

«The Collection»: Ringiers Global Baby. Seiten 18 - 20

DOMMO

Pressefreiheit

**Wofür riskieren
Journalisten
ihr Leben?**

Internet

**Das Medienrecht
wird zusehends
verwässert**

Star-Fotograf Marco Grob

**Quickies mit
Gaga und Obama**

 Ringier
Unternehmensmagazin
Juni 2011

«Pressefreiheit ist für alle wichtig!»

Matthias: Andi, was ist für dich Pressefreiheit? **Andi:** Das ist die Basis einer jeden Demokratie. **Matthias:** Wo Pressefreiheit eingeschränkt ist, ist die Demokratie eingeschränkt ... **Andi:** Ja. Die Bevölkerung muss sich über die Medien eine eigene Meinung bilden können. Aber um das zu gewährleisten, müssen die Medien frei und objektiv berichten können. **Matthias:** Und dafür riskieren Journalisten zum Teil sogar ihr Leben, werden getötet oder verletzt, sehr viele auch politisch verfolgt und bedroht. Diese Menschen verdienen einfach höchsten Respekt. **Andi:** Ich bewundere diesen Mut! Sie kämpfen für die Pressefreiheit, um die Glaubwürdigkeit der Medien, ohne die eine Demokratie nicht möglich wäre.

Matthias: Daran sollten wir öfters denken, wenn wir ihre Berichte lesen. Und ihnen für ihr Engagement dankbar sein. **Andi:** Und gerade darum ist der Artikel von Johannes von Dohnanyi in diesem Heft besonders relevant und lesenswert.

Chefredaktor Andi Kämmerling und CCO Matthias Graf diskutieren.



Impressum

Herausgeber: Ringier AG, Corporate Communications. **Leitung:** Matthias Graf, CCO, Dufourstrasse 23, 8008 Zürich, Telefon +41 44 259 62 25. **Chefredaktor:** Andi Kämmerling, Telefon +41 44 259 68 64, Fax +41 44 259 86 35, andi.kaemmerling@ringier.ch. **Redaktionelle Mitarbeit:** Hannes Britschgi, Johannes von Dohnanyi, Edi Estermann, Ulli Glantz (visuelle Umsetzung), Helmut-Maria Glogger, Peter Hossli. **Übersetzer:** Xavier Pellegrini (Lausanne), Claudia Bodmer (Zürich), Imre Hadzsi/Word by Word (Budapest), Radu Preda (Bukarest), Yuan Pei Translation (Peking). **Grafisches Konzept:** Stéphane Carpentier. **Layout/Produktion:** Nadine Zuberbühler, Adligenswil (Schweiz), Tiger Hu (China). **Druck:** Ringier Print Ostrava und SNP Leefung Printers. Nachdruck (auch auszugsweise) nur mit Einverständnis der Redaktion. **Auflage:** 11 400 Exemplare. **DOMO** erscheint in Deutsch, Englisch, Französisch, Rumänisch, Ungarisch und Chinesisch.



4 Interview

Medienanwalt Matthias Prinz erklärt, wie das Internet und die Sozialen Medien seine Arbeit verändert haben

6 Pressefreiheit

Für die Glaubwürdigkeit der Medien riskieren Journalisten ihr Leben

12 Collection

Von Kokain bis Reproduktion

16 Blickpunkt Ringier

Die besten Pressefotos des Quartals

18 Marco Grob

Der Schweizer fotografierte (fast) alle

23 Marketing

Migros setzt massiv auf Social Media

24 Inhouse

Landliebe bringt sie zurück zur Natur

26 Hintergrund

Der steinige Weg zu Naomi Campbell

28 Michael Ringier

Der Verleger zum Thema Facebook

29 Talk

Fragen an das Ringier-Kader

30 Intern

Dienstjubiläen von April bis Juni

MEHR ZU DOMO

Ihr Feedback auf: domo@ringier.com
 Links und weitere Informationen zu den Artikeln: <http://domo.ringier.com>
 Besuche Sie uns auch auf unserer neuen Facebook-Seite: [DomoRingier](#)

Matthias Prinz

Die Zahl der Prozesse steigt

Der bekannteste deutsche Medienanwalt erklärt, wie sich seine Arbeit mit dem Aufkommen des Internet und der Sozialen Medien in den letzten Jahren verändert hat.

Herr Prinz, können Sie überhaupt noch ruhig schlafen?

Matthias Prinz: Warum denn nicht? Nun, als Sie vor 26 Jahren angefangen haben, gab es nur ein paar Zeitungen und Zeitschriften. Heute gibt es zusätzlich das Internet und die Sozialen Medien. Da ist doch das Risiko, dass Sie vom Agha Khan oder Claudia Schiffer nachts aus dem Bett geholt werden, viel grösser, oder?

Es passiert in der Tat viel häufiger, dass sich Mandanten zu ungewöhnlichen Zeiten bei uns melden. Darum haben wir gerade beschlossen, auf unserer Website eine 7/24-Notrufnummer einzurichten. **Im Jahr 2000 nutzten nur etwa 250 Millionen Menschen das Internet, heute sind es schon 2,5 Milliarden. Was bedeutet das für Ihre Arbeit als Medienanwalt?**

Die Zahl der Medienrechtsprozesse steigt natürlich. 1969 wurden bei der damals neu gegründeten ersten Presserechtskammer in Deutschland 50 Fälle von Presserechtsverletzungen behandelt. Wohlgemerkt: In einem ganzen Jahr! Im Jahr 2010 waren es allein beim Landgericht Hamburg ca. 1000 Fälle. Darum wurde in Hamburg jetzt zusätzlich zur Pressekammer eine spezielle Kammer für Onlinefälle zuständig. Und, glauben Sie mir, die Pressekammern der Gerichte sind alle gut ausgelastet.

Inwieweit hat sich Ihr Job mit den Neuen Medien verändert?

Früher war die Gegendarstellung wichtig, heute versuchen die Anwälte meistens unwahre Behauptungen mit einem Unterlassungsanspruch zu verbieten. Das Motto «In die



Zeitung von heute wird morgen der tote Fisch eingewickelt» gilt in den neuen Medien nicht mehr, die meisten Veröffentlichungen bleiben ewig im Internet.

Gegendarstellungen sind also ein alter Hut?

Ja, viele Mandanten wollen heute nicht, dass alles noch ein zweites Mal in den Medien breitgetreten wird, selbst wenn es in der eigenen Gegendarstellung ist. Das kann kontraproduktiv sein. Ich rate auch sehr gerne von unsinnigen Prozessen ab.

Können Sie uns da Beispiele nennen?

Ein Sänger hat mal einen Prozess geführt, weil man über ihn gesagt hat, er sei eine «höhensonnengegebte Sangesschwuchtel». So ein Prozess ist für den Betroffenen letztlich immer schädlich. Selbst wenn er ihn gewinnt - die «höhensonnengegebte Sangesschwuchtel» wird in der Prozessberichterstattung immer und immer wiederholt.

Viele Prominente inszenieren sich ja bewusst und aktiv im Internet und verraten Privates über sich auf Facebook oder Twitter. Wie steht es denn da um den Persönlichkeitsschutz?

Die Gerichte sagen klar und deutlich: Das, was ich selber öffentlich mache, kann ich nicht später schützen lassen. Wenn ich mich heute in eine Talkshow setze und von meinen Eheproblemen erzähle, dann kann ich nicht morgen einer Zeitung verbieten, darüber zu berichten. Das gilt natürlich auch fürs Internet. Und da viele Leute ihre Privatsphäre immer weiter öffnen, gibt es in diesem Bereich auch immer weniger Privatsphärenschutz.

Also hat sich auch das Medienrecht mit dem Internet-Boom verändert?

Ja, die Rechtsprechung lässt erheblich mehr zu. Weil die positiven Effekte des Internet nicht von zu restriktiven Gesetzen eingeschränkt werden sollen. Nehmen Sie als Beispiel die interaktive Plattform «spickmich.de», auf der Schüler ihre Lehrer öffentlich bewerten dürfen. So etwas wäre vor zehn Jahren rechtswidrig gewesen. Heute werden solche Bewertungen toleriert, mit der Begründung, das Internet sei ein Medium, in dem alle ihre persönliche Meinung äussern dürfen. Auch wenn die Meinung negativ ist und Lehrer an den Pranger stellt. Ich persönlich finde diese Entwicklung fragwürdig.

55 Prozent der Bevölkerung googeln regelmässig nach Prominenten. In Google finden sich zum Beispiel über



eine Million Beiträge zu der angeblichen Vergewaltigung des Fernsehmoderators Jörg Kachelmann.

Die Berichterstattung über das Ermittlungsverfahren gegen Herrn Kachelmann wäre nach früherer Rechtsprechung rechtswidrig gewesen, weil der Angeklagte keine Person des zeitgeschichtlichen Interesses ist. Zu irgendeinem Zeitpunkt geriet das Ganze aber durch die Vielzahl der Beteiligten ausser Kontrolle. Das hat dann zu diesem Berichterstattungssumpf geführt, der in keinem Verhältnis zur Bedeutung der Tat oder der Person des Angeklagten steht.

Sie haben einmal gesagt, im untersten Segment des Unterhaltungsjournalismus werde schlampig gearbeitet. Ist dieses unterste Segment mit dem Internet grösser geworden?

Der schlampige Journalismus hat sich vor allem wegen der Einsparungen bei den Redaktionsbudgets weiter verbreitet. Da fehlen einfach die Ressourcen, das hat mit Internet nichts zu tun. Höchstens, dass Print-Journalisten jetzt auch noch für Onlineplattformen schreiben müssen, und dadurch noch weniger Zeit haben. Es kommt dazu, dass viele Journalisten heute nur mal kurz bei

Google nachschauen und ihre Artikel kalt schreiben ohne rauszugehen oder zumindest telefonisch nachzufragen. Das reduziert die Qualität des Journalismus erheblich.

Ist es denn für Medienhäuser oftmals billiger, Entschädigungen zu zahlen als sorgfältig recherchierende Journalisten zu beschäftigen?

Entschädigungen werden selten für Schlamperei gezahlt, sondern eher für vorsätzliche Persönlichkeitsverletzungen. Schlamperei wird juristisch eher als fahrlässig eingestuft und dafür muss man manchmal gar nichts zahlen.

Wie oft kommt es vor, dass Medienhäuser bewusst eine Persönlichkeitsverletzung begehen, weil der Gewinn daraus, also die Steigerung der Auflage, höher ist als die Entschädigung?

Das passiert täglich. **Sie selber scheinen den modernen Medien eher skeptisch gegenüberzustehen. Auf Google Street View ist sogar ihr ganzes Haus gepixelt.** Ich bin ein grosser Freund des Schutzes der Privatsphäre, auch meiner eigenen. Ich empfinde das Internet aber als grosse Bereicherung, privat und beruflich.

Interview: Andi Kämmerling. Fotos: Marcus Vogel, M. Neugebauer/BrauerPhotos

P Professor Prinz in seinem Büro im edlen Hamburger Stadtteil Harvestehude: Hier verfasst er viele Urteile, die später vor Gericht zu Grundsatzurteilen führen.

M Machen seit über 20 Jahren auch auf roten Teppichen eine gute Figur: Matthias Prinz mit Ehefrau Alexandra von Rehlingen.

PERSÖNLICH

Mandanten mit Rang und Namen

Matthias Prinz, geboren 1956 in Berlin, ist sicherlich der bekannteste Rechtsanwalt auf dem Gebiet des Persönlichkeits- und Medienrechts in Deutschland. Nach dem Jurastudium in Hamburg und Harvard wird er in Hamburg und New York als Rechtsanwalt zugelassen.

Zu seinen Mandanten gehören Konzerne wie die Deutsche Telekom, die Deutsche Börse, Siemens und Volkswagen, aber auch Persönlichkeiten wie der König von Schweden, der Fürst von Monaco, der Sultan von Brunei, der Aga Khan, Karl Lagerfeld, David Beckham, Claudia Schiffer und Prinzessin Caroline von Hannover. Für viele dieser Prominenten erwirkte Prinz wichtige Grundsatzurteile des Bundesgerichtshofs und des Europäischen Gerichtshofs für Menschenrechte.

Matthias Prinz ist seit 1990 mit der PR-Agentin Alexandra Freifrau von Rehlingen verheiratet.

PRESSEFREIHEIT

Rangoon, 27. September 2007: In der birmanischen Hauptstadt macht das Militär blutige Jagd nicht nur auf Regime-Gegner, sondern auch auf ausländische Journalisten. Von einem Schuss getroffen bricht der Fotoreporter Kenji Nagai zusammen. Als der Japaner nochmal zur Kamera greift, hebt der Mörder in Uniform die Maschinenpistole leicht an – und drückt aus nächster Nähe ab.

«Du machst
ein Problem?»



Wir töten dich,

kein

Problem!»

Der im Bild dokumentierte Tod eines Menschen schockiert immer. Doch der Mord an einem Journalisten ist mehr. Reporter lassen uns teilhaben an fernen Ereignissen. Sie betten das Geschehen in den politischen und sozialen Kontext ein und helfen damit, die Welt besser zu verstehen.

