

DOMO



 **Ringier**
Unternehmensmagazin
März 2012

Digitale Animation
**Wie sieht die
virtuelle Welt
von morgen aus?**

People-Journalismus

Faszination Glitzerwelten

Für DOMO selbst im Blitzlichtgewitter: Kaye Anthon
(links), Peoplereporterin des Blick, und Bettina Portmann,
Unterhaltungschefin der Schweizer Illustrierten

4 Coverstory

Faszination Peoplejournalismus:
Warum lesen wir Klatsch und
Tratsch über Stars so gerne?

10 Ungarn

Das umstrittene Mediengesetz
war verfassungswidrig.
Was bedeutet das für die Presse?

12 Frank Schirrmacher

Der FAZ-Herausgeber über
die Qualität der Medien und
über geklonten Journalismus

16 Blickpunkt Ringier

Die besten Pressefotos des
Quartals - aus allen Ländern

18 Animationen

Creative Director Stéphane
Carpentier zeigt, wie die digitale
Welt in Zukunft aussehen wird

22 Ringier trifft Stars

Peter Hossli's Begegnung mit
Monica Lewinsky, der Kurzzeit-
Geliebten von Bill Clinton

25 Im Lift mit ...

... Marc Walder, CEO Schweiz
und Deutschland

26 Inhouse

Das rumänische Magazin ELLE:
Mit Liebe und Herzblut gemacht

28 Talk

Fragen an das Ringier-Kader

29 Michael Ringier

Der Verleger erklärt, warum
Journalisten Kleist lesen sollten

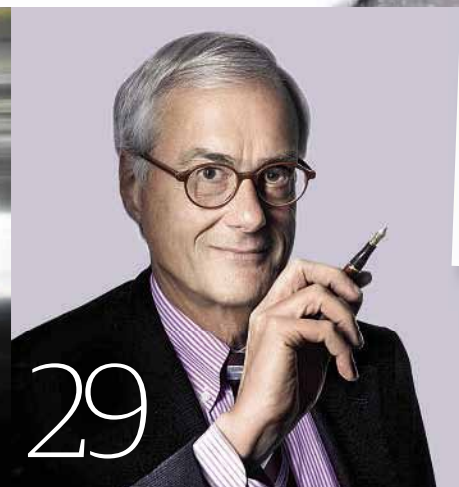
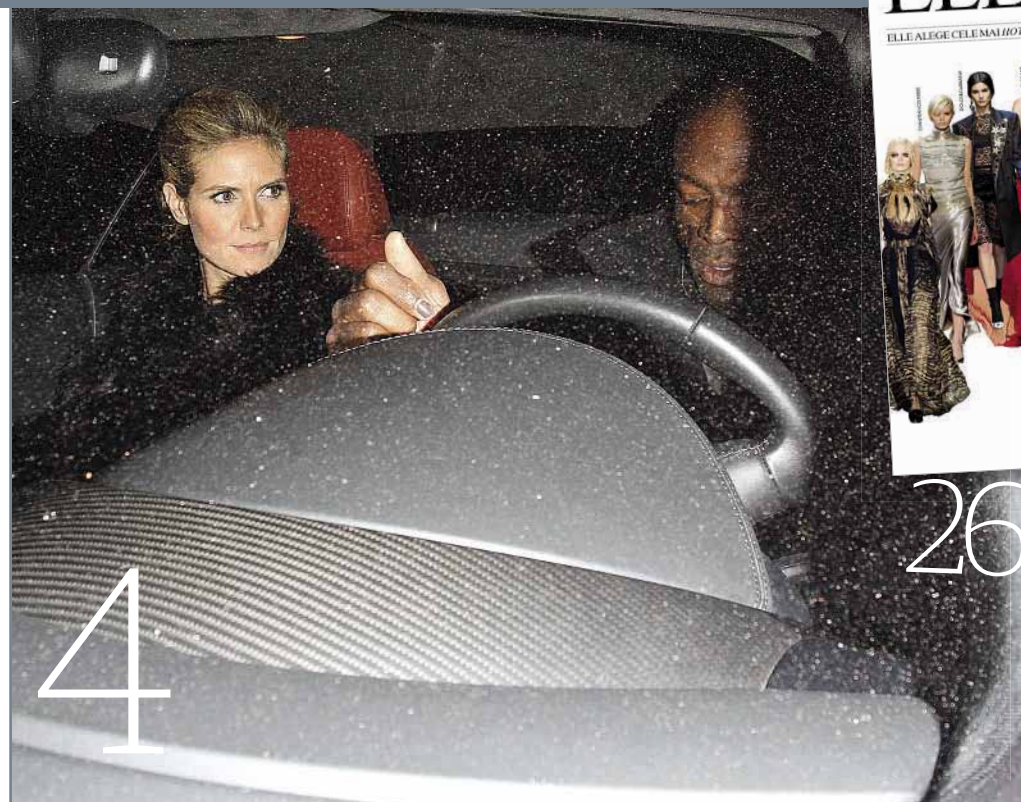
30 Unter uns

Dienstjubiläen / Kolumne

Feedback: domo@ringier.com

Impressum

Herausgeber: Ringier AG, Corporate Communications. **Leitung:** Matthias Graf, CCO, Dufourstrasse 23, 8008 Zürich, Telefon +41 44 259 63 61. **Chefredaktor:** Andi Kämmerling, Telefon +41 44 259 68 64, Fax +41 44 259 86 35, andi.kammerling@ringier.ch. **Redaktionelle Mitarbeit:** Hannes Britschgi, Stephanie Ringel, Edi Estermann, Ulli Glantz (visuelle Umsetzung), Helmut-Maria Glogger, Peter Hossli. **Übersetzer:** Xavier Pellegrini/Textes.ch, (Genève), Claudia Bodmer (Zürich), Imre Hadzsi/Word by Word (Budapest), Giordana Bodea (Bukarest), Yuan Pei Translation (Peking). **Grafisches Konzept:** Stéphane Carpentier. **Layout/Produktion:** Nadine Zuberbühler, Adligenswil (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, Englisch, Französisch, Rumänisch, Ungarisch und Chinesisch.



Coverfoto: Thomas Buchwalder, Hair/MakeUp: Julia Grunz. Mit freundlicher Unterstützung von Futurelite und Nikon

Ein Küsschen für die bessere Hälfte: Heidi Klum im September 2011 auf dem roten Teppich der Emmy-Awards, ihr Ehemann Seal als Paparazzo. Vor Kurzem haben sich die beiden getrennt.



Warum lesen wir das eigentlich?

Wieso haben sich Heidi Klum und Seal getrennt? Wird Angelina Jolie bald heiraten? Ist George Clooney schwul? Hat Joan Rivers wirklich 739 Schönheits-OPs hinter sich? Klatsch und Tratsch haben keinen guten Ruf, aber einen guten Grund: Unterhaltung. Doch jetzt zeigen Studien: Lästern ist angeboren und fördert den sozialen Frieden.

Text: Stephanie Ringel. Fotos: A. Moelzner/People Picture, Picture Group LLC/action press, Getty Images, Dukas (10), Claudio Meier, Mark Sullivan/WireImages, Axel/action press, Photopress/Splash News, Reflex Media



Was? Die sind getrennt? Dabei schien bei denen doch alles gut zu sein, strahlende Paarauftritte auf jedem roten Teppich, vier süsse Kinder, Familienleben zwischen Los Angeles und Bergisch Gladbach. Dann das: Heidi Klum und Seal geben das Ende ihrer Ehe bekannt. Vorbei der Traum von heiler Welt, geschmolzen im Januar-Tauwetter. Ehe wir uns vom Schock erholt haben, wissen wir schon, dass Heidi

wieder für ihre Show «Germany's Next Topmodel» vor der Kamera stehen wird und es ihr «ganz gut geht», und Seal bei US-Talkmasterin Ellen DeGeneres tapfer zugibt «es wird keinen Rosenkrieg geben». Googelt man «Heidi Klum Scheidung», kommen in 0,24 Sekunden mehr als 2,2 Millionen Treffer. Vom Ehe-Aus berichten nicht nur Klatschzeitschriften, Boulevardzeitungen und Onlineportale aus aller

- 1: Der Fussballer David Beckham herzt ganz privat sein Töchterchen Harper Seven.
- 2: Was macht denn Prinz Harry da mit Pippas Po? Keine Bange, das sind nur Doppelgänger, solche Fotos nennt man Lookalikes.
- 3: Jennifer Lopez zeigt sich – ganz freiwillig – auf ihrer Facebook-Seite recht freizügig.
- 4: Schauspieler Ashton Kutcher wird in Rio von einem Wolkenbruch überrascht.
- 5: Bar Refaeli zeigt auf Twitter, wie sich Stars ihre Zähne putzen.
- 6: Familie Federer erregt bei ihrer Shoppingtour in Zürich Aufsehen.
- 7: Charlie Sheen entspannt sich bei einer Drehpause.
- 8: Sandra Bullocks Sohn Louis hat die Fotografen schon längst entdeckt.

Welt, selbst so genannte «seriöse» Zeitungen schreiben darüber. Sie ordnen das Gefühlschaos in Artikeln wie «Promi-Paare haben es schwerer» oder «Männer sind zu schwach für starke Frauen». Aufgabe der Medien ist, zu dokumentieren, zu analysieren und einzuordnen, was auf der Welt passiert. Egal ob es um den arabischen Frühling in Nordafrika geht oder um ausserehele Frühlingsgefühle. Das eine steht auf den Politikseiten, das andere unter Vermischtes. Die einen interessieren sich für Bürgerkrieg, die anderen für Ehekrieg. «Wir werden heute mit der Ansicht bedrängt, dass unsere Kultur eine Verdummung erfahre», sagte Sarah Churchwell, Dozentin für US-Literatur, in der Süddeutschen Zeitung. Dabei gab es Dorfklatsch schon im Mittelalter. Die Frauen schwatzten beim Waschen lieber darüber, dass Ritter Kunibert um den Bauch rum zugelegt hat, als über seinen letzten Kampf mit der Lanze. Mit dem Aufkommen der modernen Medien, zwischen 1919 und 1922, als der

Stummfilm in Hollywood populär wurde und das Radio als neues Unterhaltungsmedium aufkam, schwappte der Klatsch über die Grenzen und wurde international. Eine neue Kategorie berühmter Menschen entstand: der Prominente. Vor allem repräsentiert durch die neuen Hollywoodstars. Charlie Chaplin oder Greta Garbo prägten das öffentliche Leben mit ihren Lieben, Lastern, Leidenschaften. Und heute? Sehen wir Dauersingle George Clooney, Trennungsoffer Demi Moore und Suchtwrack Whitney Houston, die wegen einer Überdosis Medikamente in der Badewanne ertrinkt. Sie kommen uns vor wie gute Freunde, über die wir fast alles wissen, die wir auf ihren Reisen begleiten und die uns täglich Gesprächsstoff liefern – per TV und Internet, über Facebook oder Twitter. Eine, die sozusagen in der Zeitung wohnt, ist Angelina Jolie. Keine Woche ohne Meldungen aus ihrem Privatleben. «Neulich hat mir jemand gratuliert. Ich wusste gar nicht, warum, bis mir klar wurde, dass das wieder eine dieser Lügen über eine neue Schwangerschaft war», sagt die

- 9: Joan Rivers ist stolz auf ihre unzähligen Schönheitsoperationen.
- 10: Orangen-Alarm: Britney Spears wird von den Paparazzi sehr unvorteilhaft am Strand erwischt.
- 11: Früh übt sich: Die 13-jährige Paris Jackson durfte mit ihrem Schwarm Justin Bieber Händchen halten.
- 12: Nicole Kidman wird beim Besuch in der TV-Sendung «Sesamstrasse» von Oskar aus der Mülltonne begrüsst.
- 13: Big brother is watching you: Michelle Hunziker wird beim heimlichen Knutschen mit ihrem neuen Freund Tomaso Trussardi von einem Paparazzo «erwischt».

