitig viel anspruchsvoller.

Sie waren ebenfalls Journalist, Herr Walder, die Digitalisierung scheint Sie mehr zu packen. Bleibt Ringier journalistisch? Nimmt das Interesse ab?

MW: Das Unternehmen ist deutlich unabhängiger geworden vom Journalismus. Das ist richtig. Keiner, der heute in dieser Branche arbeitet, weiss, was in fünf Jahren sein wird. Deshalb war die Transformation ein kluger Schritt. Dass man daraus folgert, Journalismus wäre nicht mehr wichtig, ist falsch. Michael hat immer gesagt, gerade weil wir journalistische Produkte herausgeben, konnten wir uns in den letzten zehn Jahren so verändern. Partner haben mit uns Firmen gebaut, weil wir eine grosse Geschichte haben im Journalismus.

RL: Weder die Faszination für noch das Interesse am Journalismus nimmt ab. Das Bewusstsein nimmt aber zu, dass es schwieriger geworden ist, Journalismus zu finanzieren.

Sie selber haben keine journalistische Ausbildung.

RL: Vermutlich hat bei Ringier in den letzten fünf Jahren niemand mehr journalistische Jobs geschaffen und Newsrooms gebaut als ich. Wer sich um den Stellenwert des Journalismus bei Ringier sorgt, soll sich überlegen, welche Sorgen wir ohne die nichtjournalistischen Tätigkeiten hätten.

MW: Ich verstehe die Fragen der Journalisten, ob sie im Unternehmen wichtig bleiben. Auch, weil immer mehr über künstliche Intelligenz und lernende Maschinen gesprochen wird. Journalisten, die sich wundern, ob sie noch am richtigen Ort sind, sage ich: Es ist der beste Ort, weil das Unternehmen eben so breit abgestützt ist.

Sie haben sich in Mexiko durchgesetzt, Herr Lingg. Ist das wichtiger als eine journalistische Ausbildung?

RL: Mein Hintergrund hat Michael und Marc wohl auf die Idee gebracht, ich könne einen Mehrwert bringen. Mit 21 verliess ich die Schweiz und verbrachte 13 Jahre im Ausland, setzte mich in aufstrebenden Märkten durch. Unsere Wurzeln sind in der Schweiz, aber Ringier ist ein agiles, internationales Unternehmen.

Sie lebten zufrieden in Lateinamerika, waren dort erfolgreich. Jetzt sind Sie wieder in der trüben Schweiz. Warum …

MW: … er ist ja kaum je in der Schweiz …

… warum wollen Sie das? Niemand ist verpflichtet, in ein Familienunternehmen einzusteigen.

RL: Es ist das Grösste. Meine Frau ▸

Die fünf Ringier-Generationen – 185 Jahre im Geschäft

◂ Johann Rudolf Ringier ist seit sieben Generationen der erste Ringier, der nicht mehr Pfarrer werden will. 1833 kauft er in Zofingen eine Buchdruckerei und sichert sich die Rechte für das «Zofinger Wochenblatt».

◂ Im Jahre 1874 übernimmt Franz Emil das väterliche Unternehmen. Gegen die neue Konkurrenz «Volksblatt» muss er 1885 sein «Wochenblatt» einstellen. Mit dem Kauf einer neuen Schnellpresse bringt er die Druckerei wieder auf Kurs.

◂ Nach dem überraschenden Tod seines Vaters Emil übernimmt 1898 der erst 22-jährige Paul August die Druckerei. 1910 druckt er den ersten Jelmoli-Katalog, 1911 die «Schweizer Illustrierte». Technisch begabt, stellt er 1914 die erste Tiefdruck-Rotation vor.

◂ Paul August Ringier, ein gestrenger Patriarch, stirbt 1960 84jährig. Erst im Alter von 54 Jahren kann Hans Ringier jetzt das Unternehmen mit mittlerweise 2000 Angestellten übernehmen. Weitsichtig plant er die Nachfolge.

◂ Hans Ringier übergibt 1985 die Führungsverantwortung seinen Söhnen Christoph und Michael. 1991 tritt Christoph Ringier aus dem Unternehmen aus, Michael Ringier übernimmt als Verwaltungsratspräsident die alleinige Verantwortung.

und ich wollten eigentlich in Mexiko bleiben. Als Marc fragte, ob ich zurückkommen wolle, haben wir nicht eine Millisekunde überlegt.

Es ist ein grosser Schritt.

RL: Wenn man die Chance erhält, etwas zu dem beizutragen, von dem man lange profitiert hat, eine 185-jährige Geschichte weiterzuschreiben, von der ich überzeugt bin, dass sie als Modell für die Mitarbeiter einen grossen Wert hat, dann gibt es nichts zu überlegen. Es ist die Lebensaufgabe der Familie.

Vieles bleibt vorerst beim Alten. Warum reden Sie bereits darüber?

MR: Heute ist es wichtiger denn je, dass Menschen wissen, mit wem sie es zu tun haben. Die Konkurrenz ist hart. Andere zahlen besser, bieten attraktivere Technologie-Jobs. Bei uns wissen die Menschen, mit wem sie es zu tun haben. Sie kennen vielleicht mich, Marc, nun lernen sie Robin kennen. Sie wissen, was sie erwartet.

RL: Wir beseitigen Spekulationen. Von Kolleginnen und Mitarbeitern erwarten wir viel Flexibilität, ständig müssen sie sich verändern. Oft bleibt in 18 Monaten kein Stein auf dem anderen. Nun sagen wir zwei Dinge. Erstens: Der eingeschlagene Weg ist zu 100 Prozent richtig, wir gehen ihn weiter, mit Marc, mit Michael, mit mir.

Und zweitens?

RL: Trotz vieler Wechsel und Veränderungen ist das Fundament sehr solide. Dieses Haus steht aufrecht.

Sie nennen Herrn Ringier «meinen Onkel». Was ist Michael Ringier für Sie, abgesehen von einem Onkel?

MR: Vermutlich seine Hypothek!

RL: Michael war für mich immer speziell. Als Knabe hat er mich gepiesackt. Kein unter Zehnjähriger schafft es, solchen Sarkasmus auszuhalten. Ich habe meinen Onkel immer geliebt als Kind. In der Familie ist er eine zentrale Figur, zusammen mit meiner Mutter. Wir hatten stets ein gutes Verhältnis, nie gab es Streit. Er ist herzlich, ist da, wenn man ihn sucht.

Was ist Marc Walder für Sie, Herr Ringier: Ziehsohn? Freund? Angestellter?

MR: Marc ist eine Art siamesischer Zwilling. Wirklich gekannt hatten wir uns ja lange nicht. Beim Tennis nahm ich ihn erstmals wahr, da erfährt man viel über eine Person. Über die Jahre sind wir uns nähergekommen. Angenehm ist heute: Wir denken deckungsgleich, was vieles erleichtert. Brauchen andere Monate, entscheiden wir in wenigen Minuten. Zudem haben wir es einfach irrsinnig lustig.

Humor ist Ihnen wichtig?

MR: Schon als junger Mann habe ich mir geschworen: Ich will mit Menschen arbeiten, mit denen es fröhlich ist. Wie in der Familie. Was wir zu Hause lachen! Klar gibt es da Opfer. Ich muss mich offiziell bei Robin entschuldigen, dass ich gesagt habe, er soll mit seiner Trompete an Weihnachten draussen spielen. Robin, es tut mir wirklich leid!

Herr Walder, vermutlich schlagen Sie Michael Ringier noch immer beim Tennis. Was kann er besser als Sie?

MW: Er hat eine grosse, ganz natürliche Autorität. Er muss nie laut werden oder Kraft seines Amtes Dinge durchsetzen. Was er ausstrahlt, reicht. Dass Michael Ringier unser Verwaltungsratspräsident ist, ist das Beste, was der Firma widerfahren kann. Er ist oft unterwegs, irgendwo zwischen New York, Miami, London. Und doch bleibt er der natürliche und unbestrittene Kopf der Firma.

Was schätzen Sie an Robin Lingg, Herr Walder?

MW: Es war ein Risiko, als Robin in die Firma kam …

RL: … absolut …

MW: … vor allem für Robin. Er hatte eine Top-Stelle in Mexiko. Seiner Familie gefiel es. Er zog mit ihr von der anderen Seite der Welt nach Zürich. Um in einer Firma zu arbeiten, die sein Onkel führt, in einer Branche, die er nicht kannte, mit der Aufgabe, in Afrika etwas aufzubauen. Schwieriger geht es wirklich nicht! Und wissen Sie was? Er hat das hervorragend hinbekommen. Weil er aufopferungsvoll, leistungsstark und ausserordentlich schnell ist. Ihm geht es immer um den Fortschritt.

Herr Lingg, was lernen Sie von Marc Walder?

RL: Enorm viel. Es gibt keinen Bullshit, keine Politik zwischen uns. Niemand muss dem anderen etwas vormachen. Wir legen einander alles ehrlich auf den Tisch, sagen, was wir denken. Wir lernen voneinander und miteinander.

Dann ist das die nächste Generation siamesischer Zwillinge?

RL: Marc ist ein Visionär, er denkt viele Schritte voraus, ein unglaublicher Netzwerker. Sein Enthusiasmus nach 25 Jahren ist fantastisch. Etwas prägt unsere Beziehung: Ehrlichkeit. Es gibt keine Filter.

Redaktor. Chefredaktor. Schweiz-Chef. Konzernchef. Mitinhaber. Herr Walder, wie erklären Sie Ihren Kindern, wie man eine solche Karriere schafft?

MW: Am Schluss ist es immer Fleiss, davon bin ich überzeugt. Es ist noch niemand ein guter Tennisspieler geworden, ohne dass er viel trainiert hat …

MR: … oder ein Kunstsammler …

MW: … nicht verbissener Fleiss, sondern echte Hingabe.

Fleiss allein reicht?

MW: Das Zweite ist Integrität. Die Menschen, mit denen man zu tun hat, sollen sagen: «Mit dem mache ich das gerne.» Es gibt den wahren Spruch «people do business with people they know, like and trust».

Herr Ringier, wer hat den besseren Kunstgeschmack, Marc oder Robin?

RL: Ich weiss nicht mal, ob ich einen habe.