Über Internet, SMS, Twitter, Facebook und Handyvideos kann jede Information selbst aus dem hintersten Winkel der Erde in Sekundenbruchteilen global verbreitet werden. Reporter geben dem wachsenden Zorn über korrupte Eliten, deren Machtmissbrauch und dem Freiheitsdrang eine Stimme. Dank der digitalen Revolution ist die Res Publica zum ersten Mal tatsächlich öffentlich. Deshalb werden Journalisten zunehmend zum Freiwild der Mächtigen. Wo, wie derzeit in der arabischen Welt, die Ungeduld nach politischen

Reformen wächst, steigt das Risiko für die Chronisten: Anfang März 2011 ermordete ein Gaddafi-Scharfschütze in der libyschen Stadt Bengazi den Blogger Mohammed Nabbus mit einem Kopfschuss. Wenige Wochen später starben in Misrata die Fotoreporter Tim Hetherington und Chris Hondros im Granatenhagel libyscher Regierungstruppen. Ägyptische Redakteure erhielten Morddrohungen, der syrische Geheimdienst verschleppte die Journalistin Dorothy Parvaz. Und diese Aufzählung ist alles andere als vollständig.

Weltweit wurden in diesem Jahr schon 22 Journalisten getötet. Viele mehr wurden verwundet oder in Haft genommen. Egal, ob in Russland oder Italien, in China oder in Sambia, in Usbekistan oder El Salvador: Wo immer sich repressive Regime, skrupellose Wirtschafts-

Die Schweizer Landsgemeinden (hier in Glarus) sind eine der ursprünglichsten Formen der Meinungsfreiheit und somit auch der Demokratie.



Imperien oder organisierte Kriminelle durch unabhängige Journalisten bedrängt fühlen, reagieren die Mächtigen mit brutaler Gewalt. Besonders rabiat, meldete die Nichtregierungsorganisation (NGO)

«Reporter ohne Grenzen» (RoG) am 20. Mai dieses Jahres, geht es derzeit im afrikanischen Uganda zu: «Mehrere ugandische Journalisten sind in den vergangenen Monaten (...) untergetaucht, nachdem sie Todesdrohungen erhalten hatten. (...) Eine in Uganda ansässige Journalistenorganisation berichtet von mindestens 30 Übergriffen (...) gegen Mitarbeiter internationaler Medien seit Ende April.»

Dem Autor dieses DOMO-Artikels kommt die Erinnerung an den indonesischen Offizier hoch, der ihn 1999 während des ost-timoresischen Unabhängigkeitskampfes mit den Worten warnte: «Du machst ein Problem? Wir töten dich - kein Problem!» Trefflicher hätte der Uniformierte seine Angst vor dem Menschenrecht auf Meinungs- und Pressefreiheit kaum ausdrücken können. Die Drohung war ernst gemeint: Am folgenden Tag wurde am Rand der Hauptstadt Dili die Leiche des holländischen Journalisten Sander Thoenes gefunden.

1948 nahmen die Vereinten Nationen das Recht auf freie Meinungsäusserung - und damit der Pressefreiheit - in den Kanon der universellen Menschenrechte auf. Expliziter sind die Europäische Menschenrechtscharta und viele nationale Verfassungen. So gewährleistet etwa Art. 17 der Schweizer Bundesverfassung «die Freiheit von Presse, Radio und Fernsehen sowie anderen Formen der öffentlichen fernmeldetechnischen Verbreitungen von Darbietungen und Informationen.»

Zwei Schützlinge der Hamburger Stiftung für politisch Verfolgte: Isabel Gamez aus San Salvador (Dritte von links) und M.A. aus Zentralasien (Dritte von rechts), die aus Angst vor Identifizierung auf dem Foto unkenntlich gemacht werden wollte. Die Familien der beiden Journalistinnen sind mit ihnen nach Hamburg geflüchtet. Links auf dem Bild Geschäftsführerin Martina Bäurle.

Und selbst die Verfassung der Volksrepublik China garantiert (zumindest theoretisch) den Bürgern in Art. 35: «... die Freiheit der Rede, der Publikation, der Versammlung, der Vereinigung, der Durchführung von Strassenumzügen und Demonstrationen».

Früher definierte der Einzelne die Welt noch über das Geschehen in der eigenen Dorfgemeinschaft. Was den Wikingern das Thing und vielen afrikanischen Stämmen das Palaver war, wird in einigen Gegenden der Schweiz bis heute in der Landsgemeinde praktiziert: Die Menschen kommen an einem öffentlichen Ort zusammen, diskutieren transparent über politische, soziale und wirtschaftliche Themen - und messen die Überzeugungskraft ihrer Argumente dann durch Hochhalten ihrer Stimmgabel. Es siegt die Mehrheit der abgegebenen Stimmen. So sollte das in der Demokratie auch sein.

Doch um Ideen und Visionen politischer Akteure so vielen Bürgern wie möglich nahezubringen und umgekehrt deren Meinungen in möglichst grosser Zahl einzufangen, braucht

«Wenn ihr zurückkommt, bringen wir euch beide um!»

Jimmy war acht Jahre alt, als er mit seiner Mutter Isabel Gamez vor einem Jahr aus El Salvador nach Hamburg kam. Die beiden hatten eine aufregende Reise hinter sich: die isländische Vulkan-Aschewolke hatte ihren Abflug verzögert - für die junge Radio-Journalistin und ihren Sohn bis zuletzt Grund zur Angst, von ihren mächtigen Feinden doch noch entdeckt und ermordet zu werden. Isabel hatte die umweltschädlichen Abbaupläne eines kanadischen Bergbaukonzerns aufgedeckt und über Radio Vittoria öffentlich gemacht. Daraufhin hatte es so konkrete Morddrohungen gegeben, dass «Reporter ohne Grenzen» einen «urgent action report» lancierte. El Salvador ist noch immer eines der gewalttätigsten Länder der Welt.

Auf den Hilferuf hatte die Hamburger Stiftung für politisch Verfolgte reagiert. Unauffällig war die Ausreise von Mutter und Sohn arrangiert

worden. Und jetzt stand Jimmy zum ersten Mal in seinem neuen Zimmer in Hamburg, sah durch das grosse Fenster auf den Park mit den alten Bäumen, die grünen Wiesen und den Fussballplatz - und riss die Vorhänge zu. Es sollte Monate dauern, bis der Junge den Mut gefunden hatte, dieses seltsame Verhalten zu erklären: «Zu Hause in El Salvador haben wir immer alle Fenster zugehängt und jede Nacht in einem anderen Zimmer auf dem Boden geschlafen. Wenn sie uns gesehen hätten, hätten sie uns durchs Fenster hindurch erschossen.»

Ein Jahr später kann Jimmy zwar noch immer keine offenen Vorhänge ertragen. Die traumatischen Erfahrungen haben sich tief in seine Kinderseele eingebrannt. Doch inzwischen geht der Junge alleine zur Schule. Nachmittags macht er den Park auf dem Fahrrad unsicher. Und sein grösster Wunsch, in einer Fussballmannschaft zu spielen, hat sich auch erfüllt. Isabel Gamez hat das Jahr über ihren Hörern zu Hause die Treue gehalten. Immer wieder hat sie ihnen aus Hamburg von ihrem neuen Leben ohne ständige Angst berichtet. Davon, wie es ist, die eigene Meinung ohne Todesfurcht kundtun zu können. «Zum ersten Mal in meinem



Auch aus 9400 Kilometern Entfernung nimmt Isabel Gamez ihre Verantwortung als Journalistin wahr.

Schule muss auch für den kleinen Jimmy sein: Aber Mama hilft ja ab und zu gern bei den Aufgaben.

Leben», sagt die junge Latina, «habe ich mich hier als freie Journalistin und, was noch wichtiger ist, als Frau und verantwortungsbewusste Mutter fühlen dürfen.» Eigentlich wäre ihr Jahr in Deutschland im März 2011 abgelaufen. Doch die Hamburger Stiftung hat es geschafft, dass die politisch Verfolgte bis auf Weiteres in Deutschland bleiben darf. Ihre Feinde in El Salvador haben sie nämlich nicht vergessen. «Wenn du und Jimmy zurückkommt», haben sie Isabel Gamez wissen lassen, «gibt es keine Chance mehr. Dann bringen wir euch beide um.»

JVD





Der amerikanische Journalist Daniel Pearl wurde 2002 in Pakistan von Al-Kaida entführt und enthauptet.

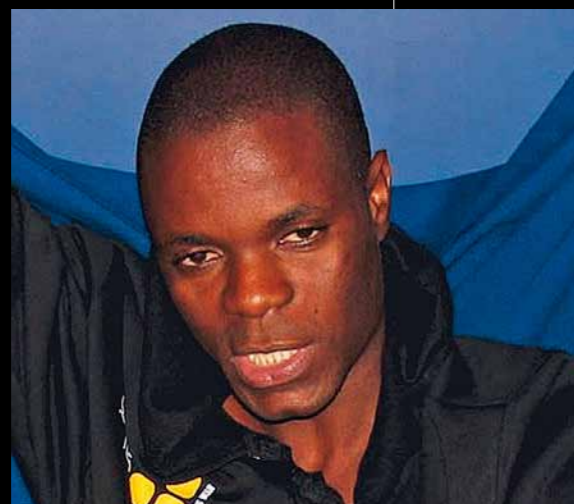
Einige sind so gefährdet, dass

wir ihre Namen nicht preisgeben können!

► es in unserer Zeit – unter anderem – eine blühende Medienlandschaft. Wohl gilt das bissige Bonmot des deutschen Journalisten Paul Sethe, demzufolge Pressefreiheit nichts anderes ist als «die Freiheit von 200 reichen Leuten, ihre Meinung zu verbreiten», bis heute. Doch entscheidend für die Bildung der eigenen Meinung ist die Verfügbarkeit einer Vielzahl in Stil und Meinung unterschiedlicher Medien. Zugegeben: gute Journalisten sind unbequem – für die Mächtigen wie für den eigenen Verleger gleichermaßen. Aber sie sind in diesem Austausch und Wettbewerb von Ideen, Visionen und Projekten der Transmissionsriemen, ohne den eine Demokratie nicht bestehen kann. Wer versucht, den Journalismus mit Hilfe der Justiz, mit Drohungen, vielleicht sogar mit Mord zum Schweigen zu bringen, mag sich die kritischen Beobachter kurzfristig vom Leib halten. Eine dauerhafte Lösung ist das aber nicht. Je aggressiver staatliche Zensoren die Pressefreiheit beschneiden, umso machtvoller wird sich – eher früher als später – der Zorn der Gegängelten entladen.

Doch der grenzenlose Informationsaustausch ist auch Schutz für die Medienschaffenden selbst. Seit 1985 schaut «Reporter ohne Grenzen» den Mächtigen weltweit auf die Finger, meldet im täglichen RoG-Barometer Verstöße gegen das Menschenrecht auf freie Meinungsäußerung und mobilisiert die globale öffentliche Meinung, wenn es um den Schutz verfolgter Journalisten geht.

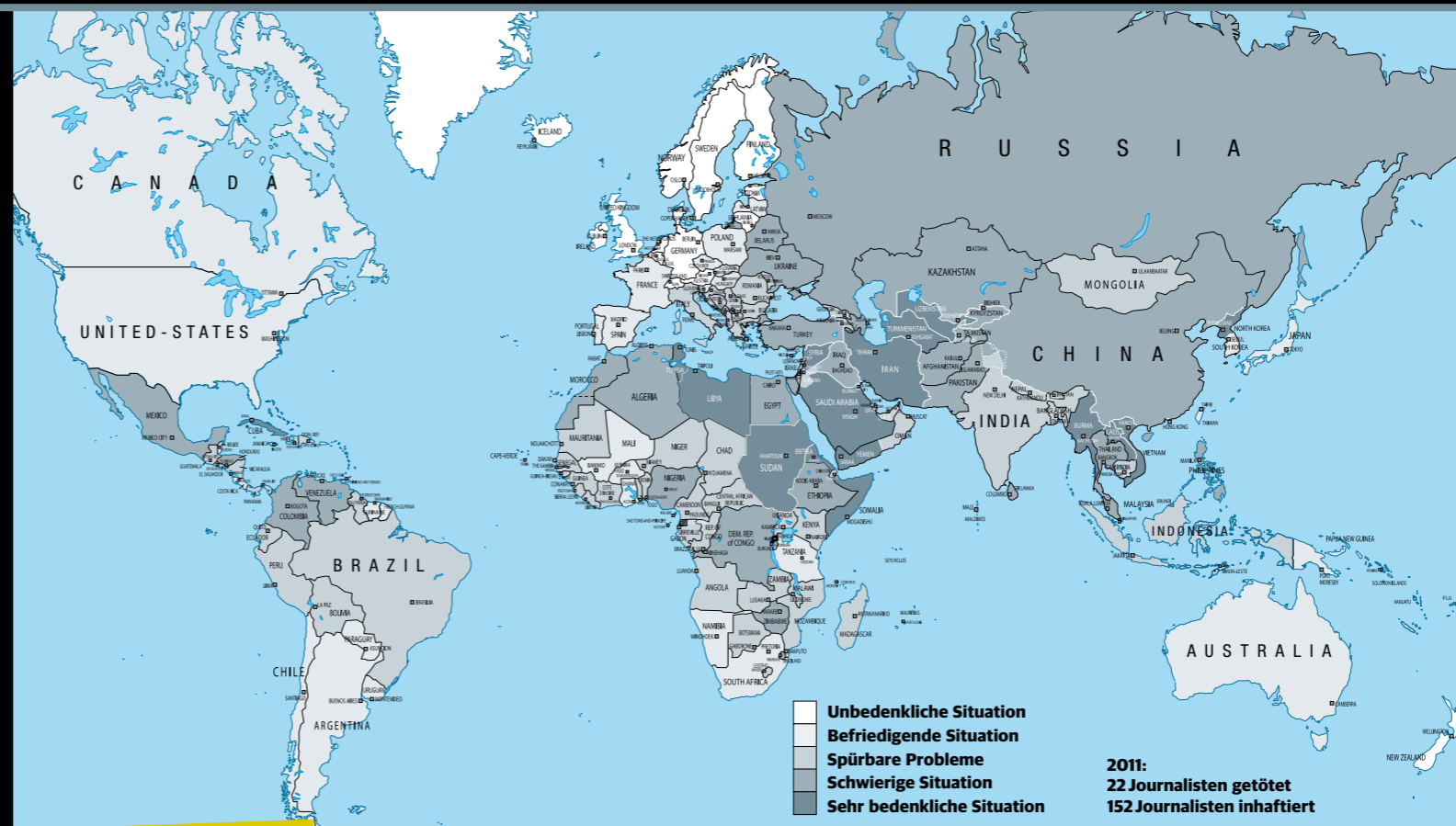
▼ Lloyd Himaambo konnte aus Sambia nach Hamburg fliehen. «Die Gefängniszelle hätte ich nicht überlebt.»



