

DOMO

 Ringier

Unternehmensmagazin
Dezember 2013



Wir sind

AL JAZEERA

Die DNA des arabischen Nachrichtensenders

4 Al Jazeera

Der arabische Sender erreicht 220 Millionen Haushalte in über 100 Ländern. In Doha arbeiten Reporter und Produzenten aus über 60 Nationen. Ein Märchen aus 1001 Nacht?

8 Arabische Realität

Mostefa Souag, Generaldirektor von Al Jazeera, über das «erfolgreichste arabische Projekt der letzten 20 Jahre».

12 Interview

E-Mails machen dumm. Facebook macht blöd. Wer das behauptet? Digital-Therapeutin Anitra Eggler.

14 Nachtredaktionen

Bei Ringier wird die Nachtschicht bald eine Tagschicht. Auch andere Verlagshäuser schwören darauf.

16 Blickpunkt Ringier

Die besten Pressefotos des Quartals - aus allen Ländern.

18 Nachrufe

Sie sind die meistgelesenen Artikel der New York Times - und William McDonald verrät, warum das so ist.

22 Das Ende der Stille

Starfotograf Marco Grob über den Vorteil Fotografie und Film zu verbinden.

24 Inhouse: Monopol

Das Magazin für Kunst und Leben feiert seine 100. Ausgabe.

26 Ringier trifft Stars

Wie Peter Hossli zu einem Kompliment von Rocklegende Lou Reed kam.

28 Michael Ringier

Der Verleger über Gemeinsamkeiten von Prinzen und Verlegern und über die Wichtigkeit der Sprache.

29 Talk

Fragen ans Management.

30 Unter uns

Nachruf/Dienstjubiläen/Buch-Tipps.

Coverfoto: (v. l.) Azad Essa, Dareen Abughaida, Sam Bollier, Joelle Naayem, Steff Gaultier, Carlos Van Meek, Ramzan Al Naimi
Foto: Katarina Premfors

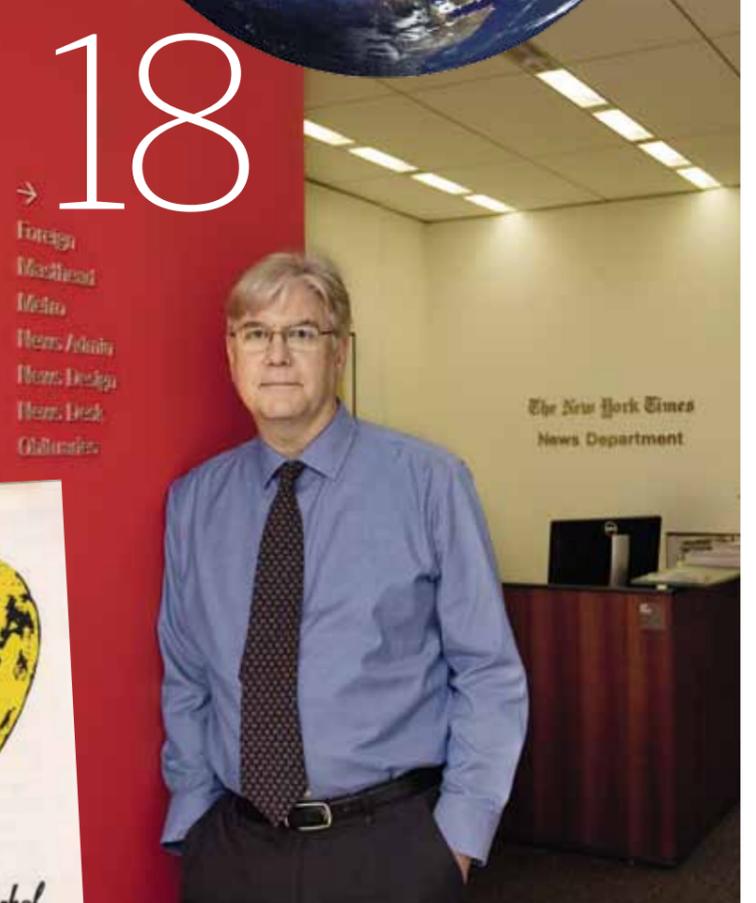
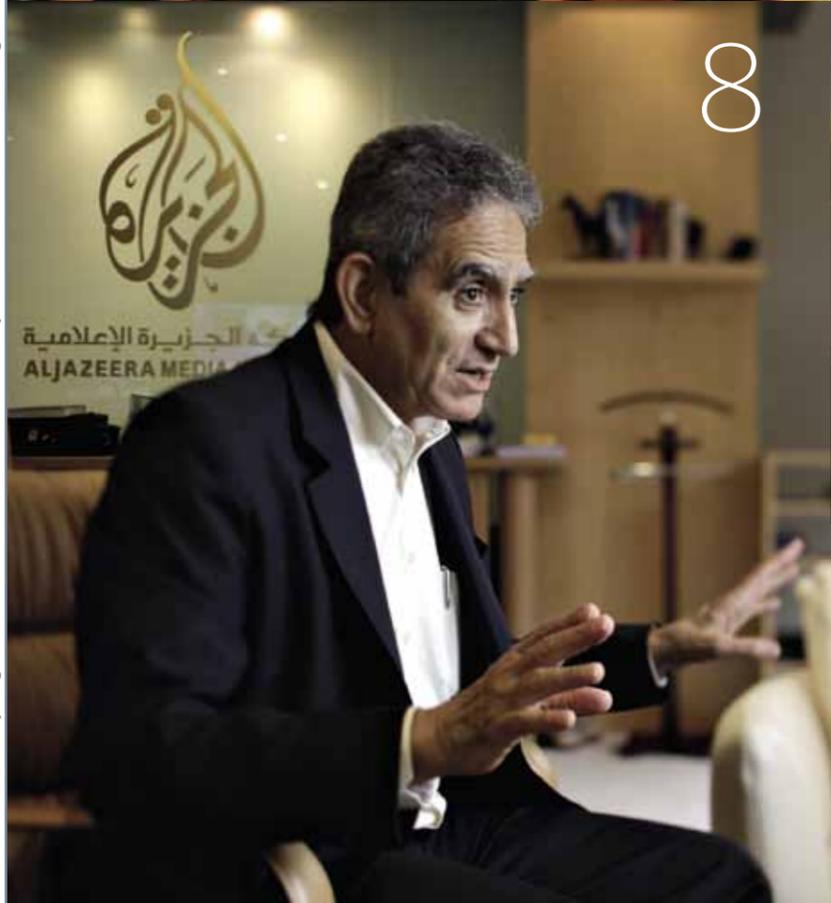
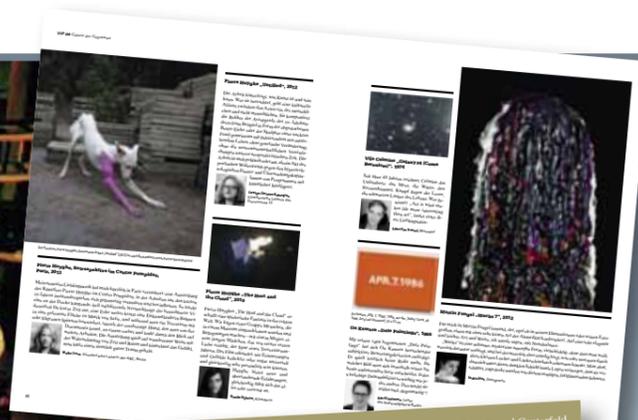
Impressum

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.

Übersetzer: Xavier Pellegrini/Textes.ch (Französisch), Claudia Bodmer (Englisch), Imre Hadzsi/Word by Word (Ungarisch), Adina Preda (Rumänisch), Lin Chao/Yuan Pei Translation (Chinesisch). **Korrektorat:** Verena Schaffner, Peter Voser (Deutsch), Patrick Morier-Genoud (Französisch), Claudia Bodmer (Englisch), Zsófia Vavrek (Ungarisch), Adela Bradu (Rumänisch).

Layout/Produktion: Nadine Zuberbühler (Schweiz), Jinrong Zheng (China). **Bildbearbeitung:** Ringier Redaktions Services Zürich. **Druck:** Ringier Print Ostrava und SNP Leefung Printers. Nachdruck (auch auszugsweise) nur mit Einverständnis der Redaktion. **Auflage:** 12 400 Exemplare. **DOMO** erscheint in Deutsch, Französisch, Englisch, Ungarisch, Rumänisch und Chinesisch.

Fotos: Katarina Premfors/Getty Images (2), Christian Posti, Marco Grob, Tara Rice, Keystone (2), Chris Blaser, Karin Kohlberg



Als der Nachrichtensender **Al Jazeera** 1996 auf Sendung ging, erschrakten die arabischen Machthaber, die Menschen auf der Strasse jubelten. Heute kann es Al Jazeera mit der BBC und CNN aufnehmen. Im Hauptquartier in Doha arbeiten Journalisten aus über 60 Ländern – dank Petrodollars unter traumhaften Arbeitsbedingungen.

Text: Peter Hossli
Fotos: Katarina Premfors / Getty Images

Zu Besuch bei

ALJAZEERA



Straff führt Carlos Van Meek (Mitte mit Schal) die Mittagskonferenz von Al Jazeera English. Konzentration und Tempo sind hoch. In kurzen Sätzen erklärt er, was er heute will.

Es ist kalt in der Wüste. Mit einem Halstuch schützt sich Carlos Van Meek vor der rauen klimatisierten Luft. «London, hört ihr uns?», beginnt er die Sitzung, sein Akzent ist amerikanisch. «Wir haben zwei Bomben in Beirut, wer dahinter steckt, ist reine Spekulation.» Es ist 13 Uhr in einem Aussenquartier von Doha, im Emirat Katar am Persischen Golf. Straff führt Tagesleiter Van Meek, 45, die mittägliche Konferenz beim Nachrichtensender Al Jazeera English. Per Videoschaltung dabei sind Kollegen aus London und Sarajevo. Hoch ist das Tempo der Sitzung, ebenso die Konzentration. Im Nu berichtet Van Meek, was bekannt ist. Beirut. 22 Tote, darunter Irans Kulturattaché. Vermutlich Autobomben. Und so soll die Geschichte laufen: «Zena berichtet tagsüber live aus Beirut, Soraya aus Teheran. Ich will Reaktionen der Saudis, der Kataris, der ganzen Region.» Die Geschichte sei wichtig, sagt er und erklärt: «Der Bürgerkrieg von Syrien schwappt in den Libanon über.» Eine Kollegin unterbricht. «Das ist kompliziert. Wie erklären wir das?» Van Meek weiss wie: «Langsam, vorsichtig, in glasklarem Englisch.» Er ist ein Amerikaner aus Miami. Für Al Jazeera arbeitet er seit 2006. «Weil

dieser Sender die Welt erklären möchte», sagt er. «Das macht heute kaum noch jemand.» Seit November 1996 ist Al Jazeera auf Sendung, anfänglich nur auf Arabisch. Eine objektive Stimme in einer Welt voller Zensur sollte es sein, mit Platz für alle Meinungen. Heute gilt Al Jazeera - zu Deutsch die Insel - als «erfolgreichstes arabisches Projekt der letzten zwanzig Jahre», sagt Mostefa Souag, Al Jazeeras Generaldirektor. 220 Millionen Haushalte in über 100 Ländern erreicht der Sender. Feste Korrespondenten berichten aus rund 70 Ländern. Reporter und Produzenten aus über 60 Nationen arbeiten allein in Doha. Seit 2006 ist neben Al Jazeera Ara-

Moderator Adrian Finighan arbeitete bei BBC und CNN, bevor er zu Al Jazeera kam. «Kein Moderator mit ein bisschen Verstand lehnt ein Angebot von Al Jazeera ab.» Dass der TV-Sender keinen Gewinn erzielen muss, sei aber «Segen und Fluch» zugleich.

bic zusätzlich Al Jazeera English auf Sendung. Im Sommer 2013 startete Al Jazeera America in New York. Gemächlich zuckelt der Verkehr auf breiten wie verstopften Strassen durch Doha. Wind wirbelt Wüstensand auf. Eine einzige Baustelle scheint die Stadt zu sein. Einzelne Quartiere sehen so abgegriffen aus wie jene in Beirut, andere glänzen wie in Dubai.

Unwirtlich wirkt die Gegend um das Hauptquartier von Al Jazeera, weitab der gläsernen Wolkenkratzer im Stadtzentrum. Hinter dem streng bewachten Eingangstor liegt ein Parkplatz, bedeckt mit Zeltblachen, damit die Autos in der Bruthitze des Sommers kühl bleiben. Von einer feinen Sandschicht bedeckte Satellitenschüsseln ragen hinter hohen Zäunen zum Himmel. Zwei schmucklose Gebäude stehen einander gegenüber: Aus einem berichtet Al Jazeera Arabic, vom anderen Al Jazeera English - zwei Welten, die zusammengehören und doch verschieden sind.

Aufgeräumt ruhig wirkt die Redaktion des englischsprachigen Senders, angeregt und laut die arabische. Das englische Café serviere das bessere Essen, heisst es, bei den Arabern fallen die klügeren Witze. Auf beiden Seiten



erscheinen Journalisten in Jeans oder im Anzug zur Arbeit, dazu Männer im Dischdascha, dem traditionellen weissen Gewand, und Frauen mit verhülltem Haar.

Es ist kurz vor zehn Uhr. Mitten im hell erleuchteten Newsroom von Al Jazeera English steht das Pult der Ansager, nah beim Team von Tagesleiter Van Meek. Ein letztes Mal blickt Sue Turton in den Spiegel, richtet Haar und Make-up, prüft den Text im Teleprompter. Hinter ihr bewegt sich eine Weltkarte. «Bitte Ruhe», ruft eine Produzentin, «in 20 Sekunden sind wir live.» Uhren zeigen die Zeit in Washington und London, in Doha und Kuala Lumpur.

Fünf, vier, drei, zwei, eins. Die rote Lampe leuchtet. «Hallo, das ist Al Jazeera, ich bin Sue Turton, das sind die wichtigsten Meldungen des Tages.» Britisch präzise sagt sie Berichte aus Chile und Russland an, aus den Philippinen und den USA.

So gross wie eine Basketball-Halle wirkt das Büro von Al Anstey. An der Wand hängen Bildschirme. Alle zeigen News. Seit drei Jahren ist der stattliche Engländer bei Al Jazeera English Chefredaktor. Er schwärmt von seiner Redaktion. «Es gibt sonst keinen TV-Sender, der so international ist wie wir.» Er wälzt sich im bequemen Ledersofa. «Für jede Geschichte haben wir jemanden mit lokalem Bezug im Haus.» Entgegen dem weltweiten Spartrend in der Medienbranche baut Al Jazeera noch immer aus. «Wir können es uns leisten, jede gute Geschichte zu machen.»

