

ooo Ringier

DOMO

Die Kunst, ein Verleger zu sein.

Eine Passion des Verlegers Michael Ringier ist die zeitgenössische Kunst. Sie ist für ihn nicht nur ein Hobby, sondern vielmehr eine Lebenseinstellung. Er verrät DOMO, was ihn die Kunst lehrt und was sie mit dem Verlegertum zu tun hat.

Unternehmensmagazin
N° 3/2023

Die Kunst im Blick

Wie entstand eigentlich die Idee, die Ringier-Jahresberichte mit zeitgenössischer Kunst zu verknüpfen? Wie tickt das Herz des Kunstsammlers und was hat Kunst mit Verlegertum zu tun? Das und vieles mehr fragten wir den Verleger Michael Ringier in seinem Büro und bei einem Kunstrundgang im Pressehaus.

Nancy Cruickshank

Die britische Unternehmerin hat viel Erfahrung mit Digitalisierungsstrategien bei Medienhäusern. Seit Frühling 2023 ist Nancy Cruickshank Mitglied des Ringier-Verwaltungsrats. Im Interview mit Barbara Halter erzählte sie, was sie umtreibt und was sie in ihrer Funktion bei Ringier einbringen will.

Techprofi und Lebensretter

Für Ringier Rumänien entwickelt Cristian Iosub zum Beispiel synthetische Stimmen, virtuelle Währungen und andere KI-Produkte. Doch der Chief Product Officer hat noch eine andere Mission: Er ist Lebensretter für eine NGO, die bei Unfällen rasche Hilfe leistet oder vermisste Personen sucht.

«Eine Booktokerin trägt Verantwortung»

Die Liebe zum gedruckten Buch erfährt derzeit einen Höhenflug und wird auf Tiktok zelebriert. Booktok heisst der Trend, bei dem junge Menschen Bücher vorstellen und promoten. In einem Porträt erzählt die Schweizer Booktokerin Noëmi Santos, was Booktok ist und warum sie dem Buch verfallen ist.

Making-of: Reni's Journey

Das Ringier-Innovationsteam hat einen Comic produziert, bei dem Künstliche Intelligenz und menschliche Kreativität zusammengepielt haben. Ein kleiner Einblick in die Gedankenwelt von Ringier Innovation und deren Umgang mit KI-Tools.

How to Work Better

Die Message war nicht zu übersehen, und sie wehte mir jeden Tag wie eine frische Brise entgegen: «How to Work Better» stand an einer Fassade in Zürich-Oerlikon, gefolgt von zehn Anregungen für die optimale Bewältigung des Arbeitsalltags – passend zu meinem Job in den 90er-Jahren in der Nähe. Das Kunstwerk des Schweizer Künstlerduos Fischli/Weiss war eine Wortinstallation an einem biedereren Bürogebäude. «Do one Thing at a Time» oder «Learn to Listen» war da etwa zu lesen. Am Schluss simpel und einfach: «Smile». Die Wortinstallation verückt in Zürich seit 1991 Pendlerinnen und Fussgänger. Später war sie zudem als originalgetreue Kopie in New York zu sehen. Jeden Tag aufs Neue erfreute mich dieses kleine Stück Kunst, das damals eine treue Begleiterin meines Arbeitsalltags war.

Dass Kunst in den Alltag gehört, glaubt auch unser Verleger Michael Ringier. Der leidenschaftliche Kunstsammler will seine Werke nicht nur privat geniessen oder an Museen ausleihen: Er teilt sie mit allen Ringier-Mitarbeitenden in der Schweiz, weil er überzeugt ist, dass Kunst dorthin gehört, wo die Menschen arbeiten. Darum begegnen die Angestellten in ihrem Arbeitsalltag immer wieder Werken von zeitgenössischen Künstlerinnen und Künstlern. Über seine Haltung zur Kunst, über die Beziehung von Kunst und Verlagertum und über sein eigenes künstlerisches Talent haben wir uns mit Michael Ringier unterhalten (S. 8–14).

Der Arbeitsalltag spielt auch bei anderen Geschichten die Hauptrolle. Zum Beispiel im Porträt über Cristian Iosub. Er ist Chief Product Officer bei Ringier Rumänien und pendelt zwischen zwei Leben: einem als Techprofi und einem als Lebensretter (S. 28–29). Nicht das Leben, aber das Buch wollen immer mehr Influencer retten: mit Booktok. Was dieser Trend ist und warum er auch an Buchmessen angekommen ist, erfahren Sie im Porträt über eine leidenschaftliche Leserin und Booktokerin (S. 30–32). ●

Herzlich,
Katrin Ambühl, Chefredaktorin DOMO





Vom ersten Moment bei Pulse Africa zogen mich der Drive, die Leidenschaft und der Wille des Teams, etwas wirklich Grosses zu schaffen, in den Bann.

Katharina Link
CEO Pulse Africa

Die Aussage stammt aus einem Interview mit der Ringier Global Media Unit, das sich um verschiedene Erfolgsmeldungen im Bereich Media International bei Ringier drehte. Zum Beispiel um die noch jungen Whatsappkanäle in Kenia und Nigeria, die bereits 1,4 Millionen Follower haben, oder um die Pulse Influencer Awards 2023 vom 7. Oktober, an deren Verleihung Tausende von Influencern, Persönlichkeiten aus Film, Medien und Showbiz teilnahmen. Die Veranstaltung wurde parallel in den sechs Ländern, in denen Pulse Africa tätig ist, abgehalten: In Nigeria, Ghana, Kenia, Senegal, Uganda und in der Elfenbeinküste.