Auch im Kleineren haben die Journalisten begonnen, sich gegenseitig zu schützen und, wo möglich, zu helfen. So verbreitet der Münchner Verein «Journalisten helfen Journalisten» (JhJ) nicht nur Informationen über bedrohte Kollegen in aller Welt. Über Spenden ist JhJ auch immer wieder in der Lage, Journalisten aus der Gefahrenzone zu retten, sie finanziell zu unterstützen, in Ausnahmefällen sie für eine gewisse Zeit sogar nach Deutschland zu holen (siehe Interview rechts). Und in Hamburg schliesslich bringt die Hamburger Stiftung für politisch Verfolgte seit 25 Jahren wenigstens eine Handvoll bedrohter Menschen für 12 Monate in Sicherheit: Zeit, wieder zu Atem zu kommen, neue Kontakte zu knüpfen und sich Gedanken zu machen über die gefährliche Arbeit zu Hause nach Ablauf des Stipendiums. «Einige meiner Gäste», sagt Geschäftsführerin Martina Bäurle, «sind so stark gefährdet, dass wir ihre Namen nicht preisgeben können.» Bereit zu reden ist der derzeitige Stiftungsgast Lloyd Himaambo aus Sambia, der in seiner Onlinezeitung «Zambian Watchdog» den

Filz zwischen Regierungsstellen, einem gutbetuchten mutmasslichen Mörder und seinem Richter aufdeckte. Kurz bevor ihn die Justiz wegen «Missachtung des Gerichts» verhaften konnte, brachte ihn die Hamburger Stiftung in Sicherheit: «Die Gefängniszelle hätte ich nicht überlebt», weiss der junge Sambier. Doch bei allen Problemen: Es gibt auch Zeichen der Hoffnung: In Mexiko treiben der Drogenkrieg und korrupte Behörden die Menschen inzwischen auf die Strasse. Dass ihr Land weltweit als eines der gefährlichsten für Journalisten gilt, dass ihr Menschenrecht auf Pressefreiheit akut bedroht ist – die Mexikaner nehmen all dies nicht mehr schweigend hin. Die Feinde der Pressefreiheit, die Zensoren und die Handlanger staatlicher Repression sollten sich daher nicht in Sicherheit wiegen. Mexiko, Tunis und Kairo sind nur der Anfang. Wie eine Kettenreaktion wird sich der Zorn der Informationsgegängelten entladen. Eher früher als später. Überall. ☘

Text: Johannes von Dohnanyi
Fotos: Marcus Vogel (3), Adrees Latif/Reuters, John Heilprin / AP Photo, Ho New/Reuters



Pressefreiheit weltweit 2011 im Überblick

«Wir wollen helfen und informieren»



Carl Wilhelm Macke
Geschäftsführer
«Journalisten helfen Journalisten»

Herr Macke, warum braucht es Ihre Hilfsorganisation?
Carl Wilhelm Macke: Seit der Ermordung des SZ-Reporters Egon Scotland vor 20 Jahren im kroatischen Kriegsgebiet ist es unsere Aufgabe, in Not geratenen Kollegen, deren Hinterbliebenen und Familien solidarisch und unbürokratisch zu helfen. Zugleich informiert der Verein über das Schicksal von verfolgten, verletzten, vertriebenen oder getöteten Journalisten. **Und an Arbeit mangelt es Ihnen wohl nicht?**

Ganz im Gegenteil. Es wird immer mehr. Ursprünglich beschäftigten wir uns vor allem mit den Staaten des ehemaligen Jugoslawiens. Inzwischen unterstützen wir Kollegen weltweit, von Belarus über Zentralasien, Pakistan und Ostafrika bis hin nach Syrien. Und diese Liste ist noch längst nicht vollständig. **Wie kann ein relativ kleiner Verein wie der Ihre die ganze Welt abdecken?**

Das geht nur durch Kooperation mit vielen anderen Organisationen. Unter dem Dach von Journalisten in Distress gibt es inzwischen ein weltweites Netzwerk, zu dem unter anderem Reporter ohne Grenzen in Paris und Berlin, aber auch das amerikanische Committee to Protect Journalists, Article 19 in London, der Internationale Pen und viele Organisationen mehr gehören. Koordiniert wird das Ganze von der kanadischen Organisation Canadian Journalists for Free Expression. Und wenn wir bedrohte Journalisten haben, die temporär nach Deutschland in Sicherheit gebracht werden müssen, wenden wir uns in der Regel an die Hamburger Stiftung für politisch Verfolgte.

Wie finanzieren Sie Ihre Arbeit?
Wir alle arbeiten ehrenamtlich. Und unsere Aktionen finanzieren wir ausschliesslich über Spenden und Mitgliedsbeiträge. Andere Geldquellen haben wir nicht.

Interview: Johannes von Dohnanyi

HAMBURGER STIFTUNG für politisch Verfolgte

Wer akut in Gefahr schwebt

Die Hamburger Stiftung für politisch Verfolgte nimmt ihre Auslese von jährlich bis zu fünf Kandidaten weder nach Berufsgruppen noch nach Herkunftsland vor. Laut Satzung ist die einzige Voraussetzung für eine Einladung, dass der Gefährdete wegen seines Einsatzes für Freiheit und Demokratie in akuter Gefahr schwebt. Dass sich unter den Gästen so viele Journalisten befinden, zeigt, wie gefährlich dieser Beruf in vielen Gegenden der Welt geworden ist. Ins Leben gerufen wurde die Stiftung vor 25 Jahren durch einen Beschluss des Hamburger Parlaments. Etwa ein Drittel ihres Budgets wird aus dem Hamburger Landeshaushalt finanziert. Dennoch ist die Hamburger Stiftung eine von der Politik unabhängige Nichtregierungsorganisation (NGO) geblieben. So erfolgreich ist die Stiftung in ihrer Arbeit, dass mehrere holländische Städte jetzt überlegen, das Modell für eine eigene NGO zu kopieren. Spenden an die Stiftung sind willkommen unter: Hamburger Sparkasse, Bankleitzahl 200 505 50, Kontonummer 1022 250 359.



Mehr Infos finden Sie auf diesen Links:
www.hamburger-stiftung.de
www.reporter-ohne-grenzen.de
www.journalistenhelfen.org
<http://www.amnesty.org>

Ringiers digitales Baby

Mit «The Collection» hat Ringier erstmals ein reines iPad-Magazin herausgebracht. Dieses besticht durch eine Vielzahl multimedialer Inhalte.

Genau 9741 Kilometer liegen zwischen Zürich und Ho Chi Minh City. Dreizehn Stunden Flug, mit Umsteigen in Bangkok. Reisetech-nisch eine halbe Ewigkeit. Für die Macher des iPad-Magazins The Collection ist diese Entfernung ein Klacks, sie überwinden sie mit einem Mausklick. Dank dem neu entwickelten «Ringier iPad Production System» (RIPS) können Multimedia-Inhalte wie Slideshows, Audio-, Video- oder

Hyperlinks in Sekunden via Drop-Box von Kontinent zu Kontinent ausgetauscht und von allen Beteiligten gleichzeitig bearbeitet und kontrolliert werden. «Das Ganze ist vorerst mal ein Experiment», gibt Thomas Trüb, der Initiant dieses Projektes, zu bedenken. Die Entstehungsgeschichte des neuen iPad-Magazins zeigt aber, dass Ringier durchaus eine Chance in diesem neuen Format sieht. Und dass man daran fleissig und schnell arbeitet. Der Ringier-Journalist Peter Hossli roch den Braten zuerst. «Als Steve Jobs im Januar 2010 das iPad der Welt präsentierte, redeten alle nur von Apps und Spielen. Mir war jedoch damals schon klar, dass man auf einem solchen Gerät ein journalistisches Produkt machen muss.» Dabei dachte Hossli allerdings eher an ein klassisches, wöchentliches Nachrichtenmagazin. Thomas Trüb, der bei Ringier den Bereich «Neue Märkte» leitet, zeigte sich von der Idee eines journalistischen iPad-Magazins begeistert, gab jedoch einem monothematischen Magazin grössere Chancen. «Fokussiert man sich auf ein Thema, kann man dieses den Lesern vertiefter und in unterschiedlichen Facetten zugänglich machen», liess sich auch Hossli überzeugen. Die praktische Arbeit an The Collection begann im Sommer 2010 unter strenger Geheimhaltung. Nicht mal eine Hand voll Leute wusste zu diesem Zeitpunkt von dem Projekt. Im September stellte die verschworene Truppe um Trüb, Hossli und Creative Director Stéphane Carpentier einen Prototyp zum Thema Prostitution her. Daneben wurde immer wieder über mögliche Themen Umsetzungen und Strategien gesprochen, die

Mehr Infos zu The Collection erhalten Sie auf der Website www.the-collection-magazine.com. Besuchen Sie auch den iTunes-Store und schauen Sie sich kostenlos die Light-Version von Collection an: <http://itunes.apple.com/>

The Collection ...



... ist ein Magazin, das Ringier exklusiv für iPads produziert. Pro Ausgabe wird ein Thema vertieft und interaktiv präsentiert.

Dafür haben die Macher den Aufwand nicht gescheut, mehr als 20 visuelle Formate zu entwickeln, die über die Darstellung von Bild und Text hinausgehen. Die erste Ausgabe erschien am 12. April. Die Anfang Juni erschienene zweite Ausgabe des Magazins zeigt den App-Usern viele multimediale Informationen zum Thema Reproduktion und Leihmutterschaft. Die Redaktion von The Collection arbeitet in Zürich, die grafische Umsetzung erfolgt in Ho Chi Minh City. Die Endproduktion findet in Lausanne statt. The Collection erscheint monatlich in Deutsch, Englisch und Chinesisch und ist im iTunes-Store erhältlich. Eine Light-Version zum Reinschnuppern in The Collection können User seit kurzem kostenlos im App-Store herunterladen.