Vor allem deshalb wechselte Anstey vom britischen Sender ITN zu Al Jazeera. Er erzählt, wie er einst in Bangladesch eine Flutkatastrophe filmte mit Hunderten von Toten. Doch in der ITN-Redaktion in London sei niemand daran interessiert gewesen, «weil der Bezug zu England fehlte». Anders Al Jazeera. «Wir denken global, uns ist egal, wo etwas passiert, wenn es wichtig ist, bringen wir es.»

Skepsis treibe ihn, und Skepsis treibe seine Journalisten. «Wir hinterfragen alles.» Dennoch klebt am Sender ein negativer Nimbus. Nach den Terroranschlägen vom 11. September 2001 geriet Al Jazeera in Verruf. Terrorfürst Osama bin Laden sandte Videobotschaften nach Doha. Al Jazeera strahlte sie aus.

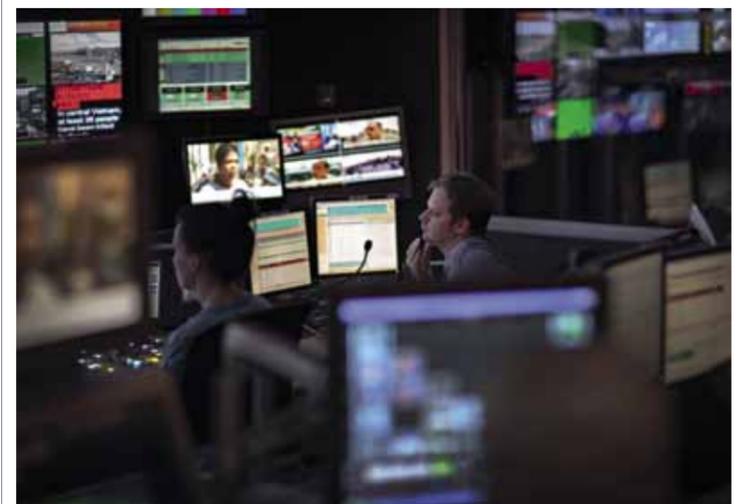
Während des Irak-Kriegs 2003 zeigte Al Jazeera, wie irr geleitete US-Bomben irakische Zivilisten töteten. «Al Jazeera wirbt für Terrorismus», schimpfte US-Ver-



«In zwanzig Sekunden sind wir live.» Al-Jazeera-English-Moderatorin Sue Turton kontrolliert ihren Text ein letztes Mal. In Kürze moderiert sie die Nachrichtensendung um 10 Uhr morgens.

Im modernen Newsroom von Al Jazeera English in Doha arbeiten Journalisten aus über 60 Ländern. Al Jazeera bietet hervorragende Arbeitsbedingungen, einen hohen und steuerfreien Lohn. Die Familien vieler Mitarbeiter leben aber im Westen.

Der Kontrollraum von Al Jazeera English.



«Die arabische Realität erklären»

Mostefa Souag arbeitet seit elf Jahren für Al Jazeera. Heute ist er Generaldirektor des gesamten Networks. Zuvor war er Chefredaktor des arabischen Senders. Er stammt aus Algerien, wo er nach wie vor keine Korrespondenten hinschicken kann. Für Souag ist Al Jazeera das «erfolgreichste arabische Projekt der letzten zwanzig Jahre».



Al-Jazeera-Generaldirektor Mostefa Souag in seinem Büro in Doha.

Herr Souag, 1996 ging Al Jazeera auf Sendung. Wie hat Ihre TV-Anstalt andere arabische Medien beeinflusst?

Mostefa Souag: Die arabische Bevölkerung nahm den Sender von Beginn weg positiv auf. Für arabische Regierungen aber war er eine Bedrohung. Vor Al Jazeera standen TV-Stationen meist im Dienst der Machthaber. Selten konnten Journalisten frei arbeiten. Al Jazeera aber war frei und unabhängig. Für arabische Medien sind wir zu einem Vorbild geworden. Wir zeigten ihnen, was echter Journalismus ist.

Wie hat sich das für Al Jazeera ausgewirkt? Wir sind stark gewachsen, haben heute mehr Einfluss und mehr Zuschauer. Es gab arabische Sender, die mehr Geld hatten als wir, doch viele sind wieder verschwunden. Wir sind noch hier, weil wir unseren Prinzipien treu geblieben sind. Unseren Erfolg verdanken wir der Qualität der Journalisten.

Für Al Jazeera arbeiten weltweit über 400 Journalisten aus über 60 Ländern. Wer passt zu Ihnen?

Echte und leidenschaftliche Journalisten. Wir zahlen gute Saläre, oft bessere als die Konkurrenz. Und wir geben allen den nötigen Raum, journalistisch zu arbeiten.

Journalisten brauchen Unabhängigkeit. Im Westen gilt Al Jazeera als Megafon arabischer Propaganda.

Wir werden kritisiert, weil wir jede Geschichte von allen Seiten betrachten. So waren unsere Reporter im Irak-Krieg nicht nur eingebettet mit der US-Armee. Sie zeigten zusätzlich, wie amerikanische Bomben ihre Ziele verfehlten und Zivilisten töteten. Unsere Konkurrenten hätten dieses Material gerne gehabt, aber sie waren nicht dort. Später bombardierten die Amerikaner unsere Büros in Afghanistan und töteten einen Reporter in Irak.

Wie sehr mischt sich der Besitzer von Al Jazeera ein, der Emir von Katar?

Al Jazeera gehört dem Staat Katar, nicht einer einzelnen Person. Niemand sagt uns, über was wir berichten sollen. Al Jazeera ist journalistisch komplett unabhängig.

Uneigennützig ist der Emir kaum. Er zahlt die Rechnungen. Gewinne erwirtschaften müssen Sie nicht.

Jede Regierung der Welt will Einfluss nehmen. Es gibt jene, die das mit Waffen tun, andere mit Soft Power, etwa mit Medien oder Diplomatie. Dieser Einfluss tötet nicht. Doha ist ein Zentrum für Friedensverhandlungen und Diplomatie. Wichtig ist die Fussball-WM von 2022. Der Emir von Katar will das Land entwickeln und der gesamten Menschheit etwas bringen.

Hat Al Jazeera den Arabischen Frühling kreiert, wie viele sagen?

Al Jazeera ist das erfolgreichste arabische Projekt der letzten 20 Jahre. Niemand sonst hat den Menschen im arabischen Raum ihre Realität besser erklärt. Wir zeigen, was mit der Jugend passiert, mit den Frauen, was in der Wirtschaft läuft und was in der Politik. Den Arabischen Frühling haben die Menschen selber gestartet. Später hat Al Jazeera gezeigt, wie man zu Gerechtigkeit kommen kann, wenn man sich dafür einsetzt.

Was unterscheidet Al Jazeera von anderen globalen Nachrichtensendern wie BBC oder CNN?

Wir bringen Barack Obama und Angela Merkel, aber wir gehen auch auf die kleinen Leute ein. Wir geben jenen eine Stimme, die keine haben.

Warum berichtet Al Jazeera nur selten über Katar?

Weil in Katar wenig passiert, das die Welt interessiert. Wir sind keine lokale, sondern eine globale TV-Anstalt. Als Amnesty International im November einen Bericht über Arbeitsbedingungen in Katar veröffentlichte, waren wir natürlich vor Ort.



Stolz auf Al Jazeera: Vor dem Büro von Mostefa Souag steht ein mit goldenem Rahmen eingefasster Fernseher. Nonstop läuft darauf Al Jazeera Arabic.



► teidigungsminister Donald Rumsfeld.

Heute seien die Vorbehalte verschwunden, sagt Chefredaktor Anstey. Erst kürzlich lobte Hillary Clinton, Al Jazeera strahle «echte News» aus – im Gegensatz zu US-Sendern. In der arabischen Welt sei der Sender sogar «der König», sagte die einstige US-Aussenministerin.

Ein heikles Thema in Doha. Besonders seit die arabische Welt in Aufruhr ist. So soll Al Jazeera geholfen haben, Muammar Gaddafi in Libyen zu stürzen, ebenso Hosni Mubarak in Ägypten. «Der Arabische Frühling ist wichtig», sagt Ashtey. «Wir haben ihn nicht ausgelöst, wir haben beeinflusst, wie die Welt ihn wahrnimmt.»

Nach dem Aufstand in Tunesien 2011 hätten sich rund 50 000 Ägypter auf Facebook gegen Präsident Mubarak ausgesprochen. Journalisten in Doha sahen es – und berichteten darüber. Ebenso, wie die Menschen im gesamten arabischen Raum auf diese Berichte reagierten. «Das hat die Dynamik beschleunigt.»

Man muss über die Strasse gehen, um in den Newsroom von Al Jazeera Arabic zu gelangen. Männer im Dischdascha sitzen im Kontrollraum. Redaktion und Moderatorenpult sind getrennt, zu laut wäre es, alles im gleichen Raum zu haben. Angeregt palavern arabische Journalisten über Politik. «Politik ist in unseren Leben zentraler als im Westen», sagt Rawan Al-Damen, 34. Sie leitet die Dokumentarfilm-Abteilung bei Al Jazeera

«Politik ist in unseren Leben zentraler als im Westen»

Rawan Al-Damen, Dokumentarfilmerin

Arabic. «Wer Bildungsminister ist, entscheidet darüber, ob deine Kinder zur Schule dürfen. Im Westen gehen alle zur Schule.»

Ihr Büro ist fensterlos, sie teilt es mit sechs Personen – aus Marokko und dem Irak, aus Jordanien und Grossbritannien, darunter Muslime und Christen. «Ich bin Palästinenserin», sagt Al-Damen. Nach Doha kam sie 2006, «weil ich für einen panarabischen Sender arbeiten wollte.» Das Geheimnis von Al Jazeera habe



Oben links: Ein Techniker von Al Jazeera Arabic kontrolliert im Moderationsraum die Kameras.

Unten links: Die Palästinenserin Rawan Al-Damen kam 2006 nach Doha und leitet heute die Dokumentarfilm-Abteilung von Al Jazeera. «Niemand redet dir hier rein, und es hat genügend Geld für Dokumentarfilme.» Zudem sagt sie: «Als Frau muss ich dreimal härter arbeiten, um akzeptiert zu werden.»

Oben rechts: Moderator und Moderatorin von Al Jazeera Arabic kurz vor der Live-Schaltung. Das Ansager-Pult ist getrennt vom Newsroom. Zu laut diskutieren die arabischen Journalisten.

sie erst hier entdeckt. «Niemand redet dir rein, und es hat genügend Geld für Dokumentarfilme.» Sie sagt, was westliche Journalisten kaum noch über ihren Arbeitgeber sagen: «Al Jazeera ist erfolgreich, weil es ein hohes Budget hat und die journalistische Qualität an erster Stelle kommt. Verschwindet etwas von beidem, verschwindet Al Jazeera.» Doch wie unabhängig kann sie arbeiten? Kritiker bezeichnen Al Jazeera Arabic als Megafon der Muslime. Der Emir von Katar verbreite damit seine politische Linie. «Falsche Vorurteile», erwidert Al-Damen. «Mich hat mein Boss noch nie angerufen und gesagt, ich müsse diese oder jene Person anrufen – sobald das passiert, kündige ich.»

Unter solch privilegierten Bedingungen zu arbeiten, bedinge grosse Verantwortung. Als Beispiel nennt Al-Damen die Berichterstattung über den politisch aufgeladenen Konflikt zwischen Israelis und Palästinensern. Ihr Kniff: Sie lässt israelische Historiker sprechen, die kritisch über Israels Siedlungspolitik urteilen. Eine Lösung für den ewigen Konflikt im Nahen Osten sei kaum möglich, nicht zuletzt wegen den arabischen Medien. «Wir müssen aufhören, gemeinsam die Geschichte der Palästinenser zu beweinen», sagt Al-►



Die dreissigjährige Palästinenserin Dalia Qader ist Grafikerin bei Al Jazeera. Sie gestaltet Untertitel bei Dokumentarfilmen, wählt Fotos aus, die am Bildschirm eingeblendet werden. Für 2014 plant der Sender einen neuen visuellen Auftritt.

► Damen. «Wir müssen die Erfolgsgeschichte erzählen, die gute Geschichte über Palästina.»

Kann sie sich durchsetzen? «Frauen sind im Fernsehen oft Moderatorinnen, selten Produzentinnen», sagt sie. Da funktioniert Al Jazeera wie viele andere TV-Sender der Welt: «Als Frau muss ich dreimal härter arbeiten, um akzeptiert zu werden.»

Leger sitzt Adrian Finighan, 49, im Sessel. Erst in fünf Stunden geht der Moderator bei Al Jazeera English auf Sendung. Siebzehn Jahre moderierte er für die BBC, fünf bei CNN.

Kurz machte er PR, dann kam ein Angebot aus Doha. «Kein Moderator mit ein bisschen Verstand lehnt das ab», sagt der Engländer. «CNN kürzt ständig, die BBC hat ein limitiertes Budget, Al Jazeera investiert.» Für jede Geschichte könnten Reporter ins Flugzeug steigen. So berichteten drei Teams über den Taifun Haiyan auf den Philippinen.

Wie alle anderen arbeitet Finighan vier Tage, hat dann vier Tage frei. Er ist nicht der einzige TV-Star, der von einem grossen US-Sender zu Al Jazeera kam. Hohe Saläre locken erfahrene Journalisten nach Doha. Steuern zahlen sie nicht. Dafür sind sie etwas einsam. Wie viele westliche Journalisten lebt Finighan zwar in Katar, nicht aber seine Kinder und die Ehefrau. «Wir fanden nicht die richtigen Schulen», sagt er. Oft fliegt er nach London, heim zur Familie. Das Geld für Al Jazeera kommt aus dem Boden. Katar ist eine Halbinsel im Persischen Golf, mit einem Viertel der Fläche der Schweiz. Nach dem Zweiten Weltkrieg lebten hier knapp 20 000 Menschen. Nur wenige konnten lesen und schreiben. Heute gibt

es 200 000 Katari - und 1,8 Millionen Gastarbeiter. Unter dem Sand liegt reichlich Öl, unter dem Meeresgrund viel Erdgas. Dank der Bodenschätze ist der Emir von Katar eine der reichsten Personen der Welt. Über 100 Milliarden Dollar hat sein Staatsfonds im Ausland investiert, etwa bei Volkswagen, dem Flughafen Heathrow in London, der Credit Suisse.