Whitney Houston, wenige Stunden vor ihrem Tod: Paparazzi stellen die Diva vor dem Nachtclub «Tru Hollywood» in ihrem Auto. Auf dem Rücksitz Tochter Bobbi Kristina.

Hollywoodschauspielerin im «Spiel». «Was über mich persönlich gedacht wird, ist mir schon lange egal. Ich kann es ja eh nicht beeinflussen», präzisiert sie im Magazin «Gala». Klatsch ist eine Form der Unterhaltung, in der private Neuigkeiten und Gerüchte ausgetauscht werden, und zwar über nicht anwesende Personen. Der englische Begriff «Gossip» umfasst auch den Tratsch, mit dem meist böswilliges Gerede gemeint ist. Kurz: das Lästern. Beides hat Schriftsteller und Filmemacher zu Glanzleistungen angespornt. «Diesseits vom Paradies» von F. Scott Fitzgerald wäre 1920 ohne die Partyexzesse der New Yorker Gesellschaft wohl nicht entstanden. Truman Capote nobilitiert in den 60er Jahren spitze Gerede in seinen Kurzgeschichten über die Promis seiner Zeit. Legendar auch Helmut Dietls TV-Serie «Kir Royal» aus den 80er Jahren, eine Satire auf die Münchner Schicki-Micki-Gesellschaft, und die US-Frauen-Serie «Sex and the city», die 1998 begann. In den letzten Jahren entdecken Wissenschaftler Gossip als wichtiges Forschungsgebiet. Ein bahnbrechendes Ergebnis publizierte der US-

Psychologe Frank McAndrew vom Knox College in Illinois im Jahr 2002. Er weist nach: Klatsch und Tratsch sind «fest im menschlichen Gehirn verankert» – also angeboren! McAndrew gab über 100 seiner Studenten Klatschzeitschriften zu lesen und fragte anschliessend, welche Artikel sie sich gemerkt hatten. Männer lasen am aufmerksamsten jene Berichte, die über Verfehlungen männlicher Stars berichteten; Frauen bevorzugten Negatives über andere Frauen. Beide Geschlechter interessierten sich für Geschichten, in denen mögliche Rivalen schlecht wegkamen. Das evolutionsbiologische Fazit von McAndrew lautet: Offenbar bevorzugt der Mensch Informationen, mit denen er potenzielle Konkurrenz ausstechen kann. Zur Zeit der Neandertaler waren solche Kenntnisse überlebenswichtig. Ein Psychologenteam um Matthew Feinberg von der University of California in Berkeley hat erforscht, was das für den gesellschaftlichen Frieden heisst. Ende 2011 berichten die Wissenschaftler unter dem Titel «The virtues of gossip»: Wer klatscht und tratscht, solidarisiert sich mit ▶





► anderen und fördert die gesellschaftliche Harmonie. Gossip sei sozialer Klebstoff und als solcher fairness- und friedensstiftend. Gossip dient auch der Psychohygiene. «Wenn man sieht, dass es einem Star schlecht geht, empfindet man die eigenen Sorgen als weniger schlimm», sagt die Schweizer Psychologin Julia Onken. Neben Sensationslust und Absicherung geht es also auch um Identifikation. Promis funktionieren wie ein Spiegel. An ihren Süchten und Sorgen, ihrem Glanz und Glück messen sich die Menschen. US-Talkqueen Joan Rivers, die schon 739 Mal einen Schönheitschirurgen an sich rumschnip-peln liess, sagt: «Ich lasse jedes Wochenende etwas machen. Es ist wie Kaffeetrinken!» Meine Güte - wie peinlich, mag man denken, oder völlig okay, dass ich Botox-to-go nutze! Wenn die einsame Sinead O'Connor via Twitter um Hilfe ruft, weil sie sich in ihrer Depression verliert, fühlen Menschen mit, die selber unter Stimmungstiefs leiden, aber Hilfe in der Familie haben. Supermodel Kate Moss sieht angetrunken genauso zerfleddert aus wie Frau Schweizer von nebenan. Das macht die Suff-Party vom Vorabend nur noch halb so peinlich.

Urmenschliches Bedürfnis

Information, Identifikation, Unterhaltung und Stärkung des Selbstwertgefühls sind häufige Motive für Klatsch und Tratsch. Wer darüber hinaus nach einem organischen Grund für die Lust am Lästern sucht - voilà: das Gehirn! Es speichert Informationen aus Klatsch und Tratsch viel präziser ab als Sachinformationen, wie der britische Psychologe Alex Mesoudi nachgewiesen hat. Emotionen vor Fakten. Persönliches vor Allgemeinem. So viele Details wie möglich. Jeder erinnert sich, dass Präsidentengattin Michelle Obama gerne kurzärmelige Kleider trägt und mit ihrem Mann Händchen hält. Aber wann und zu was hat sie sich zuletzt öffentlich geäussert? Eben!

Unterhaltungsjournalismus lebt von Klatsch und Tratsch. Als Informationsmacht ist er meinungsbildend und gesellschaftsverändernd. Heidi Klum und Seal sind Teil dieser Glamour-Industrie, die von Geschichten über Liebe, Hochzeiten, Schwangerschaften, Seitensprünge und Trennungen lebt. Alle Geschichten sind Ausdruck eines urmenschlichen sozialen Bedürfnisses: dem Interesse am Leben der anderen. 🌐

◀ Oscargewinner Jean Dujardin (bester Schauspieler, «The Artist») bekommt von seiner Ehefrau Alexandra Lamy ein Siegerküsschen. Für den 40-jährigen Franzosen, der bis jetzt noch nicht in der Öffentlichkeit stand, wird sich das Leben nun grundlegend ändern: Ab sofort steht er im Fokus der Peoplemedien.

«Promis fürchteten sich vor uns Lästermäulern»

Echt wahr, dass mal ein Promi vor Ihnen in eine Kotztüte gepinkelt hat?

Bettina Portmann: Wir waren im Flugzeug unterwegs - einer kleinen Maschine ohne Toiletten. Während des Flugs gabs dann Turbulenzen. Das Geruckel drückte besagter Person auf die Blase. Am Ende habe ich ihr die Kotztüte gehalten und sie hat sich erleichtert.

Kaye Anthon: Das ist ja wohl nicht wahr! Wer war das denn?

Portmann: Sage ich sicher nicht! Aber wenn ich die Person heute sehe, müssen wir uns nur ansehen und denken sofort beide daran ...

Anthon: ... schade, dass du die Geschichte nie aufgeschrieben hast!

Portmann: Klar, das hätte jeder gerne gelesen. Man fühlt mit, denkt: wie peinlich! Es tut gut, dass Stars auch mal in unangenehme Situationen kommen. Wie oft lesen wir über deren Figuren und Frisuren und merken - auch die haben Gewichtsprobleme oder finden sich mal hässlich. Aber wir behandeln unsere Prominenten mit Respekt. Ich werde ja unglaublich, wenn ich über die Person herziehe und dann wieder etwas von ihr will.

Anthon: Deshalb schreibe ich am liebsten über neue Paare oder Hochzeiten. Reiner Klatsch ist so negativ besetzt.

Portmann: Bei der Schweizer Illustrierten müssen uns die Stars ihre Tür aufmachen. Sie posieren und zeigen ihr Zuhause. Wenn wir über unsere Promis lästern, lassen sie uns nie mehr in ihre Wohnung. Für uns gilt

daher: Wir arbeiten zusammen, nicht gegeneinander.

Frau Anthon, Sie schrieben früher die Kolumne «Debbie & Kaye». Es war die böseste Partykolumne der Schweiz ...

Anthon: Debbie und ich besuchten Galas und Partys und schrieben am nächsten Morgen die Geschichten in einem Dialog auf. Pikant, denn manche Promis wollten einerseits in unserer Kolumne genannt werden, andererseits fürchteten sie sich vor uns Lästermäulern. Ich würde mich heute aber nicht mehr so aus dem Fenster lehnen. Wir haben da keine Rücksicht genommen. Diese Art, über Menschen zu schreiben, hat mir Türen geöffnet, weil man meinen Namen kannte. Aber durch die Kolumnen blieben auch Türen zu. Viele dachten, wir seien tatsächlich so - dabei waren Debbie & Kaye Kunstfiguren. Der Promimarkt in der Schweiz ist klein und es wird immer schwieriger, an die Personen heranzukommen. Da ist es nicht gut, wenn man sie so unfair behandelt, dass sie ein Jahr lang nicht mehr mit uns sprechen.

Portmann: Neben unseren hauseigenen Sites gibt's für mich den besten Klatsch auf den Seiten wonderwall.msn.com oder www.promicabana.de. Ich verschlinge Themen, die mich überraschen, wie die Trennung von Heidi Klum und Seal.

Anthon: Früher habe ich auf Facebook Lästertemen gepostet und kommentiert. Das mache ich heute nur noch selten. Lieber lästere ich face-to-face, am Abend, bei einem Glas Wein in einer Bar.

Und worüber haben Sie zuletzt gelästert?

Anthon: Eine Freundin von mir hat gesehen, wie eine Mitstudentin vor der Prüfung eine halbe Flasche Wein in sich reingekippt hat, und sie hat es mir natürlich brühwarm weiter erzählt. Mein Kommentar: «Ist ja typisch, genau die ...!»

Sie machen jeden Tag für Ringier Peoplegeschichten: Bettina Portmann, Unterhaltungschefin der Schweizer Illustrierten (rechts) und Kaye Anthon, Peopleredaktorin beim Boulevardblatt Blick.