Dezentralisierung der Produktionsorte festgelegt und über Businessplänen gebrütet. «Zuerst wollten wir das Magazin wöchentlich erscheinen lassen, dafür fehlten uns aber die Ressourcen», sagt Hossli, «denn das Erstellen der Inhalte ist schon ziemlich aufwendig.» Ein weiteres Problem war zu jenem Zeitpunkt auch die Technologie der

Umsetzung. Hossli: «Die meisten Magazine werden heutzutage mit Woodwing erstellt, aber wir haben schnell gemerkt, dass wir viel weiter gehen wollen, als Woodwing erlaubt.» Die Lösung dieses Problems kam aus der Westschweiz, genauer aus Lausanne. Marc Carrard und Romain Rosay, zwei Web-Ingenieure von Ringier Romandie, kamen nach

Zürich, stellten ihre Laptops auf und hatten das Problem mit ihrem neuen Content-Management-System innerhalb eines Tages gelöst. Dafür stellte sich eine neue Frage: Kann man das Risiko eingehen, ein solch gewagtes Projekt aufzugleisen, wenn zwei unersetzbare Personen wie Carrard und Rosay daran massgeblich beteiligt sind? Hossli schmunzelt: «Ich

In der aktuellen Ausgabe über «Das globale Baby» beschreibt The Collection in vielen virtuellen Facetten auch die Themen Geburt (links), Familie (Mitte) und Fruchtbarkeit (rechts).

fragte sie, was passiert, wenn einer von ihnen von einem Tiger gefressen wird?» Eine Antwort fand man nicht – und ging das Risiko trotzdem ein. Im Oktober und November erstellte das Team – noch immer im Verborgenen – eine zweite Nullnummer zum Thema Kokain. Diese wurde dann Ende November dem Verwaltungsrat vorgelegt. Resultat: Das Projekt ▶

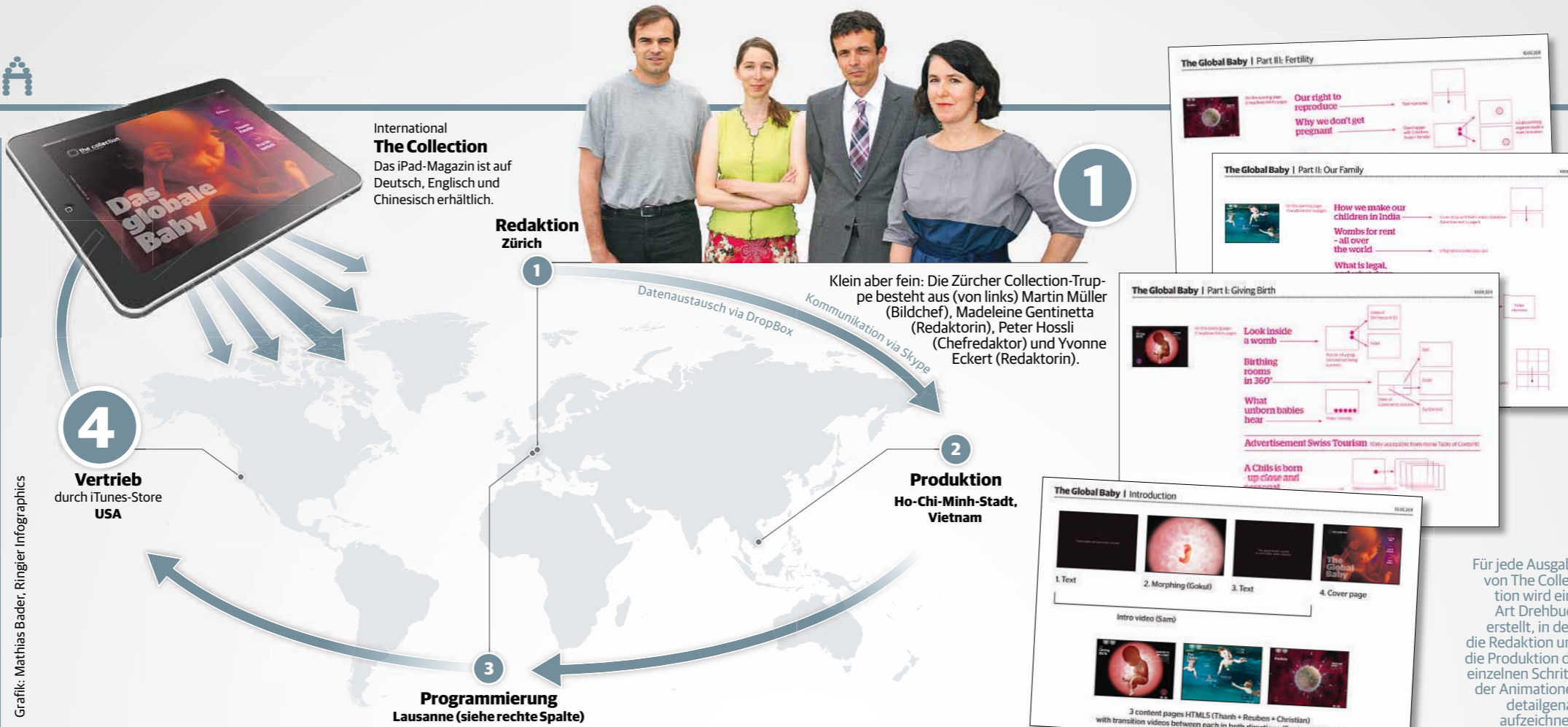
► bekam offiziell grünes Licht. Anfang Januar bezog die kleine Redaktion ihre Büros an der Dufourstrasse in Zürich und begann die erste Ausgabe von The Collection zum Thema Prinz William vorzubereiten. Als Redaktoren beschäftigt Hossli Journalisten, die sehr visuell denken und eine Geschichte vielfältiger erzählen können als nur mit Wort und Bild. Hossli erklärt: «Ein Magazin auf einem iPad zu gestalten, ist eben viel mehr als nur Fotos und Text zusammenzusetzen.»

Gleichzeitig baute Creative Director Stéphane Carpentier sein Grafik-Team in Vietnam auf. Die Teams in Zürich, Vietnam und Lausanne kommunizieren seither mit Skype, die Fotos, Texte und Multimediainhalte lagern in einer Dropbox, auf die alle beteiligten Zugriff haben und an denen alle gleichzeitig arbeiten können. Auch die Übersetzer. «Unser Job in Zürich ist es, die Inhalte zu generieren», erklärt Hossli, «unsere Kollegen in Vietnam verarbeiten diese dann visuell in verschiedene Formate. Und am Schluss werden die Dateien zur Endbearbeitung nach Lausanne geschickt.»

Am 17. März war die erste Ausgabe über Prinz William bereit, nun musste die fertige App noch nach Cupertino (USA) geschickt werden, denn Apple muss jede beantragte App vor dem Aufladen in den iTunes-Store bewilligen. «Wir haben ganz schön gezittert», gibt Hossli zu, «denn es existieren Horrorgeschichten, in denen das Bewilligungsverfahren oft Monate dauert.» Umsonst gebibbert - Apples Bestätigung kam rechtzeitig am 5. April per E-Mail. Der Roll out von The Collection konnte pünktlich am 12. April beginnen.

Was hat denn nun das neue Ringier iPad-Magazin, was andere nicht haben? «Collection hat den Aufwand nicht gescheut, visuelle Formate zu entwickeln, die extrem interaktiv sind», sagt der Chefredaktor. «Wir haben pro Ausgabe etwa 20 verschiedene multimediale Formate, die anders sind als nur Text und Bild. Das Ganze ist extrem multimedial.» In der zweiten Ausgabe, die gerade erschienen ist, behandelt The Collection das Thema Reproduktion. Und in der Sommerausgabe steht der Fussball und die Champions League im Mittelpunkt.

Für Thomas Trüb, den Initiator von The Collection, ist es besonders erfreulich, dass Ringier dieses Magazin hausintern auf die Beine gestellt hat. «Die Software kommt von Ringier Romandie, die kreativen Möglichkeiten wurden von Stéphane Carpentier



Grafik: Mathias Bader, Ringier Infographics

International The Collection
Das iPad-Magazin ist auf Deutsch, Englisch und Chinesisch erhältlich.

Redaktion Zürich

1
Klein aber fein: Die Zürcher Collection-Truppe besteht aus (von links) Martin Müller (Bildchef), Madeleine Gentinetta (Redaktorin), Peter Hossli (Chefredaktor) und Yvonne Eckert (Redaktorin).

2
Produktion
Ho-Chi-Minh-Stadt, Vietnam

3
Programmierung
Lausanne (siehe rechte Spalte)

Der internationale Workflow

Nachdem das Team in Zürich die Inhalte generiert hat, werden diese von den Designern in Vietnam visuell verarbeitet. Zum Schluss werden die fertigen Bilder nach Lausanne geschickt.



Der indische 3D-Spezialist Gokul Raj modelliert ein 3D-Baby für die zweite Ausgabe von The Collection.

und seinem Team entwickelt und umgesetzt, und Peter Hossli liefert mit seiner Truppe in Zürich die qualitativ hochstehenden Inhalte», zählt Trüb auf. Natürlich müsse man mit

diesem Pilotprojekt noch viel lernen. «Es ist ein Experiment.» Immerhin sei der Applikationsmarkt noch sehr jung. Trüb: «Wir müssen vor allem herausfinden, welches die richtigen

Themen sind und wie wir diese international vermarkten können. Trotzdem: Mit diesen hausinternen Kapazitäten gehört Ringier heute zu den weltbesten Anbietern.» Zumindest

Ton-Designer Nic Dunford (o. l.), Grafik-Leiter Stéphane Carpentier, Thanh Dang, Produzent (rechts).

solange die beiden Kollegen aus Lausanne nicht von einem Tiger gefressen werden ...

Text: Andi Kämmerling
Photos: Stéphane Baehler

«Einzigartig»

Erst seit vergangener Herbst gibt es in Lausanne die Abteilung RIPS (Ringier iPad Production System). Personelles Herzstück von RIPS sind Marc Carrard und Romain Rosay. Unter der Leitung dieser beiden kreativen Köpfe hat sich schon in dieser kurzen Zeit viel getan. «Im September 2010 bekamen wir von der Westschweizer Zeitschrift 'L'illustré' den Auftrag, eine iPad-Version ihres Magazins zu machen», erinnert sich Carrard. «Da der dortige Markt nicht gross ist, sollten wir eine multimediale Lösung finden, die nicht teuer und auch für andere Titel anzuwenden ist.»

Sagt, getan. Die von Carrard und Rosay rasch entwickelte neue Software ermöglicht es den Redaktionen, ihre gedruckten Inhalte in digitaler Form darzustellen und (dank eines ausgeklügelten, einfachen Drag-and-Drop-Systems) mit Multimedia-Inhalten wie Slideshows, Audio-, Video- oder Hyperlinks anzureichern. Und das mit ein paar wenigen Klicks und ohne grosse technische Kenntnisse. Auch das iPad-Magazin The Collection wird mit der neuen RIPS-Technologie hergestellt. «Wir sehen unsere Rolle nicht nur in der Weiterentwicklung unserer Technologie, die einzigartig auf der Welt ist, sondern auch im technologischen Support während der Produktion von The Collection», sagt Carrard. Und Rosay fügt an: «Für Marc und mich ist es Motivation und Herausforderung, die Grenzen dieser Technologie auszuloten und wo es geht, auch zu erweitern.»

AK
Foto: Blaise Kormann/L'illustré



Marc Carrard und Romain Rosay sind Kopf und Herz des Teams in Lausanne.

Ringier-Foto des Quartals

Die Ringier-Fotografen zeigten erneut ihre Klasse: Drei Fotos aus Ungarn und eines aus der Schweiz schafften es ins DOMO.

GERI BORN

Fotograf

MARKUS SCHNETZ
STEFAN SUTTER
Bildredaktion

1 Das Foto wurde für die Schweizer Illustrierte in einer modernen Wohnung mit Seeblick gemacht, die der Fotograf in ein Fotostudio umgewandelt hatte. «Für mich ist es immer speziell, in einer Location zu arbeiten, weil ich ja sonst im Studio bin», sagt Born. Doch ganz unproblematisch verlief das Photoshooting nicht: Der Besitzer der Wohnung war von seiner Frau nicht über die Anwesenheit des Teams informiert worden und war sehr überrascht. «Die Babies haben aber super mitgemacht, sie benahmen sich recht anarchisch, blieben aber erstaunlicherweise immer in der Aufnahme», lacht Born, «ich musste eher die Mütter bändigen, die liefen mir dauernd ins Bild.» Das international bekannte Model Anouk Manser sei stark auf die Kinder eingegangen, erzählt Born. «Ich habe das ganze Shooting sehr präzise vorbereitet und brauchte nicht mehr als 20 Minuten für das Bild, von dem Moment an, in dem die Babys auf die Bühne krabbelten. Den Zeitpunkt der Aufnahme haben wir so gewählt, dass die Kleinen gegessen hatten und ausgeruht waren». Das Foto erschien am 26. April in der Schweizer Illustrierte als Auftakt für eine News-Geschichte im SI-Elektronik-Magazin Log in.

ZSOLT REVICZKY

Fotograf

FEJÉR GÁBOR
Bildredaktion

2 Mehrere Tausend junger Menschen gingen am 16. April in Budapest auf die Strasse, um den traditionellen «Marsch der Lebenden» zu zelebrieren. Dieser Umzug findet jedes Jahr zum Gedenken an den Holocaust in Ungarn statt. Denn genau an diesem Tag wurden die Juden 1944 in Kárpátalja, dem von zahlreichen Ungarn bewohnten westlichen Teil der Ukraine, in Ghettos deportiert. Da der Gedenktag in diesem Jahr auf einen Samstag fiel, verschoben die Veranstalter den Umzug aus Respekt vor den Regeln der jüdischen Religion auf den Sonntag. Der «Marsch der Lebenden» ist weltweit der stärkste Protest jüdischer Jugendlicher gegen die Verleugnung des Holocaust. «Auf dem letzten Teil des Marsches hielten die Teilnehmer brennende Fackeln in den Händen», erinnert sich der Fotograf Zsolt Reviczky, der den Anlass für die Zeitung Népszabadság festhielt, «der Anblick dieser riesigen Masse meist junger anmutiger Menschen, die mir mit Würde – und trotzdem noch fröhlich – entgegenschritten, war auch für mich eindrücklich und bewegend.»