Wie viel er für Al Jazeera ausgibt, ist

«Wäre Al Jazeera tendenziös, wäre ich nicht hier»

Adrian Finighan, Moderator Al Jazeera English

ein gut gehütetes Geheimnis. Befiehlt, wer zahlt? Finighan wiegelt ab. «Wäre Al Jazeera tendenziös, wäre ich nicht hier», sagt der Moderator. «Schliesslich steht mein Ruf auf dem Spiel.»

Zugleich Segen und Fluch sei das Geld. «Es ist schön, als Journalist keine Gewinne erzielen zu müssen», sagt er. «Gefährlich ist, wenn kein Quotendruck auf dir lastet, nötige Änderungen kommen dann oft zu spät.» Dringend müsse der Sender optisch frischer und jünger werden. Zu gross sei das Studio. Zumal immer mehr Menschen den Sender auf Smartphone schauen. «Auf dem iPhone ist der Moderator kaum zu sehen.»



DOMO-Autor Peter Hossli besuchte Al Jazeera in Doha.



Im Gebäude von Al Jazeera Arabic befindet sich ein kleines Museum. Ausgestellt ist etwa die Weste von Al-Jazeera-Reporter Tareq Ayoub. Er wurde im April 2003 in Bagdad von US-Bomben getötet. Zu sehen sind die ersten Kalligrafien des Logos des Senders sowie alte Kameras und Mikrofone.

Das soll Ramzan Al Naimi ändern, der Direktor der visuellen Abteilung. «2014 wird das kreative Jahr für Al Jazeera», sagt er. Al Naimi, 33, sitzt in einem der wenigen lichtdurchfluteten Büros, trägt Dischdascha, richtet mehrmals nervös die Kopfbedeckung zurecht. Auf dem Pult steht ein Apple-Bildschirm. Die Wände zieren Porträts von Steve Jobs, Einstein und Matisse.

Seit vierzehn Jahren arbeitet der Katari für Al Jazeera, zuvor studierte er in Kairo. Anfänglich bediente er den Teleprompter. Heute hat er 140 Personen unter sich, aus Ungarn und England, den USA und Singapur, aus Malaysia und Palästina. Eine Grafikerin stammt aus dem Sudan. «Viele Designer waren einst Journalisten», sagt er. «Sie verstehen das Geschäft mit den Nachrichten.» Sie entwickeln und verfeinern das Erscheinungsbild von Al Jazeera, setzen Titel, wählen Fotos, bestimmen die Kleider der Ansager, das Make-up, die Frisuren.

Noch sehen Al Jazeera English

Der Katari Ramzan Al Naimi leitet die visuelle Abteilung von Al Jazeera. Es ist seine Aufgabe, das Erscheinungsbild aller Sender zu vereinheitlichen.



«Ich will die Geschichten Afrikas erzählen»

Seit drei Jahren arbeitet Azad Essa, 31, bei Al Jazeera. Aufgewachsen ist er in Südafrika.



Azad Essa schreibt für die englischsprachige Website. Ursprünglich stammt er aus Durban, trägt mal Jeans und Pullover, am nächsten Tag einen Kaftan, ein knöchellanges Kleid.

Journalistisch Fuss fassen konnte er in seiner Heimat nicht. «Alle verlangten die immer gleichen Geschichten von mir, das passte mir nicht.»

Essa wollte weiter gehen, inhaltlich in die Tiefe und gedanklich in die Breite. Er lancierte seinen eigenen Blog, vermischte Journalismus und Soziologie. Seine Texte gefielen. Ein Verlag gab sie in einem Buch heraus. Just in diesem Moment bewarb er sich bei Al Jazeera - und bekam einen Job.

Hier in Doha fand er ein Medienhaus, für das er über ganz Afrika berichten kann. «Sie schicken mich dorthin, wo ich hin will.» Aus Somalia und Kenia sandte er Texte über Hungersnöte nach Doha, aus dem Kongo über den Bürgerkrieg, er ging in den Senegal und begleitete den Wahlkampf. Und aus Namibia berichtete er über eine schlimme Dürre, «niemand sonst interessierte sich dafür».

Er sitzt vor einem Computer im zweiten Stock der Redaktion von Al Jazeera English in Doha und arbeitet eine Kanadierin und einen Kanadier ein. Seine anderen Kollegen stammen aus dem Iran und den USA, aus Somalia, Pakistan und Indien, aus England und Georgien. Ein grosser Vorteil, sagt Essa. «Bei Al Jazeera gibt es für jede Geschichte einen Insider, jemanden, der sich wirklich in diesem Land auskennt.»

Was ihm als Journalist enorm helfe. «Jedes falsche Vorurteil, das ich von einem Land habe, kann ich sofort korrigieren», sagt Essa. «Noch bevor Al Jazeera etwas Voreingenommenes ausstrahlt, kommt dem garantiert einer auf die Schliche.»

Doha ist für Essa ein «komischer Ort, ohne Kultur, es gibt nur Geld, und es ist aufwendig, sich mit dieser Gesellschaft zu befassen». Er sei vor allem hier, um sich von seinen Reportagen zu erholen. «Ich tanke auf - und gehe dann wieder.» Ohnehin will er eines Tages nach Südafrika zurück. «Und dort anwenden, was ich bei Al Jazeera gelernt habe.»



und Al Jazeera Arabic unterschiedlich aus. Nun will Al Naimi sie zusammenführen, dem modernen Erscheinungsbild von Al Jazeera America anpassen. «Das Design muss klar, sauber und einfach sein.» Sein Vorbild? Apple. Fast zu Ende ist die Mittagskonferenz. Zuletzt geht es um Sport. «Mich

interessiert das WM-Qualifikationsspiel von Frankreich», sagt Tagesleiter Van Meek. «Scheidet Frankreich aus, bringen wir das gross.» Er lacht. Zur Schadenfreude kommt es nicht. Frankreich gewinnt und fährt an die WM. Al Jazeera vermeldet nur das Resultat. ☺

Anitra Egger

«Würden Sie alle 20 Minuten zum Briefkasten rennen?»

Die Frau weiss zu provozieren. In unserer modernen digitalen Welt behauptet Anitra Egger: E-Mails machen dumm, krank und arm. Und Facebook macht blöd, blind und erfolglos. Ausgerechnet sie, eine ehemalige Journalistin! Doch sie verspricht Hilfe vor dem E-Mail-Terror. Wie? Mit einer Digital-Therapie. Wie das gehen soll? Smartphone beiseite legen und diesen Text lesen.

Interview: René Haenig. Foto: Christian Postl

Frau Egger, laut Ihrer Website sind Ihre E-Mail-Öffnungszeiten 10 und 16 Uhr. Wir sprechen um 16 Uhr miteinander, müssten Sie jetzt nicht Mails checken?

Anitra Egger: Ach, ich sehe das easy. Ich habe nach einer Vortragsreiseweche gerade drei Bürotage genossen und alles abgearbeitet. Was jetzt noch reinkommt, kann ich morgen erledigen. Sie dürfen das nicht so orthodox sehen. Öffnungszeit heisst nicht, dass ich sofort antworte: was nicht wichtig und dringend ist, kann warten - das sind übrigens 95 Prozent aller E-Mails. Und die Wichtigen und Dringenden beantworte ich meist via Anruf. Meine Erfahrung: Durch einen Anruf kann man sich heutzutage eine Kette unnützer E-Mails ersparen.

Vor unserem Gespräch haben wir nur je eine E-Mail ausgetauscht. Ist das üblich oder ungewöhnlich?

Bei mir ist das inzwischen üblich. Das liegt daran, dass ich auf meiner Website, durch meine Bücher und meine Art zu kommunizieren die Erwartungshaltung an Kommunikation mit mir neu definiert habe: von Menschenverstand und Wertschätzung getrieben, nicht von den technologischen Medienmöglichkeiten. Das kann jeder tun, um die E-Mail-Flut einzudämmen.

Und wie?

Nur ein Beispiel: Ich erhalte inzwischen ausschliesslich Mails mit aussagekräftiger Betreffzeile. Viele Absender texten inzwischen richtig aufmerksamkeitsheischende Betreffzeilen, die als Headline bei jedem Boulevardblatt durchgehen würden.

Sie nennen sich Digital-Therapeutin. Was bitte habe ich mir darunter vorzustellen?

Wir haben heute moderne Volkskrankheiten wie Sklaven-Phonitis, Facebook-Inkontinenz, Sinnlos-Surf-Syndrom oder E-Mail-Wahnsinn. Wenn ich bei diesen arbeitszeitraubenden Kommunikations-

krankheiten helfen kann, was bin ich dann? Als ich mich selbständig gemacht habe, fiel mir dafür «Digital-Therapeutin» ein. Inzwischen ist der Begriff durch meine Bücher etabliert und die Menschen verstehen ihn so, wie ich ihn meine: mit einem humorvollen Augenzwinkern.

Sie warnen eindringlich vor der digitalen Dauerablenkung. Warum?

Weil es unsere Konzentrationsfähigkeit massiv beeinträchtigt. Wir lassen uns heute immer mehr von den Medienmöglichkeiten diktieren, wie wir sie nutzen sollen. Nur weil wir in der Lage sind, eine E-Mail innert Nanosekunden zu verschicken, glauben wir, dass wir sie genau so schnell beantworten müssen. Aber es kostet Lebens- und Arbeitszeit und wenn Dauerablenkung unser Normalzustand wird, kostet uns das unsere Konzentrationsfähigkeit. Harvard-Ärzte nennen das «Attention Deficit Trait» und halten jedes zweiten Manager für betroffen.

... und wo liegt der Fehler?

Darin, dass wir uns beispielsweise nicht die Zeit nehmen, einmal in unserem E-Mail-Programm die Konfigurationen für uns richtig einzustellen. Die Folge ist eine Dauerablenkung, weil es alle paar Minuten Bing macht und wir sofort «nur mal ganz kurz» nachschauen, wer geschrieben hat. Aus «ganz kurz» wird dann meist lang.

Das ist doch der Normalzustand.

Aber das ist ja das Verrückte. Wir Menschen reagieren auf diese Ablenkungsreize manisch. Unser Gehirn wird süchtig nach Dopamin- und Adrenalinausschüttungen, die einen solchen Aufmerksamkeitsreiz begleiten. Und bei jedem noch so blöden Spam-Mail passiert genau das Gleiche: Wir schauen sofort nach.

Was empfehlen Sie dagegen?

Alles deaktivieren, was Ihnen optisch oder akustisch sagt: Da ist was Neues! Überlegen Sie doch mal selbst: Würden Sie alle 20 Mi-

nuten zum Briefkasten rennen? Niemals! Also richten Sie sich zwei bis maximal vier feste Zeiten pro Tag ein, in denen Sie E-Mails checken und beantworten. Danach schliessen Sie ihr Mail-Programm jeweils wieder. Sie werden feststellen, dass Sie nichts verpassen und wieder produktiver werden.

Dann bleibt mir aber immer noch der Blick auf mein Smartphone.

Auch da rate ich: automatischen Mail-Download abschalten. Das Gleiche gilt für Facebook, Twitter & Co. - alle Push-Meldungen ausschalten. Entscheiden Sie wieder selbst, wann Sie Zeit für die Netzwerke haben, sonst tappen Sie in die Sinnlos-Surf-Syndrom-Falle.

Sie schreiben in Ihrem Buch, dass die digitale Dauer-Ablenkung einen riesigen wirtschaftlichen Schaden verursacht.

Ja, es gibt verschiedene Erhebungen dazu. Laut einer US-Studie verursacht der Konzentrationsverlust am Arbeitsplatz der Weltwirtschaft jährlich einen Schaden von 588 Milliarden Dollar.

Sie selbst haben früher E-Mails zu Unzeiten verschickt und erwartet, dass Ihre Mitarbeiter sie sofort lesen und beantworten?

Ich war der schlimmste E-Mail-Saulus und grösste Informationsjunkie, den Sie sich vorstellen können. ToDo-Listen samstagnachts, ständig online. Da leidet die Lebensqualität. In meinem Kollegenkreis gibt es inzwischen fast mehr Burnout-Fälle als Familien mit Kindern.

Sie haben ein paar interessante Rechnungen bezüglich unserer Lebenszeit aufgestellt.

Ich rechnete einfach mal aus, wie viel Zeit ich schon im Internet versurft hatte und kam dabei auf vier Jahre. Ein junger Mensch von heute wird bis zu seinem 75. Lebensjahr allein acht Monate mit dem Löschen unerwünschter Mails verbringen. Und wer täglich zwei Stunden auf Facebook und Twitter verbringt, verliert so sechs Jahre. ☹

PERSÖNLICH

Anitra Egger

Anitra Egger kommt am 9. Juni 1973 in Karlsruhe zur Welt. Als sie elf ist, wird in ihrer Geburtsstadt die erste E-Mail in Deutschland empfangen - sie war einen Tag vorher in Cambridge im US-Staat Massachusetts abgeschickt worden. Egger hat Schweizer Wurzeln, ist seit 2001 Wahl-Wienerin und wird in Österreich 2010 zur Nummer-eins-Powerfrau in der Kategorie «Werbung und PR» gekürt. Sie arbeitet als Journalistin, Start-up-Managerin und Online-Verlagsgeschäftsführerin, ehe sie sich selbständig macht. Heute berät die 40-Jährige Top-Unternehmen wie Procter & Gamble, Daimler, Tchibo oder L'Oréal. Privat liebt sie: ihre Badewanne mit Blick in den Himmel und Krimis von Michael Robotham. Sie hasst: den Beziehungsstatus auf Facebook zu veröffentlichen. «Das sorgt nur für Ärger.»



Gute Nacht, wir machen hier weiter!

Immer mehr Agenturen, Zeitungen und News-Portale eröffnen Dependancen am anderen Ende der Welt. Für Journalisten wird so aus der Nachtschicht eine Tagschicht. Und für Leser gibts die neusten Informationen rund um die Uhr.

Text: René Haenig. Fotos: Plaeetary Visions/Science Photo Library/Keystone, 20min.ch, Handout

Wenn in Paris, Berlin, München, Zürich oder Bern um Mitternacht in den Redaktionen das Licht gelöscht und die Computer heruntergefahren werden, dann reiben sich auf der anderen Seite der Erdkugel die News-Redaktoren der Onlineportale «lemonde.fr», «bild.de» oder «20min.ch» den Schlaf aus ihren Augen, fahren ihre Laptops

hoch, greifen zum ersten Kaffee und sichten Meldungen. Start für die Nachtschicht, die, egal ob in Hongkong, Sydney, Seoul oder Los Angeles beheimatet, zur Tagschicht wird. Willkommen in der 24-Stunden-News-Welt!