Testosteron pur



Hier gehts zum Video.

Conor Anthony McGregor ist Vollblut-sportler und Muskelpaket mit Leib und Seele. Der irische Mixed-Martial-Arts-Kämpfer gilt auch deshalb als Sportlegende, weil er als erster Boxer in zwei verschiedenen Gewichtsklassen (Federgewicht und Leichtgewicht) Siege errungen hat. Im Oktober war er zu Besuch bei sportal.bg in den Büros in Sofia, Bulgarien. Dort gab er ein Exklusivinterview und traf den CEO der Sportal Media Group Stilian Shishkov. Die Begegnung und die Highlights des Besuchs wurden in einem Video festgehalten. Herrlich – im wahrsten Sinne des Wortes.

Schnelligkeit ist ein Kernfaktor, wenn es darum geht, Userinnen und User zu gewinnen oder verlieren. Ein positives Beispiel ist die digitale Newsplattform Onet.pl, die von Ringier Axel Springer Polen betrieben wird. Sie lieferte die laufenden Zwischen- und Endwahlergebnisse der Parlamentswahlen am 15. und 16. Oktober 2023 in Polen fortlaufend als schnellstes Medium in Polen: in einer rekordverdächtigen Taktung von fünf Sekunden.

5s

Dank der Ring-Publishing-Plattform, die riesige Datenmengen bewältigen und skalieren kann, konnten Dutzende Journalistinnen und Redaktoren Hunderte von Artikeln veröffentlichen, die Berichterstattung stetig updaten und während fast zehn Stunden Livesendungen durchführen.

Im Zeichen der Frauenpower

Tech-Profis unter sich

Wissensaustausch und internationale Zusammenarbeit sind zentral im rasant wachsenden Bereich neuer Technologien. Deshalb findet jährlich die Ringier Tech Conference (RTC) statt, eine Initiative von Kilian Kämpfen, Chief Technology and Digital Officer von Ringier, Nils Körber, Managing Director Ringier Südafrika, und Bernd Volf, Chief Technology & Chief Product Officer der Global Media Unit. Ziel ist es, mit den Veranstaltungen das weltweite Tech-Ökosystem der Ringier-Gruppe zu stärken. Am 10 und 11. Oktober war es wieder so weit: In den Räumlichkeiten von Ringier Axel Springer Polen kamen rund 60 Teilnehmende in Krakau zusammen und tauschten sich mit internen und externen Expertinnen und Experten aus. Der Themenschwerpunkt lag auf dem Thema Künstliche Intelligenz.



Rund 60 Teilnehmende besuchten Vorträge, Podiumsdiskussionen und Workshops an der diesjährigen Ringier Tech Conference in Krakau.



Die Fernsehjournalistin Nikolina Kljaić Jusufspahić von Blic TV, Serbien, wurde für eine aussergewöhnliche Reportage mit dem Thema Kampf gegen Diskriminierung und für mehr Gleichstellung geehrt. In ihrer aufwendigen Reportage kam sie zum Ergebnis, dass eine Mehrheit von Frauen, sowohl ältere wie auch jüngere, auf ihren Erbenspruch verzichten würden zugunsten eines – meist männlichen – Verwandten. Der Preis wurde von der Commission for the Protection of Equality und der OSZE-Mission in Serbien verliehen. «Ich arbeite seit etwas mehr als einem Jahr im Fernsehjournalismus, so lange, wie es Blic TV gibt», sagte Jusufspahić an der Preisverleihung. «Und das ist die erste Anerkennung für das ganze Team, deshalb bedeutet mir der Preis sehr viel.»

Happy Birthday



Ringier Hungary feiert 2023 Geburtstag und sein erfolgreiches 30-jähriges Bestehen. Das Jubiläum wurde am 13. Oktober gebühlich gefeiert im Museum of Fine Arts in Budapest. Dort konnten die Besuchenden an geführten Kunstführungen teilnehmen und die aussergewöhnliche temporäre Renoir-Ausstellung besuchen. An der Feier betonte Roman Bargezi vom Ringier-Verwaltungsrat die dauerhafte und wertvolle Partnerschaft, die die Zusammenarbeit zwischen dem Schweizer und dem ungarischen Medienunternehmen sowie den Austausch zwischen den beiden Medienmärkten über die letzten drei Dekaden definiert hat.

Lese- Tipp

Das Buch «Das EqualVoice Mindset», herausgegeben von der Beobachter Edition, feierte am 5. Dezember seine offizielle Premiere. Herausgegeben in Deutsch.



Das Buch «Das EqualVoice Mindset» erzählt die Geschichte der 2019 lancierten Initiative EqualVoice, die international zu einem Standard für mehr Diversität und Inklusion in der Medienwelt geworden ist. In einer Zeit, in der die Sichtbarkeit von Frauen in den Medien immer noch unterrepräsentiert ist, konnte Ringier mit der Lancierung von EqualVoice einen wichtigen Schritt gegen diesen Missstand unternehmen. Die Initiative wurde ins Leben gerufen, um die Stimmen von Frauen in den Medien zu stärken, weibliche Vorbilder zu schaffen sowie Frauen und Männern gleichermaßen sichtbar zu machen. Heute ist EqualVoice eine internationale Bewegung, die Millionen von Nutzerinnen und Nutzern in ganz Europa erreicht. Das Buch «Das EqualVoice Mindset» beleuchtet Erfolge, Hindernisse und Meilensteine, die auf dem Weg zu mehr Diversität und Inklusion in den Medien auftreten.