VIKTOR VERES

Fotograf

GÁBOR HEGEDŰS
Bildredaktion

3 Dieses Foto eines Feuertornos wurde am 28. Februar im ungarischen Blikk publiziert und anschliessend auch von der BBC, dem Telegraph, Reuters, der englischen Sun und im National Geographic veröffentlicht. Viktor Veres hatte den Auftrag, nachts eine brennende Plastikfabrik in der Nähe von Budapest zu fotografieren. «Ich suchte stundenlang einen Ort, von wo ich ein gutes Bild machen kann, ohne die Feuerwehrleute zu stören», sagt Veres, «und es musste auch ein sicherer Ort sein, weil ich vor vier Jahren bei einem ähnlichen Einsatz mal fast verbrannt wäre.» Plötzlich sei eine heftige Windböe herangefegt und über der Fabrik habe sich sofort der Feuertornado gebildet. «Ich hatte ein unwahrscheinliches Glück, dass mir dieses Foto gelungen ist», so Veres, «einerseits ist so ein Feuertornado natürlich ein seltener, bedrohlicher und spektakulärer Anblick, auf der anderen Seite ist sowas auch sehr gefährlich.» Im entstandenen Luftwirbel wurden die Flammen meterhoch in den Himmel getragen und «tanzten» minutenlang über die Erde, bevor die Feuersäule so schnell wieder verschwand, wie sie aufgetaucht war. Verletzt wurde niemand.

SZILVIA KOVÁCS

Fotografin

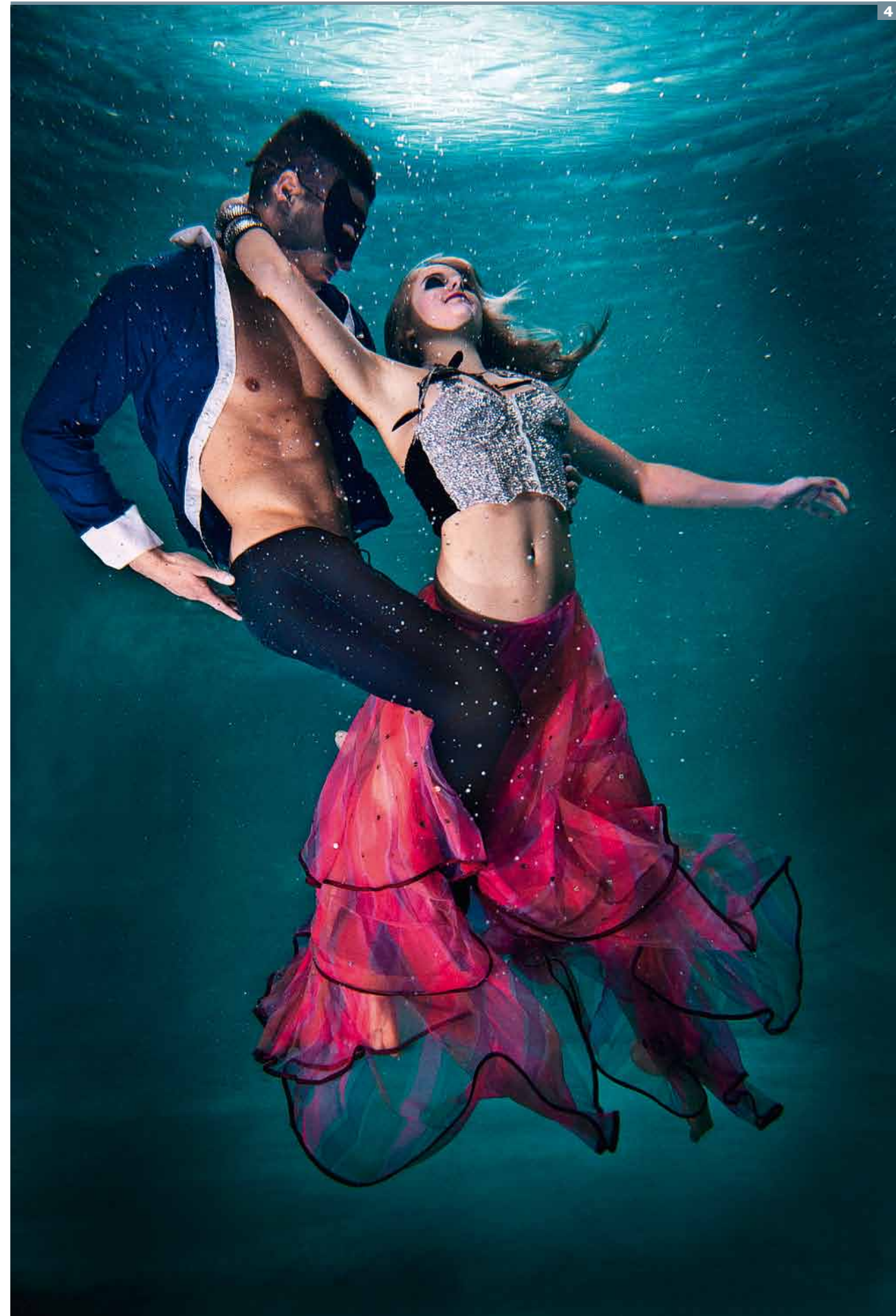
CSABA MÁTÉ
Bildredaktion

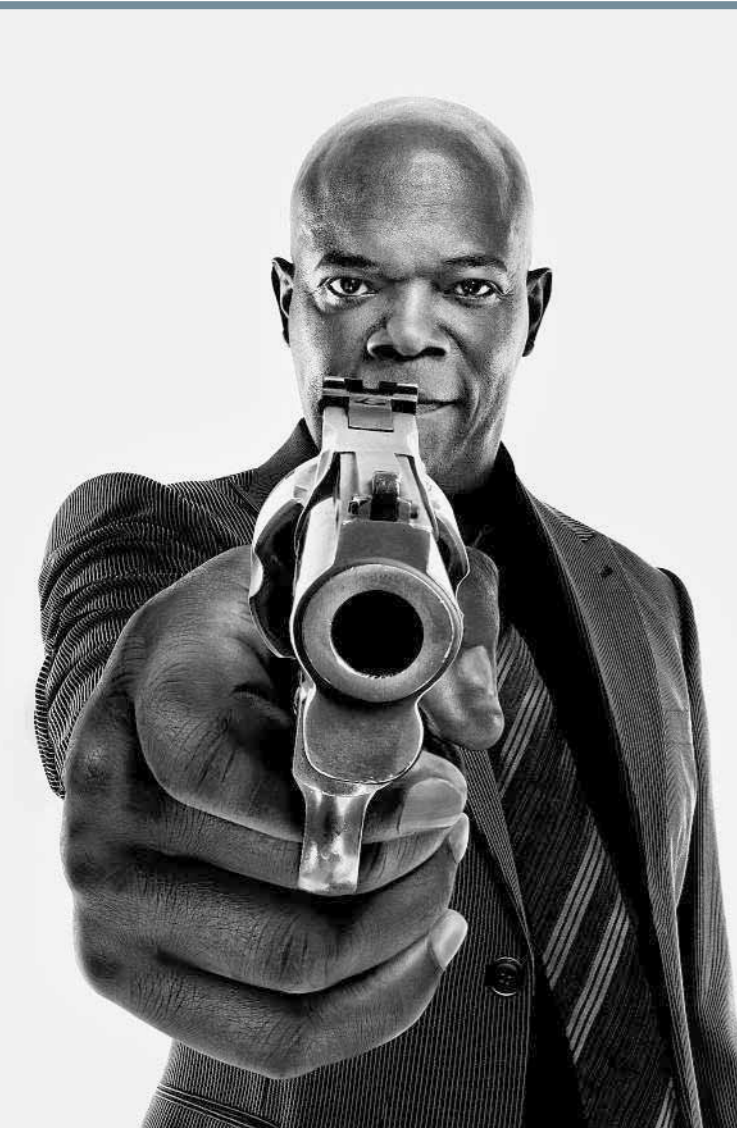
4 Das ungarische Modemagazin IM plante für die Juni-Ausgabe ein intimes, sexy Photoshooting, das etwas mit dem Element Wasser zu tun haben sollte. Bildchef Csaba Máté: «Nach einem Brainstorming hatten wir die Idee, ein Pärchen mit modischen Kleidern ins Wasser zu schicken und die Fotos unter Wasser zu machen.» Dabei sollte die Unterwasseratmosphäre wie ein Foto-Set auf dem trockenen Boden wirken und auch die Models mussten sich so bewegen, als würden sie an der frischen Luft fotografiert. Das Photoshooting fand in einem Aquapark bei Budapest statt, der eine spezielle Unterwasserbox für Fotografen bereitgestellt hat. «Die grösste Schwierigkeit war, dass die Models für jede Aufnahme über drei Minuten unter Wasser bleiben mussten», erklärt die Fotografin Szilvia Kovács, «und nach jedem Auftauchen musste der Stylist Krisztian Sebo das Make Up und die Frisuren der Models erneuern.» Und vermutlich auch ihre Kleider trocknen...



111 Fotos aus fünf Ländern nahmen an der Auswahl zum Ringier-Bild des Quartals teil. Alle eingesandten Fotos können Sie anschauen auf <http://domo.ringier.com>

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





«Gib immer alles und hoffe, es sei genug»

Vor 30 Jahren liess sich **Marco Grob** vom Queen-Sänger Freddie Mercury inspirieren. Heute ist der Schweizer einer der begehrtesten Fotografen der Welt. Ringiers Schweizer Illustrierte engagierte ihn für ihr Jubiläum.

Fliessend wechselt er zwischen Englisch und Schweizerdeutsch, der kräftige und grossgewachsene Mann, der am Stadtrand von Zürich ein Team emsiger Helfer dirigiert. Sie richten ein Studio für eine Fotosession her. Marco Grob, der kräftige Mann, kümmert sich um jedes Detail. Weist einen Maler an, die Flecken auf der Leinwand zu überma-

len. Stellt eigenhändig den Ventilator ein, damit die feuchte Farbe rechtzeitig trocknet. Alles muss bereit sein, wenn in zehn Minuten Daniel Vasella kommt. Der Verwaltungsratspräsident des Pharmariesen Novartis - Jahresverdienst: 22,13 Millionen Franken - ist einer der 100 einflussreichen Schweizer, die Fotograf Grob für die «Schweizer

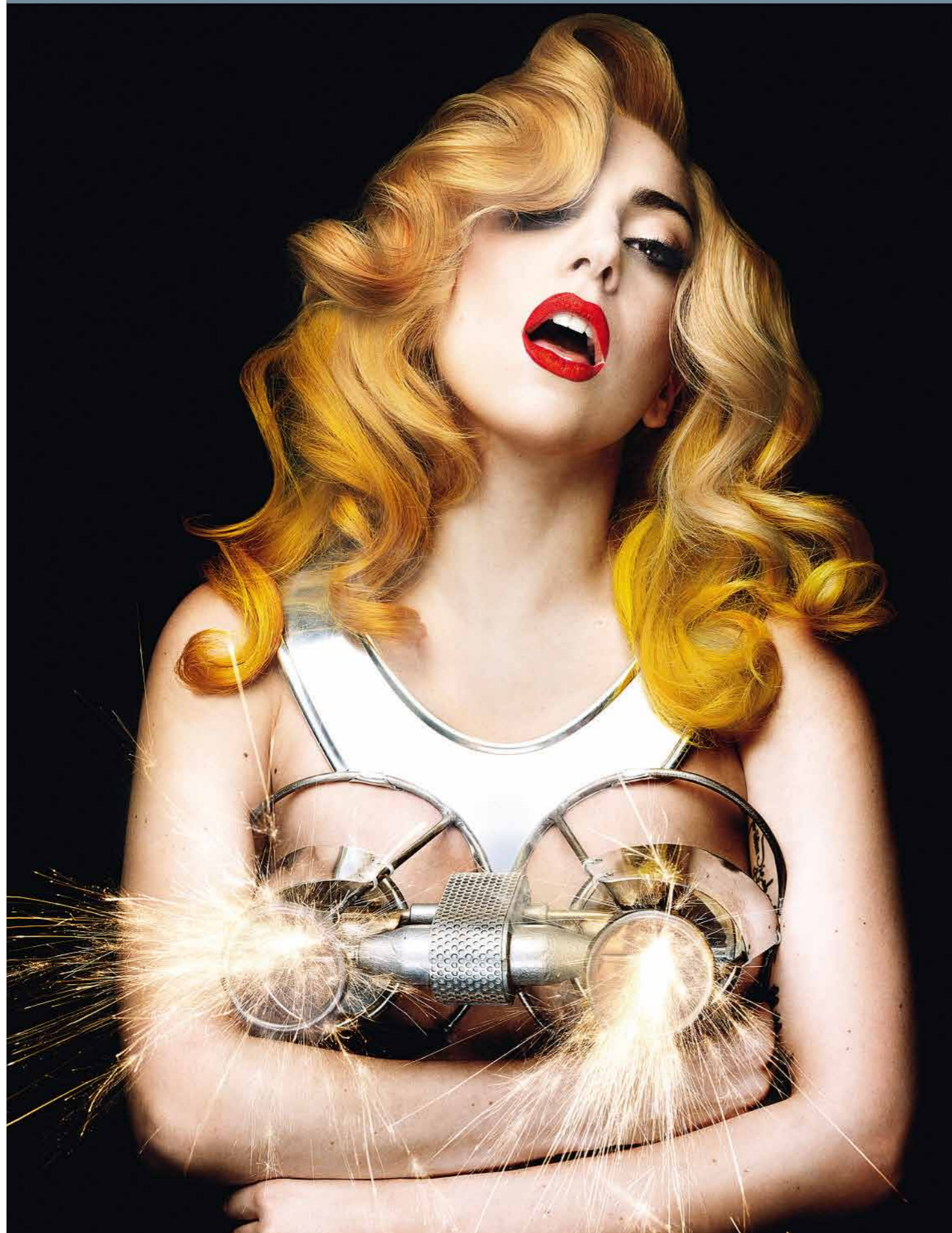
Illustrierte» porträtiert. Das Ringier-Magazin feiert Ende Jahr das 100-Jahr-Jubiläum - und leistet sich für eine Sondernummer den derzeit gefragtesten Porträtfotografen. Grob, 1965 geboren am Jurasüdfuss in Olten, lebt in New York und fotografiert alle, die Rang und Namen haben. Zu seinen Kunden zählen die US-Magazine «Time» und «New York Times Magazine», die grossen Studios in Hollywood, Konzerne wie Nike und Tag Heuer, die Uno. Barack Obama stand ihm vor der Linse, ebenso Hillary und Bill Clinton, Steve Jobs und Lady Gaga, Uma Thurman und Leonardo DiCaprio. Ist es für ihn nicht seltsam, wenn er jetzt für die «Schweizer Illustrierte» Vreni Schnei-

der und Moritz Leuenberger fotografiert? Grob winkt ab. Die Frage irritiert ihn. «Jeder Job ist gleich wichtig.» Anders kann er nicht arbeiten. Er trägt schwarze Hosen, dazu ein schwarzes T-Shirt. Die Schuhe, die er wie die anderen ausgezogen hat, sind schwarz, ebenso die Socken. Weiss leuchten nur die Stoppeln im heute noch nicht rasierten Gesicht. «Ein ideales Portfolio ist eines, bei dem man nicht sieht, wer der Kunde war», sagt Grob. Nimmt er die Kamera in die Hand, will er Bilder machen, die «in einem Buch, einem Magazin, auf einem Werbeplakat oder an der Wand eines Museums wirken.» Ob er nun Sir Elton John fotografiert oder den Bündner Vasella.