Manuel Jakob, 34, Redaktor beim Schweizer News-Portal «20min.ch», packte Ende November seine Koffer und flog von Zürich nach Hongkong. 9302 Kilometer Luftlinie von seinem Zuhause entfernt, elf Stunden 45 Minuten Flugdauer, sieben Stunden Zeitunterschied. Für sechs Wochen tauscht der Schweizer seinen Arbeitsplatz. Statt im Newsroom an der Zürcher Werdrstrasse recherchiert, sichtet und befüllt Jakob die Online-Seite von «20min.ch» in einem 1-Zimmer-Apartment im 21. Stock eines Hochhauses in der Hollywood Road auf Hongkong Island. Manuel Jakob ist zum zweiten Mal für seinen Arbeitgeber

in Asien. Freiwillig! «Eine tolle Erfahrung», sagt er.

«20min.ch» gehörte zu den ersten, die vor mehr als zwei Jahren ihre Nachtschicht auf die andere Seite der Erdkugel verlagerten. Der Grund ist simpel: Nur weil die Menschen in der Schweiz schlafen, heisst das nicht, dass der Rest der Welt ebenfalls schläft. Zudem lesen in Zeiten von Smartphone und Tablet immer mehr Nutzer auch nachts, frühmorgens - und rund um die Welt. Diese Erfahrung hat auch die französische Tageszeitung «Le Monde» gemacht. «Durch die starke Zunahme der Smartphones nahmen die nächtlichen Besuche unserer Online-Ausgabe stark zu», so Online-Chef Alexis Delcambre. Die Pariser entschieden sich Anfang 2013 dafür, zwei ihrer 75 Mitarbeiter für je sechs Monate nach Sydney und Seoul zu schicken.

Manuel Jakobs Schicht beginnt um sieben Uhr morgens Hongkong-Zeit und geht bis 14 Uhr. In dieser Zeit hat er unter anderem die Zusendungen der «20minuten»-Leserreporter im Auge. «Diese Inputs sind bei uns sehr stark», sagt Jakob. Schickt ein Leser Bilder eines spektakulären Grossbrandes, ruft Jakob den Absender innert Minuten zurück, um zusätzlich Informationen für einen Bericht zu erhalten. «Eine Recherche bei Polizei oder Feuerwehr ist nachts kaum möglich.»

Ebenfalls im März dieses Jahres startete die deutsche Zeitung «Die Welt» einen Testlauf mit einem Redaktor in Australien. Fazit: Die Berichterstattung sei besser geworden, so Chefredaktor Jan-Eric Peters, 48. Er hält es für deutlich effektiver, tagsüber in Down unter zu arbeiten anstatt einsam und allein nachts in einem Büro in Deutschland. Kommt hinzu, dass

«Die Welt» ihr Sydney-Büro bei der Australian Associated Press (AAP) andockt hat, mit der die Tageszeitung sowieso kooperiert. So können sich die Deutschen mit ihren australischen Journalistenkollegen direkt austauschen. Im Rotationsprinzip wechseln seit September alle sechs Wochen Journalisten von ihrem Schreibtisch in Berlin nach Sydney.

Auf journalistischen Austausch setzt auch die Schweizerische Depeschagentur «sda». Vier ihrer Redaktoren wechseln ab Januar 2014 für jeweils vier Jahre nach Sydney in den AAP-Newsroom. Die «sda»-Journalisten sitzen dort, zusammen mit ihren Agentur-Kollegen von der dänischen Nachrichtenagentur Ritzau. Mit dem langen, vier Jahre dauernden Einsatz hofft «sda»-Chefredaktor Bernard Maisen, 52, gerade in der Pionierphase eine gewisse Konstanz in der nächtlichen Berichterstattung zu erreichen. In einem Fall kommt es sogar einem «sda»-Redaktor zugute. «Er ist mit einer Australierin verheiratet und führte bisher eine Fernbeziehung.»

Newsredaktor Manuel Jakob wird bis Mitte Januar von Hongkong aus wieder dafür sorgen, dass die Leser, die vor sechs Uhr den ersten Blick auf «20min.ch» werfen, das Neueste erfahren, was sich in der Nacht in der Schweiz und rund um die Welt abgespielt hat. Der Nachtdienst im Ausland hat sich bewährt. So bekamen die Schweizer beispielsweise beim Tod von Kim Jong-il im Dezember 2011 frühmorgens nicht nur die Todesnachricht vermeldet, sondern konnten bereits ein Porträt des nordkoreanischen Staatsführers sowie zusätzlichen Informationen lesen - dank des «20minuten»-Nachtreddaktors in Hongkong. 🌐

So hausen «Nachtreddaktoren»: Das ist das «20minuten»-Büro von Manuel Jakob im 21. Stock der Hollywood Road auf Hongkong Island. Gleichzeitig ist es auch die Wohnung des jeweiligen Redaktors vor Ort.

Ringier will den Start-up-Spirit



Neues Jahr, sonnige Aussenredaktion, frischer Spirit. Wenn Blick ab Januar 2014 aus Kalifornien berichtet, dann nicht

nur, um - wie andere Medienhäuser - die Zeitverschiebung für eine Rund-um-die-Uhr-Newsberichterstattung zu nutzen. «Wir wollen ins Herz der digitalen Welt», sagt Florian Fels, CEO Ringier Publishing.

Herr Fels, Blick goes West - warum ins Silicon Valley?

Florian Fels: Weil im Westen der USA das Herz der digitalen Welt schlägt. Firmen wie Facebook, Google oder Apple sind im Silicon Valley. Dort herrscht nach wie vor Aufbruchstimmung. Man ist offen mit Informationen, hier werden weltweite Trends geboren, die früher oder später auch in der Schweiz landen. Diesen Spirit sollen unsere Journalisten mit nach Hause nach Zürich bringen.

Asien oder Australien wären von der Zeitzone her besser für eine 24-Stunden-Onlineredaktion.

Das stimmt. Aber für unsere westliche Welt spielt die digitale Zukunft in Amerika - und davon wollen wir profitieren.

Wie genau?

Unsere Journalisten sollen etwa live bei der neusten Apple-Präsentation dabei sein, direkt vom Google-Campus berichten, vielleicht auch mal eine Start-up-Messe besuchen oder aus der Facebook-Kantine bloggen. Vor allem aber sind wir mit unseren Journalisten vor Ort in der Lage, die Blick-Onlineportale mit 24-Stunden-News zu beliefern.

Wer darf jeweils nach Kalifornien?

Wir möchten, dass so viele Journalisten wie möglich die Gelegenheit nutzen. Geplant ist ein Turnus von sechs Wochen. Im Prinzip können sich Mitarbeiter aus allen Ressorts melden - Sport, People, Lifestyle. Da News unser grösstes Ressort ist, liegt es nahe, dass einige Mitarbeiter von dort kommen. Wichtig ist, dass die Kollegen von den USA aus das CMS-Onlinesystem bedienen können.

Wie weit sind die Vorbereitungen?

Gerade wird die Infrastruktur vorbereitet, sprich Räume anmieten, Internetleitungen und alles, was zu einem gut funktionierenden Büro dazugehört. Zudem müssen Journalistenvisa besorgt werden und es laufen Abklärungen, ob es Sinn macht, ein Auto vor Ort anzuschaffen.



Ringier-Fotos des Quartals

Vier Bilder aus China, Vietnam und der Schweiz, die mit einer guten Idee, Geduld und perfektem Handwerk fotografische Kunstwerke geworden sind.

VALENTIN JECK Fotograf
SUSANNE MÄRKI Bildredaktion

1 Kostbarer Schmuck, gerissene Diebe, Spurensucher der Polizei – die Idee für die Schmuckpräsentation im Schweizer Modemagazin **SI Style** hatte Valentin Jeck, 47, bereits vor Jahren, als er eine Modelleisenbahnanlage sah. «Manchmal geht man längere Zeit mit einer Idee schwanger, ehe man sie umsetzen kann», sagt der Fotograf. Als er sich zum ersten Mal mit dem für die Schmuck-Strecke «La petite nation» verantwortlichen Redaktor traf, sei schnell klar gewesen, dass er mit Modell-Figuren arbeiten werde. Doch woher die verschiedensten Miniatur-Diebe, Ermittler, Taucher, Handwerker oder Museumsbesucher nehmen? Jeck recherchierte stundenlang im Internet, wälzte Kataloge und fand eine Firma in der ehemaligen DDR, die auf Modelleisenbahn-Zubehör spezialisiert ist. Im Ringier-Fotostudio in Zürich musste er dann an zwei Tagen nur noch mit ruhiger Hand die 12 verschiedenen Szenen aufbauen – und ablichten. Pro Set eine Stunde aufbauen, den Schmuck polieren und mit Handschuhen platzieren, damit ja kein fettiger Fingerabdruck zu sehen ist. «Auch wenn es nur nach einem kleinen Aufbau aussieht, am Abend war ich jeweils ziemlich fertig und konnte meine Hand gar nicht mehr ruhig halten. Aber mein Beruf bringt es mit sich, viel zu basteln», so Valentin Jeck, der sich auf Sachfotografien im Luxusbereich spezialisiert hat. Und gefragt ist. Nicht nur bei **SI Style**, sondern auch bei **Vogue** und anderen edlen Hochglanz-Magazinen.

RANSOM WINGO Fotograf
XIAO QI Bildredaktion

2 Sage mir, was du isst, und ich sage dir, wer du bist. Auf dem Cover der Oktober-Ausgabe von **Shanghai Family** sind es zwei kleine Mädchen

mit einer gehörigen Portion Junk-Food vor der Nase. Auch wenn die Titelzeile «Food Fight» vermuten lässt, dass es im Blatt um den Kampf, Kindern gesundes Essen schmackhaft zu machen, geht – ist die Story eine andere: In Shanghai wird gekämpft. Aber nicht um Vitamine und gesunde Fette; Restaurateure kämpfen um Gäste. Genauer um Familien, die am Wochenende ihre Lokale besuchen. So zum Beispiel das «Azul». Es diente nicht nur als Shooting Location, es ist eines der angesagtesten Restaurants im Zentrum von Shanghai. Und Inhaber Eduardo Vargas buhlt um die Gunst der wohlhabenden Chinesen und Expats. Doch Hackbällchen, Chips und Sandwiches faszinierten die beiden Covergirls nur bedingt. So wurde es zur Hauptaufgabe von Fotograf Ransom Wingo, den beiden Dreikäsehochs immer wieder das Gefühl zu vermitteln, dass sie im Moment nichts lieber täten, als still zu sitzen: «Ich versuchte sie mit spannenden Geräuschen und Grimassen bei Laune zu halten. Selbstverständlich musste ich alle paar Minuten etwas Neues bieten – sonst wäre es ihnen langweilig geworden.»

CHRIS BLASER Fotograf
SABINE SENN Bildredaktion

3 Was für ein phantastisches Naturschauspiel! Im Abendrot liegt, unterm Hochnebel verborgen, der Lac Lemman. Im Vordergrund rechts Les Avants VD, dessen Lichter das kleine Dorf wie ein liegendes «T» erscheinen lassen. Fotograf Chris Blaser stieg am 16. November 2012 auf den 1875 Meter hohen «La Dent de Jaman» oberhalb von Montreux, rund 25 Kilo Fotomaterial auf dem Rücken, warm eingepackt und eine mit heissem Tee gefüllte Thermoskanne als Proviant dabei. Kurz vorm Sonnenuntergang, an diesem Novembertag um 16.57 Uhr, kam Blaser auf dem Gipfel an. «Ich wollte eine ausgewogene

Mischung von natürlichem und künstlichem Licht schaffen», sagt der Fotograf. Er kennt den Berg gut, da er oft in der Natur unterwegs ist, und er wusste, dass es der ideale Ort wäre, um ein sogenanntes Stratus-Foto zu machen. Das Foto ist das erste von Blasers Stratus-Serie, welche das westschweizer Magazin **L'illustré** in seiner Rubrik «Grand reportage» veröffentlichte. «Ein Wetterphänomen, das jeder vor der Haustüre beobachten kann», sagt Fotoredaktorin Sabine Senn.