MR: Das ist eine sehr fiese Frage. Es geht nicht um Geschmack, es geht um das Auge, das Sehen. Wenn ich erlebe, wie sie auf ein Werk reagieren, dann muss ich sagen: Beide haben ein gutes Auge. Etwas zu sehen, kann man nicht lernen, es ist aber Voraussetzung. Danach muss jeder für sich selbst entscheiden, wie weit er gehen will.

Dann werden beide zusammen die Sammlung weiterführen?

MW: *lacht.* Ich nicht!

RL: *lacht.*

MR: Bei der Kunstsammlung finden wir die Nachfolgeregelung ein anderes Mal. Mein Vater wurde 97 Jahre alt. Am Tag vor meinem Tod werde ich noch ein Bild kaufen.

Bei Ihrem Sekretariat ist mir eine Elefantenskulptur von Rolf Knie aufgefallen …

RL: *lacht schelmisch.*

MW: … dass Sie das ins Spiel bringen, ist nun Ihr dritter journalistischer Fauxpas!

RL: It's the elephant in the room. Dürfen wir den Joker ziehen und nicht darüber reden?

MW: Darf ich die Geschichte erzählen?

Passt die Skulptur in die Sammlung?

RL: *lacht.*

MW: Wir möchten nicht für Schlagzeilen sorgen, indem wir jetzt Michael das Wort geben.

Schade.

MW: Ich habe Rolf Knie, den ich seit dreissig Jahren kenne, in die Kronenhalle zum Mittagessen eingeladen. Um 12.30 Uhr sass ich pünktlich im Restaurant. Um 12.45 Uhr schickte ich ihm ein SMS: «Ich sitze vorne links.» Um 13 Uhr schrieb ich: «Hast du mich vergessen?» Um 13.15 Uhr habe ich die Kronenhalle verlassen, weil er nicht kam. Um 14 Uhr schrieb er: «Scheisse, voll vergessen, tut mir wahnsinnig leid.» Danach brachte er – liebenswürdig, wie er ist – den Elefanten mit.

MR: Kunst muss tolerant sein. Meine Frau sammelt auch Elefanten. Die Assistentin von Herrn Walder hat mich gebeten, ihn behalten zu dürfen.

RL: Die Assistentin verlässt uns!

MR: Ihr Abschiedsgeschenk?

RL: Sie darf den Elefanten mitnehmen.

Michael. Marc. Robin. Ist Ringier fest in Männerhand?

RL: Nein, wir haben ganz starke Frauen auf wichtigen Positionen.

MR: Zwei Drittel sind Aktionärinnen …

RL: … genau, es ist eher Zufall …

MR: … ich glaube, das beantwortet Ihre Frage. Jeder, der unsere Frauen kennt …

RL: … Ellen, Susanne, Myri …

MR: … weiss: Wir, die hier sitzen, sind nur die Attrappen.

MW: Das Thema Frauen ist bei Ringier wichtig. Zwei Frauen sitzen in der Konzernleitung. Zentrale Bereiche wie Finanzen und Technologie werden von Frauen geführt, ebenso Human Resources und Mergers & Acquisition. Je eine Frau führt Serbien und Blick Online.

MR: Es passiert viel, aber wir haben da sicher Raum, uns zu verbessern.

Sie haben zwei Töchter. Nach Robin gebe es da ja Möglichkeiten, dass eine Frau an der Spitze der Familie steht.

MR: Das haben wir nie ausgeschlossen. Bei meiner Generation war die Frage berechtigt. Ich musste es nicht machen, weil ich ein Mann bin, sondern weil es klar war, dass meine Schwestern es nicht wollten.

Herr Ringier, Marc Walder sagt, Coden ist das neue Schreiben. Sie schreiben prägnante Reden, blitzende Kommentare – können Sie coden?

MR: Könnte ich alles, wäre das furchtbar. Ich verstehe, worum es geht. Das reicht. Ich beschäftige mich mit zeitgenössischer Kunst. Jeden Tag stehe ich vor etwas, das ich nicht verstehe. Das hält mich jung.

Jede Generation hinterlässt ein Vermächtnis. Was ist Ihres?

MR: Das werden andere beurteilen, ich bin da schmerzfrei. Ich versuche, die Sache so gut zu machen, wie ich das gemäss meinem Anspruch kann. Mit anderen messe ich mich nicht. Das Wort Vermächtnis gebrauche ich nie. Über die jetzige Lösung bin ich froh. Der Rest ist die Aufgabe von Robin.

Marc Walder: Der Macher

Marc Walder, 52, beginnt 1991 seine Karriere bei Ringier in der Vertriebsabteilung und besucht 1993 die Ringier Journalistenschule. In den Jahren danach ist er unter anderem Chefredaktor der Schweizer Illustrierten, des SonntagsBlick und publizistischer Leiter der Blick-Gruppe. 2008 wird Walder CEO von Ringier Schweiz, seit 2012 ist er CEO der Ringier AG. Unter Walder wird das Unternehmen konsequent diversifiziert und digitalisiert. Der ehemalige Tennisprofi ist verheiratet und Vater von zwei Töchtern. (Bild: Marc Walder 2002 bei der Schweizer Illustrierten)

Am Puls(e) Kenias

Seit einem Jahr ist Ringiers afrikanisches Nachrichtenportal «Pulse Live» auch in Kenia präsent. Ob bei politisch brisanten Ereignissen oder bei Strassenumfragen in Nairobi: Man ist live dabei. Und damit die User liken, diskutieren und teilen, setzt man auf die sozialen Medien – mit Erfolg.

Text: Pauline Broccard, Ringier Journalistenschülerin Fotos: Sven Torfinn

Umringt von einem Dutzend Männern steht Caroline Njoroge, 26, mit ihrem Mikrofon in der Hand da. Die Moderatorin von «Pulse Live Kenya» ist für eine Strassenumfrage in Nairobi zwischen den Stadtteilen Satellite und Kawangware unterwegs. «Welchen Regeln folgt deine Ehefrau zu Hause?», fragt sie einen jungen Mann. «Ich denke nicht, dass es Regeln gibt. Heutzutage geht es um Kommunikation und Verständnis», antwortet er ihr in Swahili. Die anderen Männer schauen Videojournalist Musa Chahare, 30, derweil über die Schulter in den kleinen Kamerabildschirm und lauschen aufmerksam dem Interview.

Die Leute auf Nairobis Strassen kennen Caroline schon, sie nennen sie «The Pulse Lady». Sie und ihr Kameramann Musa sind Teil des zwölfköpfigen Video-Teams bei «Pulse Live Kenya». Drei Mal die Woche dreht das Team morgens Videomaterial für einen witzigen Zusammenschnitt für Facebook, Twitter, Instagram und Youtube. Nachmittags sind sie mit weiteren (Scherz-)Fragen, wie zum Beispiel «Was kannst du auf einem Pankreas (eine Bauchspeicheldrüse, die Red.) kochen?», auf den Strassen der kenianischen Hauptstadt – und live auf Facebook zu sehen.

Während «Pulse-Lady» Carolina Strassenumfragen durchführt (l.), bespricht Redaktionsleiter Martin Wachira auf der Pulse-Redaktion mit seinen Journalisten die Tagesthemen.

In diesen Tagen beherrscht aber harte Politik die Agenda: Oppositionsführer Raila Odinga schwört seinen «Amtseid» und ernennt sich selbst zum «Volkspräsidenten». Die Regierung hat deswegen alle Privatfernsehsender, die das Ereignis übertragen wollten, abgeschaltet. Es ist ein besonderer Tag nicht nur für Nairobi, sondern für die gesamte Medienlandschaft Kenias. Nur noch Livestreams funktionieren. Und genau das bietet «Pulse Live Kenya». Kameramann Musa ist als Videojournalist vor Ort und streamt die «oppositionelle Amtseinführung» auf Facebook. An diesem Tag erreicht das Nachrichtenportal seine Höchstzahl an Nutzern: 900 000 Zuschauer verfolgen live dieses politisch brisante Ereignis! Auch für die Co-Leiterin des Social-Media-Teams, Safina Okumu, 25, ist es beeindruckend: «Weil die TV-Stationen ab- ▸

Die gute Seele und Köchin des Hauses, Dolly, bereitet Ugali zu. Der Getreidebrei aus Maismehl ist eine kenianische Spezialität.

geschaltet sind, suchen sich die Leute ihre News auf Social Media. Mit Facebook Live sind wir präsent. Dazu veröffentlichen wir immer wieder Zitate aus der Rede Odingas, und die Journalisten produzieren zusätzlich Artikel, die die Geschehnisse erklären und einordnen.»

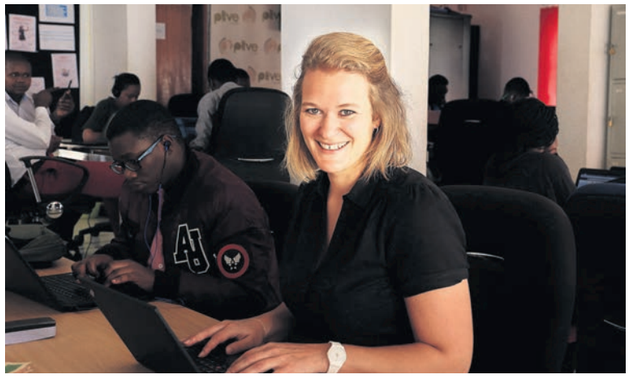
Safina Okumu war schon in der Redaktion, als die sozialen Kanäle von «Pulse Live Kenya» im Januar 2017 starteten und noch keinen einzigen Follower hatten. «Es ist schön zu sehen, wie unser Medium so schnell gewachsen ist. Am Anfang feierten wir 17 Likes, mittlerweile sind wir bei 500 000.»

Die sozialen Medien sind eines der wichtigsten Verbreitungsmöglichkeiten für «Pulse Live Kenya». Bis zu 75 Prozent der Leser kommen durch soziale Netzwerke auf die Seite. Die Strategie von «Pulse»: Nutzer sollen so oft wie möglich am Geschehen teilhaben. Likes abgeben. Kommentieren. Teilen. «Bei Facebook Live sprechen wir unsere Zuschauer immer direkt an. Denn diese Personen werden beim nächsten Mal auch wieder da sein», erklärt Safina.