Grob wirkt angespannt, nervös. Er brauche diese innere Unruhe, um sich zu konzentrieren, sagt er später. Mit einem Witz versucht er das Team und vor allem sich selbst aufzuheitern. «Auch Vasella muss die Schuhe ausziehen - das wird bestimmt lustig.» Niemand lacht, alle sind beschäftigt. Das halbe Dutzend Helfer richtet hier noch eine Lampe, misst dort das Licht, schiebt ein Stativ an die passende Stelle. Grob schlüpft in die Schuhe, schlurft in die Küche, löffelt ein Joghurt. Es klingelt. Vasella. «Okay, phones off», ruft Grob, Mobiltelefone abstellen. Das verlangte er von seinen Leuten im Weissen Haus, das verlangt er in der alten Zürcher Fabrik, die heute

Links: Der US-Schauspieler Samuel L. Jackson liess sich von Grob in Gangster-Pose ablichten.
Mitte: Marco Grob beim Shooting mit dem Tennis-Star Maria Sharapova in Los Angeles.
Rechts: Auch der US-Schauspieler George Clooney wurde vom Schweizer auf originelle Weise für das renommierte «Time» Magazine fotografiert.

ein Fotostudio ist. Er behandelt alle gleich, «mit Respekt, aber distanziert», sagt er. Smalltalk weicht er aus. Fragen stellt er nicht. «Ich darf vor dem Shoot keine Beziehung aufbauen, sonst geht die Beziehung an der Kamera vorbei - und die Kamera ist in diesem Geschäft das einzig Wichtige.» Nachher, wenn das Bild sitzt, werde es oft schön. Eine halbe Stunde plauderte er mit Bill Clinton. Mit Jeff Bridges spielte er Klavier, mit Michael Douglas ass er drei Stunden zu Mittag. «Grüezi», sagt Grob, drückt Vasellas Hand, wendet sich ab. Eine Assistentin führt den Manager in den Schminkraum. Nur zwei Minuten ▶



PERSÖNLICH
Marco Grob über Marco Grob

«Ich wuchs in Olten auf, einem Kaff in der Schweiz. Mit fünfzehn absolvierte ich eine Schnupperlehre bei einem Fotografen. «Du hast kein Talent», sagte der Lehrmeister damals zu mir. Während meiner Lehre zum Maschinenbauzeichner arbeitete ich von 1980 bis 1984 als Stagehand bei Good News - als Weekend-Job. Ich empfand diese Zeit als Fenster zur Welt! Absolut grossartig - AC/DC, Queen, The Who ... zum Anfassen. Freddie Mercury zuzuschauen, wie er alles gab, immer und immer wieder, das war Mindblowing und half mir meine Arbeitsethik zu entwickeln: Gib immer alles und hoffe, es sei genug. Und nimm dabei immer die Arbeit wichtig - doch nicht allzu sehr dich selbst. Ich begann zu wandern. Assistierte in Los Angeles bei einer Fotografin. Betrieb ein Fotostudio, lebte in Südafrika, suchte. Anfang 2008 zog ich nach New York. Sieben Monate dauerte es, bis ich mein erstes Bild für den US-Markt machte - für das New York Magazine. Mein Durchbruch war dann ein Cover mit Hillary Clinton.»

Heute ist Grob für die Grossen tätig, «Time», «Vogue», «Vanity Fair», «Esquire», «GQ» und «Die Zeit». Stets lässt er sich vertraglich zusichern, welches seiner Bilder den Titel ziert. Zu seinen kommerziellen Kunden gehören TAG Heuer, Disney, Marvel Studios, Adidas, Nike und Louis Vuitton.

▲ Der US-Präsident Barack Obama diskutiert im Oval Office für einmal keine Weltpolitik, sondern mit Grob (links) das bevorstehende Fotoshooting.

◀ Der Schweizer durfte sogar die zurzeit einflussreichste Frau der Welt inszenieren: Lady Gaga.



► später steht er vor der Leinwand, natürlich mit Schuhen an den Füssen. Grob schnippt mit den Fingern. Alle eilen an die vereinbarten Positionen. An ein eingeübtes Ballett erinnert das Team. Alles geht schnell, wirkt nie gehetzt, nahtlos klappen die Übergänge. Jetzt spricht nur noch der Fotograf, und der sagt wenig. «Ein bisschen runter.» «Sehr schön.» «Gut.» «Ja, das geht so.» Er drückt auf den Auslöser, zweimal, dreimal, achtmal. «Ja, sehr schön.» Dann noch zweimal. «Bereits fertig, und Sie sehen gut aus.» Vasella ist erstaunt, wie rasch es ging. Fotografieren andere stundenlang, reichen dem Solothurner zwei, maximal fünf Minuten. «Für ein au-

thentisches Bild - und darum geht es mir - braucht es nicht mehr», sagt er. «Was nachher kommt, ist unecht.» Selten länger als zwei oder drei Minuten könnten Menschen aufmerksam sein. «Schaffe ich es nicht, in dieser Zeit echte Intimität einzufangen, gelingt es mir nie.» Mit einem poetischen Bild beschreibt er die Arbeitsweise. «Vor mir brennt eine kleine Flamme, es weht ein heftiger Wind. Es ist meine Aufgabe, diese Flamme so lange abzuschirmen, bis sie von selbst erlischt.» Kurz redet er mit Vasella über die Kamera, eine digitale Hasselblad, dann dreht er sich ab, verabschiedet sich, spricht mit Tara Rice, seiner Assistentin. «Tara, kannst du die Bilder runterziehen?», bittet er. Sie legt sie auf dem Computer und zwei externen Festplatten ab. «Prüf, ob es Flecken hat», weist er sie an, «bitte.» Grob ist stets höflich. Weiss, die Menschen, mit denen er arbeitet, sind zentral. Er stösst einen Kaugummi in den Mund und reinigt die befleckte Linse.

Grob fotografiert, «weil ich etwas tun will, das grösser ist als ich selbst», sagt er, der grossgewachsene Mann. Bedeutsam waren für ihn die Bilder, die der Oltner Bub in den Magazinen der Mutter fand, einer Schneiderin, die «Harper's Bazaar» und «Vogue» nach Hause brachte. Er begann als Assistent in Los Angeles, eröffnete ein Studio in der Schweiz, zog ab 2003 ohne Wohnsitz um die Welt, entschied sich schliesslich 2008, nach New York zu ziehen, ►



Das US-Magazin «Time» beauftragte Marco Grob im letzten Jahr, die 100 bekanntesten Amerikaner zu porträtieren.



► «ins Mekka der Fotografie», so Grob. «Wenn du Pilot bist, gehst du in die Wüste nach Mojave, als Fotograf kommst du nach New York.» Älter als vierzig war er, als er in Manhattan ankam, dabei sagte ihm ein Freund schon vor 25 Jahren, er müsse nach New York und dort Porträts machen. Grob war der vorsichtige Schweizer, der sich lange nicht traute. War sich nicht sicher, ob Porträts nicht doch zu banal seien. Jahrelang lag sein Talent brach. Jetzt hat er Agenten in New York, in Südafrika, in der Schweiz. Der Agent in Moskau kümmert sich zusätzlich ums Geschäft in Asien. Bis Anfang 2011 hätte er alle Aufträge angenommen, die ihn interessierten, erzählt er. Mittlerweile muss er Jobs aus Zeitgründen ablehnen. Zweihundert Tage ist er jedes Jahr unterwegs. Fotografiert für die UNO in Kabul. Porträtiert im Auftrag von «Time»

▲ Tara Rice ist nicht nur Marco Grobs persönliche Assistentin, manchmal muss sie auch vor dem Shooting den Platz des Stars fürs Einleuchten einnehmen. Hier posiert sie für den Schauspieler Jason Statham in der Suite des Chateau Marquis Hotel in West Hollywood.

▼ Für das Ringier-Magazin Schweizer Illustrierte rückte Grob unter anderem auch den Chef der Schweizer Grossbank UBS, Oswald Grübel, ins rechte Licht.

100 Persönlichkeiten für die Ausgabe zum 10. Jahrestag von 9/11. Reist für den US-TV-Sender HBO nach Südafrika, macht dort Bilder für das Werbematerial einer neuen TV-Serie. Immer dabei ist Tara Rice, eine junge Fotografin aus Virginia. Die Assistentin schlägt die Brücken zu den Agenten, die Grobs Aufträge produzieren. An etwas muss sie sich dabei halten: Rice darf Grob erst von einem Job erzählen, wenn dieser sicher zustande kommt. Die Fotografie bringe ihn an Grenzen, sagt Grob. Wenn er in Afghanistan auf einem Minenfeld steht. Wenn er im Oval Office den US-Präsidenten bei der Arbeit beobachtet. Oder in der Gluthitze eines indischen Stahlwerks schwitzt. So schaffe er «Erinnerungen, die ewig halten.» Allein dafür lebe er, sagt er. «Die Bilder, die ich dabei mache, sind nur Nebenprodukte.» ☺ Text: Peter Hossli



«Sein Tempo ist absolut faszinierend»



Nik Niethammer
Chefredaktor
Schweizer
Illustrierte

Was ist das genau für eine Kampagne, die Marco Grob für die Schweizer Illustrierte macht?

Nik Niethammer: Im Dezember feiert die Schweizer Illustrierte ihren 100. Geburtstag. Zu diesem Anlass porträtieren wir die für uns 100 wichtigsten Schweizerinnen und Schweizer. Daraus entsteht dann ein Jubiläumshft für unsere Leser sowie ein Buch.

Warum haben Sie Marco Grob für diesen Job gewählt?

Unserem Bereichsleiter Zeitschriften, Urs Heller, ist Marco Grob schon vor zehn Jahren aufgefallen, als er noch ziemlich unbekannt war. Es ist beeindruckend, wie wenig Zeit er braucht, um Personen zu fotografieren. Und das Problem ist eben: Will man wirklich gute Prominente fotografieren, haben die meistens sehr wenig Zeit. Die Geschwindigkeit, mit der Grob arbeitet, und was dann daraus entsteht, ist absolut faszinierend. Im letzten Jahr hat er die 100 wichtigsten Amerikaner fürs «Time» Magazine fotografiert, und das Ergebnis war sensationell. Wir sind sehr stolz, dass wir ihn verpflichten konnten.

Mal abgesehen von Grobs Schnelligkeit, was fasziniert Sie am Werk des Fotografen?

Er macht Bilder, bei denen man nicht sofort weiterblättert, sondern hängenbleibt. Und die von ihm porträtierten Personen strahlen etwas Echtes und Intensives aus. Er verzichtet drumherum auf jeden Schnickschnack, nur die Menschen sind wichtig. Und er erwischt sie fünf Sekunden bevor sie anfangen zu posieren. Das ist seine grosse Stärke. Wir kennen keinen anderen Fotografen, der bei seiner Arbeit so konzentriert den Moment nützt. **A.K.**

Oskar Sager

Mehr Geld für Social Media

Grossverteiler Migros reagiert auf die Macht der Kunden. Denn im digitalen Dialog der Menschen werden Marken gemacht oder vernichtet. Marketing-Chef Oskar Sager erklärt die Strategie.



Herr Sager, warum setzt die Migros so massiv auf Social Media?

Oskar Sager: Unsere Kunden bewegen sich täglich auf Facebook. Sie tauschen sich im Schnitt mit 130 Freunden über alles Mögliche aus. Dazu gehört auch der Dialog über unsere Produkte und Marken. Facebook erreicht somit einen sehr grossen Teil unserer Kunden. Rund eine viertel Million haben auf eine Fanpage der Migros oder eines unserer Produkte auf «I like» geklickt. Wir werden Facebook, Twitter etc. immer mehr nicht nur als Kommunikations-, sondern auch als Verkaufskanal nutzen.