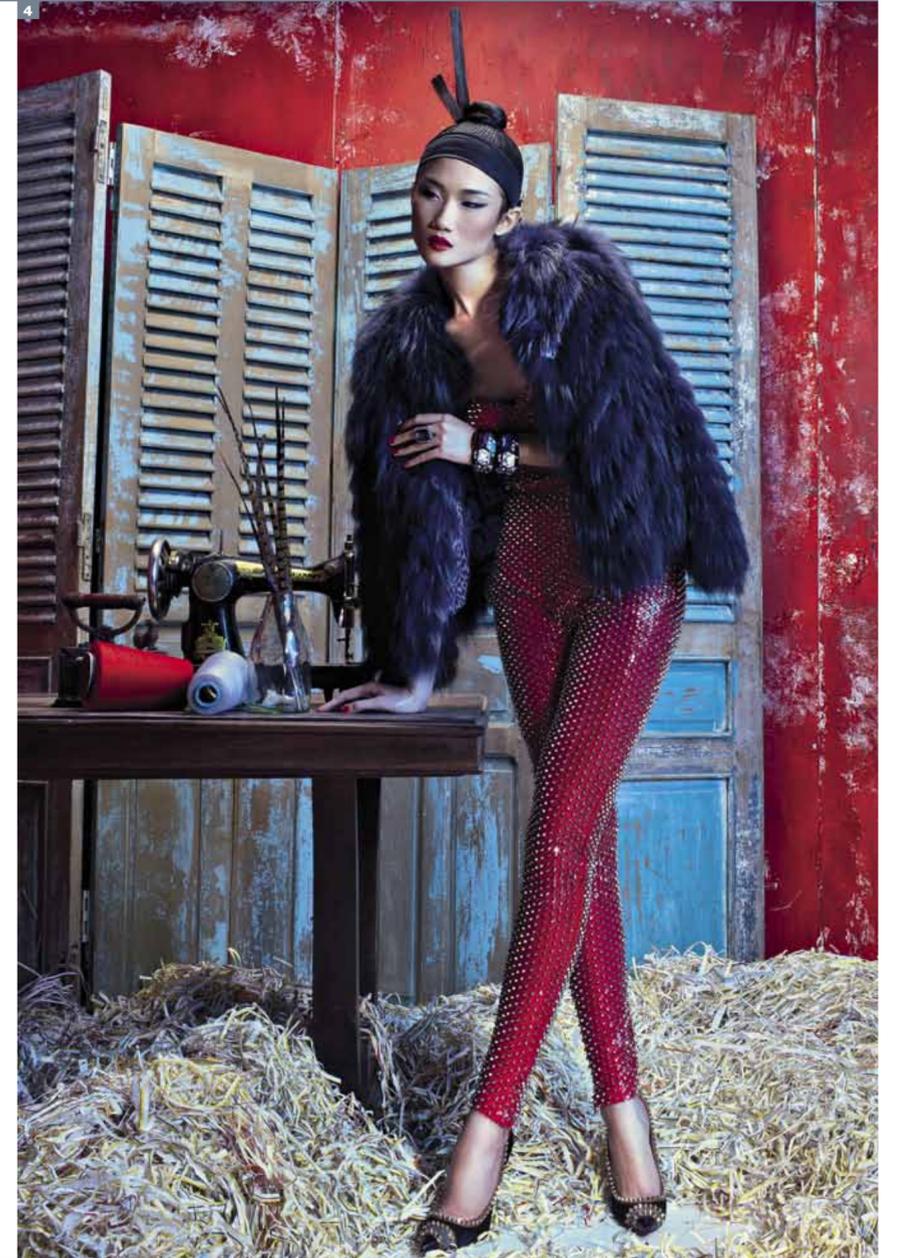
TANG TANG Fotograf
TRA MY Bildredaktion

4 Einmal im Monat erscheint das Fashionmagazin **Elle Vietnam**. Und in jeder Ausgabe wird unter dem Arbeitstitel «Made in Vietnam» eine Modestrecke produziert. Dabei geht es dem Redaktionsteam nicht nur drum, die Ästhetik asiatischer Frauen zu würdigen – in erster Linie soll die Einzigartigkeit der lokalen Modeschöpfer samt ihrem Zeitgeist hervorgehoben werden. Ganz im Sinne des in Tunesien geborenen Designers Azzedine Alaïa, der einst sagte: «Wenn ich schöne Kleider sehe, möchte ich sie behalten, kultivieren – Kleider sind wie Architektur und stehen für eine Epoche.» Für Bildredaktorin Tra My ist der rote schulterfreie Catsuit nicht umsonst ein Blickfang: «Lê Thanh Hòa ist ein junger vielversprechender Modedesigner, der oft Prominente für hochkarätige Anlässe einkleidet.» Das Model, Kha My Van, ist in Vietnam übrigens keine Unbekannte. Die 23-Jährige gewann als absolute Newcomerin Vietnam's Next Top Model 2012. Seine Liebe zum Detail beweist das «Made in Vietnam»-Team im Set Design. Etwas, das von den Leserinnen sehr geschätzt wird. Darüber, dass die Hälfte des Produktionsbudgets für einmal bereits für das Kreieren der Location aufgebraucht wurde, wird deshalb grosszügig hinweggeschaut.



BLICKPUNKT RINGIER

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



Der Meister des letzten Wortes

Sie sind legendär: die Nachrufe, genannt Obituaries, der New York Times. In anderen Ländern stürzen sich die Leser auf Todes- und Kontaktanzeigen. Die New Yorker hingegen sind besessen von «Obits». **William McDonald** heisst der Mann, der entscheidet, wessen Leben in der NYT gewürdigt wird. Denn wenn jemand stirbt – ist das erst der Anfang.

Text: Bettina Bono. Fotos: Karin Kohlberg

Der beste Zeitpunkt um zu sterben? Schwierig zu sagen... Der beste Zeitpunkt um den Tod der New York Times zu melden? Werktags zwischen zehn und zwölf Uhr. Dann stehen die Chancen gut, als einer von drei Nachrufen in der weltweit einflussreichsten Tageszeitung abgedruckt zu werden. Oder zumindest auf dem Pult jenes Redaktors zu landen, der entscheidet, wessen Lebensgeschichte packend genug ist, um es auf die Seiten der «grauen Lady» zu schaffen. Dabei geht es William McDonald, 60, Leiter der Nachruf-Redaktion der NYT, nicht nur um grosse Namen: «Wer hat in

seinem Leben die Welt verändert? Wer hat Denkwürdiges getan? Das müssen nicht immer Prominente sein.» Pro Tag erhält er im Schnitt zwölf Vorschläge für Nachrufe. Die meisten erreichen ihn telefonisch. Die Gespräche, die er mit Hinterbliebenen, Managern von verstorbenen Hollywoodstars und Publizisten führt, sind intensiv. «Es gibt viele Menschen, über die geschrieben werden könnte – einer, der 40 Jahre lang Schuhe geputzt hat, kann viel erzählen. Aber das ist ein Klischee, das es in jeder grösseren Stadt gibt.» Auf negative Entscheide reagiert die

Der Hauptsitz der New York Times liegt in Midtown Manhattan. Das sogenannte «New York Times Building» von Star-Architekt Renzo Piano zählt 52 Stockwerke. Hier befindet sich der Arbeitsplatz von William McDonald.

Gegenseite oft mit Unverständnis und Wut. William McDonald bleibt ruhig, spricht langsam, wiederholt sich. Er vertraut auf sein Urteil. «Es ist hart, sagen zu müssen, dass ein Leben unseren Standards nicht genügt, nicht so wertvoll war, wie das anderer.» Eine Tatsache, die sich nicht beschönigen lässt. «Es ist und bleibt ein hartes Nein.» William McDonald startete seine journalistische Karriere in Connecticut als Reporter bei einer Regionalzeitung. Seit über 25 Jahren arbeitet er für die New York Times. Er leitete die Nachrichtenredaktion, führte das Ressort Kunst, Freizeit und ▶

► Kultur, redigierte investigative Recherchen und gehört dem Team an, welches im Jahr 2001 mit der Serie «How Race is lived in America» den Pulitzer Prize für National Reporting gewann. Das Ressort der Nachrufe besteht aus sechs Autoren. Allesamt erfahrene Journalisten mit unterschiedlichem Background: ein Kunstkritiker mit Schwerpunkt Malerei, ein Wissenschaftsexperte spezialisiert auf Nobelpreisträger, ein ehemaliger Theaterkritiker, ein Sportreporter, ein Experte für klassische Musik und eine Linguistin. «Wir sind inhaltlich sehr breit aufgestellt. Unsere Nachruf-Schreiber wissen, wer warum wichtig ist. Sie sind belesen, haben historisches Wissen, ein paar Filme gesehen und kennen sich in der Politik aus.» Zu wissen, was man nicht weiss, sei ebenfalls eine gute Voraussetzung. Davon, dass wie in anderen Zeitungen junge Journalisten als Einstiegsjob aufs Nachrufschreiben angesetzt werden, hält er nicht viel. «Klar, Nachrufe sind eine gute Schreibübung. Doch man muss gut bewandert sein, etwas erlebt haben und das Leben kennen.» Dem Klischee, dass Autoren seines Genres was Morbides anhaftet, wird William McDonalds Team gerne gerecht. Wer zu ihrem Desk in der dreistöckigen Redaktion der NYT will, passiert einen Schrein mit Totenkopf-Symbolen, Särgen und Mumien. Als William McDonald im Februar 2006 das Team übernahm, dachten viele seiner Bekannten, welcher eigenartiger Weg, sein Geld zu verdienen. «Heute sehen die meisten, was für ein grossartiger Job es ist. Der beste Job im Journalismus! Für mich jedenfalls.»

Zusammen mit der Sportredaktion liefern die «Obits» die meistgelesenen Geschichten der New York Times. George Bernard Shaw, Oscar- und Nobelpreisträger, meinte einst: «Man schaut zuerst auf die Nachrufe, um sich zu vergewissern, dass man nicht drinsteht.» Dass diese fein geschliffenen Texte über all die Jahre eine grosse Fan-Gemeinde erfreuen, liegt aber weit mehr an der menschlichen Faszination am Leben anderer, als an der Angst vor der eigenen Endlichkeit. «Menschen mögen Klatsch und Tratsch, sie sind von Biografien angetan. Unsere Leser wissen, wenn in der NYT über jemanden geschrieben wird, muss es was Spannendes zu erzählen geben.» Und William McDonald legt dabei Wert auf komplette Geschichten: «Es klingt banal, doch sie haben einen Anfang und einen Schluss. Wobei das Ende meist am Anfang kommt.» In den 800 bis 1500 Wörtern finden sich keine Banalitäten. Standardisierungen werden vermieden. Mit treffenden Zitaten geben die Autoren den Verstorbenen eine Stimme. Die Texte sind von historischem Gehalt und enthalten pikante Details aus dem Leben eines anderen. «Wir erwähnen Schwächen, wenn sie eine Rolle spielen - waschen aber keine schmutzige Wäsche», sagt McDonald. Zu einem ehrlichen Bild gehören die Scheidung, das wahre Alter, die Exfrau(en) - genauso wie der Selbstmord, wenn es einer war. Journalistische Anforderungen sollen eingehalten werden, auch wenn es den Hinterbliebenen möglicherweise nicht passt. In Zeiten, in denen es täglich über Syrien, Brüssel und



▲ Sie gelten als die schrägen Vögel: die Nachruf-Redaktoren der New York Times. Um ihrem morbiden Ruf gerecht zu werden, grüssen eingangs ihrer Redaktion Tötenköpfe und Mumien.

Washington zu lesen gibt, sind Nachrufe ein willkommener Kontrast. Als Besonderheit gelten die Videos auf der Website der New York Times. Zu Wort kommt der Verstorbene. Makaber? «So gehört das letzte Wort dem Betroffenen. Und wir müssen uns nicht auf Zitate von Hinterbliebenen stützen.» Seit sechs Jahren zeichnet die Times Interviews mit nachrufwürdigen Protagonisten auf und stellt sie nach deren Ableben als Dokumentarfilm unter «the last



▲ Seit Februar 2006 leitet William McDonald die Nachruf-Redaktion der NYT. Besucht hat ihn DOMO-Chefredaktorin Bettina Bono. Seinen eigenen Nachruf habe er noch nicht verfasst. Einen, den er aber unbedingt noch schreiben möchte? Über ein Mitglied von «The Band», sie waren die Rockidole seiner Jugend.

word» auf die NYT-Website. Der Autor und Humorist Art Buchwald, war der Erste, der mittels Video aus dem Jenseits grüsste: «Hi, ich bin Art Buchwald, und ich bin gerade gestorben.» Verstorben sind zuweilen die «Obit»-Autoren, bevor von ihnen verfasste Nachrufe erscheinen konnten. So geschehen beispielsweise bei Elizabeth Taylor. Die Hollywood-Legende überlebte die Entfernung eines Hirntumors, den Hautkrebs, eine Hüftoperation - und den Theaterkritiker Mel Gussow. Die NYT reagierte und ergänzte den Nachruf mit «Mel Gussow starb 2005. William McDonald, William Grimes und Daniel E. Slotnik brachten den Text auf den neusten Stand.» 1500 Nachrufe sind bereits verfasst, jährlich kommen 200 dazu - von über zehn davon sind die Autoren bereits verstorben. William McDonald: «Wir ermutigen die Reporter, Nachrufe im Voraus zu schreiben. Mit den Leuten zu sprechen - nachher geht das ja nicht mehr. Die meisten sagen übrigens ab.» Obwohl A. M. Rosenthal, ehemaliger NYT-Chefredaktor, einst schrieb: «Wenn Sie sterben müssen, dann ist es besser, in der Times zu sterben.» Auf jedem im Vorfeld geführten Interview liegt ein Embargo - bis zum Tod. Die Texte sind so gesichert, dass ausser der Nachruf-Redaktion niemand Zugriff hat. Zu

verlockend wäre es, ein Zitat zu verwenden, dessen Inhalt bis jetzt Unbekanntes preisgibt. Gegenlesen gibt es nicht - keiner weiss, was über ihn nach seinem Tod in der NYT geschrieben stehen wird. Welche Namen sich bereits unter den «Kronjuwelen der Times» (so nannte Richard F. Shepard, Leiter der Nachruf-Redaktion 1986, die bereits verfassten Nachrufe) befinden, ist Betriebsgeheimnis. Fest steht: 90 Prozent aller Nachrufe, die auf der Titelseite der Times erscheinen, wurden vor dem Tod des Gewürdigten geschrieben. Und trotzdem startet jedes Mal William McDonalds persönlicher Alptraum, wenn er am Samstagabend mit seiner Frau in einem Restaurant beim Dinner sitzt und auf dem Bildschirm seines Telefons die Redaktions-Nummer aufblincken sieht. Im Falle von Michael Jackson arbeitete innert Kürze ein Team von sieben Redaktoren an der Ost- und an der Westküste am Nachruf des King of Pop. «Eine Grundregel ist, sich nie zu fragen, warum man diesen oder jenen Nachruf nicht vorbereitet habe.» Auch wenn sich der Tod nicht vorhersagen lässt, für Klatsch und Tratsch aus dem Krankenhaus haben Nachrufredaktoren stets ein offenes Ohr. Etwa, dass es um die Gesundheit von Mister X nicht be-

sonders gut steht und er sich schon seit Längerem in Pflege befindet. So entdeckte William McDonald eines Tages Huguette Clark. Die jüngste Tochter eines US-Senators und Industriellen besass Hunderte von Millionen, dazu wunderbare Häuser an der Westküste und eine fantastische Wohnung in Manhattan. Sie lebte ein exklusives, aber zurückgezogenes Leben und verbrachte, weil es ihr Wunsch war, die letzten Jahre in einem Krankenhaus. Sie wurde 104 Jahre alt. Als sie starb, veröffentlichte die NYT ihren im Vorfeld verfassten Nachruf auf der Titelseite. Niemand hatte zu diesem Zeitpunkt je über sie geschrieben. Ihr im Verborgenen geführtes, von Reichtum gesegnetes Leben berührte - und ab diesem Moment wurde die Geschichte der Huguette Clark immer und immer wieder erzählt. «Das ist genau das, was wir wollen. Wir haben jemand Faszinierendes entdeckt.» Das letzte Wort zu haben ist eine grosse Verantwortung. Aber genau deshalb liebt William McDonald seinen Job: «Von all meinen Berufen, die ich ausübte, ist es wohl der interessanteste. Es geht um Geschichten und ums Schreiben in seiner wahrsten Form.» Vor allem dann, wenn William McDonald sachlich feststellt: «You buried the Lead...»



Mitten im Newsroom befindet sich die Nachruf-Redaktion. Zusammen mit der Sportredaktion liefern sie die meistgelesenen Geschichten der New York Times.



Auch als Buch zu haben: eine Auswahl der beliebtesten Nachrufe der New York Times. Zwei Bände sind bis jetzt erhältlich.