Das Gesetz war verfassungswidrig

Nach harscher Kritik aus dem In- und Ausland hat die ungarische Regierung das Mediengesetz modifiziert. Doch noch immer sind nicht alle Betroffenen zufrieden.

Anfang 2011 verabschiedete Ungarn ein neues Mediengesetz. Es löste weltweit Kritik aus. Das neue Regelwerk, durchgeboxt vom ungarischen Premierminister Viktor Orbán mit einer Zweidrittelmehrheit im Parlament, unterlaufe die Pressefreiheit, kritisierten EU-Beamte. Der Generalsekretär der Uno stimmte zu. Ohne freie Presse, leiteten westeuropäische und amerikanischen Zeitungen, sei eine Demokratie nicht möglich. Und ohne Demokratie habe der osteuropäische Binnenstaat Ungarn in der Europäischen Union gar nichts zu suchen. Das neue Gesetz unterstellt die ungarischen Medien der Medienauf-

sichtsbehörde Nemzeti Média-és Hírközlési Hatóság (NMHH). Dieser Medienrat besteht ausschliesslich aus Vertretern der Regierungspartei. Nichts zu sagen hat das Parlament. Den Vorsitz der NMHH hat eine Gesinnungsgenossin und Parteikollegin von Orbán. Sie muss umsetzen, was der Premier beabsichtigt - resolut gegen unseriöse Berichterstattung vorzugehen. Das Gesetz hat Biss. Mit hohen Bussen wird belegt, wer Inhalte überträgt oder sendet, die der Regierung nicht genehm sind. Einer nicht genehmigen Radio- oder Fernsehstation kann der Staat die Lizenz entziehen. In Kraft traten die neuen Vorschrif-

Die Zeitung Népszabadság, die zu Ringier gehört, druckte aus Protest über das neue Mediengesetz eine ganze Auflage mit leerem Titelblatt.

Premierminister Viktor Orbán hatte das neue Gesetz im Dezember 2010 durchgeboxt.



ten am 1. Januar 2011, obwohl die EU vor diesem Schritt gewarnt hatte. Die Kritik aus dem In- und Ausland liess nicht auf sich warten. So sorgte sich die amerikanische Aussenministerin Hillary Clinton in einem öffentlichen Brief um die Demokratie in Ungarn. Eine Besorgnis, die EU-Kommissionspräsident José Manuel Barroso teilte. Im Dezember 2011 erklärte das ungarische Verfassungs-

gericht weite Teile des neuen Gesetzes für verfassungswidrig. Demnach verliert die NMHH per Ende Mai 2012 ihre Strafbefugnis zugunsten ordentlicher Gerichte. Zudem müssen die Medien gegenüber der NMHH nicht mehr alle Geschäftsdaten offenlegen. «Die Entscheidung des Verfassungsgerichts zeigt, dass die Kritik der ungarischen Zeitungsverlage berechtigt war», sagt Tibor Kovács, der Vorsitzende der ungarischen Publishers Association. Der Passus, wonach ungarische Print- und Onlinemedien das Geschehen «ausgewogen» wiedergeben müssen, gilt fortan als Eingriff in die Presse-

freiheit. Ebenfalls verfassungswidrig ist die Pflicht, Quellen und sonstige Informationen gegenüber der NMHH offenzulegen. In Brüssel wie unter ungarischen Intellektuellen löste das Urteil eine gewisse Erleichterung aus. Es beweise: In Ungarn funktioniert der Rechtsstaat. Der Fraktionschef der Regierungspartei, Janos Lazar, versprach, die vom Gericht kritisierten Passagen zu überarbeiten. «Wir achten die Unabhängigkeit des Verfassungsgerichtes», sagte er. Für Tibor Kovács gehen die Modifikationen des Mediengesetzes noch zu wenig weit. «Wir haben bereits

In Ungarn sorgte das umstrittene Mediengesetz für Aufregung im Volk. Hunderttausende demonstrierten auf den Strassen von Budapest für die Pressefreiheit.

Empfehlungen zu weiteren Änderungen beantragt», sagt er, «so zum Beispiel im Bereich Quellenschutz. Auch sollen die Sanktionen, die bei Verfehlungen ausgesprochen werden können, weiter reduziert werden. Unser Ziel muss es sein, dass sich die Medien in Zukunft wieder selbst kontrollieren, denn das ist nicht die Aufgabe der Regierung.» Premierminister Orbán schwieg vornehm - nachdem er das Gesetz ein Jahr lang gegen internationale Kritik verteidigt hat.

Text: Peter Hossli
Fotos: Zsolt Reviczky, Gábor Hegedűs, Reuters, Attila Kisbenedek/AFP Photo



«Niemand soll den Medien etwas vorschreiben»

Die Ringier-Chefredaktoren Levente Tóth (Népszabadság) und Marcell Murányi (Blikk) erklären, welche Folgen das Mediengesetz in Ungarn für die Arbeit der Journalisten auf den Redaktionen hat.

Wie beurteilen Sie die momentane Situation des Mediengesetzes?

Levente Tóth: Das neue Mediengesetz war ein Angriff auf die Pressefreiheit. Bis jetzt wurden allerdings noch keine Sanktionen gegen uns verhängt, denn die Behörde hat von diesem Recht noch keinen Gebrauch gemacht. Aber die Gefahr einer Sanktion ist ständig präsent.

Marcell Murányi: Auf Druck der EU modifizierte das ungarische Verfassungsgericht einige umstrittene Paragraphen des so genannten Mediengesetzes, vor allem jene Passagen, die die Meinungsfreiheit und den Quellenschutz betrafen. Denn im Falle dieser Passagen existierte in der Praxis eine auch eine andere Lösung.

Nun können Probleme bei gedruckten Titeln weiterhin vor Gericht verhandelt werden, ohne den Medienrat. Niemand sollte vorschreiben, was die Zeitungen zu schreiben haben.

Welche ganz konkreten Folgen hat das neue Mediengesetz für ihr Blatt?

Marcell Murányi: Bevor das neue Mediengesetz in Kraft trat, haben wir uns mit unseren Anwälten beraten, wie wir in Zukunft vorgehen sollen. Wir beschlossen, nichts an unserer Arbeitsweise zu ändern, weil wir neugierig waren, wie weit wir gehen können. Bis jetzt wurden wir aber nie bestraft. Wir vertrauen einfach auf unsere Grundsätze: Unabhängigkeit von Parteien und Politik, wir lassen



Marcell Murányi, der Chefredaktor von «Blikk»



Levente Tóth, der stellv. Chef von «Népszabadság»

uns von Werbekunden nicht beeinflussen und drucken Fakten erst, wenn wir zwei unabhängige Quellen dafür haben. Treten doch mal Konflikte auf, können diese - wie unter dem alten Mediengesetz auch - vor Gericht gelöst werden. Ich sehe das Problem eher auf dem Anzeigenmarkt: Die Regierung sowie Firmen, die der Regierung nahe stehen, können die Inserate an Zeitungen ihrer Wahl vergeben. Die Freunde bekommen Werbegelder, die Gegner erhalten weniger oder nichts. Auch wenn die Freunde weitaus kleinere Auflagen vorweisen. Wirtschaftliche Gründe gibt es für dieses Vorgehen nicht.

Levente Tóth: Unsere Redaktion ist bereit, sich an das neue Gesetz zu halten. Im Zweifel diskutieren wir das Thema vor dem Abdruck des Artikels immer mit unserem Firmenanwalt.

Frank Schirrmacher

«Der einzelne Kopf ist unbezahlbar»

Er ist Essayist, Autor, Journalist und seit 1994 Herausgeber der Frankfurter Allgemeinen Zeitung. Im Interview redet Frank Schirrmacher über geklonten Journalismus, die Aufmerksamkeit moderner Leute, tiefe Löhne und die Gründe, warum Intellektuelle das «Dschungelcamp» anschauen.

Frank Schirrmacher, was ist Ihr Selbstverständnis als Journalist?

Frank Schirrmacher: (denkt nach) Gesellschaften sind gezwungen, immer klüger zu werden. Die Aufgabe des Journalisten ist, diesen Prozess zu begleiten und zu beeinflussen, aber auch aufzudecken, wo sie dümmen werden.

Warum sind die Medienschaffenden heute besonders gefordert?

Das liegt auf der Hand. Wir erleben heute als Journalisten, was wir 120 Jahre nur als Beobachter kannten: die Industrialisierung einer Lebensform. Ende des 18. Jahrhunderts konnten wir das bei den Webern beobachten, als die mechanischen Webstühle kamen. Wir erlebten in der Folge, wie sämtliche Manufakturen in die Industrie übergingen. Und jetzt, im

21. Jahrhundert, sind wir, die geistigen Arbeiter, von einer dritten Industrialisierung betroffen.

Was heisst das konkret?

Junge Journalisten verdienen weniger als ihre Vorgänger. Feste Verträge werden immer seltener geschlossen. Der Lebensstandard sinkt im Vergleich zur Vorgängergeneration. Journalisten arbeiten heute deutlich mehr und müssen deutlich mehr Aufgaben übernehmen als früher. Sie können sich das als Bild vorstellen: Hier ist die Maschine, da der Mensch. Heute werden in vielen Redaktionen Leads und Teaser nicht mehr für Menschen geschrieben, sondern für Roboter: nämlich für Google.

Wo ist das so?

In allen deutschen Zeitungen. Man nennt es «Google-Optimierung». ►



Intellektueller und Denker: Wenn es um Journalismus geht, ist Frank Schirrmacher bekannt für kluge und pointierte Aussagen. Den Beweis dafür blieb er auch im Gespräch mit DOMO nicht schuldig.



► Daraus ist ein ganzer Geschäftszweig geworden. Ich vermute mal, dass es Redaktionen gibt, in denen mehr Google-Optimierer arbeiten als Redakteure.

Die totale Ökonomisierung des Journalismus!

Und des Denkens - das ist das Neue. Das müssen wir uns bewusst machen. Ich bin kein Maschinenstürmer. Ich beobachte nur den Prozess. Und es geht auch nicht nur um den Journalismus. Es geht ganz allgemein darum: Wie schaffe ich es, meinen Gedanken im Markt durchzusetzen? Das kann ich nur, wenn es mir gelingt, eine Suchmaschine davon zu überzeugen, dass ich einen guten Gedanken habe.

Und was ist wahrer Journalismus? Schreiben, Denken, Beobachten?

Da würde ich schon differenzieren: Über welchen Journalismus reden wir? Ich komme vom Kulturjournalismus her. Wir denken, indem wir schreiben. Sie kennen Kleists «allmähliche Verfertigung der Gedanken beim Reden» - bei den Journalisten geschieht das eben beim Schreiben. Jetzt hängt aber das Schreiben immer mehr davon ab, dass ich mich in einem Vorurteilsfeld bewege.