Insider reden von einem markanten Anteil, den Migros in Social Media investiert. Wie viel ist es denn?

Im Vergleich zu den Ausgaben für klassisches Marketing machen die Kosten für Social Media und digitales Marketing noch immer einen geringen Anteil aus. Es ist aber Tatsache, dass tektonische Veränderungen stattfinden.

Da entsteht eine neue Welt!

Man weiss, dass Kunden den Aussagen ihrer Freunde mehr Glauben schenken als den Botschaften der Unternehmen. Umso wichtiger wird folglich der Einfluss der Community fürs Image einer Marke. Digitale Netzwerke geben den Kunden eine Stimme. Dadurch wird die «Kontrolle» über eine Marke noch viel stärker von den Kunden geprägt.

Bei Social Media geht es um Beziehungen der Menschen. Eine komplexe Angelegenheit.

Eine komplexe, aber keine komplett neue Angelegenheit. Die Migros hat den Dialog mit den Kunden schon immer gepflegt. Jetzt kommen einfach neue Kanäle hinzu mit einem anderen Takt, anderer Sprache, Emotionalität und anderer Reichweite.

Alle wollen das Geheimnis der digitalen Kommunikation knacken. Was sind Ihre Erkenntnisse?

1. Jeder Kunde hat Geschichten über die Migros, deren Produkten und Marken zu erzählen. Social Media ist der Verstärker, der diese Geschichten innerhalb einer kurzen Zeit virtuell verbreitet.
2. Die viel erwähnten «Migros-Kinder» haben ein enormes Fanpotenzial. Das ist für uns eine sehr gute Basis für den Aufbau von Social Communities. «Fans» haben eine hohe Loyalität gegenüber der

«Es ist eine Tatsache, dass tektonische Veränderungen stattfinden»

Oskar Sager

▲ Oskar Sager, der den Bereich Marketing bei der Migros leitet, ist von den Sozialen Medien als Kommunikationskanal überzeugt.

Migros, aber auch entsprechend hohe Erwartungen bezüglich Reaktionszeit, Aufmerksamkeit und Wertschätzung.

3. Den Kunden zuhören und mit ihnen auf Augenhöhe im Dialog zu stehen, ist erst der Anfang. Wichtig ist, die gewonnenen Erkenntnisse ernst zu nehmen und innerhalb der Organisation in Wissen umzuwandeln.

Die M-Budget-WG ist mit einem Social Media Award ausgezeichnet worden. Was ist der Clou dieser Kampagne?

Es war eine crossmediale Kampagne, die vor allem Social-Media-Kanäle nutzte, um einen Wettkampf zwischen verschiedenen WGs zu lancieren. Die Kampagne hat mit der Neugier von uns Menschen gespielt. Via Internet konnte man einen Blick in fremdes Privatleben werfen. Ausgezeichnet wurde sie aufgrund der cleveren Verknüpfung der On- und Offline-Massnahmen und den guten Nutzerzahlen: Die Fanbase der M-Budget-Gruppe hat sich dadurch verfünffacht. Das Ziel, mit der Kampagne die Wahrnehmung von M-Budget als kultige und preisgünstige Marke bei jungen Personen zwischen 18 und 30 Jahren zu steigern, wurde übertroffen. ☺

Interview: Hannes Britschgi
Foto: Thomas Buchwalder
www.facebook.com/Migros

Wir schicken Sie ins Land der Träume

Das neue Schweizer Magazin **Landliebe** erfüllt die Sehnsucht der Leser nach Natürlichkeit und Romantik. Die Inhalte kommen aus den Bereichen Natur, Küche, Garten und Handwerk.



Schweizer Landliebe

- Das Magazin für Natur, Garten und ein Leben auf dem Land
- Erscheint vier Mal pro Jahr
- Auflage: 200 000 Exemplare
- Mitarbeiter: Eine vierköpfige Redaktion, rund 20 Mitarbeiter und Kolumnisten, 17 Fotografen, Illustratoren und Zeichner. 13 Personen im Anzeigenverkauf, Marketing und Product-Management
- Landliebe zeigt die Schweiz von ihrer schönsten Seite
- Das Magazin begleitet die Leserinnen und Leser bei ihrer täglichen Arbeit im Garten, in der Küche und beim Handwerk

Link: www.landliebe-magazin.ch



Team:
 1. Christine Oppelt, 7. Urs Heller,
 2. Sarah Fasolin, 8. Corinne Schlatter,
 3. Susanne Märki, 9. Denise Zurkirch,
 4. Stephan Sutter, 10. André Frensch,
 5. Ingrid Schindler,
 6. Karl-Heinz Hug, Foto: Geri Born

«Ich rufe dich zurück»

Ein Exklusivinterview mit **Naomi Campbell**? Kein Problem, hiess es. Doch alles kam anders. Lesen Sie den journalistischen Hürdenlauf, und was die schwarze Model-Perle im Gespräch über sich verriet.

Was? Sie kennen Abigail nicht? Da haben Sie was versäumt. Abigail Grant, «call me Abi», Managerin der Modelagentur «Elite» und zugleich gute Seele des Supermodels Naomi Campbell. Und ein Herz von einem Menschen! Schon beim allerersten Telefonat bei «Elite» in London begrüsst mich Abi wie ihren verschollenen Halbbruder. «Wie geht's denn so?» «Wie ist das Wetter in Swizterland?» «Ein Interview mit Naomi? No problem, Andy! Ich rufe zurück!» Nun muss man eines wissen: Wenn es verheissungsvoll heisst: «Ich rufe zurück», ruft natürlich nie jemand zurück. Journalistenalltag. Ist wirklich so. So wie man hierzulande «Auf Wiedersehen» oder «Schönen Abend» sagt, heisst es in Englisch wohl «I call you back». Auch die gute Abi ist da keine Ausnahme. Mein Telefon bleibt jedenfalls stumm. Von sich aus will Abi offenbar nichts über das Zürcher Wetter wissen. Schade eigentlich. Vierzehn Monate, elf Faxe und gut vier Dutzend Telefonate später bin ich noch gleich weit. Naja, nicht ganz gleich. Die vierzehnstellige Telefonnummer von «Elite» ist mir mittlerweile so geläufig wie mein Geburtsdatum, die Stimme der netten Telefonistin so vertraut wie diejenige meiner Ehefrau. Und Abi ist noch immer lebhaft am Schweizer Wetter interessiert. Doch dann wird's spannend. Ein möglicher Termin im März - entweder Rom, Paris oder Mailand. «Ich rede mit Naomi wegen des Interviews. Ich rufe zurück.» Wie gesagt. Nichts. Nach einem abgebrochenen Lunch und drei unterdrückten PINKELPAUSEN greife ich wieder zum Telefonhörer. «Ruf einfach Greg an, in Rom, der macht den Termin!» Sie gibt mir eine sechzehnstellige Handynummer. Greg ist nett. Auch er will wissen, wie es mir geht. Wirklich reizend. «Naomi? Ein Interview? Schick doch bitte einen kurzen Fax. Ich rufe dann zurück.»

Kurzum, auch Gregs Handy-Nummer wusste ich nach zwei Wochen auswendig, doch die Modeschauen in Rom, Paris und Mailand gehen vorbei, ohne Rückruf, und vor allem, ohne dass Naomi Zeit für mich fand. Also gut, dann eben wieder Abi. Es ist mittlerweile April. «Naomi kommt vielleicht in die Schweiz.» Nimmt sie mich auf den Arm? «Andy? Ich klär das, ja? Ich rufe dich zurück.» Das Telefon bleibt stumm. An einem regnerischen Nachmittag versuche ich es wieder. Abis Stimme klingt wie immer. Doch: «Freitag, 15 Uhr, im Hotel Plaza in Basel, ok?» Wow, geht's jetzt wirklich in die heisse Phase? Die Bestätigung folgt per Fax. Am Freitag, 13 Uhr sitze ich in der weitläufigen Halle des Hotel Plaza. Der befrackte Kellner versucht mir zum wiederholten Mal, einen Orangensaft für 14 Franken anzudrehen. Mit Gratis-Nüsschen, versteht sich. Ich winke ab. Es wird 15 Uhr, ich schaue herum. 15.30 Uhr. 16 Uhr. 16.30 Uhr. Die Nüsschen sind fast weg. Ich muss mal, traue mich aber nicht aus Angst, Abi zu verpassen. 17 Uhr. Die Hotelhalle ist mittlerweile gestossen voll, ich recke den Hals nach Abi, die ich noch nie gesehen habe. 17.30 Uhr. Nichts. Ich gehe zur Rezeption. «Frau Campbell hat ihr Zimmer wieder abgesagt.» Wie bitte? Kann nicht sein. Der Empfangschef mustert mich wie ein widerliches Insekt: «Wenn ich es doch sage.» Übers Natel erreiche ich Abi. Wieder der verschollene Halbbruder, im Hintergrund dröhnende Flugzeugdüsen. «Alles ok. Sind gerade gelandet. Wir treffen uns an der Schmuckmesse am Stand, Saal 101. Komm rüber, ja?» Klick. Ich packe meine Tasche, haste durch die Menschenmassen zum Eingang der Schmuckmesse. Zwei Securitaswächter stellen sich mir mit entschlossenen Mienen in den Weg. Hätte ich mich doch bloss heut' morgen rasiert, schiesst es mir durch den Kopf. Presseausweise gelten nicht, sie verlangen eine

spezielle Akkreditierung. Woher nehmen und nicht stehlen? «Ich habe ein Interview mit Naomi Campbell.» «Ist das ein Aussteller?»

«Nice to meet you»

Kurz vor 18 Uhr stehe ich endlich doch noch vor der Garderobe, dem Allerheiligsten. Überall Polizei - nicht wegen der Campbell, wegen des Schmucks. Ein Uniformierter beobachtet mich scheel aus den Augenwinkeln. Dann kommt Abi. Sie lacht. «Sorry, Andy, erst nach der Show, jetzt geht's nicht.» Mein Magen hängt mir schon in den Kniekehlen, knurrt unwillig. 19.30 Uhr, die Show beginnt. Mit Verspätung. Die Models, allen voran Naomi, stöckeln kichernd und klunkerbehangen zur Bühne. Der Polizist drängelt mich dienstestrig und mit grimmiger Miene zurück. Ich laufe auf und ab. Er beobachtet mich weiter mit Argusaugen. Weitere zwei Stunden später, die Show ist längst zu Ende, der Schmuck

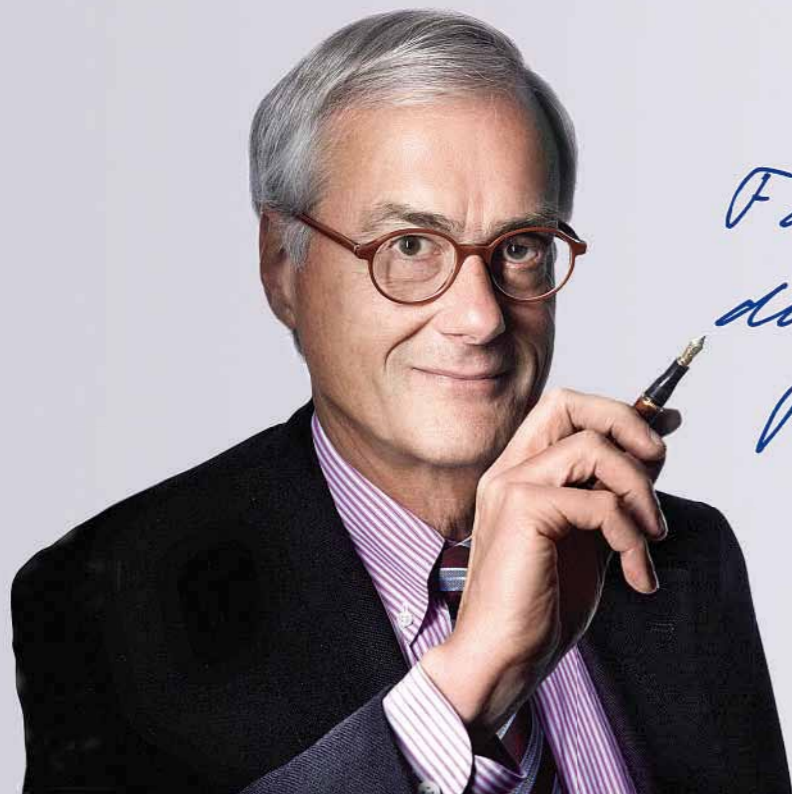
ist weg, der Polizist auch. Naomi turtelt noch mit einem guten Kunden des Grossjuweliers. «Andy, wir machen es auf der Fahrt zum Flughafen», wisper mir Abi ins Ohr, und meint damit das Interview. Kurz vor 22 Uhr verlässt ein Pulk muskelbepackter Bodyguards die Garderobe, in ihrer Mitte Abi und - Naomi. Ich hänge mich an. Treppen runter, vor der Halle warten dunkle Limousinen mit offenem Schlag. Abi stellt mich vor. Lächeln, «nice to meet you», ein flacher Händedruck des Superstars. Aber neben ihr Platz nehmen darf ich nicht, da sitzt der Leibwächter. Klar. Das Auto fährt an, ich schalte mein Mikro ein, will gerade Luft holen zur ersten Frage. In dem Moment schellt Naomis Handy. «Hi Buddy», flötet sie, «oh yeah... I'm in Switzerland.» Ich will die Wartezeit nutzen und meine Fragen nochmals überfliegen, aber draussen ist es so dunkel, dass ich auf meinem Zettel nichts mehr lesen kann. Der Bodyguard grinst mich an, Naomi plaudert herzlich mit ihrem Gesprächspartner. Dann legt sie auf. Endlich. ☺

Text: Andi Kämmerling
Foto: Michel Comte / RDB

Bild rechts: Wer an das Supermodell Naomi Campbell rankommen will, braucht Nerven wie Stahlseile und viel Geduld.