In den letzten Jahren hat sich in allen Redaktionen von Ringier ein enormes Wissen zum Thema Vielfalt im Journalismus entwickelt. EqualVoice hat sich als eine Bühne für die Debatte über Publizistik etabliert. Nun soll dieses Wissen und unsere Learnings über Unternehmensgrenzen hinweg geteilt werden. Das Buch zeigt offen und transparent auf, welche Bemühungen notwendig und auch erfolgreich sind, damit auch andere von den gemachten Erfahrungen und Erkenntnissen profitieren können.



Dr. Annabella Bassler

CFO Ringier AG, Initiatorin
EqualVoice sowie Mitautorin des
Buchs «Das EqualVoice Mindset»



Stefan Mair

Mitautor, Journalist bei der
Handelszeitung sowie Head of
Newsroom Coaching Equal Voice

Hast du gewusst?

Das Abenteuer Deutschland

Zeitreise: Wir blenden zurück in die Anfänge der 1970er-Jahre des letzten Jahrhunderts. In das aargauische Städtchen Zofingen, das damals so um die 9000 Einwohner zählte. Schweizweit bekannt durch den Sitz des Druck- und Verlagshauses Ringier & Co. AG mit ländlich-bodenständigen Wurzeln. Zofingen war Ringier, Ringier war Zofingen. An der Dufourstrasse 23 in Zürich stand damals nicht das Ringier-Pressehaus, sondern noch das Autohaus Agence Américaine. Aktivitäten von Ringier in Ländern des Ostens, USA und Afrika oder gar Vietnam waren in weiter Ferne.

1972 ging ein Ruck durch das Familienunternehmen: Aufbruch! Patron Hans Ringier holte mit Heinrich Oswald einen erfahrenen Manager und Reformer als CEO an die Spitze der Firma. Dieser wiederum verstärkte die publizistische Front mit einem der bekanntesten Magazin-Journalisten Deutschlands: Adolf Theobald, Gründer u. a. von «Capital» und «Twen», Mitarbeiter von «Spiegel»-Pionier Rudolf Augstein. Oswald verlegte das neue Hauptquartier nach Zürich, das Flaggschiff «Schweizer Illustrierte» erhielt mit «Sie+Er» ein neues Konzept, und der neue Publizistik-Verantwortliche, Adolf Theobald, konnte seinen Chef für einen mutigen Schritt begeistern:

Ringier geht nach Deutschland! Als Erster zog der Ringier-Buchverlag

nach München, bisher stark mit Gottard- und General-Guisan-Titeln, neu mit ausgebautem Angebot als Buchclub. Dann Kauf von zwei Fachzeitschriften-Verlagen, Heering und Zuerl, beide profiliert im Freizeitbereich. Plötzlich stand der Schweizer Verlag Ringier mit einer bunten Palette im deutschen Markt: «FOTO-Magazin»,

Die Münchner Ringier-Redaktion an der Ortlerstrasse hinter der Wiesen war bei Journalisten-Kollegen in der Stadt für eine Spezialität bekannt und gelobt: Wilhelmine Paulus, die Gerantin des Personalrestaurants, servierte die angeblich weltbesten «Fleischpflanzerln», wie die Hacktäschi in Bayern heissen.

«FOTO-Wirtschaft», «Film & Ton», mit einem Tauchmagazin «Submarin», für die Segler «Südkurs», mit «Alpin» für Bergsteiger, das «Fliegermagazin» für Hobbypiloten, sogar ein «Drachenflieger»-Magazin war dabei. Theobald brachte seine Eigenerfindung «warum!», einen Psychologietitel, in das Angebot ein. Sein Lieblingsprojekt aber war der Zeit weit voraus: Das erste Umweltschutzmagazin «natur» startete am 27. Mai 1981 mit dem bekannten TV-Journalisten («Sterns Stunde») Horst Stern als Chefredaktor. Gross das Engagement auch anderer Chefredaktoren in München: Der bekannte Bergsteiger Reinhold Messner kletterte als Chef für «Alpin», Peter Balsiger, erster Chefredaktor des

«Fliegermagazins», gewann am Steuer einer zweimotorigen Piper Cheyenne die Rallye Paris–New York–Paris. Später kehrte er zu Ringier nach Zürich zurück. Der Vollständigkeit halber im Ringier-Programm erwähnt: die Reisezeitschrift «Globo», das «BMW-Magazin» des Autojournalisten Peter Groschupf und die deutsche Lizenzausgabe des US-amerikanischen Sport-Magazins «Runner's World».

2001 gab der Ringier-Konzern seine Geschäftstätigkeit in München auf. Die Zahlen brachten nicht den erhofften Erfolg. Ringier Publishing Deutschland wurde kontrolliert aufgelöst. Von der Titelvelfalt sind Ringier 50 Jahre später nur Erinnerungen geblieben.

Einige der Titel kaufte ein Tochterunternehmen des Springer-Verlags und werden zum Teil weitergeführt. «Alpin» und «natur» wurden von Redaktionsmitgliedern herausgekauft. Adolf Theobald ging 1987 nach Deutschland zurück, war noch vier Jahre Geschäftsführer des Spiegel-Verlags und starb, 84-jährig, 2014 in Berlin. Sein Sohn, Alexander Theobald (59), ist seit 2004 in verschiedenen Funktionen in der Geschäftsleitung von Ringier tätig. ●

Autor dieses Beitrags:

Fibo Deutsch arbeitete über 65 Jahre bei Ringier in verschiedenen Positionen als Journalist und Mitglied der Konzernleitung.