Sie meinen das Internet.

Im Netz habe ich ein klares Meinungsbild zu jedem Thema. Ich brauche nur bei Twitter den Hashtag einzugeben und dann sehe ich, wie die Mehrheit des Netzes urteilt. Das ist normativ. Es entstehen Denkfabriken. Alle kommen immer mehr zu einer ungefähr gedachten Mitte. Ich wünsche mir einen Journalismus, der das durchbricht.

Wie viel Boulevard braucht die Medienwelt?

Das ist interessant. Im Internet geht alles in diese Richtung. Die Boulevardisierung nimmt aber selbst in klassischen Medien zu. Die seriösen Medien halten sich noch ganz standhaft.

Ist Boulevard für Sie grundsätzlich unseriös?

Wenn mit Boulevard gemeint ist: Ich schreibe verständlich, versuche den Leser zu erreichen, dann bin ich dafür. Wenn mit Boulevard gemeint ist: Ich zielen auf die niedrigsten Instinkte von Menschen, dann ist das etwas, was in seriösen Medien nicht vorkommen sollte. Der grosse amerikanische Sozialpsychologe Roy Baumeister hat Experimente gemacht, die ich sehr bedeutend

▲ Hätte noch stundenlang weiterdiskutieren können: Ringiers Publizist Hannes Britschgi im Büro von Frank Schirmacher.

finde. Es geht dabei um die Aufmerksamkeitsspanne moderner Menschen. Diese Spanne ist sehr begrenzt, der Aufmerksamkeitsmuskel ist schnell erschöpft. Baumeister stellt fest, dass die Menschen, wenn sie abends nach Hause kommen, bei der Alternative «gutes Buch oder Dschungelcamp» das Dschungelcamp wählen.

Das tun auch Akademiker? (schmunzelt) Die wählen das Dschungelcamp und haben ein schlechtes Gewissen dabei.

Wo führt das hin?

Wir werden in der modernen Gesellschaft neue Aufmerksamkeitsinseln einbauen müssen. Das ist für Medien und auch Anzeigenkunden eine ganz wichtige Botschaft, die noch immer nicht angekommen ist.

Was genau ist diese Botschaft?

Es geht nicht mehr um die Frage: Bin ich modern und hab ich meine Texte auf dem iPhone? Das wird sowieso überall gemacht. Die Frage ist: In welchem Zustand befindet sich das Gehirn? Da kennen wir ganz klare Aussagen: Das Gehirn in der modernen Welt ist nur noch in einem einzigen Zustand wirklich aufnahmebereit - nämlich dann, wenn wir auf Papier lesen.

Ist das wissenschaftlich anerkannt oder nur eine interessante These?

Es ist eine Tatsache. Selbst Eric Schmitt von Google, mit dem ich unlängst eine Veranstaltung hatte, sagt: «Deep entrance über Digitaltechnik ist nicht möglich.» Das sind ganz neue hirnphysiologische Erkenntnisse. Die Frage der Zukunft heisst: In welchem Modus Operandi befindet sich das Gehirn des Menschen, den ich erreichen will?

Kann die Publizistik da mithalten?

Es ist ganz entscheidend, dass die Zeitungsverleger die absolute Notwendigkeit erkennen, in Qualität zu investieren, und nicht allein an die maschinelle Intelligenz zu glauben. Der einzelne Kopf ist unbezahlbar. Verleger müssen diesen Beruf für die nächste Generation verantwortungsvoll ausstatten. Wenn der Journalismus zu einer Art Ausbeutungsveranstaltung wird, kommt es ganz schlecht.

Was bedeutet für Sie Qualität im Journalismus?

Die Antwort ist eigentlich banal. Kant, der Philosoph der Aufklärung, hat gesagt: «Habe Mut, dich deines eigenen Verstandes zu bedienen.» Heute erleben wir den geklonten Journalismus. Viele Beiträge ähneln sich. Ich lese überall dasselbe. Das ist eben auch eine Folge des Internets. Qualität im Journalismus ist für mich zu lesen, was für mich

wichtig ist. Und dadurch auf einen neuen Gedanken zu kommen, den ich vorher nicht hatte. Ganz einfach.

Man könnte auch fragen: Was ist letztlich der Marktwert von guten Gedanken?

Ich erkenne, dass das Internet eine unendliche Befreiung des Geistes mit sich gebracht hat. Aber ich erkenne andererseits, dass alle kreativen Berufe - Journalisten, Schreiber, Fotografen, Illustratoren - in einen Zustand der Selbstausbeutung geraten sind, wie es ihn früher nicht gab. Das Internet ist ein kapitalistischer Raum, der geistige Arbeit verändert. Ganz wenige profitieren ganz viel. Es gibt wenige Youtube-Videos mit 100 Millionen Viewern, aber viele haben nur zwölf. Das Internet hat eine andere Statistik. Sie können sich das so vorstellen: Wir sitzen hier in einem Raum und plötzlich kommt jemand herein, der 200 Meter gross ist. Das ist die Statistik des Internets. Die Deklassierung geistiger Arbeit, die ökonomische Bewertung geistiger Leistung ist ein echtes Thema des Internets und der neuen digitalen Technologien.

Was ist zu tun?

Das sind Prozesse, die extrem verlaufen und deshalb eine dialektische Gegenbewegung auslösen: Ganz vielen wird es schlecht gehen. Aber die, die gut sind, werden es hinkriegen.

▼ Galas, Glamour und rote Teppiche sind nicht so sehr die Welt von Frank Schirmacher - hier mit seiner Ehefrau, der Journalistin und Schriftstellerin Rebecca Casati. Sie arbeitet bei der Süddeutschen Zeitung.

Wir sind bei Ihrem Selbstverständnis als Journalist eingestiegen. Zum Schluss: Wer sind Sie?

Jeder, der ehrlich ist, sieht sich immer noch als 17- bis 19-Jährigen, der in eine Welt der Erwachsenen hineingeraten ist.

Was sind Sie in dieser Erwachsenenwelt: Intellektueller, Journalist, Künstler, Kreativer?

Ich bin Schreiber, Handwerker. Dabei kommt manchmal etwas heraus und manchmal auch nichts. **Was braucht ein guter Schreiber?** Die Sprache und eine Erotik, die sie auslöst. Leute, die schreiben, haben diese spezielle Libido. Aber ich habe auch etwas Kindliches: Ich will überrascht werden. Ich liebe es, Zeitung zu machen, zusammen mit guten Leuten diese Überraschungen zu erzeugen.

Und welche Rolle spielt das Gefühl?

Das alles ist hoch emotional. Jeder Satz ist emotional besetzt. Gewisse Dinge geschehen aus Spass. Am meisten Spass macht es, etwas anderes zu tun, wenn alle dasselbe machen. Also dagegen zu halten. ☺

Interview: Hannes Britschgi
Fotos: Hardy Müller, People Picture/Moelzner

PERSÖNLICH

Frank Schirmacher

Schirmacher wurde am 5. 9. 1959 in Wiesbaden (Deutschland) geboren. Nach dem Abitur studierte er bis 1984 Germanistik, Anglistik, Literatur und Philosophie in Heidelberg und Cambridge. 1984 begann er seine journalistische Karriere bei der Frankfurter Allgemeinen Zeitung (FAZ). 1989 wurde er dort Leiter der Redaktion «Literatur und literarisches Leben» und Nachfolger von Marcel Reich-Ranicki. Seit 1994 ist Schirmacher Mitherausgeber der FAZ. Die amerikanische Zeitschrift Newsweek rühmte Schirmacher als einen der führenden Intellektuellen, zudem wurde er zum Journalisten des Jahres (2004) und zum Kulturjournalisten des Jahres (2012) gewählt. Als Autor verfasste er verschiedene aufsehenerregende Bücher wie «Das Methusalem-Komplot», «Minimum» oder «Payback» und schreibt gerade am nächsten Werk. Frank Schirmacher ist in zweiter Ehe mit der Kulturjournalistin Rebecca Casati verheiratet. Er wohnt in Potsdam bei Berlin.





Ringier-Fotos des Quartals

Sechs Fotos schafften es diesmal ins gedruckte Heft, darunter sogar zwei aussergewöhnliche Schwarzweissbilder. Drei der Siegerbilder des Quartals wurden in der Schweiz abgedruckt, zwei in Ungarn und eines in China.

KRISZTIÁN ÉDER Fotograf
CSABA MÁTÉ Bildredaktion

1 Csaba Máté, der Bildchef des ungarischen Magazins «iM» und ein wahrer Meister in der Bearbeitung von Fotos, zeigte im Dezember 2011 sein ganzes Können, indem er die Leser der Zeitschrift «Hot» zurück in die Anfänge des 20. Jahrhunderts entführte. In einer Serie über die Gebrüder Wright, die im Jahr 1903 das erste funktionierende Flugzeug konstruierten, stellte der Fotograf Krisztián Éder echte Fotos von damals sehr wirkungstreu nach. «Das Schwierigste war, die richtigen Lichtverhältnisse zu rekonstruieren», sagt Éder. Csaba Máté, der dieses Projekt leitete, sorgte auf dem Set dafür, dass die Kleidung und Mimik der Personen stimmte. Máté war auch selbst für die grafische Nachbearbeitung der Fotos verantwortlich, sodass die neuen Bilder am Schluss genau so aussahen, als hätte man sie gerade in einem alten Koffer auf dem Dachboden gefunden.

FABIENNE BÜHLER Fotografin
ULLI GLANTZ Bildredaktion

4 Ein erfolgreicher Skirennfahrer hat keine Angst. Darum portraitierte das Magazin «SKI» eine Beilage der Schweizer Illustrierten, den Schweizer Carlo Janka im November 2011 unter dem Titel «Ich kenne keine Angst». Auf dem Aufmacherfoto sollte Janka eine zentimeterdicke Eisplatte zerschlagen. Gesagt, getan, doch was so einfach aussieht, ist wie so oft schwer umzusetzen. Ein sechsköpfiges Team reiste an den Fuss des Matterhorns, zehn speziell angefertigte zwei Zentimeter dicke Eisplatten wurden mit einem Sondertransport aufs Set geliefert. «Mehrere Faktoren wie Schlag, Haltung und Mimik mussten in Sekundenbruchteilen zusammenspielen», sagt die Fotografin Fabienne Bühler, «wir probten den Schlag zuvor ohne Eis, weil wir ja nur zehn Platten hatten. Aber dann hatten wir das Bild schon nach dem siebten «echten» Versuch und ein paar Schrammen an den Armen im Kasten.»