Die Redaktion von «Pulse Live Kenya» befindet sich an der Othaya Road 36, im Stadtteil Kileleshwa. Die Redaktion befindet sich in einem von Sicherheitsleuten bewachten Wohnhaus, eingerichtet mit Tischen und Bürostühlen, die sich trotz Rollen kaum bewegen lassen. Die Stimmung im Team ist produktiv, kreativ – und fröhlich. Im Erdgeschoss sitzen die Journalisten, das Social-Media- und Sales-Team nahe beieinander. Im ersten Stock finden das Video-Team, das dazugehörige TV-Studio und das Finanzteam Platz. Aus der Küche im Parterre dringt schon vormittags der Geruch von Feuer. Köchin Dolly, 32, bereitet Ugali zu. Der Getreidebrei aus Maismehl ist eine kenianische Spezialität.

Am Tisch der Journalisten wird heftig diskutiert. Ein Reporter und seine Kollegin lehnen sich über den Tisch, fuchteln wild mit den Armen. Die Debatte wird auf Englisch und Swahili geführt. So laut, dass selbst der laufende Fernseher nicht mehr zu hören ist. Plötzlich krümmen sich die zwei «Streithähne» vor und lachen. Ehe sie genauso laut weiterdebattieren. Es geht um einen Post auf Instagram, auf dem sich Zawadi Nyong'o nackt zeigt. Sie ist im Land eine (kleine) Berühmtheit und die ältere Schwester von Lupita Nyong'o. Diese gewann 2014 für den Film «12 Years a Slave» den Oscar als beste Nebendarstellerin. «Würde sie sich für einen guten Zweck nackt zeigen, wäre das ja okay. So aber will sie nur Aufmerksamkeit.» Seine Kollegin aus dem Social-Media-Team kontert: «Lass sie ihren schönen Körper zeigen, wenn sie das will.» Anyway. Abrupte Stille. Als hätten sie für eine Minute auf einen Pausenknopf gedrückt, beginnt die Debatte wieder von vorne. Lachen. Geschrei. Gefuchtel.

So ist es hier jeden Tag, nur die Diskussionsthemen variieren. Mal gehts um Politik, mal um Beziehungen oder einfach nur Sex. Eigentlich ist es heute ein ruhiger Tag. Die Journalisten konzentrieren sich auf ihre Artikel. Jeder von ihnen schreibt täglich mindestens fünf Beiträge in den Bereichen News, Politik, Unterhaltung und Lifestyle.



Die Hamburgerin Leonie von Elverfeldt stiess von der «Bild» zu Pulse Live Kenya und ist Director Digital Publishing, «Wir produzieren hier für die mobile Generation. Die ist hier viel grösser als in Europa.»

Stolz auf ihr Team ist Leonie von Elverfeldt, 33. Die Hamburgerin wurde von der deutschen «Bild»-Zeitung abgeworben und zog vergangenen April nach Nairobi. Zu diesem Zeitpunkt ist «Pulse Live Kenya» noch ein kleines Baby mit zwölf Mitarbeitern. «Heute sind wir 45!», sagt von Elverfeldt, Director Digital Publishing East-Africa. Kenia ist nach Nigeria und Ghana das dritte Standbein der «Pulse»-Marke. «Während dem vergangenen Jahr konnten wir uns an unsere zwei Vorreiterländer dranhängen, besonders bei den Videoformaten haben wir viel übernehmen können. Jetzt müssen wir unsere eigene Stimme finden.» Jung und cool sollen sie daherkommen. Die Leser sollen Neues erfahren, aber auch unterhalten werden. Angesprochen ist ein Publikum zwischen 18 und 35. Da passt es, dass die Redaktion jung aufgestellt ist. Wer bei «Pulse» arbeitet, ist mindestens 20 und maximal 43 Jahre alt. Die User setzen sich im Moment aus 55 Prozent Männern und 45 Prozent Frauen zusammen. Auch im Team sind die Frauen und Männer fast gleich stark vertreten.

Die lebhaftesten Diskussionen finden jeweils am grossen Tisch statt, wo sich die Journalisten die Arbeitsplätze tauschen (l.). Derweil bespricht Alan Mwangi, der Experte für Branded Content, mit seinen Mitarbeitern die neusten Strategien.

Im ersten Jahr kam dem Team zugute, dass die Wahl des kenianischen Präsidenten Uhuru Kenyatta wiederholt werden musste. «Dadurch stieg unser Traffic sehr schnell an», sagt die Deutsche. Ausser «Pulse» in Nigeria und Ghana zählt auch das Schweizer Nachrichtenportal Blick.ch zum Vorbild für die Kenianer. Und zwar was Layout, Inhalt und Textlänge betrifft. «Wir produzieren für die mobile Generation. Die ist hier viel grösser als in Europa.» Der Aufbau schreitet mit jedem Tag weiter voran. «Pulse Live Kenya» kooperiert bereits mit der US-Nachrichtenseite «Business Insider» sowie der «New York Times». Einerseits erreichen diese Medien dadurch ein neues digitales Publikum, anderseits profitiert die afrikanische Leserschaft von preisgekrönten Berichterstattungen. «Da kommen sicherlich noch mehr. Viele Marken wollen sich in Afrika versuchen. Ausserdem denken wir über viele weitere Geschäftsmodelle nach», sagt von Elverfeldt.

Momentan bekommt «Pulse Live Kenya» noch finanzielle Unterstützung aus der Muttergesellschaft Ringier Schweiz. Künftig soll sich das Portal aber komplett aus Werbeeinnahmen finanzieren.

Pulse-Beiträge müssen für kenianische Endkunden angepasst werden. Darin sind sich Journalist Fred Kiarie, 30, und Branded-Content-Experte Alan Mwangi, 26, einig. «Kenianer interessieren sich vor allem für lokale Nachrichten, aus internationalen News machen sie sich eher weniger», so Fred. Das sei die grösste Herausforderung im kenianischen Markt. «Nur weil etwas in Europa, Südafrika oder Nigeria cool ist, mögen es die Kenianer nicht automatisch. Wir konzentrieren uns auf unsere eigene Identität», sagt Alan.

Die Ringier Tochtergesellschaft Ringier Africa Digital Publishing mit der Hauptpublikation Pulse bietet Informationen und Unterhaltung insbesondere in den Bereichen News, Musik, Filmen, Events und Sport für den afrikanischen Massen- und Mobilnutzermarkt und hat eine Reichweite von monatlich 135 Millionen Konsumenten. Die Plattform ist in Kenia, Nigeria und Ghana präsent und produziert auch Inhalte in Tansania, Uganda, dem Senegal und der Elfenbeinküste. Im Rahmen von Kooperationsvereinbarungen hält Pulse auch die Lizenzen für die «New York Times» und «Business Insider» in diesen Märkten.

Ringier-Fotos des Quartals

Die besten Bilder und ihre Geschichten: Während Roger Federer in Australien Sport zur Kunst macht, ist in Serbien Sport fast Mord.

STYLE
PIERLUIGI MACOR — Fotograf
SUSANNE MÄRKI — Bildredaktion

«Hast du Lust, die Zürcher Primaballerina Yen Han zu fotografieren?» Die Anfrage des Fashionmagazins **Style** kommt kurzfristig. Doch Pierluigi Macor hat Lust. Viele Jahre arbeitete er als Modefotograf in Paris. Er will die Primaballerina nicht in den sonst typischen Ballett-Posen porträtieren. Macor hat moderne Tänzer im Sinn. Vorab inspiziert er die Location, denn die ist vorgegeben: Zum Zunfthaus zur Meisen in Zürich, einem der historisch wertvollsten Gebäude, hat die Ballett-Tänzerin einen sehr persönlichen Bezug. Als Macor ihr seine Idee erzählt, «zeigte sie mir sofort, was sie an Sprüngen draufhat», erinnert er sich. Für sein Foto lässt er die Primaballerina etwa zehnmal Anlauf nehmen. «Das ging relativ schnell.» Erstaunt gewesen sei er, «wie nett und freundlich sie all meinen Wünschen nachgekommen ist». Selbst wenn Yen Han in die Luft springt, ist sie eben keine abgehobene Diva, sondern eine Primaballerina.

BLIC
PREDRAG DEDIJER — Fotograf
MLADEN SURJANAC — Bildredaktion

Die Geschichte hinter dem Bild von Predag Dedijer, der als Fotograf für die serbische Boulevardzeitung **Blic** arbeitet, ist eine traurige. Es zeigt die siebenköpfige Familie Ilic, die im Dorf Susara, unweit der rumänischen Grenze, in den Trümmern eines gestrandeten Schiffes haust. «Wie das auf die Wiese kam, konnte keiner aus dem Dorf sagen», erzählt Dedijer. Er fotografiert Vater Stevo, Mutter Gordana, die Kinder Aleksandar, 17, Ivana, 13, Uros, 10, Ivan, 7, und Jovan, 4. In Rumänien hätten sie kein Zuhause gehabt, erzählen sie dem Fotografen. Im Schiff, das den Hirten des Dorfs als Unterschlupf dient, bewohnen sie zwei Räume. Dedijer: «Es war schmutzig, jegliche hygienischen Einrichtungen fehlten, es gab keinen Strom.» Wasser holen die Flüchtlinge bei Nachbarn, Brennholz aus dem Wald. Die Kinder seien ausgezeichnete Schüler gewesen, doch durch die Sprachbarriere hätten sie in Serbien den Anschluss verloren. Trotz ihrer prekären Situation habe keiner geklagt. Dedijer kann das Schicksal der Familie nicht vergessen. Als er Monate später nach ihnen schauen will, sind sie weg. Dedijer: «Davongelaufen vor dem serbischen Winter.»

L'ILLUSTRÉ
CORINNE DUBREUIL — Fotograf
JULIE BODY — Bildredaktion

Er ist schon zu Lebzeiten eine (Sport-)Legende: Roger Federer, 36. Verständlich, dass Corinne Dubreuil, die fürs Westschweizer Magazin **L'illustré** an den Australien Open unterwegs ist, bei ihm «ein wenig nervös wird». Auch wenn es nicht ihr erstes Treffen mit King Roger ist. Denn die Französin weiss jeweils nicht: Kommt er oder kommt er nicht? Nachdem er gerade seinen 20. Titel im 30. Grand-Slam-Final holte, reisst sich die Weltpresse um Federer. Dubreuil bekommt grünes Licht für ein Fünf-Minuten-Shooting im Government House von Melbourne. Während sich im Garten ihre Kollegen Federer teilen müssen, schnappt sie sich drinnen einen in der Ecke stehenden Stuhl, stellt ihn in die Mitte – und als Federer den Raum betritt, muss sie ihn nur noch dazu bringen, entspannt zu posieren und dabei zu lächeln. Für Corinne kein Problem. Nach nicht einmal fünf Minuten hat sie ihr Foto – ein Selfie mit dem Star inklusive!