Michael Ringier zwischen zwei Werken in der Gallery
des Pressehauses. Links: Ugo Rondinone, SIEBENTER-
MAINEUNZEHNHUNDERTNEUNUNDNEUNZIG, 1999.
Rechts: Iain Baxter&, Still Life: Animal Preserve with
Ruby Red Shelf, 1997-1999.

Die Kunst im Blick

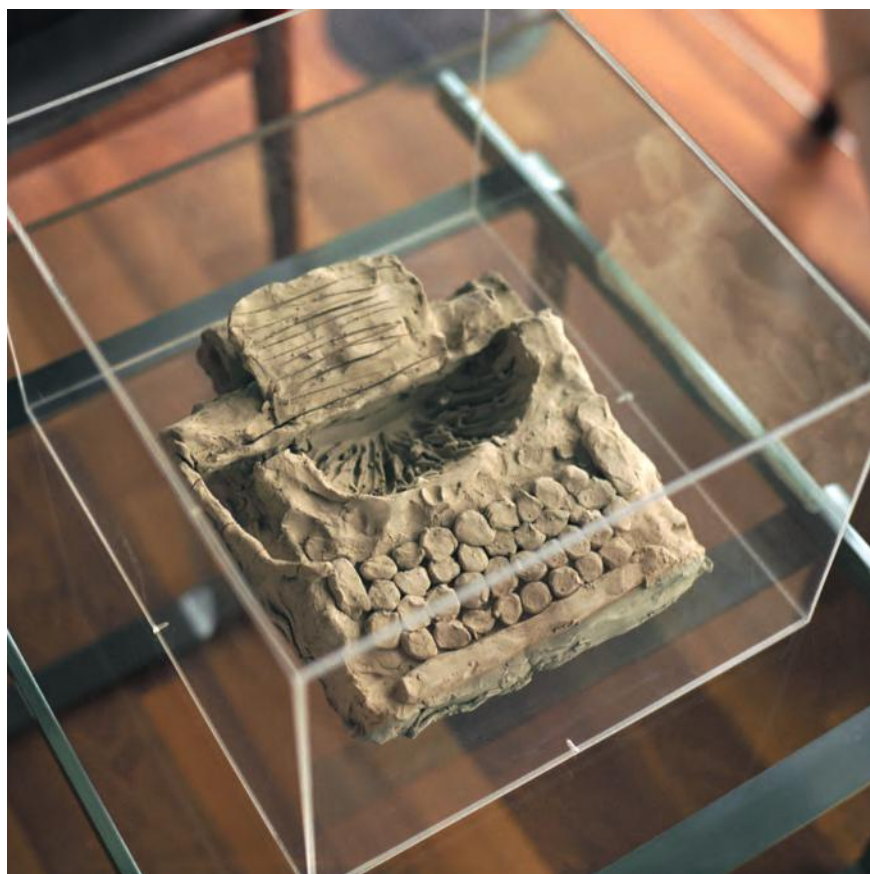


Kunst gehört zur DNA von Ringier. Kunst ist Bestandteil der Räume und Büros aller Ringier-Standorte in der Schweiz – und damit Teil des Arbeitsalltags der Mitarbeitenden. Genau das will der Verleger und Kunstsammler Michael Ringier: die Verschmelzung von Leben und Kunst. Wir haben ihn gefragt, warum das so ist, welches sein künstlerisches Talent ist und wie Kunst und Verlegertum zusammenhängen.

Interview: Katrin Ambühl
Fotografie: Gina Folly

66

Wenn Sie aufhören, neugierig zu sein, können Sie gleich abtreten.



Kerouac's Typewriter (from Plötzlich diese Übersicht) vom Künstlerduo Fischli/Weiss ist nicht nur passend für das Büro eines Verlegers, das Werk aus dem Jahr 1981 ist auch äusserst fragil, denn es besteht aus ungebranntem Ton. Peter Fischli (*1952) und David Weiss (1946–2012) hatten auch den Jubiläums-Jahresbericht 2007 gestaltet.

**Herr Ringier, Sie haben für unser
Treffen extra ein Bild mitgebracht.
Es muss ein sehr spezielles sein...**

Es ist eine Zeichnung von Louise Bourgeois, ein Selbstporträt aus den 40er-Jahren. Meine Frau und ich mögen diese Künstlerin sehr und haben das Glück, dass wir etwa 40 Zeichnungen von ihr erstehen konnten. Diese entstanden zwischen 1939 und 2004 und bilden das ganze Leben der Künstlerin ab.

**Bei Ihnen zu Hause wird alle paar
Jahre Kunst neu gehängt. Vermissen
Sie danach gewisse Werke?**

Es gibt Künstlerinnen und Künstler, von denen immer etwas bei uns hängt, wie zum Beispiel von Louise Bourgeois oder auch von Ugo Rondinone. Sein grosses Waldbild im Eingangsbereich des Pressehauses hing vor Jahren bei uns. Meine Frau vermisst es immer noch...

**Warum leisten Sie sich nicht wie andere Sammler
ein privates Museum und lassen die Kunstwerke
stattdessen in den Ringier-Büros aufhängen?**

Kunst soll da sein, wo gearbeitet wird, im Alltag und nicht nur im Museum. Dieser Gedanke gefällt mir. Eine ähnliche Haltung hat Rirkrit Tiravanija, der den Ringier Jahresbericht 2016 gestaltete und nun zwei Kunstwerke für uns anfertigte. Er begann in den 90er-Jahren mit Performances, wo er mit den Besucherinnen und Besuchern gemeinsam kochte, statt dass diese einfach nur die schönen Gefässe im Museum bestaunten. Er hat die Kunst in den Alltag geholt, und wir bringen die Kunst in die Büros.