SÉBASTIEN ANEX Fotograf
JULIE BODY Bildredaktion

5 Wetten, dass Sie zuerst gedacht haben, das Foto ist nachträglich bearbeitet worden? Falsch! Ist es nicht! Es entstand während der klirrenden Kälteperiode, die die weite Teile Europas Anfang Februar erstarren liess. Der junge Fotograf Sébastien Anex trug die Idee dafür schon lange mit sich herum. Und als er die bizarren Eisskulpturen sah, die der Wind und die Kälte am Ufer des Genfersees geschaffen hatten, konnte er seine Vorstellungen endlich mit seiner Kamera für das Westschweizer Magazin L'illustré umsetzen. Prominente «Statisten» waren die bekannten Schweizer Eiskunstläufer Anais Morand (auf dem Foto) und Laurent Alvarez. Auch für sie war das Fotoshooting ein ganz besonderes Abenteuer. «Um nicht von Schaulustigen belästigt zu werden, haben wir schon um sieben Uhr morgens begonnen», erinnert sich Anex, «und wir mussten alle 5-10 Minuten Pause machen, um uns wieder aufzuwärmen.»

ZHENG BIN Fotograf
BILLY XIAO Bildredaktion

3 «Tun Sie mal wieder etwas für sich, für Ihre Fitness, für Ihren Geist, für Ihr Lebensgefühl!» Diese Aufforderung untermauerte das chinesische Lifestyle-Magazin City Weekend auf dem Cover seiner Januar-Ausgabe 2012 mit dem Foto eines Soldaten, der den Leser förmlich anspricht, ihm den Befehl ins Gesicht schreit. Der Fotograf Zheng Bin stand vor der Herausforderung, das Model, einen ganz gewöhnlichen Mann aus Singapur, in diese aggressive Pose zu bringen. «Zu Beginn des Shootings war es ziemlich verschossen, minus 20 Grad kalt und dennoch kamen Hunderte zum Abschied», erzählt der Fotograf Zsolt Reviczky, der den traurigen Anlass für die Zeitung Népszabadság festhielt, «das war aber auch einer der emotionalsten Momente in meiner Karriere. Die Wut, die Trauer, die Verzweiflung der Angestellten mitzuerleben, und wie sie Abschied nahmen.»

MARK HENLEY Fotograf
CATHERINE WACKER Bildredaktion

6 Nicht ganz ohne Stolz präsentieren wir Ihnen hier ein Meisterwerk des bekannten britischen Fotografen Mark Henley. Er arbeitet schon seit Jahren an seinem Foto-Projekt «Swiss Banking», dem er Szenen und Momente zum Thema Finanzplatz Schweiz festhält. Das hier gezeigte Bild wurde während eines Wolkenbruchs auf dem Paradeplatz in Zürich aufgenommen. Die Verbindung zu Ringier entstand im November 2011, als das Westschweizer Nachrichtenmagazin L'Hebdo ein Dossier zum Thema Schweizer Banken plante. Henley schickte der Bildchefin Catherine Wacker ein paar seiner Fotos. Und die zögerte natürlich nicht lang. «Ich war auf der Suche nach einer ganz besonderen Illustration dieses Themas, und mit diesem Foto ist mir das gelungen.» Mark Henley (45) lebt seit zehn Jahren in Genf. Seine Fotos wurden schon in allen grossen amerikanischen Magazinen abgedruckt.

138 Fotos aus fünf Ländern nahmen an der Auswahl zu den Ringier-Bildern des Quartals teil.

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



An dieser Stelle stellt DOMO regelmässig die besten Ringier-Fotos des vergangenen Quartals vor.



«Science-Fiction ist heute schon Realität»

Ringiers Creative Director **Stéphane Carpentier** entwickelt multimediale Visualisierungen und setzt diese in mobile Inhalte um. Wie sieht die digitale Welt von morgen aus? Lassen Sie sich von DOMO in die Zukunft entführen.

Herr Carpentier, Sie arbeiten mit den modernsten digitalen Effekten, die es auf der Welt gibt. Was fasziniert Sie eigentlich daran?

Stéphane Carpentier: Ich habe früher 20 Jahre lang als Art Director für gedruckte Medien gearbeitet und konnte mich nie so richtig für digitale Inhalte erwärmen. Als dann diese faszinierende multimediale Entwicklung mit mobilen Geräten und Apps anfang zu boomen, habe ich mich immer mehr damit beschäftigt. In der digitalen Welt ist die Palette grafischer Visualisierungen schier endlos, alle kreativen Türen stehen weit offen. Wir nutzen heute längst nicht all die technologischen Möglichkeiten, die machbar wären. Darum sind wir ständig daran, Neues zu erforschen und zu testen. **Wie lassen Sie sich dabei inspirieren?** Natürlich beobachten wir die Entwicklungen auf dem grafischen Markt genau. Auch Science-Fiction-Filme geben uns immer wieder Ideen für neue Visualisierungen. Aus diesen Ideen haben wir unseren eigenen Stil entwickelt, der - meiner Meinung nach - beeindruckender, futuristischer und magischer ist als vieles andere, was auf dem internationalen Markt heute zu sehen ist.

Für welche Art von Geräten schaffen Sie digitale Visualisierungen? Heute produzieren wir digitale Inhalte für alle Geräte, die im weitesten Sinn mobil genutzt werden, also für Websites auf Laptops über Handys bis hin zu iPads und berührungssensitiven Grossbildschirmen.

Wie sehen Ihrer Meinung nach die mobilen Geräte der Zukunft aus?



In vielen Science-Fiction-Filmen wie «Robocop», «Universal Soldier», «Predator» und «Ironman» (Bild oben) nutzen die Filmhelden Brillengläser, in denen Streams mit Informationen gespeichert sind.

Google arbeitet zur Zeit an einer Brille, die Filme und Bilder in die Gläser projiziert und die sich mit Kopfbewegungen bedienen lässt.



Das ist schwer zu sagen. Vielleicht gibt es in ein paar Jahren gar keine Geräte mehr, sondern holografische Visualisierungen oder ePapers, die man zusammenfalten und in die Jackentasche stecken kann. Als Science-Fiction-Filme wie der «Minority Report», «G.I. Joe» oder «Star Trek» in die Kinos kamen, hat sich jeder über die futuristischen Visualisierungen gewundert, die darin vorkommen: Wenn Tom Cruise Inhalte auf Riesenscreens schon fast zu unserem Alltag. Natürlich noch nicht auf dem kommerziellen Markt, aber in experimentellen Studien.

Warum sollte es in Zukunft keine mobilen Geräte mehr geben?

Ich bin mir natürlich nicht sicher, aber das ist meine Vision. In den letzten 30 Jahren wurden die Geräte immer kleiner und noch kleiner, also wird es sie bald gar nicht mehr geben. In ein paar Jahren holt man sich die Informationen aus Hologrammsystemen, von dünnen, faltbaren Folienbildschirmen oder grossen Screens, die überall stehen, und die die Leute bedienen, ohne den Bildschirm berühren zu müssen, nur durch Bewegungen davor. Oder mit Sprachsteuerung.

Aber von irgendwoher müssen die Systeme doch gespiesen werden.

Was wäre dann die Quelle? Schauen Sie Ihre Brille an, die Sie ständig tragen: Wir wissen aus dem Film «Robocop», dass in Brillengläsern Streams mit zahllosen Informationen dargestellt werden können. Schauen Sie Ihren Ring an, auch darin könnte sich problemlos ein

Stéphane Carpentier ist der kreative Kopf der Ringier Studios, in denen digitale Inhalte entwickelt werden.



► Mikrochip mit integriertem Beamer befinden. Sie bewegen den Ring leicht, und schon werden die Grafiken, Bilder und sogar Filme als Hologramm vor Ihnen projiziert. **Für digitale Laien ist das alles schwer vorstellbar.**

Genau darum denken ja alle, es sei Science-Fiction. Der normale User ist noch immer auf dem Stand, dass er morgens seinen Computer oder Laptop anstellen muss und die Inhalte mit einer Maus bedient. Aber glauben Sie mir, das ist bereits altmodisch. Heute arbeitet man mit Touchscreens. Es gibt auch schon Fernseher, die mit Berührungen des Bildschirms bedient werden. Oder indem man sich davor bewegt. Oder nur mit der Stimme.

Diese Entwicklung ist äusserst faszinierend, aber sie hat auch etwas Unheimliches. Finden Sie nicht?

Es besteht kein Grund, davor Angst haben. Wir sind bald in der Lage, magische Dinge zu tun. Vor 30 Jahren mussten Sie noch aufstehen, um an Ihrem Fernseher das Programm zu wechseln. Und plötzlich war da eine Fernbedienung, und Sie konnten bequem sitzen bleiben. Das war doch auch Magie, oder? Und da hatte auch keiner Angst davor. Heute schreitet diese technologische Entwicklung einfach noch viel schneller voran. Wenn wir eine neue Technologie entwickelt haben und daran herumexperimentieren, ist sie eigentlich schon wieder überholt. Wir haben immer etwas das Gefühl, als rennen wir in Yoghurt. Dieses Gefühl motiviert uns aber und macht uns umso ungeduldiger und neugieriger. Und ich denke, das geht allen so, die auf

▼ In den Filmen «Minority Report» (Bild ganz unten mit Tom Cruise) oder «Star Trek» (oberes Bild) wurde das so genannte Touch-Glas schon vor Jahren eingesetzt. Es bietet auf grossen Fenstern ähnliche Interaktionsmöglichkeiten wie die heutigen Tablets. Auf dem Bild in der Mitte experimentiert Stéphane Carpentier in den Ringier Studios in Vietnam bereits heute mit diesem «magischen Fenster».

diesem Gebiet forschen. Das ist ein endloses Wettrennen.

Genau das ist ja das Faszinierende. Dass es immer schneller geht. Vor 30 Jahren waren Firmencomputer noch so gross wie eine Drei-Zimmer-Wohnung. Und vor 20 Jahren musste man mit dem ersten Handy noch einen 10 kg schweren Akku in einem Koffer mitschleppen. Und jetzt reden Sie von Hologrammen oder faltbaren LED-Bildschirmen, die man sich in die Tasche steckt ...

(lacht) Wenn, dann müsste es mir unheimlich sein. Ich muss ja damit arbeiten. Aber ich fühle mich dabei als Pionier und mir macht es einen unheimlichen Spass, diese neuen digitalen Möglichkeiten verstehen zu lernen, umzusetzen und neue Wege zu erforschen, um damit Informationen zu vermitteln.

Um neue grafische Ideen auszuprobieren, braucht es entsprechende Programme. Aber wenn die Ideen ganz neu sind, gibt es ja noch gar keine Programme dafür, oder?