LANDLIEBE
NICO SCHAERER — Fotograf
DENISE ZURKIRCH — Bildredaktion

Mit Fliegen kennt sich Nico Schaerer aus. Früher flog der Fotograf selbst Gleitschirm, er machte schon aus Helis und Flugzeugen Bilder heraus. Dieser Flug ist für ihn etwas Besonderes. Wobei: Im Ballon fliegt man nicht, man fährt. Auf einer Wiese bei Herisau in Appenzell Ausserrhoden steigt Schaerer in den Korb eines Heissluftballons und fährt fürs Schweizer Magazin **LandLiebe** über die Alpen bis ins italienische Dörfchen Ruginello. Sein Pilot: Stefan Zeberli, der beste Ballonfahrer der Welt. «Eine solche Alpenüberquerung ist nur an wenigen Tagen im Jahr möglich, die Windrichtung und viele andere Bedingungen müssen genau stimmen», sagt Schaerer. Im Korb ist es eng, seinen Fotorucksack deponiert er deshalb am Boden. Bückt er sich, um ein Objektiv zu wechseln, muss er darauf achten, dass keiner der anderen Passagiere sich zu sehr auf eine Seite lehnt. Beim italienischen Dörfchen Gera Lario hoch über dem Comersee gelingt ihm dann «sein» Bild. Der gelbe Ballon in der Ferne ist zur gleichen Zeit am gleichen Ort gestartet. Schaerer: «Aber es ist schwierig, zusammenzubleiben.»

BLIC
OLIVER BUNIC — Fotograf
MLADEN SURJANAC — Bildredaktion

Auch wenn ein Gitter den Fotografen vor diesen sich blutig prügelnden Hooligans schützt, ganz ungefährlich ist die Situation für Oliver Bunic vom serbischen **Blic** nicht. «Es sind keine Fussballfans, sondern überwiegend Box- und Kickbox-Profis aus Kroatien, die dafür bezahlt werden, hier Unruhe zu stiften. Sie hassen uns Fotografen», sagt er. Als Bunic dieses Foto während des Fussballderbys zwischen Partizan Belgrad und Roter Stern Belgrad schiesst, steht die serbische Bereitschaftspolizei tatenlos daneben. «Ich machte mir eigentlich mehr Sorgen um das Leben dieser Jungs.» In Serbien seien Hooligans eng mit dem staatlichen Regime verbunden und als eine Art Privatarmee im Drogenhandel tätig. Zudem schüchterten sie immer wieder auch mit Schlägen Oppositionspolitiker ein und gingen gewaltsam gegen jeden vor, der es wage, Kritik am Regime zu üben. Bunic: «Mit Sport hat all das gar nichts zu tun.»

LIBERTATEA
VLAD CHIREA — Fotograf & Bildredaktion

Weinende Menschen stehen links und rechts von Fotograf Vlad Chirea, als dieser am Abend des 13. Dezember 2017 in der rumänischen Hauptstadt Bukarest für die Tageszeitung **Libertatea** an der Route des Trauerzugs für Ex-König Michael I. steht. «Ich hatte nur wenige Sekunden, um das Bild aufzunehmen, als der Wagen mit dem Sarg vorüberfuhr.» Während die Trauernden rings um ihn Blumen zum Abschied des Monarchen werfen, drückt Vlad Chirea auf den Auslöser seiner Kamera. Es ist das Ende eines langen Geschichtskapitels, welches er einfängt. Michael I. war 1940 zum König ausgerufen und 1947 von den Kommunisten zur Abdankung gezwungen worden, hatte sein gesamtes Vermögen zurücklassen müssen und war ins Exil in die Schweiz geflüchtet, wo er bis zu seinem Tod am Genfersee lebte. 2016 war bei ihm Krebs diagnostiziert worden, nur ein Jahr später starb er 96-jährig. Viele seiner Landsleute verehrten den Ex-König. «Tausende grüssten ihn bei diesem Trauerzug mit Blumen und Applaus ein letztes Mal», sagt Fotograf Chirea.

An dieser Stelle stellt DOMO regelmässig die besten Fotos vor, die im vergangenen Quartal in Ringier-Titeln publiziert wurden. Noch mehr ausgezeichnete Bilder des vergangenen Quartals finden Sie auf unserer Facebook-Seite DomoRingier.

BLICKPUNKT RINGIER

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

Inspiration für die Zukunft

Überflügelt die künstliche Intelligenz den Menschen? Wie verbinden wir das Digitale und das Physische? Und wie nahe sind wir unseren Kunden wirklich? Diesen Fragen stellte sich das Ringier Kader an der Management Conference.

Text: Alejandro Velert Fotos: Thomas Buchwalder

Kein anderes Zürcher Hotel versprüht so viel Glamour und Coolness wie das Kameha Grand in Opfikon ZH. Hier findet die diesjährige Ringier Management Conference, kurz RMC, statt. «Connecting the Dots» ist das Motto der zweitägigen Konferenz. «Let's have 24 inspiring hours together», sagt Marc Walder und begrüsst die rund 220 Teilnehmer, die aus allen 19 Ringier Ländern nach Zürich gekommen sind. Auf sie wartet ein dichtes Programm mit zehn Vorträgen interner und externer Redner.

Einer dieser Redner ist Klaus Hommels, Gründer und CEO von Lakestar. Der Start-up-Investor aus Deutschland hat schon früh (und erfolgreich!) in Firmen wie Skype, Facebook oder Spotify investiert. Hommels, ein grosser Verfechter des Technologie-Standortes Europa, sieht «seinen» Kontinent im Hintertreffen. «In den 20 grössten internationalen Tech-Firmen stecken nur 1,44 Prozent europäisches Kapital. A fucking catastrophy!» Er prophezeit: «Die Marktmacht von Google, Amazon & Co. wird weiter zunehmen.»

Jessica Scholz ist Chief Marketing Officer für Ringier Afrika und Asien. «How to prepare for the future of search» ist der Titel ihrer Präsentation. Und innerhalb von 30 Minuten macht sie allen begreiflich, wie die Suchmaschinen-Optimierung auf Google funktioniert. Sie weiss auch, womit sich Ringier künftig beschäftigen muss: «Visual search!» Man macht ein Foto eines Produktes, und das Handy weiss, wo man dieses bestellen kann. «Das Physische und das Digitale verbinden, das ist das Gebot der Stunde. Sowohl auf den Marktplätzen wie auch im Printbereich», sagt Scholz.

Morning Coffee mit Michael Ringier steht zu Beginn des zweiten Tages auf dem Programm. Der ehemalige Blick-Chefautor Peter Hossli interviewt den Verleger. Dieser wirkt äusserlich gewohnt entspannt, auch wenn er Grosses zu verkünden hat. Denn nach der Zukunft des Unternehmens gefragt, eröffnet er «seinem» Management, dass die Familie die Weichen für die Zukunft gestellt habe: CEO Marc Walder übernimmt zehn Prozent der Anteile am Unternehmen und ist designierter Verwaltungsratspräsident. Er selber bleibt die kommenden Jahre Präsident des Verwaltungsrates. Robin Lingg wird mittelfristig die Führungsrolle der nächsten Aktionärs-Generation übernehmen. Der Prozess bis zum Entscheid sei in grossem Einvernehmen in der Familie geführt worden, so Michael Ringier. «Nur der Papierkram war ein Stress.» Denn dieser habe erledigt werden müssen, während Roger Federer den Final des Australian Open spielte. «So sprangen wir zwischen den Gesprächen und dem Fernseher hin und her!»

Weit in die Zukunft reichen die Vorstellungen von Professor Jürgen Schmidhuber, Direktor am Forschungsinstitut für künstliche Intelligenz IDSIA. Schmidhubers Forschungsgruppe hat einen Lern-Algorithmus entwickelt, der insbesondere in der Spracherkennung genutzt wird. Ohne Schmidhuber gäbe es weder Siri noch Alexa.

Sein Vortrag führt innerhalb von 45 Minuten in eine Zukunft, in der selbstreplizierende Roboter die Galaxis erobern. Denn lernfähige KI würde sich in rasantem Tempo weiterentwickeln. «Was kommt, ist viel mehr als die vierte industrielle Revolution. Es wird neues Leben entstehen, wie wir es uns jetzt nicht vorstellen können.» Das Learning für ein Medienhaus im Hier und Jetzt: «Die grossen Tech-Firmen haben der Medienbranche viele Werbegelder genommen. Weil sie wissen, welcher User wann auf eine Seite kommt und was er lesen oder sehen möchte.»

Verleger Michael Ringier verkündet am RMC, wie die Eigentümer des Unternehmens die Weichen für die Zukunft gestellt haben. «Nur der Papierkram war ein Stress, weil Federer den Final in Australien spielte.»

Dann führt Felix Oberholzer von der Harvard University ein Kurz-Seminar in Betriebswirtschaft durch. «Stitch Fix» ist das Thema. Die US-Firma versendet ihren Kunden persönlich zusammengestellte Outfits. Deren Geschmack wird nicht nur aufgrund der Bestellungen, sondern beispielsweise auch durch die Auswertung der Pinterest-Profile der Kunden ermittelt.

Doch die definitive Auswahl für den Kunden trifft immer noch ein Mensch: «Der Mensch ist besser als die künstliche Intelligenz, wenn es darum geht, die Grenzen des Kundengeschmacks auszuloten und Kombinationen zu erstellen», so Oberholzer. Eine Firma wie Amazon biete zwar Abertausende Artikel, aber keine Orientierung an. Der Kunde sucht aber Identität und Individualität. Jeder Einzelne im Saal müsse sich also fragen, ob seine Produkte personalisiert genug und so nahe wie möglich am Kunden seien.

Eröffnet die Ringier Managment Conference im Kameha-Hotel in Opfikon ZH: CEO Marc Walder. «Wir wollen ein Vorreiter bei der Digitalisierung unserer Branche sein.»