**Sie besitzen Tausende von Kunstwerken.
Haben Sie eine Sammlerstrategie?**

Wir hatten nie einen festen Plan, das Sammeln ist ein Prozess, der nie aufhört. Das Wichtigste ist, offen und neugierig zu sein, was übrigens nicht nur für das Kunst sammeln gilt. Wenn Sie aufhören, neugierig zu sein, können Sie gleich abtreten.

Lag der Fokus schon immer auf zeitgenössischer Kunst?

Nein, das ist erst seit den 90er-Jahren der Fall. Davor sammelten meine Frau und ich Werke aus der Bauhaus-Zeit und aus der Russischen Avantgarde.

Kunst bestimmt auch die Jahresberichte von Ringier. Wie kam es dazu?

Jahresberichte sind traditionellerweise langweilig und gestalterisch unschön, was mich immer gestört hat. Auf einer Kunstreise 1996 nach New York sahen Beatrix Ruf und ich die Fotografien von Clegg & Guttman: Porträts im holländischen Stil des 17./18. Jahrhunderts. Mir gefiel dieser Stil, und so entstand der erste Jahresbericht 1997 mit dem Künstlerduo.

Wie waren die Reaktionen?

Das ging ziemlich schief (lacht). Alle meinten, wir vom Group Executive Board hätten uns bewusst so fotografieren lassen, der Stil wurde als abgehoben und unpassend empfunden. Als Kunst wurde es hingegen nicht gelesen...

Trotzdem hatten Sie den Mut weiterzumachen mit Kunst-Jahresberichten?

Als ein Jahr später der Jahresbericht von Sylvie Fleury herauskam, war allen klar, dass es sich dabei um Kunst handelt. Heute sind die Jahresberichte zu Sammlerstücken geworden, man findet sie sogar in Antiquariaten. Es sind mittlerweile 26 Kunst-Jahresberichte. Ich würde gerne damit eine Ausstellung machen.

In der Gallery des Pressehauses werden alle paar Jahre die Werke neu gehängt. Michael Ringier vor den Werken von Gili Tal (Exclusive Licensed Range Rover Evoque 12v Ride-on Car with Remote Control-Red, 2016, und Aosom Lamborghini Aventador 6v Electric Ride-On Car with Remote Control, 2016).





Als wir vor diesem Werk in der Gallery des Pressehauses stehen, schmunzelt Michael Ringier und sagt: «Passt doch zu einem Verlag diese Frage...». Rirkrit Tiravanija, untitled (demain est la question), 2012. Der Künstler hat auch den Jahresbericht 2016 gestaltet wie eine Blick-Ausgabe.

Kunst ist nicht Dekoration, sondern Idee.



Es gab aber immer wieder Jahrgänge, die nicht bei allen gut ankamen.

Welche waren am umstrittensten?

Heikel war jener von Richard Prince, der den Jahresbericht 2005 mit Witzen aus «Playboy» und «Penthouse» der 60er-Jahre spickte, die zum Teil antisemitisch oder anzüglich-frauenfeindlich waren. Da kam einiges an Kritik. Sehr frech, aber humorvoll war die Ausgabe 2011 von Maurizio Cattelan: Nicht nur wegen der WC-Papierrolle, sondern auch wegen des koksenden Murmeltiers auf dem Cover.

Es gibt an den Ringier-Standorten immer mal wieder Werke, die provozieren und nicht bei allen Mitarbeitenden gut ankommen.

Was sagen Sie dazu?

Kunst muss nicht gefallen. Kunst ist nicht Dekoration, sondern Idee. Sie muss gesellschaftlich relevant sein. Das ist der Grund, warum «Guernica» aus dem Jahr 1937 von Picasso heute noch immer aktuell ist. Indem wir Kunst in die Büros holen, muten wir den Menschen etwas zu, das heisst, wir nehmen sie ernst, und genau das ist für mich entscheidend.

Welche fünf Künstlerinnen und Künstler würden Sie gerne zu einem gemeinsamen Nachtessen einladen?

Ich habe das Glück, mit vielen tatsächlich schon gegessen oder mit John Baldessari Zigarren geraucht zu haben. Der Vorteil von einer Sammlung zeitgenössischer Kunst ist, dass die meisten Kunstschaaffenden noch leben. Und da ich seit Jahrzehnten Sammler bin, kenne ich viele persönlich.

Gibt es einen Künstler, eine Künstlerin, die besonders gut zur aktuellen Weltlage passt?

Einer ist sicher der libanesischer Künstler Walid Raad. Er nimmt sehr aktuelle Themen wie Fake Stories oder Künstliche Intelligenz auf. Zum Beispiel die schon lange anwährende Gewalt im Nahen Osten. Dabei bewegt er sich zwischen Tatsache und Legende, bedient sich verschiedener Verfremdungsmittel und pendelt zwischen persönlichen Erlebnissen und Geschichtsschreibung.

**Hilft Ihnen die Kunst in schwierigen Momenten,
oder anders gefragt, was lehrt sie Sie?**

Als Sammler muss man sich einlassen und eine Beziehung zu den Werken aufbauen. Die Kunst lehrt einen, auf sein eigenes Gefühl zu hören und diesem zu vertrauen.

Gilt das auch für Sie als Verleger?