Ich habe unerschöpfliches Glück. Denn mir stehen in Vietnam nicht

«In ein paar Jahren gibt es keine mobilen Geräte mehr»

nur 35 sehr kreative Grafikdesigner um mich herum, die die neuesten Bilder, Animationen und Visualisierungen produzieren. Ich habe ausserdem die beiden grossartigen Systementwickler in Lausanne, Marc Carrard und Romain Rosey, an die ich mich wende, wenn ich eine Idee habe, die noch nicht existiert. Und ihre Antwort ist immer: «Erklär uns deine Idee, wir werden eine Möglichkeit finden.» Ohne die beiden wären wir nicht da, wo wir jetzt sind. Sie machen Sachen möglich, die es noch nie zuvor gab auf der Welt.

Dann können wir ja gespannt sein, was uns die Zukunft bringt.

Auf jeden Fall! Schauen Sie: Wenn Ihnen vor 20 Jahren jemand gesagt hätte, dass Sie sich in Zukunft von jedem Ort rund um die Erde in ein weltweites Informationsnetz einloggen können, hätten Sie auch gefragt: «Schön und gut, aber wo steckt man da das Kabel rein?» Aber ich gebe ja zu: Verrückt klingt das alles schon ...

Interview: Andi Kämmerling
Fotos: Ringier Studios, Cinetext, Intertopics



Die Blick-Apps: News, TV und viel Sport.



Smartphones lieben Blick-Apps.

Die Apps von Blick werden stets auf den neusten Stand der Technik gebracht und laufen auf vielen Geräten und Systemen. Auch Ihr Smartphone wird die Blick-Apps lieben! Jetzt downloaden auf www.blick-apps.ch



Sterben oder aus Zitronen Limonade machen

Durch ihre Affäre mit US-Präsident Bill Clinton wurde **Monica Lewinsky** in der ganzen Welt bekannt. Beim Interview-Termin mit DOMO-Autor Peter Hossli wollte sie über alles reden. Nur nicht über das Thema Clinton.

Fotos: Yvon Baumann, Point of View

Monica Lewinsky ist etwas grösser, als man sie vom Fernsehen her kennt. Sie wirkt labiler, verletzlicher, leiser. Ihr Haar duftet frisch gewaschen, ist noch nass, als sie das New Yorker Penthouse eine halbe Stunde verspätet betritt. Sie trägt Flip-Flops, hat den drallen Leib in Pluderhosen und ein weites T-Shirt gehüllt. Mit einem zaghaften «Hello» betritt die einstige Praktikantin und Sexgepielin von US-Präsident Bill Clinton den lichtdurchfluteten Raum. Hinter ihr folgt Juli Nadler, ihre Agentin. Heute gewährt Monica Lewinsky eines ihrer seltenen Interviews. Das war am 3. Mai 2001, einem Donnerstag in Manhattan. Seit drei Jahren sorgten Lewinsky und ihre Affäre mit Clinton für Schlagzeilen. Vier Frauen gab es damals, die alle sofort nach dem Vornamen erkannten: Eva, Maria, Marilyn - und eben Monica.

Um zu erfahren, wer Monica ist, muss man sie treffen. Im Frühjahr 2000 geht die erste Anfrage ein bei Agentin Nadler. Sie lehnt ab, das ist ihr Job. Alle paar Wochen ruf ich an, wende jeden Trick an, sie umzustimmen. Horche ihrer tiefen Stimme. Sage, ein ausländischer Journalist sehe die Dinge oft anders als die amerikanischen. «Frau Lewinsky steht nicht zur Verfügung», blockt Nadler. Bis sie selbst anruft, fast ein Jahr nach der ersten Anfrage. «Monica hat Zeit im Mai», sagt sie. «Sie will 10 000 Dollar für das Gespräch.» - «Sie wissen, in den USA zahlt man nicht für Presseinterviews», sage ich. «Sie arbeiten für eine europäische Zeitung, europäische Zeitungen zahlen», sagt Nadler. «Derzeit verhandle ich mit einem deutschen Magazin, es zahlt sehr gut.» Zwei Wochen später sagt sie zu - ohne Gage. Warum, ist mir bis heute schleierhaft.

Billig kommt es nicht zu stehen. Lewinsky, eine eher bizarre Berühmtheit, verlangt eine teure Friseurin und Visagistin für Haar und Make-up. Eine Stylistin wählt die Kleider für das Treffen aus. Von einer Internet-Firma mieten wir eine grosszügige Loft am Hudson River. Zu Hause will sie uns nicht empfangen. Sie wünscht, per Limousine von ihrer Wohnung im New Yorker Quartier Greenwich Village abgeholt und nachher wieder dorthin gebracht zu werden. Weil es ihr in der Loft zu heiss und zu schwül ist - der Sommer beginnt dieses Jahr unerwartet früh, die Klimaanlage laufen noch nicht - kauft ein Assistent leistungsstarke Ventilatoren.

Noch eine Bedingung stellt Nadler im Vorgespräch. Keine Fragen zu Bill Clinton.

Monica Lewinsky sei jetzt Internetunternehmerin, verkauft Handtaschen über eine Website.

«That's so great», sagt Lewinsky, grossartig sei die neue Berufung. Die Geschichte, die sie berühmt machte? Die einzige Geschichte, für die man sie kennt? «Darüber rede ich nicht.» Dann halt Handtaschen.

Sie entschuldigt sich für die Verspätung, «sorry, der Verkehr», sagt Lewinsky. Dann sagt sie zwei Stunden nichts mehr, lässt sich schminken, fönen und frisieren. Lockenwickler quellen ihr feuchtes Haar auf. Hinter dicken Schichten Schminke verschwindet die zuvor natürliche Person. Stattdessen strahlt nun eine auswechselbare Figur mit glatter Topffrisur und Colgate-weissen Zähnen. Eine Stylistin kleidet sie während des Foto-Shoots immer wieder neu ein, mal im roten Top, mal in Türkis, mal in Schwarz.

Beim Interview auf der hellen Couch geht es zwei Stunden um Taschen, um ihr Geschäft, ihre Beziehung zum Geld und um ihren Wunsch, einmal zu heiraten.

Zuletzt doch der Versuch, über Clinton zu reden. «Erstaunlich ist, wie Sie diesem enormen Druck standgehal-

ten haben», sage ich. Jahrelang habe sie die Schlagzeilen geprägt, wurde tagelang verhört, von den Medien belagert. Tausende Witze gibt es im Internet. Die New York University publizierte eine wissenschaftliche Essaysammlung zu Lewinsky - über ihr Jüdischsein, ihren Infantilismus, ihr Übergewicht.

Wie hat sie es eigentlich geschafft, all das auszuhalten, da rauszukommen, und dann noch eine eigene Firma aufzubauen? «... Ich ... hmmm ... ich weiss es wirklich nicht ...»

Dann verstummt Lewinsky. Ihr Gesicht erstarrt. Sie ist den Tränen nahe, blickt Hilfe suchend zur Agentin. Nadler rät, zu sagen, was sie immer sage. «Dank den Freunden, der Familie», sagt sie. «Nein, das ist was anderes», sagt Lewinsky. Sie verschwindet minutenlang im Badezimmer. Blass und vertränt kommt sie zurück.

Um das Interview nicht abrupt enden zu lassen, schlage ich vor, jetzt die Handtaschen vorzuführen. Sie blüht auf.

Dann redet Nadler. «Monica hatte zwei Möglichkeiten: a) Sie igelt sich ein und stirbt; b) Sie macht aus Zitronen Limonade. Keine angenehme Wahl. Monica entschied sich, nicht zu sterben. Stattdessen startete sie diese Firma. Eine bewusste Entscheidung. Sie konzentriert sich auf die positiven Aspekte ihres Lebens.» Weitere Fragen beantwortet Monica Lewinsky nicht. Sie schminkt sich ab, bestellt die dunkle Limousine und geht, in Pluderhose, T-Shirt und Flip-Flops. ☺



Monica Lewinsky kam am 23. Juli 1973 in San Francisco zur Welt. Sie wuchs in Beverly Hills auf. Ab Sommer 1995 arbeitete sie als Praktikantin im Weissen Haus. Im November 1995 begann sie eine Affäre mit Präsident Bill Clinton. Anfang 1998 berichtete Web-Journalist Matt Drudge erstmals über die Beziehung. Der Skandal mündete im Dezember 1998 in einem Amtsenthebungsverfahren gegen Clinton wegen Meineids. Dieses scheiterte 1999 im US-Senat.



DOMO-Autor Peter Hossli wollte natürlich mehr über Lewinskys Affäre mit Clinton wissen. Auf der Couch erfuhr er aber nur die Preise von Monicas neuer Handtaschen-Kollektion.



*DeinDeal.ch garantiert mind. 50% auf den Originalpreis unserer Partner / z.B. Travel: Städtetrip, Kreuzfahrt, Skiferien u.v.m.



mind.
50%
Rabatt*

Für Wintersportler - Carver, Schneehasen, Powderfreaks, Schneemannbauer, Sonnenterrassengenieser - die besten Deals für den Winter findest du bei **DeinDeal.ch**: Damit du auch unterwegs immer von den besten Deals erfährst, lade dir jetzt unsere App für iPhone und Android-Phones runter.

Damit du auch unterwegs immer von den besten Deals erfährst, lade dir jetzt unsere App für iPhone und Android-Phones runter.



deindeal.ch
DIE BESTEN DEALS IN DEINER STADT

IM LIFT MIT ...

... Marc Walder

«Der Kurs ist vorgegeben»

Der CEO Ringier Schweiz und Deutschland zieht Bilanz über das Jahr 2011. Und hofft, dass sein Töchterchen Norah noch in diesem Jahr schwimmen lernt.

Guten Morgen, Herr Walder! Sagen Sie mal: Wie zufrieden sind Sie mit Ringier Schweiz im Jahr 2011?

Die massive Diversifikations-Arbeit ist nun weitgehend abgeschlossen: Kerngeschäft, Entertainment und Digital Business stehen gut aufgestellt da. Nun geht es darum, diese drei Säulen optimal miteinander zu verknüpfen. Operativ war im zweiten Halbjahr eine wirtschaftliche Abkühlung spürbar. Wir müssen damit rechnen, dass sie 2012 andauert. Das heisst: Einfach wird es nicht.

Lassen Sie uns einige Bereiche konkret anschauen, ich liefere Ihnen die Stichworte: InfrontRingier.

InfrontRingier ist hervorragend gestartet: Mit der Vermarktung der

Fussball-Liga, der Tour de Suisse, dem Mandat für die Olympiakandidatur 2022 sind wir bereits die grösste Sportvermarktungs-Agentur dieses Landes. Vielleicht kommt das Schweizer Eishockey noch dazu, was mich enorm freuen würde. Und bei unserer neuen Firma PoolPosition sind verschiedene Hotshots wie Lara Gut, die Degen-Zwillinge oder Katja Stauber unter Vertrag. Auch hier: Start geglückt!