Wenn Fotografie alleine nicht mehr reicht



Seit Zeitungen und Magazine zu E-Paper geworden sind, steht fest: Ein PDF auf einem Tablet wirkt leblos und uninspiriert. Was aber, wenn beim Shooting einer Story aus dem Foto-Set ein Film-Set wird? Der Schweizer Starfotograf **Marco Grob** nennt es «The End of Silence» – das Ende der Stille.

Text: Bettina Bono. Fotos: Marco Grob, Tara Rice

Multimedial – dieses Wort stand 1973 erstmals im Rechtschreibbeduden. Für viele Printredaktionen ist es aber auch im Jahr 2013 noch immer Neuland. Einer versuchte sich erstmals vor zwei Jahren daran – und gewann damit gleich einen Emmy: Fotograf Marco Grob. Geehrt wurde er für sein Projekt «Beyond 9/11: Portraits of Resilience» in der Kategorie «Neue Ansätze für Nachrichten- und Dokumentationssendungen». Das Projekt entstand im Auftrag des «Time Magazine» zum 10. Jahrestag der Anschläge vom 11. September. Für diese Sonderausgabe porträtierte Marco Grob Menschen, die in verschiedenster Weise von den Ereignissen betroffen waren – Mütter, die ihre Kinder verloren hatten, Offiziere, Soldaten, Präsident George W. Bush, den damaligen CIA-Vorsitzenden und viele andere mehr. Seit 2011 sind die meisten grossen Projekte des Schweizer Fotografen, die er mit seinem Team für das «Time Magazine» oder «National Geographic» umsetzt, multimedial. So zeigt

«One Dream», die Time-Story zum 50. Jahrestag der «I have a dream»-Rede von Martin Luther King jr., neben Porträts von Zeitzeugen auch Filmmaterial, das Marco Grob produziert hat und von ihm geführte Interviewsequenzen – weit mehr als ein reines Making-of. Die gedrehten Interviews sind Basis des Dokumentarfilms. Die Quotes werden wiederum von den Autoren für ihre Artikel weiterverwendet. Das Filmmaterial lieferte die Grundlage für das Buch «Beyond 9/11». Ausserdem entstanden daraus ein Dok-Film, eine TV-Serie, ein iPad-Issue, eine Website und drei Ausstellungen. Marco Grob: «Alles, was wir abdecken konnten, haben wir abgedeckt. Ohne Frage war das der wahrscheinlich wichtigste Job in meinem Leben. Erst war alles still, dann kam der Ton dazu. Diese Erfahrung änderte alles für mich.» Auch für «Time». Diesen August gründeten sie «Red Border Films», eine Online-Filmplattform mit dem Ziel, darauf monatlich einen Dok-Film von zehn bis fünfzehn Minuten Länge zu ver-



Marco Grob, 1965 geboren in Olten, lebt in New York und fotografiert alle, die Rang und Namen haben. Zu seinen Kunden zählen US-Magazine wie «Time», «GQ», «Esquire», grosse Studios in Hollywood, die Uno. Barack Obama stand ihm vor der Linse, ebenso Hillary und Bill Clinton, Steve Jobs und Lady Gaga.

öffentlichen, der im Zusammenhang mit der Produktion eines Foto-Essays entstanden ist. Und der mit einem Vorspann beworben werden kann. Dass Fotografen zur Filmkamera greifen, ist nicht neu. Herb Ritts drehte in den 80er-Jahren das Musikvideo zum Song Wicked Game von Chris Isaak, Bruce Weber das Porträt Let's Get Lost über den Jazz-Trompeter Chet Baker. Trotzdem, wer gut fotografieren kann, ist nicht gleich ein guter Filmer. Marco Grob: «Ich habe mich bereits vor zwanzig Jahren mit der Filmerei auseinandergesetzt. Erst spielerisch, heute setze ich es konsequent um.» Auch wenn Rhythmus und Bild vorhanden sind – es braucht ein Gefühl für Geschichten. Marco Grob: «Ein Interview mit Dick Cheney filmisch umzusetzen liegt mir sicherlich mehr, als das Making-of eines Foto-Shootings mit brasilianischen Models festzuhalten. Zuhören und auf das Gegenüber eingehen, Kadrage ändern, wenn es spannend wird – das ist herausfordernd. Doch die Magazine müssen herausfinden, welche Fotografen sie überhaupt multimedial einsetzen können und wenn ja, wofür.» Der Vorteil, Fotografie und Film zu verbinden, liegt darin, dass sie sich thematisch ergänzen. Das bewegte Bild erklärt vieles, zeigt die Umgebung, lenkt die Betrachtung. Die Fotografie hingegen wirkt wie eine Zeitmaschine, sie friert eine Momentaufnahme ein. Beides verdeutlicht die Arbeit von Marco Grob im Rahmen seines Engagements für die Landminen-Projekte der UN: So klar

wie in den porträtierten Gesichtern die Angst der Betroffenen zum Ausdruck kommt – so umfassend können in nur drei Minuten Film Problematik und der Hintergrund erklärt werden. Die auf April 2014 für die UN geplante Foto-Ausstellung ist mit Interviews, Dok- und Kino-Filmen komplett multimedial ausgelegt. Dass die Filme bei diesen multimedialen Arbeiten die für den jeweiligen Fotografen typische Handschrift tragen, ist entscheidend. Marco Grob: «Ich werde nie Filmmaterial abliefern, das genauso gut beim Schweizer Fernsehen hätte entstanden sein können. Ich möchte lieber, dass es aussieht, als ob Scorsese Regie geführt hätte.» Das ist es auch, was Magazine wie das «Time Magazine» schätzen. Kira Pollack, Time-Bildchefin: «Die Ästhetik, die Fotografen mitbringen, ist viel höher als die, die ein Kameramann vom Fernsehen abliefern würde.» Diese Arbeit, so bereichernd und interessant sie alle Beteiligten finden, sie muss ökonomisch bleiben, und das ist eine der grössten Herausforderungen. Die Ausrüstung darf nicht endlos aufgestockt werden. Mit derselben Manpower muss ein Set kreiert werden, in dem gleichzeitig fotografiert und gefilmt werden kann. «Beyond 9/11» wurde mit drei Kameras gedreht, «One Dream» über Martin Luther King jr. mit vier – Marco Grob bediente alle Kameras gleichzeitig: «Wir bekommen für solche Aufträge nicht mehr Geld, schleppen viel mehr Equipment rum – aber es macht deutlich mehr Spass.»

Die Shootings werden also aufwändiger und brauchen mehr Zeit. Und die Nachbearbeitung, der Schnitt muss vom Magazin übernommen werden. Richard Stengel, Ex-Chefredaktor «Time-Magazine», erklärte 2011: «Wir fangen jetzt an, diese Dinge auszuprobieren. Wir dürfen das nicht nur – wir müssen das sogar.» Für ein Magazin von der Grösse einer Schweizer Illustrierten beispielsweise müsste im Minimum ein Vollzeit-Cutter engagiert werden. Marco Grob: «Ich würde gar davon ausgehen, dass innert fünf Jahren bereits zwei vollbeschäftigte Multimedia-Redaktoren nötig wären.» Oft geht es bei der multimedialen Umsetzung durch den Fotografen aber nicht nur ums bewegte Bild – auch journalistisches Fingerspitzengefühl ist gefragt. Laut Marco Grob trifft die Fotocrew meist alleine auf die Protagonisten. Mit einem von der Redaktion erstellten Fragekatalog ausgerüstet zu sein, sei oft ein guter Anfang. Doch die Fotografen müssen auch zuhören und entsprechend nachfragen. Marco Grob: «Meine Arbeit findet immer mehr im foto-journalistischen Umfeld statt. Das empfinde ich als eine Bereicherung.» Wie viele Fotografen sich dieser neuen Herausforderung zu stellen bereit sind und sie umsetzen können, wird sich zeigen. Doch dass ein Magazin auf einem Tablet mehr zu erzählen haben muss als auf Papier, scheint klar. Marco Grob: «Alles andere wäre so, als würde man Milch mit einem Ferrari ausfahren.»

Linke Seite: Für das «Time»-Projekt «Beyond 9/11: Portraits of Resilience» porträtierte Marco Grob unter anderem George W. Bush. Im aufgezeichneten Interview spricht der 43. US-Präsident über seinen «first Pitch» am ersten «World Series»-Spiel in New York seit den Anschlägen vom 11. September und sagte: «Das war der dramatischste Moment in meiner ganzen Präsidentschaft.»

Rechte Seite: Weitere Porträts aus der «Beyond 9/11»-Serie: Dick Cheney, US-Vize-Präsident 2001-2009 und Cindy Sheehan, Anti-Kriegs-Aktivistin. Im Auftrag der UNMAS (United Nations Mine Action Service) dokumentiert Marco Grob den Kampf gegen Landminen – hier im Beispiel von Pen Narin, Siem Reap, Kambodscha.

Merry Christmas

Die diesjährige Weihnachtskarte aus dem Hause Ringier wurde von Marco Grob fotografiert. Modell stand New Yorks bekanntester Weihnachtsmann. Das Ergebnis: «The Evolution of Santa!»



Während dreissig Minuten mimt Kris Kringle, 54, vor Grobs Linse den Santa Claus – mal Lebkuchen-süss, dann wieder Mahnfinger-böse. Seine Karriere startete vor 26 Jahren, als Kringles Bart noch rot war und mit weisser Schuhcreme auf Santa getrimmt werden musste. Von November bis Ende Dezember stehen Weihnachtspartys, Auftritte in Einkaufszentren und die klassischen Hausbesuche auf dem Programm. Als Weihnachtsmann zauberte er schon Verlobungsringe aus dem Ärmel, hielt in Spitälern vier Tage alte Säuglinge im Arm und bescherte einem 15-jährigen, krebskranken Mädchen den letzten Santa-Besuch. Die häufigsten zwei Fragen der Kinder «Ist dein Bart echt?» und «Wie geht es Rudolph?» wurden mittlerweile durch «Kannst du bitte Mami oder Daddy einen Job finden?» ergänzt. Eines jedoch blieb sich über all die Jahre gleich: Das beliebteste Santa-Geschenk für Mädchen ist die Barbie.

«Wir sind Hundert! – und nicht mehr wegzudenken»

Holger Liebs, Chefredaktor Monopol



Hinten, v. l.: Sebastian Frenzel, Redaktor; Robert Pittlerle, Textchef; Cordelia Marten, Schlussredaktorin; Isolde Berger, Bildredaktorin; Silke Hohmann, Redaktorin; Kerstin Haupt, Redaktionsassistentin; Daniel Völzke, Redaktor und Leitung Online; Julia Vukovic, Art Direktorin; Catrin Sonnabend, Stv. Art Direktorin; Jens Hinrichsen, Redaktor; Andrea Haase, Chefin vom Dienst; Antje Stahl, Redaktorin; Florentine Barckhausen, Stv. Chefin vom Dienst; Diana Obst, Bildredaktorin.
Vorne sitzend, v. l.: Holger Liebs, Chefredaktor; Elke Buhr, Stv. Chefredaktorin
Foto: Dirk Schmidt

Alle 100 auf einen Schlag

Unsere Cover, die Gesichter von Monopol – hier sehen Sie alle 100, mit dem oft kopierten Button. Das erste zierte Elizabeth Peyton (links oben), Nummer 99 Isa Genzken (rechts unten). Die Monopol-Titelbilder bekamen Preise, riefen Empörung hervor, einige sind jetzt schon Klassiker. Nur gleichgültige ließen sie kaum jemanden. Wen wundert's!



Sie bekamen Preise und sorgten für Empörung – die Cover von **Monopol**. Im Dezember 2013 erscheint die 100. Ausgabe des Magazins für Kunst und Leben – und schafft zum Jubiläum eine Galerie der Gegenwart; persönlich und voller Leidenschaft.

100

MEISTERWERKE

Was ist Ihr Lieblingswerk der zeitgenössischen Kunst? Welches ist Ihnen besonders wichtig? Das haben wir 100 Persönlichkeiten aus der Kunstwelt gefragt: Künstler, Kuratoren, Kritiker, Sammler, Auktionatoren und Museumsdirektoren. Sie alle waren auf die eine oder andere Weise Wegbegleiter unserer ersten 100 Ausgaben. Die Resultate haben uns überrascht. So fehlt manch wichtiger Name – aber es ging ja nicht um Vollständigkeit, sondern um persönliche Vorlieben, um Leidenschaft. Und ohne Leidenschaft keine Kunst.

Auf den folgenden Seiten finden Sie vielleicht keinen neuen Kanon. Aber Sie erhalten eine Vorstellung davon, was von der Kunst unserer Zeit bleiben könnte. Unsere Zeit, das heißt die vergangenen 50 Jahre, angefangen bei Andy Warhol. Unzähligen, falls Sie mal durchzählen; 100 Kunstliebhaber haben nicht ganz 100 Kunstwerke ausgewählt – warum die Rechnung trotzdem aufgeht, erfahren Sie in unserer Statistik auf Seite 84.

Vollt: Die Monopol-Galerie der Gegenwart!



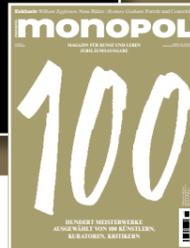
Jeff Koons „Rabbit“, 1986

Jeff Koons: „Rabbit“ ist der weltweit vollkommene Kanonwerk, das nicht als Kunst, sondern als Kunstwerk gesehen werden kann. Es ist ein Meisterwerk der zeitgenössischen Kunst, das die Kunstwelt in den 1980er Jahren revolutionierte. Es ist ein Werk, das die Kunstwelt in den 1980er Jahren revolutionierte. Es ist ein Werk, das die Kunstwelt in den 1980er Jahren revolutionierte.



Gerhard Richter „October 10, 1977“, 1988

Gerhard Richters komplexer Gemäldebau „October 10, 1977“ ist ein Meisterwerk der zeitgenössischen Kunst, das die Kunstwelt in den 1980er Jahren revolutionierte. Es ist ein Werk, das die Kunstwelt in den 1980er Jahren revolutionierte. Es ist ein Werk, das die Kunstwelt in den 1980er Jahren revolutionierte.



Monopol

- Magazin für Kunst und Leben
- Erscheint monatlich
- Auflage: 40 000 Exemplare
- Team: 13 redaktionelle und acht feste freie Mitarbeiter
- Marktführer in Deutschland für Zeitschriften über zeitgenössische Kunst
- Monopol hat sich als innovatives Kunst- und Lifestyle-Magazin etabliert und wurde zum wiederholten Mal mit dem Lead Award als bestes deutsches Kunstmagazin ausgezeichnet
- Zielgruppe von Monopol sind Menschen, die frisch im Kopf sind und einen Sinn für die Schönheiten des Lebens haben

www.monopol-magazin.de



Der kluge Rocker und der unbeliebte Präsident

Ende Oktober starb die Rocklegende **Lou Reed** 71-jährig. Beim Interview mit Ringier-Autor Peter Hossli gab sich der coole New Yorker anfänglich arrogant und abweisend. Mit ein paar aussergewöhnlichen Fragen, liess er sich aber beinahe zu einem Kompliment erweichen.