Unbedingt! Auch als Verleger muss man ein Gespür entwickeln, einem Gefühl trauen und dann einen Weg gehen. Wichtige Entscheide entstehen nicht immer nur rational oder mit einer Powerpoint-Präsentation, sondern aufgrund eines Gefühls. Das war bei Ringier übrigens der Fall, als wir nach Osteuropa expandierten.

**Das war Ende der 80er-Jahre, heute
ist das schwieriger, oder?**

Natürlich, es gibt so viele Regeln, Einschränkungen, und niemand will einen Fehler machen. Doch mit Fehlervermeiden ist noch nie etwas Grosses entstanden. Dafür braucht es ein gutes Gespür. Und ein Gefühl für Menschen. Man muss den Mitarbeitenden etwas zutrauen, an sie und die Sache glauben. Das gilt zum Beispiel auch für unsere Investitionen in Afrika.

**Haben Sie selbst eigentlich auch
ein künstlerisches Talent?**

Nein, gar keines. Vielleicht könnte man sagen, dass ich ein gutes Auge und Gefühl dafür entwickelt habe, was andere machen.

**Was schlägt leidenschaftlicher in Ihrer Brust:
das Sammlerherz oder das Verlegerherz?**

Ich habe nur ein Herz, und darin hat beides Platz. Beide Bereiche sind spannend, das empfinde ich als Privileg. ●



Auch auf dem Schreibtisch des Verlegers darf Kunst nicht fehlen. Eine feste Grösse ist das Buch «About Nothing», eine Retrospektive des Werks von John Armleder. Diese Zeichnung hängt normalerweise zu Hause bei Michael Ringier. Er hat sie eigens für das Interview mitgebracht. Louise Bourgeois, La Femme Grotesque, 1946. © The Easton Foundation / 2023, ProLitteris, Zürich

Michael Ringier und die Sammlung Ringier

Michael Ringier (*1949) absolvierte 1974 die hauseigene Journalistenschule und arbeitete zunächst in diversen Positionen im Medienunternehmen der Familie sowie für andere Medienhäuser. 1983 wechselte er in die Unternehmensleitung von Ringier und wurde zwei Jahre später Direktionspräsident. Heute amtiert er als Präsident des Ringier-Verwaltungsrats. Der Kunstbegeisterte rief 1995 die Sammlung Ringier ins Leben, die zu Beginn 21 Werke umfasste. Seither wächst die Sammlung stetig: Im Jahr 2000 befanden sich bereits rund 500 Werke in der Sammlung Ringier. Aktuell befinden sich rund 3500 Arbeiten aus den Bereichen Fotografie, Video, Malerei, Zeichnung, Skulptur und Installation seit den 1960er-Jahren in der Sammlung Ringier. Zehn Titel enthalten das Wort «Love» im Namen.

Zahlen und Kunst im Einklang.

Die Autorenschaft der Ringier Jahresberichte liest sich wie ein Who is Who der angesagten zeitgenössischen Kunstszene, denn seit 1997 wird jede Ausgabe von einer Künstlerin oder einem Künstler gestaltet. Die meisten Kunstschaaffenden sind begeistert und sagen spontan zu, wenn sie angefragt werden, einen Kunst-Jahresbericht zu gestalten. Ein Überblick über die bisherigen 26 Ausgaben.



Hier gehts zur Übersicht über alle bisherigen Ringier Kunst-Jahresberichte.

Clegg & Guttman 1997

Sylvie Fleury 1998

Christian P. Müller 1999

Harald F. Müller 2000

Liam Gillick 2001

Aleksandra Mir 2002

Christopher Williams 2003

Matt Mullican 2004

Richard Prince 2005

Richard Phillips 2006

Fischli/Weiss 2007

Josh Smith 2008

John Baldessari 2009

Kerstin Brätsch und Adele Röder | DAS INSTITUT 2010

Maurizio Cattelan 2011

Phillippe Parreno 2012

Laura Owens 2013

Wade Guyton 2014

Helen Marten 2015

Rirkrit Tiravanija 2016

Katja Novitskova 2017

Martine Syms 2018

Jordan Wolfson 2019

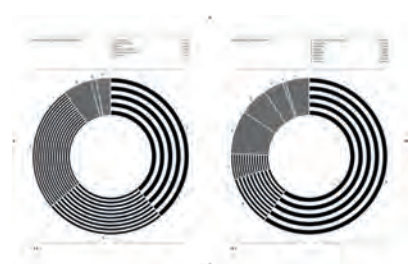
Ed Atkins 2020

Walid Raad 2021

Nicole Eisenman 2022



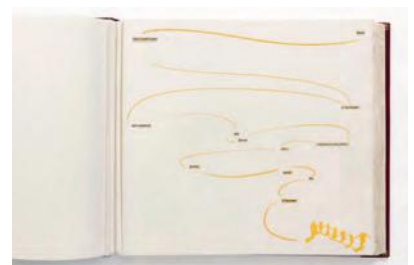
Der erste Kunst-Jahresbericht 1997 wurde von Clegg & Guttman gestaltet – mit Porträts im holländischen Stil des 17./18. Jahrhunderts.



Eckte an: Der Jahresbericht 2011 von Maurizio Cattelan, der mit einer WC-Rolle ergänzt wurde.



Wie eine Blick-Ausgabe gestaltet: Jahresbericht 2016 von Rirkrit Tiravanija.





Am diesjährigen Tech Retreat and Conference 2023 (TRAC23), der im südafrikanischen Ballito stattfand, trafen sich beide Teams wieder mal in Person. Vorne v.l.n.r.: Gcobisa Nkonzo, Rita-Marié Degenaar. Hinten v.l.n.r.: Franco Nyawanga, Rude Janse van Rensburg, Erhardt de Kok, Nancy Lubalo, Tamlin Kleinbooï, Nodumo Tembani. Es fehlt Mahdi Finnigan.