DeinDeal?

Macht uns Freude, ist hervorragend unterwegs und wächst stark.

Energy Basel?

Wir sind nun mit dem Erfolgsradio Energy in den drei wichtigsten Städten, also Zürich, Bern und Basel, vertreten. Das war stets unser strategisches Ziel. Nun müssen wir beweisen, dass wir zu Recht ans Radiogeschäft in der Schweiz glauben.

Ticketcorner und Good News?

Die Wertschöpfungskette funktioniert gerade hier besonders gut. Ticketcorner hatte ein gutes Jahr. Good News nicht. Hier gilt es, an die Leistungen der Jahre davor wieder

anzuknüpfen. Das werden wir auch schaffen: Es stehen praktisch alle grossen Acts und Open Airs im 2012er-Programm von Good News.

Und unser Kerngeschäft, die Zeitungen und Zeitschriften?

Lassen Sie mich etwas kurz und knapp sagen: Die Schweizer Illustrierte-Gruppe segelt weiter auf sehr hohem Rendite-Niveau. Bei der BLICK-Gruppe haben wir den wirtschaftlichen Turnaround eindrücklich vollbracht. Die Romandie konnte dank einem neuen Geschäft, der Vermarktung des TV-Senders TF1, ein gutes Resultat erzielen. Insgesamt hat Michael Ringier den Kurs klar vorgegeben: Alle Publikationen sind herausgefordert, journalistisch Massstäbe zu setzen! Jeder in seinem Segment.

Und was sind Ihre persönlichen Ziele für 2012?

Erstens: Das ehrgeizige Budget zu erreichen. Und zweitens ganz privat: Dass unsere Tochter Norah schwimmen lernt (lacht).

Interview: Edi Estermann
Foto: Thomas Buchwalder

Marc Walder im Aufzug des Presshauses in Zürich. Für die Fahrt in den 5. Stock bleibt DOMO nicht allzu viel Zeit.



Für Frauen, die wissen, was sie wollen

Im August 2011 erwarb Ringier Rumänien den Zeitschriften-Verlag Edipresse A.S. Romania, der auch das Frauenmagazin ELLE herausgibt. Chefredaktorin Roxana Voloşeniuc und ihr Team präsentieren hier ein paar sehr attraktive Beispiele der Layouts, die sie mit Herzblut produzieren.

ELLE Rumänien

- Mode-, Schönheits- und Lifestylemagazin
- Monatlich
- Auflage: 21 000
- Team: 10 Redaktorinnen, 2 Grafiker, ein Produzent, ein Web Editor, ein Verkaufsleiter. Dazu viele freie Autoren und Fotografen
- Marktführer bei den Frauenmagazinen des Landes
- ELLE ist ein Modemagazin, für das die Frau noch wichtiger ist als die Kleider, die sie trägt; eine Zeitschrift, die den Leserinnen Ideen liefert, wie sie ihre Individualität zum Ausdruck bringen können
- Die ELLE-Leserinnen sind unabhängige, aktive Frauen, die neue Trends setzen, die jeder anschaut, bewundert und versucht zu imitieren

www.elle.ro



- Von links nach rechts:
- 1 Maurice Munteanu, Moderedaktor
 - 2 Ioana Ulmeanu, Redaktorin
 - 3 Alina Baisan, Redaktorin
 - 4 Roxana Voloşeniuc, Chefredaktorin
 - 5 Cristi Tudor, Produktionsleiterin
 - 6 Mihaela Frank, stv. Chefredaktorin
 - 7 Ana Puscasu, Designerin
 - 8 Domnica Margescu, Modedirektorin
 - 9 Barbara Lombardi, Art Director
 - 10 Crina Alexe, Redaktionsassistentin
 - 11 Lavinia Gogu, Bauty-Redaktorin
 - 12 Cristina Craciun, Moderedaktorin.
- Nicht auf dem Foto: Madalina Frasinianu, Webredaktorin



Fragen an die Chefs ...

Zeichnung: Igor Kravarik

In einem Interview mit der Bilanz sagten Sie kürzlich, dass Ringier auch in diesem Jahr sparen muss. Warum ist das nötig?

Christian Unger, CEO Ringier AG: Die Konzernleitung schaut sich die Möglichkeiten angesichts der wirtschaftlichen Lage genau an. Unser Ziel muss sein, das Konzernergebnis in den nächsten drei Jahren weiterhin zu verbessern. Dieses Ziel kann nur mit zwei Massnahmen erreicht werden: Einerseits müssen wir die Profitabilität, das heisst die Umsätze und Erträge in allen Abteilungen und Bereichen, erhöhen. Andererseits werden wir aber leider auch um weitere Kostenreduktionen nicht herumkommen. Wir streben ein Wachstum an - damit unser Unternehmen auch in Zukunft gesund dasteht, müssen wir in neue Projekte investieren. So konnte Ringier durch die Kostensenkungen der vergangenen Jahre das Portfolio hin zu einem integrierten Medienverbund umbauen und die Radio-Marke Energy in drei Gebieten etablieren.

Der Stromausfall, der im Februar halb Zürich lahmlegte, brachte

auch die Arbeit im gesamten Ringier-Pressehaus zum Erliegen, und damit notabene auch den modernsten Newsroom Europas. Die Blick-Redaktion musste daraufhin in Zofingen eine Notredaktion aufbauen. Warum hat ein grosses Medienhaus wie Ringier für solche Fälle nicht ein Notstromaggregat in Reserve?

Peter Gasser, Leiter Facility Management: Das Pressehaus verfügt für solche Fälle über eine unterbrechungsfreie Stromversorgungsanlage (USV) im Untergeschoss. Das sind vereinfacht gesagt grosse Batterien, welche das korrekte Herunterfahren der Server sowie einen Minimal-Strombetrieb für Notlicht,

«Die Besetzung von Schlüsselpositionen muss gut überlegt sein»

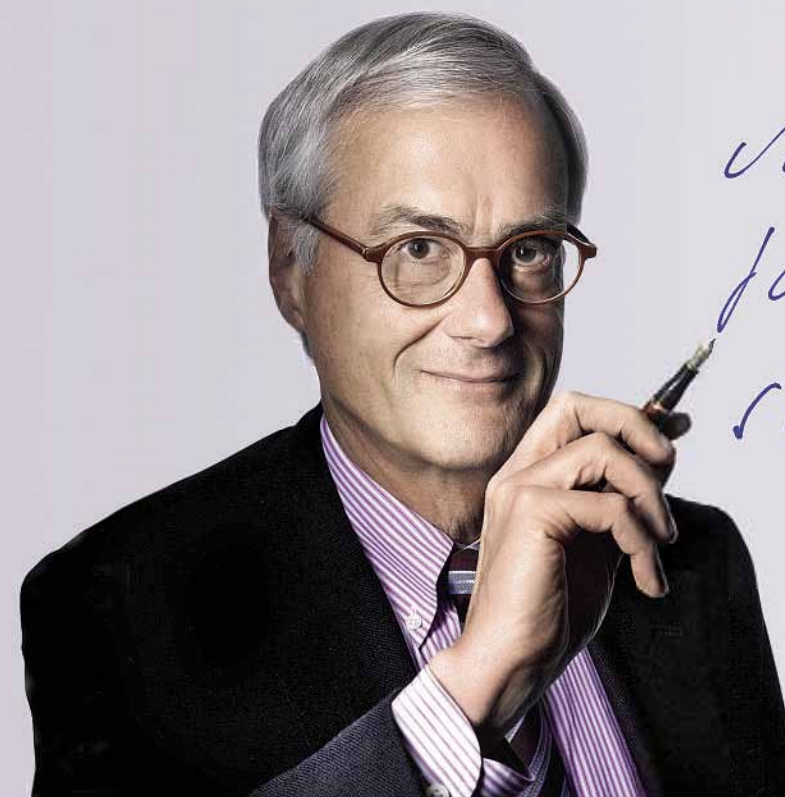
Marc Walder
CEO Ringier Schweiz/
Deutschland



Brandschutz- und automatische Schiebetüren während maximal zwei Stunden sicherstellen. Notstrom-Dieselaggregate sind in der Anschaffung und auch im Unterhalt (Wartung und regelmässige Test-Einsätze) sehr kostenintensiv.

Der Posten des Chefredaktors der Schweizer Illustrierten ist nun schon über ein halbes Jahr vakant, die Leitung des Politressorts in der Blick-Gruppe sogar schon mehr als acht Monate. Woran liegt es, dass derart wichtige Positionen so lange unbesetzt bleiben?

Marc Walder, CEO Schweiz und Deutschland: Beide Stellen sind Schlüsselpositionen, deren Neubesetzung gut überlegt sein will. Der Chefredaktor der Schweizer Illustrierten ist der vielleicht einflussreichste Journalist im Schweizer People-Journalismus, und der Ressortleiter Politik der Blick-Gruppe ist eine der relevantesten Personen im Polit-Journalismus unseres Landes. Darum lassen wir uns mit den Assessments Zeit, zumal wir in beiden von Ihnen genannten Positionen hervorragend funktionierende Interims-Lösungen haben. ☺



Nicht nur Journalisten sollten Kleist lesen

F Ich gehöre zu der Generation von deutschsprachigen Schülern, für die «Der zerbrochene Krug» und «Das Käthchen von Heilbronn» zur Standardlektüre gehörten, ohne die an ein Abitur nicht zu denken war. Seit ich in der Neuen Zürcher Zeitung NZZ einen Beitrag von Gunter Reus, Professor für Journalistik in Hannover, gelesen habe, ist mir klar, dass Heinrich von Kleist auch heute noch Pflichtlektüre sein sollte. Denn Kleist war nicht nur Dramatiker, sondern auch Journalist. Und seine Definition der journalistischen Rahmenbedingungen hat an Aktualität nichts eingebüsst.

«Die Journalistik ist die treuherzige und unverfängliche Kunst, das Volk von dem zu unterrichten, was in der Welt vorfällt. Sie ist eine gänzliche Privatsache und alle Zwecke der Regierung sind ihr fremd», zitiert Professor Reus den deutschen Lyriker. Viktor Orbán sollte Kleist lesen.

Weiter lernen wir aus der NZZ, dass Kleist ein grosses Gespür für Boulevard hatte und das «Volk vergnügen» wollte. Dies gelang allerdings nicht ohne Hilfe aus unlauteren Quellen. Es ist ausgerechnet sein für Unterhaltungsblätter zuständiger Zensor, der Berliner Polizeipräsident - so schreibt Gunter Reus - der ihn exklusiv mit Polizeinachrichten versorgt. Rupert Murdoch sollte Kleist auch lesen.