Text: Peter Hossli

Lou Reed war ein New Yorker und ein Rocker. New Yorker und Rocker haben vor allem eines zu sein: cool.

Zum Interview kommt er eine halbe Stunde zu spät, sagt nicht hallo, würdigt mich keines Blicks. Zumal er Hunger hat, und Hunger geht vor. Also bestellt er bei der Assistentin einen Hamburger.

Dann erst bittet er ins spartanisch eingerichtete, mit schicken Möbeln versehene Büro. Es liegt mitten in Soho, dem New Yorker Stadtteil, der einst verrucht war und heute ein Einkaufszentrum ist mit teuren Boutiquen und vielen schlechten Restaurants.

Es ist Frühling 2004, New York noch immer gezeichnet von den Terroranschlägen vom 11. September 2001. Amerika befindet sich im Krieg. Und Lou Reed, gerade 62 geworden, hat eine neue Platte. Eher missmutig bewirbt er sie mit Interviews. Ein weisses T-Shirt bedeckt den nicht sehr flachen Bauch, dazu trägt er Jeans und Turnschuhe. Auf dem Gesicht liegt eine Brille mit runden Gläsern. Er wirkt professoral.

Plötzlich klingelt sein Mobiltelefon. «Ist das Ihres?», fragt Reed, sichtlich wütend. «Schalten Sie es bitte aus.» Ohne sich für die Anschuldigung zu entschuldigen, nimmt er den Anruf schliesslich entgegen, geht telefonierend raus, kommt zurück. «Sie haben exakt dreissig Minuten», sagt er mürrisch und schaut auf die Uhr, als wolle er die Zeit des Journalisten stoppen.

Reed erzählt, warum auf seinem neuen Live-Album «Animal Sere-

nade» der längst vergessene Song «The Day John Kennedy Was Shot» zu hören ist. «Wegen Bush», sagt Reed, und meint den damals amtierenden US-Präsidenten George W. Bush. «Der Song handelt von einem Präsidenten, der wirklich bewundert worden war. Das ist heute nicht mehr der Fall.»

Gerne redet Reed über Politik, schildert die USA klug als zweigeteiltes Land. «Amerika wurde von Rebellen gegründet, dann kamen die Puritaner.» Noch heute gebe es 50 Prozent Rebellen und 50 Prozent Puritaner, deshalb regiere mal ein Demokrat, mal ein Republikaner. Er hofft, Bush werde im Herbst abgewählt. «Es ist mir egal, ob ein lokaler Hundefänger oder dieser Stuhl hier gegen Bush antritt: Wir müssen ihn um jeden Preis schlagen. Er muss verdammt noch mal weg.» Warum? «Es sieht so aus, als ob er die Welt in die Luft jagen wird.»

Ein Leben lang sagte Reed stets, was er dachte, wofür ihn viele bewunderten. Doch sollen Musiker wie er überhaupt über Politik reden? «John Lennon hat mal gesagt, wer von der Presse interviewt wird, sollte diese Möglichkeit auch nutzen», so Reed. «Da ich interviewt werde, rede ich darüber. Ich bin ein Bürger. Ein Bürger hat ein Recht auf seine Meinung.» Eine Meinung war ihm damals besonders wichtig: Die USA müssten raus aus Irak - «und die richtigen Terroristen jagen». Er könne nicht verstehen, warum der Terrorfürst Osama bin Laden noch immer frei herumlaufe. «Die wollen uns weismachen, dass man einen 1,90 Meter langen Kerl mit einer Nierenmaschi-

ne nicht finden kann? Das ist doch ein Witz.»

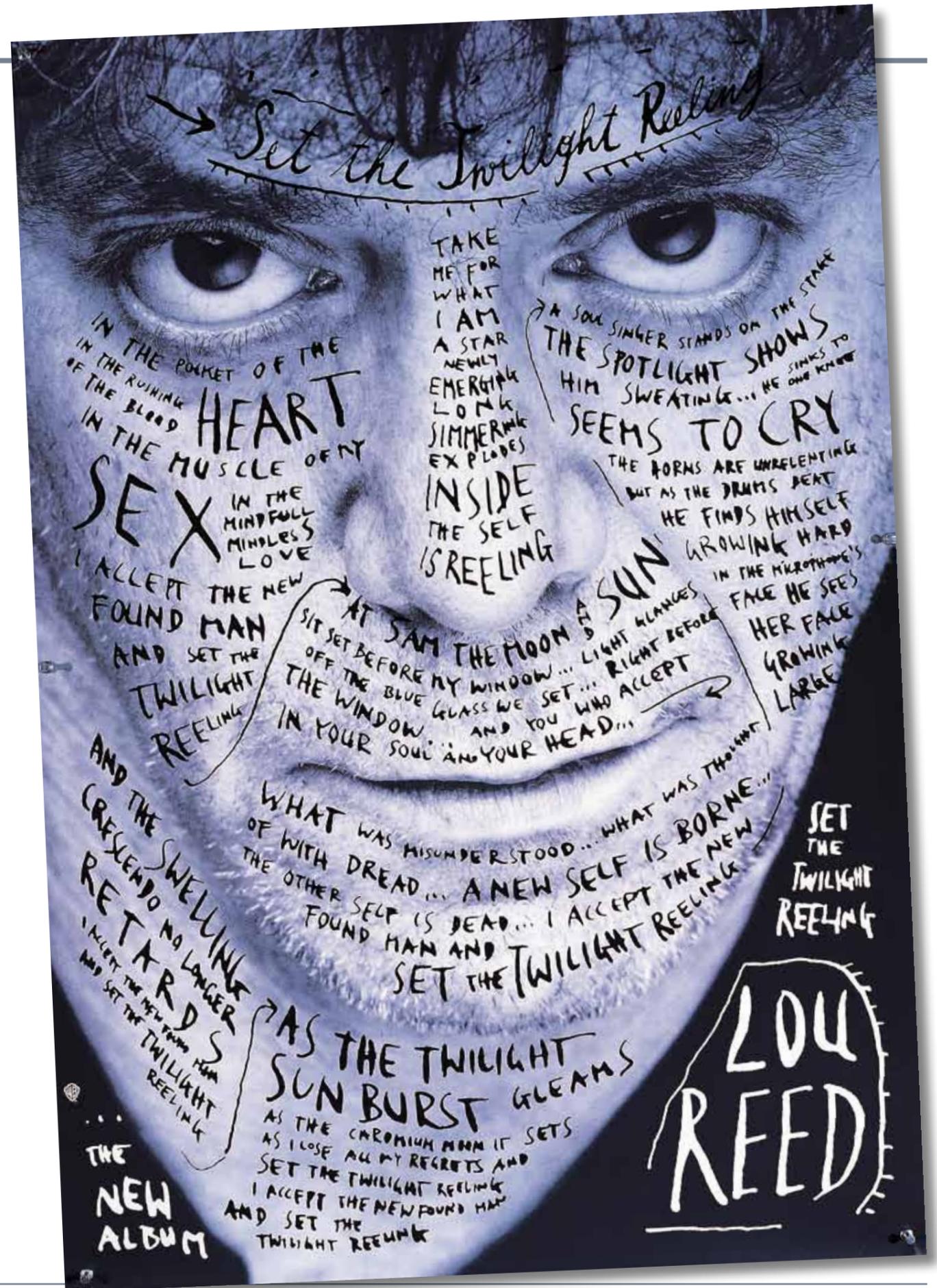
Reed kam 1942 in Brooklyn zur Welt, wuchs in den Vororten New Yorks auf, traf später den begnadeten Musiker John Cale, mit dem er 1965 «The Velvet Underground» gründete. In den 70er-Jahren begann er eine Solokarriere, sang, spielte Gitarre. Seine Musik, schrieben Kritiker nach dessen Tod Ende Oktober, sei stets ehrlich gewesen. «Das ist doch das Mindeste, um Gottes Willen», sagte mir Reed. «Ich mache diesen Scheiss nun schon seit 35 Jahren. Ich habe damals niemanden verarscht, ich werde jetzt sicher niemanden verarschen.» Er hält inne. «Wie kann ein Künstler nicht ehrlich sein? Ehrlich sein ist die Definition für einen Künstler.»

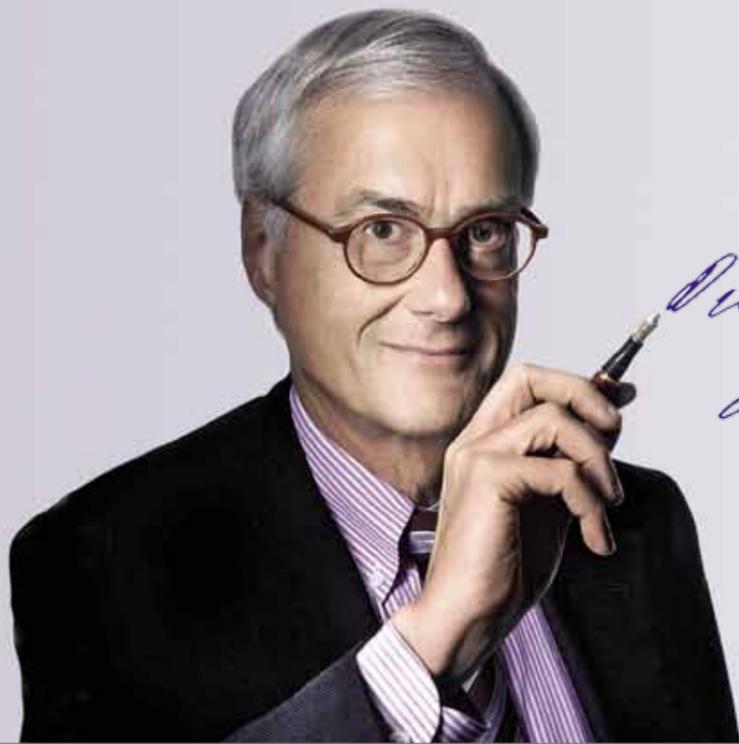
Er schwärmt von New York, der Stadt, in der er zur Welt kam, in der er lebte und liebte, dessen Album «New York» im Jahr 1989 eine einzige Liebeserklärung ist. «Ich liebe New York mehr denn je», sagt er 15 Jahre später. «Unlängst ging ich nach Brooklyn. Eine nächtliche Fahrt über die Brooklyn Bridge ist etwas vom Schönsten auf dieser Welt. Ich kriege nur schon weiche Knie, wenn ich an die Schönheit von New York denke.»

Nach dreissig Minuten ist Schluss. Höflich aber bestimmt bittet Reed, das Aufnahmegerät auszustellen. Dann folgt eines der schönsten Komplimente, das ich je bekam, und eines der härtesten Urteile über uns Journalisten. «Besten Dank, dass Sie sich vorbereitet haben», sagt Reed und reicht die Hand. Der coole Rocker blickt anerkennend. Er habe ja nichts gegen Journalisten. Die meisten, die zu ihm kämen, würden aber einfach das Kassettengerät auf den Tisch stellen und fragen: «So, Sie haben ein neues Album, erzählen Sie!» Das habe er satt. Heute wisse er sich zu wehren. «Ich stelle einfach meinen Recorder auf den Tisch, spule vorbereitete Antworten runter - und verschwinde.»

Das tat er damals nicht. ☹

☉ Lou Reed starb am 27. Oktober 2013 in seinem Haus auf Long Island. Ein halbes Jahr zuvor hatte er sich einer Lebertransplantation unterzogen. Als Mitglied von «The Velvet Underground» wurde Reed 1996 in die Rock and Roll Hall of Fame aufgenommen.





*Die Wichtigkeit
der Sprache*

Michael Ringier, Verleger. So stands vor einigen Wochen auf der Gästeliste beim Empfang im Buckingham Palast durch den Duke of York. Andrew, Prinz, hätte man bei ihm wohl hinschreiben müssen. Etwas haben Prinz und Verleger gemeinsam. Man hat einen Titel, aber keinen Beruf. Denn für beides gibt es weder eine Ausbildung noch einen Abschluss.

Was tue ich denn eigentlich? Ich handle mit Sprache und Bildern und hoffe damit auf ordentliche Zahlen. Die Bedeutung der Bilder ist in den letzten Jahrzehnten immer grösser geworden und durch das Internet beschleunigt sich dieser Trend noch stärker. Dass unser Unternehmen allerdings auch nach 180 Jahren immer noch der Familie gehört, verdanken wir nicht den Bildern, sondern der Sprache. Denn sie alleine sorgt dafür, dass es in unserem Geschäft noch nationale Märkte gibt. Wer in Ungarn, in Vietnam oder in der Schweiz unser Geschäft betreiben will, kann das nur in der Landessprache tun. Exportieren geht nicht. So ist mein Bild in dieser Kolumne in jeder Domo-Ausgabe dasselbe; mein Text allerdings muss mühevoll in verschiedene Sprachen übersetzt werden. Die Sprache schränkt uns ein, aber sie beschützt uns auch.

Oder etwa nicht mehr? BuzzFeed, die vielbewunderte Website, will die Lösung gefunden haben. Denn die Ausgaben in Französisch, Spanisch und brasilianischem Portugiesisch sollen von Sprachschülern übersetzt werden, die Englisch mit einer App namens Duolingo lernen. Happy translating.

Als unsere Tochter noch sehr klein war, hatten wir ein tschechisches Kindermädchen. Eine herzliche Frau mit einem immensen Arbeitspensum. Und trotzdem mussten wir für sie nach zwei Jahren eine andere Stelle suchen. Denn als die kleine Lilly eines Abends eine Geschichte vorgelesen haben wollte und dies mit den Worten kundtat: «Du mir Buche holen», war mir klar: Wir brauchen ein deutsches Kindermädchen. Sprache ist nicht einfach ein Verständigungsmittel. Sie ist die Basis für unser Geschäft. Und sie kann sogar ein Wettbewerbsvorteil sein. Dafür allerdings müssen wir sie hegen und pflegen. Weder Mails noch SMS sind eine interpunktions- oder grammatikfreie Zone.

Michael Ringier



Illustration: Igor Kravarik

Mitarbeiter fragen...

In der Schweiz sorgt aktuell die neue Online-Plattform des Blick am Abend für Aufsehen: Was ist das Besondere daran?