Seit 2020 gibt es das Team Ringier Südafrika, den Tech-Hub von Ringier weltweit. Die Spezialistinnen und Spezialisten für Data Analytics und Data Science bilden ein Team von neun Mitarbeitenden mit mehr als 50 Prozent Frauen. Sie arbeiten in Südafrika, Kenia und Deutschland. Wie das funktioniert und was genau sie tun, beschreibt Rita-Marié Degenaar, Produktmanagerin der Data Analytics und Data Science von Ringier Südafrika.

Interview: Katrin Ambühl

Die Tech-Hubs sind über verschiedene Länder verteilt. Wie kommuniziert und organisiert ihr euch?

Wir haben täglich virtuelle Teammeetings. Dabei haben wir festgestellt, dass wir oft vergessen, dass unsere Kolleginnen und Kollegen noch ein Privatleben haben neben der Arbeit. Deshalb nehmen wir uns montags und freitags bewusst 15 Minuten Zeit, um über unser Wochenende zu sprechen. Manchmal spielen wir auch ein Spiel oder tauschen Fotos und Geschichten aus. Die Mitarbeitenden in Kapstadt treffen sich einmal im Monat oder zu besonderen Anlässen persönlich in unserem schicken Büro. Und einmal im Jahr treffen wir uns alle physisch zu unserem Tech Retreat – dieses Jahr war dies in Ballito, Südafrika.

In eurem Job dreht sich alles um Daten, seid ihr alle richtige Tech-Nerds?

Im Grossen und Ganzen schon, aber wir sind vielseitig aufgestellt. Einige Teammitglieder kommen aus dem Businessbereich, andere von der Kundenseite. Letztendlich brauchen wir viele verschiedene Leute, um eine grossartige Dateninfrastruktur und tolle Techprodukte zu entwickeln.

Was ist der kreativste Teil eurer Arbeit?

Für die Analysten ist es das Geschichtenerzählen, übrigens ein sehr wichtiger Teil der Arbeit. Sie müssen nach spannenden Ansätzen suchen, um die Ergebnisse ihrer Analysen möglichst gut visualisieren und darstellen zu können. Das sollte packend sein, alle relevanten Informationen enthalten und die Geschäftsentscheidungen unterstützen. Datenwissenschaftler und Ingenieurinnen setzen ihre ganze Kreativität ein, um innovative Lösungen für neue Probleme, die auf uns zukommen, zu finden.

KI hat eure Arbeit sicher mitrevolutioniert, oder?

Wir haben schon immer mit KI gearbeitet, sodass wir die KI-Revolution gar nicht so sehr als Revolution wahrnehmen. Allerdings können wir jetzt Probleme viel schneller und effi-

zienter lösen als früher. Dank generativer KI-Lösungen wie zum Beispiel ChatGPT, die für jedermann einfach zu nutzen sind, ist unsere Arbeit ins Rampenlicht gerückt und die Nachfrage nach innovativen Datenlösungen gestiegen.

Was sind zum Beispiel von euch entwickelte KI-Tools, die Mitarbeitende von Ringier weltweit nutzen, ohne wahrscheinlich zu realisieren, dass es sich um KI handelt?

Unser Team ist stark an der CDE (Content Distribution Engine) beteiligt: Wir kümmern uns um die Auswahl der Inhalte sowie das Performance Reporting und helfen bei der Automatisierung des KI-gesteuerten Outputs für die Veröffentlichung von Inseraten und Artikeln auf verschiedenen Marketingkanälen. Ein anderes Beispiel ist der Talent Matching Service, der Personalvermittlern hilft, geeignete Kandidatinnen und Kandidaten für offene Stellen zu finden.

Auf welches Projekt seid ihr besonders stolz und auf welches blickt ihr mit Spannung in die Zukunft?

Das Data Infrastructure Team hat mit der «Data Lake»-Lösung, die wir Anfang des Jahres auf den Markt gebracht haben, eine aussergewöhnliche Entwicklung gemacht. Die Downstreaming-Pipelines wurden von Grund auf neu entwickelt und nehmen derzeit Daten aus über 15 Datenquellen auf, während sie ständig gewartet und verbessert werden, alles datenschutzkonform. Das Team freut sich darauf, sein Wissen mit neuen Herausforderungen zu erweitern, wenn wir die «Data Lake»-Lösung auf bestehende und neue Kundinnen und Kunden innerhalb der Gruppe ausweiten. Die Analysten und Data Scientists haben den Unternehmen im Bereich Marketplaces enorm geholfen mit Berichts-Dashboards und Self-service-Datenmodellen, die aktuelle Einblicke in die Leistung ihrer Plattformen geben. Wir freuen uns, bestehende Lösungen mit innovativen KI-Integrationen weiter zu verbessern und unsere Präsenz durch die Bereitstellung von Lösungen für weitere Unternehmen zu vergrössern. ●

«MEISTENS GING ES NUR UM KLICKS UND GELD»

Mit 25 Jahren gründete Leila Alder das Onlinemagazin «akut Mag» – ohne Schulabschluss oder Diplom in der Tasche, aber mit erstaunlich viel Erfahrung für ihre jungen Jahre. Heute ist das Onlinemagazin, das Themen aus Kultur, Gesellschaft und Lifestyle behandelt, drei Jahre jung; ein zartes Pflänzchen im Dschungel der Mediengrosskonzerne. Warum sie an das Medienformat glaubt, was sie antreibt und wohin sie will, hat uns Leila Alder bei einem Treffen verraten.