Trotz aller Brillanz ist Kleist als Journalist gescheitert. «Er hat sich» lehrt uns die NZZ «durch schäbiges Verhalten selber diskreditiert.» Er personalisierte eine Auseinandersetzung mit dem Intendanten des Königlichen Nationaltheaters, August Wilhelm Iffland, dermassen, dass er ihn mit voller Absicht öffentlich verletzen wollte. Denn Iffland hatte sein Drama «Das Käthchen von Heilbronn» abgewiesen. Journalisten sollten Kleist auch lesen.

Weil er durch sein Verhalten immer mehr Informanten verloren hatte, beging er sogar die Ursünde des Journalismus. Er fing an abzuschreiben. Internetjournalisten sollten Kleist ganz dringend lesen.

Michael Ringier

10 JAHRE DABEI:

Siegfried Franca, Ringier AG
Adank Corine, Ringier AG
Langer-Ingold Verena, Ringier AG
Vignoni Mirella, Ringier AG
Hügli Samuel, Ringier AG
Meyner Käthi, Ringier AG
Donghi Ralph, Ringier AG
Schär Bettina, Ringier AG
Winkler Rolf, Ringier AG
Hafner Peter, Ringier Print
Kolar Boriska, Ringier Print
Bornand Eric, Ringier Romandie
Ibolya Papp, Ringier Ungarn
Zsigmond Hollai, Ringier Ungarn
Csaba Farkas, Ringier Ungarn
Csaba Horváth, Ringier Ungarn
Anita Majsai-Dudás, Ringier Ungarn
Eszter Tóthné Takács, Ringier Ungarn

20 JAHRE DABEI:

Rotzinger Bernard, Ringier AG
Reich Markus, Ringier AG
Walther Peter, Ringier Print
Matijevic Petar, Ringier Print
Alabdeen Mubarak, Ringier Print

25 JAHRE DABEI:

Beljean Samuel, Ringier AG
Gröller Carmen, Ringier AG
József Simon, Ringier Ungarn
Duss Marie-Theres, Ringier Print
Recordon Christine, Ringier Romandie
Kyburz Fabien, Ringier Romandie

30 JAHRE DABEI:

Burkart Robert, Ringier AG
Born Gerhard, Ringier AG
Lüscher Willy, Ringier AG
Musio Salvatore, Ringier Print

35 JAHRE DABEI:

Flörchinger Ulrich W., Ringier AG
Christen Josef, Ringier AG
Purtschert Hermann, Ringier Print
Sigrist Oskar, Ringier Print

PENSIONIERUNG:

Zimmermann Martin, Personalvorsorgestiftung

TRAUER UM PENSIONÄRE:

Meister Lilly, 4.5.2011
Jaggi Rudolf, 14.11.2011
Novosad Hildegard, 16.11.2011
Scherrer Johann, 18.11.2011
Rieser Gisela, 1.12.2011
Wenger Ernst, 17.12.2011
Hottiger Ernst, 30.12.2011
Achermann Albert, 22.1.2012
Pfrunder Anton, 28.1.2012

Aus der Bruchbude in die Chefetage

Der frühere CFO **Ulrich Flörchinger** wird nach 38 Dienstjahren pensioniert.



Gleitschirmfliegen ist seit Jahren Ulrich Flörchingers liebstes Hobby.

Seinen ersten Arbeitstag im September 1974 hat Ulrich Flörchinger bis heute nicht vergessen. «Beim Vorstellungsgespräch wollte mir niemand meinen künftigen Arbeitsplatz zeigen. Verstanden habe ich das dann beim Stellenantritt: eine abgeschrägte dunkle Kammer im Dachgeschoss eines uralten Wohnhauses mit schrägem Boden, im Erdgeschoss eine ziemlich üble Bar, der Ausgang über ein baufälliges Treppenhaus. Im Wissen um die Räumlichkeiten hätte ich die Stelle nicht angenommen.» Heute kann man sagen: Zum Glück wurde Flörchinger damals über-
 tölpelt. Denn als der damals 21-jährige seine Stelle als Buchhalter für Kreditoren antrat, ahnte niemand, dass er eine steile Karriere im Finanzsektor von

Ringier vor sich hatte, die zuletzt auf einem Sessel in der Konzernleitung enden sollte. «Mit 21 Jahren kann man sich nicht vorstellen, 38 Jahre lang bei ein und demselben Unternehmen zu arbeiten», schmunzelt Flörchinger heute. «Meine Grossmutter arbeitete fast 40 Jahre in einer Tuchfabrik und erhielt zu einem Firmenjubiläum eine Urkunde, die in der Stube an der Wand hing. Als Kind war mir dieses Bild sehr suspekt, Zeugnis von zu wenig Beweglichkeit, Interesse und Abenteuerlust.» An Abenteuerlust mangelt es dem passionierten Gleitschirmflieger trotz seiner langen Ringier-Zugehörigkeit wahrlich nicht. Nach seiner Pensionierung kann er nun öfter in ferne Kontinente reisen, um sich mit seinem Fluggerät von hohen Bergen zu stürzen. **A. K.**



Ulrich Flörchinger mit 20 Jahren ...



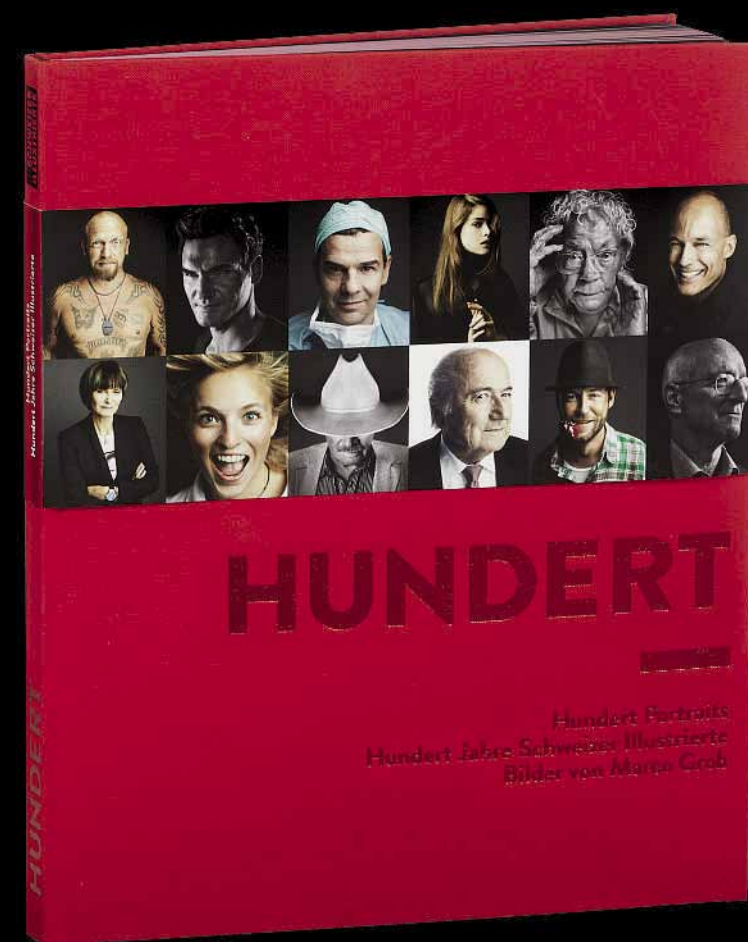
... und als Frühpensionär mit 59.

KOLUMNE

Allgemeinbildung

Was wären wir nur ohne die fleissigen Wissenschaftler, die die Medien fast täglich mit spannenden Resultaten aus ihrer Forschung bedienen. So las ich erst kürzlich, dass jeder zehnte Hamster schwul sei. Verrückt, was? Oder wussten Sie, dass Ameisen stets nach rechts umfallen, wenn sie vergiftet werden? Nix mit natürlicher Schwerkraft oder so. Immer nach rechts! Unglaublich, was? Noch faszinierender ist allerdings, was eine britische Studie aufzeigt: 15 Prozent aller Handybesitzer haben ihr Gerät schon mal in die Toilette fallen lassen. Nur aus Versehen natürlich! 15 Prozent, das ist mehr als jeder siebte Mitmensch. Ich finde das total spannend, immerhin gehören solche Informationen zur Basis jeder Allgemeinbildung. Leider wird gerade im Medienbereich noch viel zu wenig geforscht. Im Zuge der weltweiten Digitalisierung müsste sich doch jedes grössere Medienhaus einen eigenen Wissenschaftler leisten, der nichts anderes tut als von morgens bis abends zu tüfteln und dann Studien über Medien-Themen zu veröffentlichen. Denn nur mit einem breitgefächerten multimedialen Wissen sind wir für die digitale Zukunft richtig gewappnet. So hätte mich zum Beispiel bei der oben genannten britischen Studie brennend interessiert, wie gross der Anteil der Android-Handys in der Toilettenspülung war. Ob das Malheur beim kleinen oder grossen Geschäft passiert ist. Oder wie lange iPhones im Klo schwimmen können, bis sie untergehen. Interessant wäre es auch zu erfahren, was passiert, nachdem man sein Handy wieder aus der Toilettenschüssel herausgefischt hat. Sind dann die Inhalte gewisser Onlineportale noch besch... eidener? Vielleicht würde das ja so manches fragwürdige Angebot im mobilen Netz erklären.

ANDI KÄMMERLING



HUNDERT

**Hundert Portraits
 Hundert Jahre Schweizer Illustrierte
 Bilder von Marco Grob**

Hundert Portraits zum hundertsten Geburtstag der Schweizer Illustrierten. Fotografiert von Marco Grob, einem Schweizer, der in New York zu den Erfolgreichsten seines Fachs gehört. Hundert Autorinnen und Autoren – Schriftsteller, Sportler, Bundesräte – beschreiben die Menschen auf den Bildern. Aus ganz persönlicher Sicht. In überraschenden Kombinationen. Ein Buch über die Vielfalt der Schweiz. Oder wie es Verleger Michael Ringier sagt: «Ein Buch über das Leben.»

HUNDERT
 Hundert Portraits
 Hundert Jahre Schweizer Illustrierte
 Bilder von Marco Grob
 Schweizer Illustrierte/Ringier AG

255 x 310 mm, 160 Seiten, gebunden
 Preis CHF 69.–
 ISBN 978-3-280-05467-3

Erhältlich in jeder Buchhandlung.

Jetzt auch auf dem iPad!

SCHWEIZER
ILLUSTRIERTE

style

Das grösste Schweizer
Celebrity- & Fashion-Magazin.



Der Blick fürs Wesentliche.



+++ Jetzt Abo bestellen auf online-kiosk.ch +++ Jetzt Abo bestellen auf online-kiosk.ch +++