Den letzten Auftritt – es wird ein ganz grosser – hat Hannes Schmid, 72. Er war schon als Fotograf und Künstler weltbekannt, seit einigen Jahren steckt er seine ganze Energie in sein Hilfswerk Smiling Gecko in Kambodscha. Schmids Vortrag in den folgenden 45 Minuten ist eine Multimedia-Präsentation in Perfektion.

Er erzählt, wie er zu Beginn seines Engagements versucht, den Menschen, die auf den Müllbergen der Metropole Phnom Penh leben, zu helfen. Schmid bittet Freunde um Unterstützung, kauft Reis, Wasser oder Medikamente. Und merkt: Der Effekt verpufft. Statt aufzugeben, weitet er sein Engagement aus. Und scheitert auch immer wieder. Doch er gewinnt Schweizer Universitäten, Hochschulen und andere Organisationen für sich.

Hochkarätige RMC-Redner: Jürgen Schmidhuber, Jessica Scholz, Jens Monsees, Felix Oberholzer und Hannes Schmid, der über Smiling Gecko berichtet.

Heute, nach nur drei Jahren, leben in der nördlichen Provinz Chnang bald 30 000 Menschen in einer autark funktionierenden Community mit einer Dorfschule, einem Landwirtschaftsfamilienprojekt, einer Hühner- und Schweinezucht, einer Schreinerei und einer Guesthouse-Anlage. Schmids Meisterstück ist, dass das System stetig wächst und zahlreiche weitere Standorte in ganz Kambodscha hinzukommen werden.

Als Hannes Schmid seine Präsentation beendet, erhält er eine Standing Ovation des Ringier Managements. Es ist ohne Zweifel der Höhepunkt einer an starken Auftritten reichen zweitägigen Veranstaltung.

Wie ich täglich die Demokratie retten soll

Journalismus ist mehr als das Geschäft irgendwelcher Konzerne, sagten sich ein paar Journalisten. Sie gründeten das Online-Magazin «Republik». Ringier Journalistenschüler Florian Wicki war beim Start des Projektes dabei.

Text: Florian Wicki Fotos: Gian Marco Castelberg

Das Glas zerspringt unter meinem roten Wildlederschuh in hundert kleine Splitter. Ich erschrecke, schaue runter und stelle fest: Das war eine Bierflasche. Der Typ neben mir auf dem Trottoir – der eigentlich eher aussieht, als wolle er mir Crystal Meth oder Crack andrehen – schaut mich seltsam an, bevor er kopfschüttelnd weitergeht. Was für eine verkehrte Welt. Arbeitsort Hotel Rothaus, Ecke Militär-/Langstrasse in Zürich. Ob ich die Flasche beim vorabendlichen Feiern selber da liegen gelassen habe, keine Ahnung. Aber egal: Heute beginnt mein Gastvolontariat bei der Republik. Und die hat ja nichts Geringeres als die Rettung der Demokratie im Sinn, hat sie mir im vergangenen Jahr doch immer wieder eingetrichtert. Dass das jetzt zwischen Pennern, Polizisten und Prostituierten passieren soll, hat seinen eigenen Charme.

Die Republik-Geschichte begann für mich gut 18 Monate früher, mit einer Nachricht auf Facebook. «Montagabend was vor?» Darauf folgte die Einladung zu einem beinahe schon konspirativen Treffen in einem beschaulichen Häuschen irgendwo im Zürcher Kreis 9. Das damalige Gründungsteam, jedenfalls ein Teil davon, traf sich dort mit Sympathisanten in einem lauschigen Gärtchen und arbeitete gemeinsam am Konzept der heutigen Republik. Medienschaffende, denen die Entwicklungen der Schweizer Medienlandschaft Sorge bereiten, treffen sich im Grünen und planen mit Wein, Witz und Workshops eine kleine Rebellion. Natürlich alles unter dem Mantel der Verschwiegenheit – muss man sich mal vorstellen.

Das ehemalige Hotel Rothaus an der Langstrasse: Hier befindet sich die Redaktion der Republik (l.)

Die beiden Journalisten Christof Moser (r.) und Constantin Seibt (l.), die Initianten und Mitbegründer der «Republik» (kl. Bild)

Aber zurück zur Langstrasse, hier geht heute die Republik an den Start. Es ist Sonntag, der 14. Januar 2018. Ab heute retten wir also endlich die Demokratie. Entgegen allen Erwartungen und Versprechungen einen Tag zu früh. Offiziell, weil wir die Verlegerinnen und Verleger – also die Abonnenten – nicht länger warten lassen wollten. Inoffiziell eröffnet der Frühstart natürlich die Möglichkeit, die Maschinen ohne Vorführeffekt hochfahren zu können und erst auf sich aufmerksam zu machen, wenn dann auch alles funktioniert. Um 15.00 Uhr ist es nach mehreren Verschiebungen endlich so weit.

«Sind wir online?»

«Ja!» «Nein!» «Doch!» «Sind wir?»

Genau weiss das zu diesem Zeitpunkt ausser der IT-Abteilung – die natürlich unter Hochdruck und ohne Aussenkontakt in ihrem Büro am arbeiten ist – niemand. Plötzlich der Ruf: «Wir sind online!» Freudenschreie, Applaus, Menschen umarmen sich. Zehn Minuten später wird klar, dass das ein Irrtum ist und die Seite zu diesem Zeitpunkt nur für die Redaktion sichtbar ist. Eine unfreiwillige Trockenübung also, vor laufender Kamera der Kollegen von Keystone. Doch das ist egal, die Freude echt. Noch mal rund 20 Minuten später sind wir dann wirklich online. Am Abend kommen Medienschaffende zu Besuch, es gibt Musik, Alkohol und Reden – ▸

eine klassische Feier halt. Und Poetry Slam, wie immer, wenn Journalisten was zu feiern haben.

Montag, 15. Januar 2018: Wie retten wir die Demokratie denn heute? Auf jeden Fall mit weniger Pathos. Denn ab heute beginnt das Tagesgeschäft. Nun gilt es, die seit dem Crowdfunding im Frühling durch ebendieses Pathos beinahe ins Unermessliche getriebenen Erwartungen zu erfüllen. Konkret sieht das bei mir folgendermassen aus: Ich betreue als «Austauschschüler von Ringier» – vom ersten Tag an liebenswürdigerweise mit dieser Etikette gebrandmarkt – für die Republik das Format «Was diese Woche wichtig war». Da liest man, wie der Name schon verspricht, die wichtigen Themen der Woche, jeweils aufgeteilt in «Was passiert ist», «Warum das wichtig ist» und «Was als Nächstes passiert». Und einen meist eher boulevardesken Nachtrag zur Auflockerung.

«Nicht Perfektion ist das Ziel bei unserem Start, sondern Perfektionierbarkeit.»

Republik-Mitbegründer Constantin Seibt

Zusätzlich zu diesem fixen Format arbeite ich in verschiedenen Projekten mit. Das zuletzt veröffentlichte (und somit hier erwähnbare) war die Serie «Geheimsache Doping», eine Recherchearbeit der Republik im Verbund mit Journalistinnen und Journalisten aus Deutschland, England und Schweden. Gemeinsam mit dem Reporterteam der Republik – bestehend aus Ex-«Beobachter»-Journalistin Sylke Gruhnwald und Ex-«WOZ»-Journalist Carlos Hanimann – wühlte ich mich durch viele Hundert Seiten mit Daten, Protokollen, Zeugenaussagen und von Whistlerblowern zugespielten Dokumenten.

Die Republik versteht sich als Gemeinschaftsprojekt. In den Gängen hängen Statements der Abonnenten und Unterstützer, die daran erinnern, wieso es die Republik ihrer Meinung nach braucht.

REPUBLIK
seit 2018

Die Republik ist ein digitales Magazin, mit Fokus auf Politik, Wirtschaft, Kultur und Gesellschaft und ist werbefrei. Seit Januar 2018 erscheinen täglich ein bis drei Artikel, hinter einer Paywall. In einem aufsehenerregenden Crowdfunding unterstützten 2017 über 15 000 Personen die Gründung der Republik. Für 240 Franken im Jahr ist man Abonnent und gleichzeitig Mitglied der Genossenschaft Project R. Diese besitzt, genau wie die Redaktion, 47,4 Prozent der Aktien der Republik AG. Der Rest gehört teils den Investoren, teils der Republik selber. So ist also jeder Abonnent und jede Abonnentin gleichzeitig auch ein bisschen Verlegerin und Verleger des Magazins.

Aufgelockert wird das ganze Journalistendasein mit Sitzungen, Sitzungen und noch mehr Sitzungen. Am Ende des Tages – was selbstverständlich meist zu später Stunde ist – stellt sich schon die Frage, wie man denn die Demokratie nun eigentlich genau gerettet hat. Es kommen Zweifel. Mit essayistisch-welterklärenden Artikeln über Biologie, amerikanisches Fernsehen und Technik? Die häufig so lang sind, dass viele Leser nicht wagen, sie im Zug oder im Tram zu lesen? Oder etwa mit einem täglichen Newsletter, der wieder und wieder mit der geschlechterbinären Floskel «Ladies and Gentlemen» – notabene aus dem aus dem 19. Jahrhundert – beginnt?

Ja, es gibt Anlass zur Kritik. Und das ist auch gut so. In einem der ellenlangen Newsletter schrieb die Republik am 5. Dezember 2017: «Nicht Perfektion ist das Ziel bei unserem Start, sondern Perfektionierbarkeit.» Und das merkt man. Seit Beginn wurden verschiedenste Ideen ausprobiert, wieder verworfen oder umgesetzt. Ausserdem: Die Texte werden immerhin ein wenig kürzer. Manchmal jedenfalls. Und manchmal auch nicht, aber einen gewissen Mut zur Länge sollen die Autorinnen und Autoren auch beibehalten dürfen. Die Themen werden vielfältiger. Und die Autorenschaft des Newsletters wechselt alle drei bis sechs Monate, Abwechslung garantiert.

Dort, wo früher die Hotellounge war, trifft sich das Team der Republik zwei Mal die Woche zur Redkationssitzung.