Florian Fels, CEO Publishing der Ringier AG: Der Blick am Abend hatte bislang für sein junges, urbanes und vernetzt kommunizierendes Publikum keinen eigenen Online-Auftritt. Die neue Plattform ist auf die Leserschaft massgeschneidert, bietet grosse Interaktions-Möglichkeit, viel Bewegtbild und locker aufbereitete News. Es kann gelinkt, verlinkt und mitdiskutiert werden. Im Auftritt haben wir uns an international erfolgreichen Plattformen für Digital Natives orientiert - wie «BuzzFeed», das US-Portal von Huffington Post-Mitbegründer Jonah Peretti.

Für den Werbemarkt wurden neue Formen geschaffen: «Native Advertising» heisst das Zauberwort. Dabei handelt es sich um von einem kommerziellen Partner mitgesponserte und klar als solche erkennbare Rubriken.

Die neue Plattform wurde von einem internen Projektteam konzipiert. Um sie zu betreiben, haben wir im Newsroom neue redaktionelle Stellen geschaffen. Obwohl sich auch andere Medienhäuser mit ähnlichen Projekten beschäftigen, konnten wir dank der sehr

guten Arbeit des Projektteams eine Pionierrolle übernehmen.

Das Ringier Top-Management traf sich bislang einmal jährlich zur Ringier Management Conference RMC in einem der Ringier Länder. 2014 soll die Konferenz ausfallen. Ist das korrekt und welches sind die Gründe?

Edi Estermann, Chief Communications Officer Ringier AG: Die Ringier Management Conference ist zu einer hervorragenden Weiterbildungs- und Networking-Plattform für das internationale Ringier Kader geworden. Dennoch hat das Group Executive Board entschieden, das RMC künftig im Zweijahres-Rhythmus stattfinden zu lassen. Dies nicht zuletzt auch als Ausdruck des Kostenbewusstseins im Overhead.

«Unser Gesundheitsprogramm lebt vom Engagement der Mitarbeitenden»

Jutta Schilke
Head Human Resources
Ringier AG



In der Schweiz ist das Ringier Mitarbeiter-Gesundheitsprogramm «fit&health@ringier» sehr erfolgreich.

Was genau umfasst es?
Jutta Schilke, Head Human Resources Ringier AG: «fit&health@ringier» umfasst Aktivitäten in den Bereichen «Ernährung und Gesundheit» sowie «Bewegung und Fitness». Die Angebote stehen allen Mitarbeitenden der Ringier Gruppe offen. Wir erhielten positives Feedback zu Vorträgen zum Thema «Schlaf». Nun folgt eine Vortragsreihe zum Thema «Ernährung». Aber auch Themen wie «Familie und Beruf» oder «work life balance» gehören zu den Angeboten. Im Oktober konnten sich unsere Mitarbeitenden kostenlos gegen Grippe impfen lassen.

Grundsätzlich zeichnet sich das Programm dadurch aus, dass HR ein Basisprogramm zusammenstellt, spannende Themen und interessante Referenten sucht und für einen guten Mix der Angebote sorgt. Ausserdem gibt es eine MTB-, Fussball-, Schwimm- und Eishockey-Gruppe. «fit&health@ringier» lebt vor allem vom Engagement der Mitarbeitenden. Sämtliche oben genannten Gruppen im Bereich Bewegung organisieren sich selbst. Ihnen allen gebührt ein grosses Dankeschön. ☺



10 JAHRE DABEI:

Puddu Francesco, Ringier Print.
Marti Christoph, Ringier AG.
Hašek Martin, RASMAG.
Navrátilová Jiřina, RASMAG.
Janoušek David, RASMAG.
Valíčková Kateřina, RASMAG.
Šimková Eva, RASMAG.
Juchnowiczová Eva, RASMAG.
Hodálik Ondřej, RASMAG.
Staněk Jozef, RASMAG.
Wang Yinhao, Ringier China.
Lillian He, Ringier China.
Lien Wan, Ringier China.
Mireisz Sándor, Ringier Ungarn.
Németh Attila, Ringier Ungarn.
Wirth-Sándor Adrienn, Ringier Ungarn.
Csatlós Adrienn, Ringier Ungarn.
Balog Zoltán, Ringier Ungarn.
Szoboszlai László, Ringier Ungarn.

20 JAHRE DABEI:

Ming Stefan, Ringier Print.
Passalacqua Christine, Ringier AG.
Pintilei Mihaela, Ringier Rumänien.
Schuster Roman, RASMAG.
Tesař Milan, RASMAG.
Hrušková Jana, RASMAG.
Turková Blanka, RASMAG.
Rumlenová Renáta, RASMAG.
Pokorný Jaroslav, RASMAG.
Písko László, Ringier Ungarn.

25 JAHRE DABEI:

Purtschert Ruth, Ringier Print.
Hirt Marco, Ringier AG.

30 JAHRE DABEI:

Terzoni Daniel, Ringier AG.

35 JAHRE DABEI:

Blanco Jaime, Ringier Print.
Zuberbühler Markus, Ringier Print.
Lehmann Silvia, Ringier AG.
Nikli Georg, Ringier AG.

40 JAHRE DABEI:

Degelo Konrad, Ringier Print.
Konrad Josef, Ringier AG.

PENSIONIERUNGEN:

Linggi Rolf, Ringier AG.
Müller Elsa, Ringier AG.
Staubli Otmar, Ringier AG.
Schlatter Lea, Ringier AG.
Moser Kati, Ringier AG.
Miron Gabriel, Ringier Rumänien.

TODESFÄLLE:

Schneider Erwin, 1.7.2013
Huber Josef, 27.8.2013
Lötscher Alois, 31.8.2013
Stéphane Carpentier, 19.9.2013
Erni Anton, 25.9.2013
Weissberg Alfred, 10.10.2013

Eine Künstlerin unter den Besten

Für die Swissair war sie einst zu klein. Doch bei der Schweizer Illustrierten ist **Kati Moser** seit Jahren «die Beste». Jetzt geht sie offiziell in Pension, aber aufhören? Kommt gar nicht in Frage!

Fotos: Geri Born / Handout

Sie sei dann mal im Kino. Während sich die Kollegen jeweils kurz vor 12 Uhr mit «En Guete» in die Mittagspause verabschieden, ist Katalin Ilona Moser, kurz Kati, auf dem Weg ins Kino. Dienstlich, selbstverständlich!

Als Redaktorin der Schweizer Illustrierten kritisiert oder lobt die gebürtige Ungarin im Ressort «Die Besten» Kunstwerke, Bücher, Theaterstücke - oder eben Kinofilme. Kehrt Kati zurück und hat trotz miesem Regenwetter ihre grosse dunkle Sonnenbrille auf der Nase, ahnt man: Der Film war traurig. Wobei sich Kati selbst fragt, warum sie verheult den Kinosaal verlässt, während ihre Kritikerkollegen scheinbar nicht ein Tränchen verdrückt haben? Apropos verdrückt!

Acht bis zehn Mal pro Jahr packt Kati, die ihrer Erscheinung wegen glatt die jüngere Queen Elizabeth spielen könnte, ihren Koffer und geht auf Reisen. Neben Kunst nimmt sie neue Ferienzele rund um den Globus unter die Lupe, stillt mit ihren Reise-Reportagen das Fernweh und macht Lust, selber loszuziehen. Dabei ist ihr egal, wohin es geht. Mosers Motto: «Überall, wo Menschen leben, ist es spannend!» Wichtiger ist ihr, dass man auch gut essen kann. «Wobei das nicht immer möglich ist.» Einmal war sie kurz davor, Schafsaugen zu essen. Und auf



Kati Moser studierte an der Mailänder Kunstakademie Brera. Rechts ihr Selbstbildnis.

Island spielten ihr Kollegen einen Streich. Auf der Insel gilt für drei Monate vergrabenes Wal-Fleisch als Delikatesse. Kati schob sich nichts Böses ahnend ein Stück des in Öl eingelegten Happens in den Mund. «Mir blieb nur eins: ausspucken oder runterschlucken.» Königlich-stoisch schluckte sie - und spülte mit fünf Schnäpsen nach. Jetzt geht Kati Moser nach neun Jahren bei Ringier offiziell in Pension. Und reist, schreibt, kritisiert und lobt als feste Freie Mitarbeiterin weiter. Die Queen hängt ja ihren Job auch nicht einfach an den Nagel. **R.H.**



Nicht jenseits von, sondern mittendrin in Afrika: als Reisereporterin auf Safari in Kenia. Und so kennt man Kati Moser: stets fröhlich.



Buch-Tipps

von Marc Walder

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

RENÉ STAUFFER

DAS TENNIS-GENIE

Federer ist und bleibt ein Phänomen im Tennissport: Seine Technik ist kreativ, seine Konstanz unerreichbar. Das Buch schildert den Werdegang des sympathischen Megastars und bietet einen faszinierenden Blick hinter die Kulissen. Eine Biografie, die Überraschendes bietet - auch für Nicht-Tennispieler. ISBN: 978-3-86612-370-0 Verlag: Pendo



LIONEL BARBER

LUNCH WITH THE FT

Würden Sie Donald Trump widersprechen, wenn er Ihnen als Beilage Reis bestellt, auch wenn Sie lieber Kartoffeln hätten? Kaum! Unter dem Label «Lunch with the FT» führen Journalisten der «Financial Times» im intimen Rahmen eines Mittagessens Gespräche mit Persönlichkeiten. Dabei erfahren und erleben sie so einiges. 52 solcher Interviews finden Sie in diesem Buch. ISBN: 978-0-670-92284-0 Verlag: Penguin UK



ORI BRAFMAN

THE CHAOS IMPERATIVE

Ein bisschen chaotisch darf Business schon sein - das behauptet Bestseller-Autor Ori Brafman in seinem neuesten Werk. Brafman deckt auf, dass ein kleines Abweichen vom geschäftlichen Fahrplan durchaus belebend sein kann - für Fortune-500-Firmen bis hin zur U.S. Army. ISBN: 978-0-307-88667-5 Verlag: Random House US



Blick-Leser haben gewählt:

Die besten Weihnachtslieder aller Zeiten!

Wettbewerb!
 Mit etwas Glück gewinnen Sie eine von fünf CDs (alle Informationen finden Sie auf eDOMO)



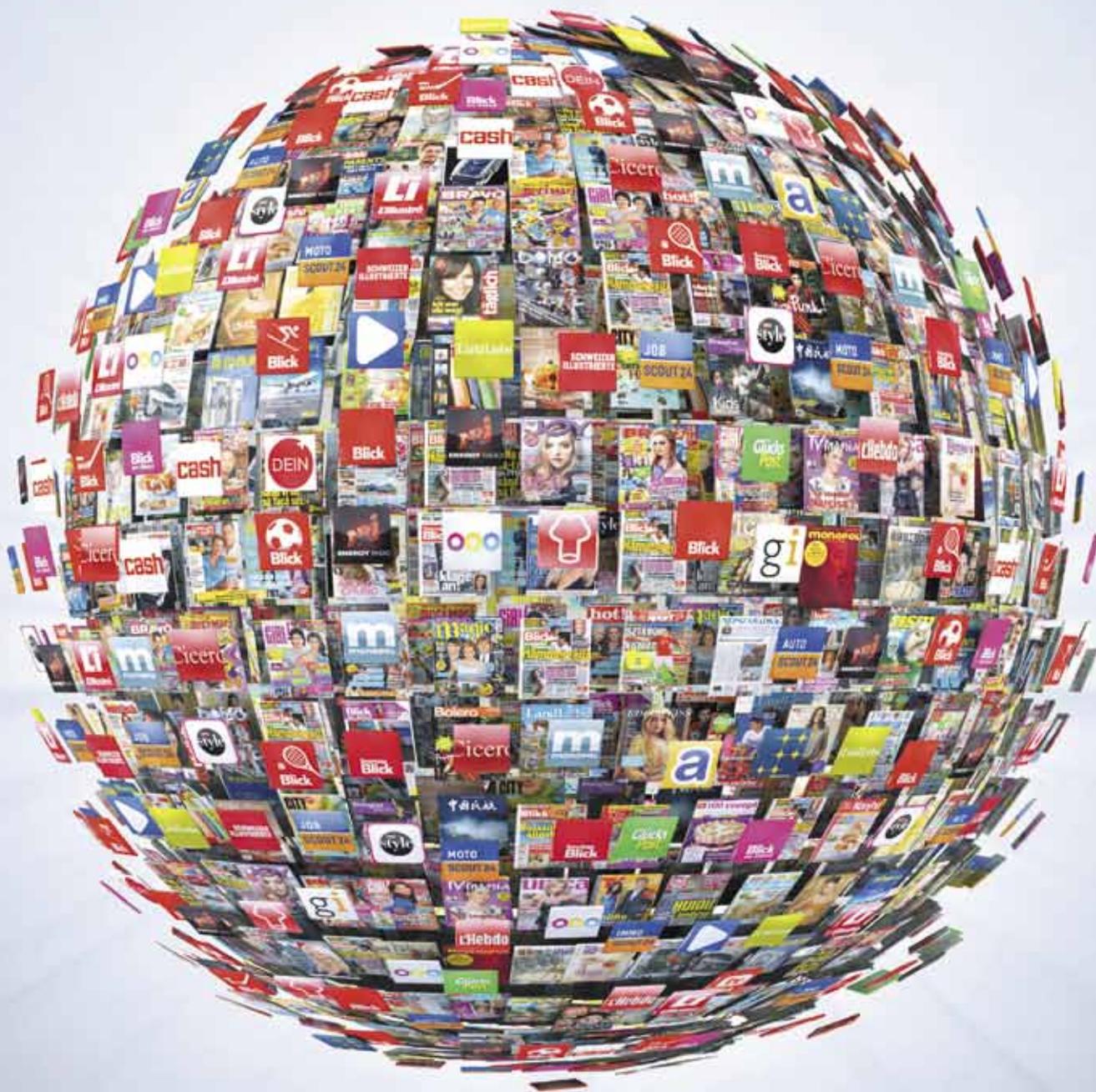
Doppel-CD mit 40 Schweizer und internationalen Hits. **Die perfekte Geschenkidee!**

MIT DEN HITS VON WHAM! • MARC SWAY
 CÉLINE DION • KELLY CLARKSON • ELVIS PRESLEY
 WHITNEY HOUSTON • U.V.M.

von **Blick-Lesern** gewählt

Jetzt im Handel und auf **blickplus.ch** erhältlich!





Das Ringier-Universum
auf dem iPad entdecken

ooo Ringier



Englisch



Deutsch