Das Interview, das Andi Kämmerling in der Folge mit Naomi Campbell führte, finden Sie auf <http://domo.ringier.com>





Facebook fehlt
die protestantische
Tugend

Ist Ihnen auch schon aufgefallen, dass die meisten Internetfirmen ausschliesslich Gutes tun wollen? Facebook's mission statement umschreibt die unternehmerischen Absichten in einem einzigen Satz: «Facebook's mission is to give people the power to share and make the world more open and connected.» Wie schön, wie edel. Unsere nationale Marketingagentur «Schweiz Tourismus» hat da eine etwas andere Erfahrung gemacht. Drei Tage nachdem die Organisation eine Werbekampagne www.ferienohneinternet lanciert hatte, wurde die Welt plötzlich ein bisschen weniger offen und verbunden, denn Facebook sperrte die entsprechende App. Schweiz Tourismus ist jetzt das, was es seinen Gästen wünschte: offline.

Auch Frode Steinicke, ein dänischer Künstler, war plötzlich nicht mehr mit der Welt verbunden. Facebook hatte sein Profil im Februar dieses Jahres deaktiviert. Sein Vergehen: Er hatte Courbets Gemälde «L'Origine du monde» auf seiner Seite gezeigt. Das Bild ist weltberühmt und hängt seit langer Zeit im Musée d'Orsay in Paris - bestaunt von Hunderttausenden von Menschen. Facebooks Problem: Courbets Bild zeigt eine gemalte weibliche Scham.

Dass Facebook vor kurzem auch eine PR-Agentur beauftragt hatte, gegen seinen Konkurrenten Google eine Schmutzkampagne loszutreten, zeigt eigentlich bloss eines: Trotz mission statement ist Facebook ein ganz normales, sehr amerikanisches Unternehmen, das auch mal manipuliert oder zensuriert und dessen Hauptzweck darin besteht, seinen Vorteil zu suchen und Geld zu verdienen. Ringier ist ein protestantisches Unternehmen. Geld war für die Protestanten in ihrer langen Geschichte noch nie ein Problem. Aber sie haben gelernt, dass es wesentlich mehr Freude bereitet, dies auf professionelle und anständige Art und Weise zu tun. Ich wünsche Ihnen viel Erfolg dabei. Denn was Sie tun, ist wesentlich wichtiger als jedes mission statement.

Michael Ringier



Ringier-Mitarbeiter fragen nach ...

Zeichnung: Igor Kravarik

Im Jahr 2010 wies die Ringier AG Aufwandreduktionen von 8,2 Prozent aus. Wie viel davon ist dem Personalabbau zuzurechnen?

Christian Unger: Aufgrund der Krise mussten wir einen harten Schnitt in all unseren Operationen machen. Etwa ein Drittel der nötigen Aufwandreduktionen in 2010, also rund CHF 37 Mio., entfielen auf den Personalbereich. Diese schwierigen Einsparungen haben es uns 2010 aber auch erlaubt, wichtige Investitionen in die Zukunft des Unternehmens zu tätigen, sei es bei der Erneuerung der Druckereien, den neuen Newsrooms in der Schweiz und Serbien oder Beteiligungen in den Bereichen Entertainment und Digital Business. Kostendisziplin ist für uns nach wie vor wichtig. Allerdings werden wir 2011 auch wieder in den qualitativen Aufbau von Personal investieren und entsprechend neue Stellen schaffen, beispielsweise in den Newsrooms oder im Digitalgeschäft, wo wir neue Geschäftsfelder erschliessen

und deshalb neue Spezialisten brauchen.
Michael Ringier fordert, dass die Ringier-Titel pointierter werden sollen und dass das Unternehmen wieder in den Journalismus investieren muss. Wie wollen Sie das konkret umsetzen?

Marc Walder: Michael Ringier erwartet, dass unsere Publikationen nie beliebig sind - und wir demzufolge konstant an der eigenen Relevanz arbeiten müssen. Das gilt für unsere Boulevard-Titel genauso wie für die People- oder Nachrichten-Magazine. Die Chef-

redaktoren sind herausgefordert, die dafür geeigneten Journalisten zu finden. Die Geschäftsleitung soll die Mittel dafür, nicht nur die finanziellen, verfügbar machen.
Ringier zeigte sich über die Zahlen des Geschäftsjahres 2010 sehr zufrieden. Gibt es noch Baustellen?

Christian Unger: Wir haben 2010 ein sehr erfreuliches Resultat erzielt und in vielen Bereichen gute Fortschritte gemacht. Daneben haben wir in gewissen Bereichen aber immer noch Optimierungspotential. Einer davon ist, die Swiss Printers trotz der schwierigen Marktbedingungen wieder auf einen profitablen Kurs zu bringen. Nur eine gesunde Drucksparte ist auch längerfristig gesichert, deshalb haben wir bereits 2010 wesentliche Investitionen in unserem Druckereibereich getätigt. Im Ausland ist die weitere Sanierung unseres Rumäniengeschäfts im Fokus, welches durch die Krise arg in Mitleidenschaft gezogen wurde. Die ersten positiven Resultate sind aber bereits sichtbar. 🌐

«Wir werden 2011 wieder neue Stellen schaffen»

Christian Unger, CEO Ringier AG



10 JAHRE DABEI:

Glaser Irene, Ringier AG
 Haschke Gabriele, Ringier AG
 Vassaux Frédéric, Ringier Romandie
 Waeber Philipp, Ringier Print
 Gerber Frank, Scout24 Schweiz AG
 Mancini Maurizio, Scout24 Schweiz AG
 Barmettler René, Ringier Print
 Stojkovic Miso, Ringier Print
 Cordey Alexandra, Ringier Romandie
 Ágnes Kozák, Ringier Ungarn
 Ildikó Papp, Ringier Ungarn
 Attila Török, Ringier Ungarn
 Máté Buza, Ringier Ungarn
 Zoltán Csombók, Ringier Ungarn
 Péter Hazai, Ringier Ungarn
 Szilvia Mészáros, Ringier Ungarn
 Ildikó Mihók, Ringier Ungarn
 Dumitru Apostol, Ringier Rumänien

20 JAHRE DABEI:

Lüthi Katharina, Ringier AG
 Grüter Robert, Ringier AG
 Küng Theodor, Ringier Print
 Bucher Daniel, Ringier Print
 Milojevic Malisa, Ringier Print
 Koch Andreas, Ringier Print
 István Horog, Ringier Ungarn

25 JAHRE DABEI:

Schaffter Jean-Robert, Ringier AG
 Leuthold Sonja, Ringier AG
 Cerkez Niko, Ringier Print
 Huber René, Ringier Print
 Saavedra Jaime, Ringier Print
 Flühler Esther, Ringier Print

30 JAHRE DABEI:

Schacher Heinz, Ringier AG
 Bazzichetto Franco, Ringier Print
 Stalder Bruno, Ringier Print

35 JAHRE DABEI:

Gautschi Werner, Ringier AG

40 JAHRE DABEI:

Jung Werner, Ringier AG

45 JAHRE DABEI:

Colbert Astrid, Ringier AG,
 26. April 1966
 Hofer Roland, Ringier AG,
 1. Mai 1966

PENSIONIERUNGEN:

Vontobel Werner, Ringier AG
 Isler Monika, Betty Bossi
 Kahn Olivier, Ringier Romandie

TRAUER UM PENSIONÄRE:

Walz Ernst, 24.1.11.
 Herzig André, 27.2.11.
 Niederberger Dora, 4.2.11.
 Küpfer Edith, 25.2.11.
 Winiger Johann, 16.4.11.
 Meyer Hans, 7.4.11.
 Mastropietro Marco, 11.4.11.
 Hert Martin, 10.4.11.
 Kolb Bruno, 25.4.11.
 Kocher Ulrich, 26.4.11.
 Schorno Emilio, 28.4.11.
 Müller Giovanna, 3.5.11.

Wunderbare Freundschaften

Astrid Colbert ist seit 45 Jahren für Ringier in Zofingen tätig. Ein Rückblick.



Lady Colbert in den 80er-Jahren im Debi-Kreditorenbüro in Zofingen.

Dass sie später mal in der Buchhaltung «landen» würde, ahnte Astrid Colbert noch nicht, als sie am 18. April 1966 bei Ringier in Zofingen anfang. «Ich wartete in der Portierloge mit Herzklopfen auf meinen damaligen Chef», erinnert sie sich. Zuerst lernte sie in der Abteilung Fotografie, merkte aber rasch, dass das nicht der richtige Beruf für sie war. Nach einigen Weiterbildungen und Stationen im Ringier-Personalrestaurant, der Schnittmusterabteilung und im Direktionssekretariat entschied sie sich für die Buchhaltung. Heute, 45 Jahre später, arbeitet Astrid Colbert als Sachbearbeiterin im Shared Service Center und feierte erst kürzlich ihren 60. Geburtstag.

Angesprochen auf ihre lange Dienstzeit bei Ringier schmunzelt sie: «Ich hätte nie gedacht, dass ich dem Hause Ringier so lange erhalten bleibe. Die Zeit verging wie im Fluge, und je länger ich hier arbeitete, um so schwerer wäre mir ein Abschied gefallen.» Im Nachhinein betrachtet, so fügt sie hinzu, sei diese Entscheidung sicher richtig gewesen, denn Ringier sei ein soziales und weltoffenes Unternehmen. «Ich durfte viele interessante Menschen kennenlernen und konnte wunderbare Freundschaften schliessen, habe aber auch mir nahe stehende Menschen verloren. Auch das gehört bei einer so langen Dienstzeit dazu.»

A. K.

Foto: Yvonne Häberling



1966 ein charmanter Teenager ...



... heute eine attraktive Jubilarin.

KOLUMNE

Papierstau

Haben Sie das schon gesehen? In jedem Ringier-E-Mail steht jetzt unten: «Helfen Sie mit, die Umwelt zu schützen, und drucken Sie keine E-Mails mehr aus!» Ja, das Ausdrucken ist ab sofort verpönt. Und wenn ich doch mal unbedingt einen schriftlichen Beleg brauche, schleiche ich mit Angstschweiss unter den Achseln zum Drucker und fühle mich dabei wie ein Kleinkrimineller, der seinem Bürokollegen gerade einen Hunderter aus der Jackentasche geklaut hat.

Trotzdem frage ich mich: Was haben die Chefs gegen Drucker? Okay, das mit der Umwelt verstehe ich ja, finde ich auch vorbildlich! Wirklich! Ich fahre auch mit dem Rad zur Arbeit, hocke bei Dämmerung ohne Licht im Büro und trenne zuhause brav Hausmüll von Flaschen und Aluminium. Drum lasst mir doch die kleine Freude, ab und zu die Tasten «Control/P» zu drücken. Denn ich liebe es, mit Kollegen um den Drucker herumzustehen und die neusten Witze zu hören oder über Firmengerüchte zu tratschen. Solche Momente stärken zudem den sozialen Zusammenhalt. Und wenn man Glück hat (oder diesem nachhilft – zum Beispiel, indem man endlose Powerpointpräsentationen ausdruckt), gibts sogar einen währschaftigen Papierstau. Kennen Sie das auch? Hei, da freut sich die Seele. Dann kann der Macho den staunenden Damen zeigen, zu was er fähig ist, wenn er mit wissender Miene das Gerät öffnet und aus dem Inneren halbdrukke Seitenfetzen herauszerrt, Tonerpatronen schüttelt und schliesslich mit dreckigen Fingern signalisiert: «Was würdet ihr nur ohne mich machen?» So ein Papierstau ist fast so amüsant wie ein Abteilungsausflug zum Italiener. Nur viel billiger. Und umwelt-schonender ...

Andi Kämmerling

Mit Liebe gemacht.

Wir nehmen uns Zeit, eine schöne Zeitschrift über das gute Leben auf dem Land zu machen. Freuen Sie sich auf rund 180 Seiten voller Bergliebe, Gartentipps, Landfrauenküche, Strickideen und Porträts bodenständiger Menschen. Die neue Schweizer LandLiebe.



NEU
 —
Jetzt am Kiosk.

Oder im Abo unter www.schweizer-landliebe.ch

New Media.



Wir gestalten Printprodukte wie DOMO und sorgen dafür, dass sie auch in den Neuen Medien optimal in Szene gesetzt werden. Zeitungen produzieren wir übrigens auch.

www.ringierprint.ch

Wir machen Zeitung.

 Ringier Print