Natürlich sind das alles keine Garanten für die versprochene Rettung der Demokratie. Aber mit ihrer Neugier, ihrer Flexibilität und ihrer unabhängigen Haltung trägt die Republik nichtsdestotrotz zu einer stärkeren Medienlandschaft bei. Und die ist – jedenfalls wenn man denn dem Manifest der Republik Glauben schenken will – ein wichtiger Bestandteil jeder Demokratie. Doch was mich in meiner bisherigen Zeit hier am meisten überzeugt hat, sind nicht die grossen Namen in der Belegschaft. Oder die Texte. Oder das hippe, Stadtzürcher Revoluzzerfeeling an der Langstrasse. Nein, es ist die Gewissheit, dass der verdammte Satz «Das haben wir schon immer so gemacht, darum bleibt das so» im Hotel Rothaus nie fallen wird.

Wie ich die letzten Buchstaben dieses Textes getippt habe, verlasse ich das Rothaus. Es ist kurz vor Mitternacht. Und morgen retten wir die Demokratie von neuem.

Der Mitgründer und Chefredaktor von Mediapart, Edwy Plenel: «Freiheit ist nicht billig zu haben.»

«Das erste Labor»

Die neu gegründete «Republik» will werbeunabhängigen Journalismus machen. Edwy Plenel, der ehemalige Chefredaktor von «Le Monde», tut das schon seit zehn Jahren mit «Mediapart» – um Nachrichten einen Wert zu geben.

Interview: Vinzenz Greiner Fotos: Renaud Creus

Domo: Herr Plenel, diesen März feiern Sie zehn Jahre Wahnsinn. Wie verrückt sind Sie heute?
Edwy Plenel: Vielleicht ein wenig (lacht). Ich würde mich selbst eher als enthusiastisch bezeichnen. Aber zugegebenermassen: Als ich Mediapart vor zehn Jahren lancierte, sagten alle Experten und die französische Presse, es sei verrückt und dumm, das zu tun.
Sie waren Chefredaktor von «Le Monde» gewesen, der wichtigsten Zeitung Frankreichs. Und Sie gaben all dies auf für ein Start-up mit unsicherer Zukunft. Warum?
Als Chefredaktor von «Le Monde» musste ich die erste grosse Niederlage meines Lebens als Journalist hinnehmen: Die Zeitung entschied, alle Texte kostenlos online zu veröffentlichen. Finanzierung ausschliesslich durch Werbegelder also. Aber Sie können nicht mit der einen Hand eine gedruckte Zeitung verkaufen und mit der anderen Hand alles kostenlos ins Web stecken. Das zerstört den Wert von Information und auch den der Arbeit von Journalisten. Als Antwort darauf habe ich Mediapart gegründet.
War es nicht eher: Edwy Plenel hatte im französischen Journalismus alles erreicht. Dann wollte er seine eigene Zeitung haben, in der er vom Businessplan bis zum Artikel alles bestimmen konnte?
Ich seh mich mehr als Zeitungsjungen, der Infos verteilt. Obwohl wir eine neue horizontale Kultur eingeführt haben, die kaum Hierarchie unter den Mitarbeitern, dafür viel Austausch mit den Lesern auf Augenhöhe vorsieht, gibt es leider immer noch die dunkle Legende von Mediapart, die einen Schnauz trägt (lacht). Das ganze Projekt war aber keine journalistische, sondern eine geschäftliche Herausforderung. Zugegeben eine idealistische. Aber idealistisch zu sein, heisst nicht unrealistisch zu sein. Ich bin ein ernsthafter Unternehmer.
Sie haben ein Finanzierungsmodell ausgewählt, dass ausschliesslich auf Abonnenten fusst. Das in Zeiten sinkender Abo-Zahlen.
Wir mussten einfach das Modell in Frage stellen, eine Zeitung und Medien allgemein durch Werbung zu finanzieren. Wir waren das erste Labor, in dem das ausprobiert wurde. Unser Motto war immer: Nur unsere Leser können uns kaufen.
Also ich stehe nicht zum Verkauf.
Es geht um Unabhängigkeit. Die meisten Medien haben wegen ihrer Werbekunden verloren. Und die haben ihre eigenen Interessen. Ein Beispiel: Gemeinsam mit einem Konsortium investigativer Zeitungen haben wir Ende letzten Jahres enthüllt, dass das Luxus-Label Gucci Steuern hinterzog. Die Marke gehört zum französischen Konzern Kering. Wissen Sie was? Keines der grossen französischen Medien zitierte unsere Enthüllung.
Also machen die Leute bei der «Libération» oder «Le Monde» keinen guten Job?
Nein, das sage ich nicht. Es gibt viele gute Journalisten, die für diese Zeitungen arbeiten. Das Problem ist das Ökosystem, das gänzlich abhängt von Werbegeldern. Die Medien müssen raus aus dieser kapitalistischen Abhängigkeit.
Was überzeugte Sie vor zehn Jahren, dass Sie ein Medien-Business aufziehen könnten, ohne von Werbegeldern abzuhängen?
Nichts. Wir wussten, wie man Investigativjournalismus macht. Aber wir wussten nicht, ob unser Finanzierungsmodell funktionieren würde. Aber das tat es. 2010 hatten wir unseren Break-even.
Im letzten Jahr setzten wir 13,7 Millionen Euro um. Unser Gewinn lag bei 2,2 Millionen. Jetzt haben wir bei Mediapart 80 Stellen. Im März 2008 begannen wir mit 3000 Abonnenten. Jetzt sind es 140 000.
Immer noch weniger als die «nicht unabhängigen» Zeitungen in Frankreich.
Ja, es ist noch immer weniger als «Le Monde» und «Le Figaro». Aber mehr als «Libération». Mediapart ist ein Erfolg.
Dafür brauchten Sie Abonnenten. Drei Monate vor dem Start von Mediapart motivierten Sie sie mit dem Artikel «Le prix de la liberté» («Der Preis der Freiheit»). Was also kostet Freiheit? Nur ein Abo bei Mediapart?
(lacht). Es bedeutet: Freiheit ist nicht billig zu haben. Man muss dafür bezahlen. Die andere Bedeutung ist, dass man für Information und Freiheit kämpfen muss. Wir befinden uns in einem Kampf für das Recht auf Information, für den Wert des Journalismus als Dienstleistung für die Öffentlichkeit – und für Demokratie.
Auch die «Republik» in der Schweiz will den Journalismus und die Demokratie retten. Ist die Lage so dramatisch oder müssen kleine Medienprojekte mit ihrer Wortwahl aus Marketinggründen übertreiben?
Hier gehts nicht um Marketing! Wir befinden uns in einer moralischen Krise, und immer mehr Politiker bieten dafür autoritäre Lösungen an. Schauen Sie nach Russland oder in die Türkei. Oder sogar nach Frankreich, wo manche Politiker Mediapart aus der öffentlichen Debatte ausschliessen wollen. Donald Trump ist ein Symbol für diese neue Ära, in der Meinungen, Ideologie und «alternative Fakten» immer mehr über Tatsachen und objektive Informationen dominieren. Wir kämpfen für nichts weniger als Demokratie. Ich bin nicht sicher, dass wir diesen Kampf gewinnen werden. Ich sage dies als radikaler Demokrat.
Oder als linker Journalist. Die «Republik» wurde auch von Menschen gegründet, die eher aus dem linken Teil des politischen Spektrums stammen. Am 15. Januar startete in Frankreich das antirassistische und feministische Web-TV «Le Média». Warum haben gerade Linke und Kapitalismuskritiker neue Business-Ideen?
Ich hatte für eine trotzkistische Zeitung gearbeitet, in Ordnung. Aber das ist 40 Jahre her. Jedenfalls denk ich, dass unsere Story eine Bewegung geschaffen hat. Eine neue Generation von Journalisten sieht jetzt, dass sie sich unabhängig machen können von Firmeninteressen und dass sie etwas gegen die Entwertung von Information tun können.
Also bieten sie ihren Lesern eine linke Weltsicht. Zahlen für die Filterblase also?
Die oberste Pflicht ist, der Wahrheit von Fakten zu dienen. Es ist eine Herausforderung, Information statt Meinungen an erster Stelle setzen.
Meinungen sind Ihnen bei Mediapart auch wichtig. Sie haben «Le Club», wo Abonnenten selbst beitragen können. Funktioniert das, oder sind Ihre Leser stille Unterstützer?
Wir haben eine der aktivsten Communitys in der französischen Medienlandschaft. Wir haben nicht nur «Le Club», um sich auszutauschen, sondern auch Kommentare unterhalb der Artikel, die wir erst nach Veröffentlichung moderieren. Wir haben uns der Tradition der Redefreiheit verschrieben.
Ich stelle es mir einfach vor, diese Kommentare zu moderieren. Schliesslich hatten Sie einmal geschrieben, dass Sie eine «intellektuelle Community» haben wollen. Klingt nach einem Projekt für Leser, die eine der französischen Grandes Ecoles abgeschlossen haben. Sie schaffen eine elitäre Blase!
Wir haben lange Artikel, sind aber keine Elitenzeitung. Unsere Leserschaft ist sozial, geografisch und kulturell vielfältig. Vielfältiger als jene von «Le Monde», als ich dort gearbeitet habe. Wir haben sogar rechtsextreme Leser! Wir nehmen das ernst als Herausforderung einer demokratischen Debatte.
Und die weiteren Herausforderungen?
In den folgenden drei Jahren wollen wir eine neue Struktur schaffen, um das Kapital zu kontrollieren – wir wollen es in die Hände der Gründer und des Teams legen, um die Unabhängigkeit zu wahren. Videos werden auch eine grosse Aufgabe sein. Wir werden investieren: Womöglich kommt dieses Jahr Mediapart TV.
Bereiten Sie sich darauf vor, ein globaler Medienkonzern zu werden? Artikel auf Englisch und Spanisch präsentieren Sie ja schon.
Nein, das wollen wir nicht. Aber das Internet kennt nur eine Grenze: Sprache. Deswegen übersetzen wir die wichtigsten Artikel ins Englische und Spanische. Warum in Zukunft nicht Deutsch, Chinesisch und Arabisch?
Wie steht es um die Medien, für die Sie einst gearbeitet haben? Könnten Tageszeitungen Ihr Finanzierungsmodell übernehmen?
Vielleicht. Aber die Tageszeitungen haben ein Problem, was wir bei Mediapart nicht kennen: das Erbe des Papiers. Gleichzeitig müssen Sie Geld mit Online-Journalismus verdienen. Das ist der Widerspruch, mit dem sie zurechtkommen müssen.
Ist das Papier als Medium also am Ende?
Nein. Ich denke, dass Magazine oder Bücher überleben werden. Auch wir bei Mediapart publizieren Bücher. Anlässlich unserer Zehn-Jahres-Feier erschien Anfang März mein Buch «Der Wert der Information» beim Don-Quichotte-Verlag.

Die Redaktionsräume von Mediapart in Paris. Hier werden die Inhalte für die mittlerweile 140 000 Abonnenten produziert. Im März 2008 waren es noch 3000.

DAS IST MEDIAPART

Edwy Plenel präsidiert den Vorstand von Mediapart und ist «Leiter Publikation». 2008 hob er mit Top-Kalibern des französischen Journalismus das Projekt aus der Taufe. Die Gründungsequipe hält insgesamt sechs von zehn Mediapart-Aktien. Ganz ohne Abhängigkeit von der Wirtschaft geht es nicht: Über 40 Prozent des Kapitals verfügen zwei Technologie-Unternehmer und die «Gesellschaft der Freunde von Mediapart». Mediapart hat sich vor allem auf Investigativjournalismus und politische Berichterstattung verlegt – alles online. Mediapart publiziert auch grosse Bewegtbild-Dokus und Podcasts – etwa in Zusammenarbeit mit Arte. Ins «Studio» lädt Mediapart etwa Politiker, Regisseure und Aktivistinnen zu live gestreamten Video-Diskussionen. Das Unternehmen steht auch für Partizipation: Im «Club» können Abonnenten eigene Blogs schreiben oder sich mit anderen Lesern im Chat austauschen. Die 140 000 Abonnenten zahlen 110 Euro pro Jahr. Die Redaktion umfasst über 40 Leute. Das Technik-Team soll bald um weitere Entwickler auf knapp 20 Mitarbeiter wachsen.

Meine Nacht mit James Bond

Zugegeben, der Titel könnte missverstanden werden. Unser Autor traf 007 Daniel Craig zwei Mal. In Erinnerung geblieben ist ihm der Doppelnullagent wegen einer Null-null-Klo-Geschichte – und seiner britischen Höflichkeit.

Text: René Haenig

Der Tag, an dem die Welt aufatmen kann, ist der 16. August 2017. An diesem Tag sitzt der Mann, der seit 2006 im Geheimdienst ihrer Majestät als Doppelnullagent 007 die Welt vor bösen Schurken, skrupellosen Fieslingen, hinterhältigen Verbrechern und irren Terroristen rettet, in der «Late Show» von US-Talkmaster Stephen Colbert. Als dieser Daniel Craig, 50, fragt: «Will you return as James Bond?», antwortet der in typisch lässig-knapper Bond-Manier mit «Yes». Zwei Jahre zuvor hatte Craig noch mit der Aussage geschockt, er werde sich eher die Pulsadern aufschneiden, als einen weiteren Bond-Streifen zu drehen.

Während also die Welt aufatmet, verschwinde ich im Keller und kremple Umzugskisten um – auf der Suche nach einem Bild mit dem Konterfei des coolsten Agenten seit Sean Connery. Ich bekam es 2007 von 007 – bei einem Besuch in Los Angeles. Es zeigt Craig am Set seines ersten Bond-Abenteuers «Casino Royale» – mit Regisseur Martin Campbell. Für mich, 007-Fan seit Kindheit und im Ostblock-Feindstaat DDR aufgewachsen, steht darauf eine persönliche Widmung des berühmtesten Martini-Trinkers, Frauen-Flachleger und Bösewichtjäger: «For René.»

Ein Jahr später treffe ich ihn wieder. Im Festspielhaus Bregenz. Spätnachts – oder genauer frühmorgens. Vor dem WC. Im WC liegt ein Toter. Wer den kaltgemacht hat, ist mir klar. 007 grinst nur. Es wird noch mordslustig in dieser Nacht. Doch der Reihe nach.

Bond killt die Klinke vom Klo

Eigentlich bin ich am Bodensee, um Star-Regisseur Marc Forster zu treffen. Der Schweizer ist fürs zweite Agenten-Actionspektakel «James Bond: Ein Quantum Trost» mit Daniel Craig als Bond engagiert. Und einer der Drehorte ist Bregenz. Wie bei so hochkarätigen Kinokisten üblich, gibts für Journalisten am Filmset keine Einzelinterviews, sondern Round-Table-Gespräche. Da hat man maximal 15 Minuten Zeit, seine Fragen loszuwerden und Antworten zu ergattern. Wenn dann so ein intellektueller NZZ-Feuilleton-Kollege bei Schauspieler Anatole Taubman (als Handlanger des Bösewichts) über die psychologische Komponente des Erzählstrangs und der damit verbundenen Beeinflussung des Kinozuschauers faselt, wird man trotz strenger Ostblock-Erziehung und antrainierter Schweizer Zurückhaltung schon mal zum bösen Dreinquatscher – oder bondmässig assozialen Fiesling.

Bei Marc Forster am runden Tisch getraue ich mich das eine Stunde später nicht mehr. Am Ende der 15 Minuten mit dem Regisseur schlurfe ich deprimiert hinter den Kollegen aus dem Raum. Wohl etwas zu deprimiert. Denn Forster legt mir kurz vor der Tür plötzlich die Hand auf die Schulter und meint: «René, Du bist gar nicht dazu gekommen, Fragen zu stellen. Wenn du Lust hast, komm doch später mit ans Set, wir drehen bis 5 Uhr, da findet sich in einer Pause sicher noch Zeit, um zu reden.»

Ich kann mein Glück kaum fassen. Und so stehe ich irgendwann um 2 Uhr frühmorgens vorm WC des Bregenzer Festspielhauses, in dessen Ecke ein Toter liegt, James Bond gerade die Tasche des Bösewichts ins Lavabo leert, ein Abhörgerät herausfischt, sich ins Ohr steckt – und dann nix wie weg will vom Tatort. Doch er knallt nur gegen die Tür. Irgendwer von der Filmcrew hat 007 versehentlich im Klo eingesperrt. Gelächter.

Die Szene wird wieder und wieder gedreht. Irgendwann geht die Klotür wie vorgesehen auf, dafür hält Craig auf einmal die Türklinke in der Hand. Abgebrochen. Nach über zwei Stunden ist die Sequenz, die später im Film nur wenige Sekunden dauert, im Kasten.

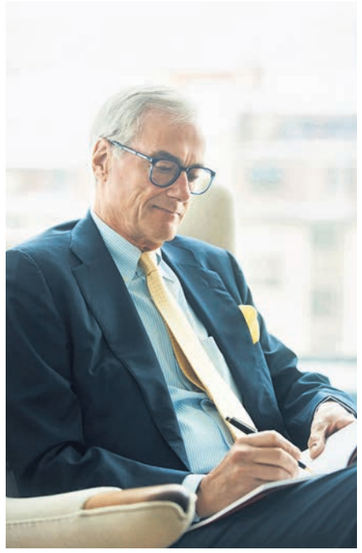
Craig schaut sich das Ergebnis auf dem Bildschirm des Regisseurs an. Bei der Gelegenheit stellt mich Forster vor. Als ich erwähne, dass wir uns im Jahr zuvor bei Martin Campbell getroffen haben und ich ein Foto mit Widmung von ihm bekommen habe, drückt er mir ziemlich fest die Hand und sagt grinsend: «Oh yes, I remember you!» Die Briten sind schon ein ausgesprochen höfliches Volk. Ich glaube ja ehrlich gesagt nicht, dass ich ihm im Gedächtnis geblieben bin. Dazu war ich in L. A. zu nett. Fies zu Bond zu sein, kommt ja nicht gerade gut – oder? Selbst wenn mich Bond nicht kalt machen würde, nur schon der Gedanke an die abgebrochene Klotürklinke … Nö, nicht mit mir!

Denn: Mein Name ist Haenig. René Haenig.

Er verkörpert seit 2006 die britische Agentenlegende James Bond: Daniel Craig, 50. Nach «Casino Royale», «Ein Quantum Trost», «Skyfall» und «Spectre» wird er als Agent 007 2019 noch ein letztes Mal die Welt retten.

Foto: CAMERA PRESS

Herzensbildung



Michael Ringier, Verleger

Die Bilder gingen um die Welt. Mit den Worten «Richter, Slobodan Praljak ist kein Kriegsverbrecher, mit Verachtung weise ich Ihr Urteil zurück» trank der soeben zu 20 Jahren Haft verurteilte Kroate Zyankali und starb. Was man als Episode der Den Haager Gerichtsgeschichte abtun könnte, lohnt trotzdem einen zweiten Blick. Denn Praljak war nicht irgendein tumber Zeitgenosse, der etwa im religiösen Wahn Menschen meucheln liess oder die Konsequenzen seiner Entscheidungen nicht abschätzen konnte. Oder der die Zusammenhänge zwischen gesellschaftlicher Ordnung, Freiheit und Machtausübung nicht verstand. Praljak war ein gebildeter Mann. Er hatte Abschlüsse in Elektrotechnik, Philosophie und Theaterwissenschaft der Universität Zagreb. Sein Lebenslauf zeigt verschiedene Lehrtätigkeiten und Engagements als Regisseur und Theaterintendant. Wahrlich nicht die klassische Laufbahn eines Kriegsverbrechers. Denn gerade die Bildung soll doch angeblich eine wesentliche Grundlage für einen demokratischen und rechtstaatlichen Umgang mit anderen schaffen. Oder etwa nicht?

Wie die Philosophieprofessorin Christine Abbt von der Universität Luzern vor kurzem in der «NZZ» schreibt, hatte schon Denis Diderot Ende des 18. Jahrhunderts nach seiner Reise nach Russland grosse Zweifel daran. Die Ernüchterung über die Gespräche mit Zarin Katharina II. hielt der französische Aufklärer gleich auf der Rückreise nach Paris in den «Observations sur le Nakaz» fest. «Die Verwirklichung demokratischer Freiheit in der gemeinsamen und gegenseitigen Auseinandersetzung ist nicht vor allem ein rationales, sondern ein sinnliches Phänomen.» Und «Bildung hält er zwar für eine unerlässliche Begleiterin von Aufklärungsprozessen», schreibt die Professorin, aber Diderot ist gleichzeitig überzeugt, dass «ohne flankierende Massnahmen weiterer Einrichtungen ihre Mittel zu schwach wirken, um gegen Despotismus und Willkür von Machthabenden anzukommen».

Wenn es dafür noch eines Beweises bedurft hätte, so haben ihn die Nationalsozialisten auf die grauenhafteste Art und Weise erbracht. Die Konsequenz aus der Idee der Überlegenheit der deutschen Rasse waren unvorstellbare Barbarei und Millionen von Toten. Der französische Schriftsteller Laurent Binet, der sich zehn Jahre mit dem Gestapo-Chef Reinhard Heydrich beschäftigt hat, wehrt sich zwar gegen die oft gehörte Unterstellung, dieser sei ein Intellektueller gewesen («er hatte ein bisschen Nietzsche gelesen, wie alle andern, und schlecht verstanden»). Aber sowohl Ausbildung wie Bildung waren durchaus auf einem ansehnlichen Stand. Und was lernen wir daraus? Dass wir zwar weiterhin in Bildung investieren müssen. Aber noch viel mehr in die Herzensbildung. Und die lässt sich wohl schwer an die Schule delegieren.

Foto: Maurice Haas

Adetola Adegbite
Leiterin Finance Intelligence bei
Ringier Africa Digital Publishing

MONTAG

Weil die Kollegen in Nairobi bereits seit zwei Stunden arbeiten, bin auch ich ab 6.30 Uhr im Büro. Mein Team und ich aktualisieren die Umsatzberichte aufgrund der Aktivitäten der vergangenen Woche. Genauigkeit und Stimmigkeit sind das oberste Gebot, so wird eine strenge Qualitätskontrolle durchgesetzt.

DIENSTAG

Zwei Sitzungen stehen auf dem Programm. Eine mit dem Sales Team von Ringier Nigeria. Die andere mit dem Team Creative Operations von Ringier Africa Digital Publishing (RADP). Beide Sitzungen sind sehr aufschlussreich. Bei der Creative-Operations-Sitzung behalte ich die aktuellen Projekte im Auge und sehe den Stand der Umsätze. Mit den Informationen, die an der Sales-Sitzung herausgegeben werden, halte ich mich über künftige Geschäfte auf dem Laufenden, womit ich Prognosen erstellen kann. Beide Meetings helfen mir, Planung und Strategie zu verbessern.

MITTWOCH

Ich tausche mich mit meinen Teams in Nigeria, Ghana, Senegal und Kenia aus. Dann stehe ich laufend mit dem Hauptsitz in Zürich in Verbindung, um die Finanzen zu besprechen. Auf dem Handy habe ich ein lustiges Foto, das mich an das letzte Treffen mit ihnen erinnert!

DONNERSTAG

Ich führe mit meinen Teams in Nigeria und Kenia Mitarbeitergespräche durch. Ich beurteile ihre berufliche Leistung der letzten sechs Monate und setze neue Ziele fürs nächste Halbjahr. Ich nutzte die Gelegenheit auch, um ihre Ansichten und Gedanken zu bestimmten unternehmerischen Fragen zu erfahren.

FREITAG

Freitag ist der Tag, an dem man ein wenig entspannter ist. Aber es gibt noch viel zu tun! All die liegen gebliebenen Pendenzen. Und dann schicke ich der Geschäftsleitung einen aktuellen Umsatzbericht. Am Nachmittag folgt eine Skype-Konferenz mit der Geschäftsleitung von RADP. Danach stelle ich sicher, dass meine Teams in ganz Afrika ihre Aufgaben für diese Woche erledigt haben, und erstelle Pläne für die nächste Woche.

WOCHENENDE

Meine Wochenenden gehören der Familie. Am Samstag geht es an eine Familienfeier. Es findet die Vorstellungszeremonie für meine Cousine statt, die demnächst heiratet. Dabei stellen sich die Familien von Braut und Bräutigam einander vor. Sonntags geht es um 10 Uhr in die Kirche zum Gottesdienst. Ein Moment, um in mich zu gehen, Gott für die vergangene Woche zu danken und die neue Woche in seine Hände zu legen.

Nadias Leben von A bis Z

Ihre Wurzeln reichen bis nach Afrika. Und Familienliebe geht bei Nadia Cristina De Sousa Barros buchstäblich unter die Haut. Wer ist die Frau hinter der Theke des Personalrestaurants «Inside»? Ihr Weg führte sie von Angola nach Zürich.

Fotos: Geri Born/Privat

Als Nadia Cristina De Sousa Barros, 41, die alle Gäste des Ringier-Personalrestaurants «Inside» nur als «Nadia» kennen, vor 22 Jahren aus Lissabon in die Schweiz kommt, spricht sie nur Portugiesisch. «Ich ging als 18-Jährige mit meinem damaligen Mann nach Zürich.» Sie macht eine Ausbildung als Köchin und im Service, büffelt nach Feierabend Deutsch, genauer Schweizerdeutsch. Kein Wunder, spricht sie heute fast perfekt Mundart mit leichtem Akzent.

Nadia kommt in Angola zur Welt, der Heimat ihrer Mutter. Drei Monate nach ihrer Geburt zieht die Familie aus der ehemaligen portugiesischen Kolonie in die Heimat von Nadias Vater. Sie wächst in der Hauptstadt Lissabon mit sieben Geschwistern auf, drei Schwestern und vier Brüdern. Ihre Familie ist für Nadia alles. Täglich telefonieren sie miteinander. Auch während dieses Interviews für DOMO leuchtet ihr Handy auf – einer ihrer Brüder ruft an. Nadia ist die Einzige, die ins Ausland gezogen ist. Und weil es für ihre Angehörigen zu teuer ist, in die Schweiz zu reisen, fliegt Nadia meist zu ihnen. Sie hat sich aber auch schon hinters Steuer ihres Autos geklemmt und in 26 Stunden über 2000 Kilometer zurückgelegt, um ihre Eltern, Brüder und Schwestern zu besuchen. «Sie sind das, was ich in der Schweiz am meisten vermisse.» Dann krempelt sie den linken Ärmel ihres Pullovers nach oben und zeigt stolz ihr Tattoo, das sie sich letztes Jahr auf den Oberarm hat stechen lassen – die Namen aller Geschwister.

Bei Ringier landet Nadia vor zehn Jahren durch eine Kollegin, mit der sie in den ersten Jahren in der Schweiz zusammenarbeitet. Im «Inside» ist sie zunächst «Mädchen für alles», bereitet Salate und Sandwiches zu, verkauft, schöpft Essen auf Teller, kassiert ab. Heute ist sie auch für das Ausrichten von Apéro-Anlässen im Haus verantwortlich. Als sie ihren Job im Medienhaus an der Zürcher Dufourstrasse begann, teilte Nadia mittags rund 100 Menüs aus, heute sind es 300. Nicht nur Ringier-Mitarbeiter lassen es sich im «Inside» schmecken, auch Kollegen der benachbarten Neuen Zürcher Zeitung essen hier. Und was macht sie in ihrer Freizeit? «Lesen – am liebsten in meiner Muttersprache Portugiesisch.» **RH**

Nadia Cristina De Sousa Barros steht seit 10 Jahren hinter der Theke des Zürcher Personalrestaurants «Inside». Um ans Meer in ihrer Heimat Portugal zu kommen, hat sich Nadia auch schon mal 26 Stunden hinters Autosteuer geklemmt.

Buch-Tipps

von Marc Walder

Hier verrät Ringier-CEO Marc Walder, welche Bücher er gelesen hat und warum sie ihn faszinieren.

Bertrand Piccard
André Borschberg

MIT DER SONNE UM DIE WELT

Der Hype um die Erdumrundung der Solar Impulse war riesig. Ein Flugzeug, das ohne Brennstoff unseren Planeten umrundet! Ein Flugzeug, das breiter ist als eine Boeing 747 und dabei lediglich so schwer wie ein Auto! Doch so grossartig diese Leistung auch ist: Für die beiden Chefentwickler des Projekts, Bertrand Piccard und André Borschberg, standen die Weltumrundung und die zahlreichen Weltrekorde nie im Vordergrund. Für Piccard ist das Projekt viel mehr: eine wirtschaftliche, umweltpolitische und wissenschaftliche Botschaft. Und ein Symbol dafür, was bereits heute möglich ist. «Wenn wir unseren Lebensstandard nicht verlieren wollen, sind Investitionen in neue Technologien eine Notwendigkeit», sagt Piccard. Mit unglaublich grossem Mut, Leidenschaft und Ehrgeiz haben die beiden Pioniere über 13 Jahre ihr Projekt zum Erfolg geführt. Vom ersten Flug im Jahr 2009 über eine Distanz von 350 Metern bis zu erfolgreichen Pazifik-Flügen über 7000 Kilometer gab es unzählige Hürden zu überwinden. Piccard sagt, denkt und lebt ein Motto: «If you can think it, you can do it.» Schon Piccards Grossvater und Vater verschoben mit ihren Ballonen und U-Booten die Grenzen des Vorstellbaren in ihren Bereichen. Dem Sohn und Enkel ist mit André Borschberg das Gleiche gelungen. Dabei traute sich Piccard als Kind nicht mal auf Bäume! «Aber das ändert sich ja nicht, wenn man im Lehnstuhl sitzen bleibt.» Also ‹heilte› Piccard sich selber, indem er das Fliegen erlernte. Von seinen Vorfahren habe er gelernt: «Wenn man in einer Krise steckt, kann man sie überwinden, indem man sich höhere Ziele steckt.»
Das Buch «Mit der Sonne um die Welt» ist eine faszinierende Reise eines unglaublichen Projekts.

NOUS NOUS ENGAGEONS, ABONNEZ-VOUS !

En vous abonnant au Temps, vous ne nous apportez pas seulement un soutien essentiel, vous protégez aussi les fondements de vos libertés individuelles.

Toutes nos offres d'abonnement sont à découvrir sous
www.letemps.ch/abos ou au 0848 48 48 05

www.letemps.ch/abos

LE TEMPS

BlickVR

Jetzt App herunterladen!

Überall und jederzeit spannende Momente erleben mit der BlickVR-App.
Jetzt herunterladen und kostenlos in 360°-Filme eintauchen – mit VR-Brille sogar in Virtual Reality.

www.blick.ch/vr-app

SAMSUNG
Gear VR
APP ERHÄLTLICH BEI Google Play
Erhältlich im App Store