Interview: Katrin Ambühl | Fotos: Elay Leuthold





Medienmacherinnen der neusten Generation.
v.l.n.r.: Vanessa Votta, Leila Alder und Lorena Lucek.

Leila Alder (*1995) absolviert derzeit den Masterstudiengang in Kulturpublizistik an der ZHdK. Nach abgebrochenem Gymnasium machte sie zunächst ein Praktikum bei «Faces Mag», war dann Junior-Redaktorin bei «textilrevue» sowie «Places» und anschliessend Chefredaktorin vom Onlinemagazin «femelle». 2020 gründete sie «akut Mag».

Sie und ihre Stellvertreterinnen Lorena und Vanessa brainstormen auf dem Sofa. Die Einrichtung ist ein Mix aus Secondhand und geschenkten Objekten – unkompliziert und unfertig. Flexibel wie das Onlinemagazin, das sie betreiben. Mit langen Artikeln und Essays zu tiefgründigen Themen. Zum Beispiel «Einer, der nie ankam», ein bewegendes Porträt über einen Mann, der nach 54 Jahren in der Schweiz ausgeschafft wird. Oder «Das Natternhemd, in dem ich wohne», ein persönlicher Erfahrungsbericht über eine verstörende Hautkrankheit. Auf der anderen Seite leichte Beiträge zu Fashion-Themen, Cancel Culture, Theaterkritiken oder Kulturtipps.

Leila, passt das zusammen, Tiefgang und Oberflächliches?

Ja, das eine schliesst das andere nicht aus. Ich liebe das Spiel mit Kontrasten. Klar ist es ein Spagat, aber ich finde, man muss auch nicht immer alle Fragen beantworten können, sondern einfach mal etwas stehen lassen, etwas ausprobieren.

Aber ein klares Profil ist schwer zu erkennen, für wen schreibt ihr?

Es gibt sehr viele politische Onlinemedien, die Stellung beziehen und eine klar definierte, politikinteressierte Bubble bedienen. Wir wollen etwas anderes. Statt zu polarisieren, wollen wir Brücken bauen. Denn vielen Jungen aus meiner Generation macht die generelle Polarisierung Angst. Wir wollen verbinden und ein Publikum abholen, das traditionellerweise nicht mehr viel liest oder sich nicht täglich mit ernsthaften und relevanten Themen auseinandersetzt, weil es nie damit in Berührung kam – nicht weil das Interesse nicht vorhanden wäre.

Trotzdem muss die Haltung des Magazins doch klar sein. Obwohl wir nicht ständig politisieren, ist unsere Haltung klar: urban, gesellschaftlich offen, inklusiv. Wichtig für mich ist die Unabhängigkeit – von Werbeakteuren, von grossen Medienhäusern, die übrigens ziemlich alle im Besitz von Männern sind... Deshalb sind wir Mitglied bei der Plattform We.Publish für unabhängige Medien.

Finanzieren muss sich aber auch «akut Mag».

Unsere Inhalte stehen allen zur Verfügung, ohne Bezahl-schranken oder Abos. Aber wir bieten Memberships an. Weiter mit Medienpartnerschaften und Native Advertising,

wir wollen mitbestimmen, wie ein Beitrag aussieht und geschrieben ist. PR machen wir nicht. Wir müssen überzeugend sein und wollen glaubwürdig bleiben. Elementar ist für uns auch ein Netzwerk mit Autorinnen und anderen Onlinemedien, von denen wir Beiträge übernehmen dürfen.

Ihr sprecht auf der Website auch von Slow Journalism. Das braucht aber sehr viele Ressourcen, ist das nicht etwas übertrieben?

Natürlich vergleichen wir das nicht mit journalistischen Erzeugnissen, die über Jahre recherchiert werden und in Printmedien erscheinen. Aber wir sprechen von Slow Journalism im Onlinebereich: Wir publizieren nur drei bis vier Artikel pro Woche und haben klar die Haltung: Weniger ist mehr.

Mit «akut Mag» hast du schon drei Jahre durchgehalten. Was verdienst du?

Keinen Rappen, ich finanziere mich als Freelancerin mit dem Texten für Werbekunden. Die Freelancer werden hingegen bezahlt.

Das klingt alles sehr aufwendig und anstrengend. Wie kommt eine junge Frau überhaupt auf die Idee, ein journalistisches Unternehmen zu gründen?

Erstens ist das Geschichtenerzählen meine grosse Leidenschaft seit meiner Kindheit. Zweitens war ich in meinen Jobs bei diversen Medien nie wirklich glücklich und habe immer rebelliert, wollte weniger Kompromisse eingehen. Meistens ging es nur um Klicks und Geld, das hat für mich nichts mehr mit Journalismus zu tun.

Diese Erkenntnis allein reicht aber nicht, um ein Medien-Start-up zu gründen...

Nein, es braucht den Glauben, dass alles möglich ist, auch wenn alles dagegen spricht. Es braucht Leidenschaft, Ehrgeiz, Durchhaltewillen. Und bei mir den Wunsch, einen gesellschaftlichen Beitrag zu leisten.

Wie lange es «akut Mag» wohl geben wird?

Ich höre sicher nicht auf, bevor wir nicht wenigstens eine Printausgabe gemacht haben! ●

Ringier-Gruppe

Eine Selektion von Bildern



Engadin (Beilage der Schweizer Illustrierten in Zusammenarbeit mit Engadin Tourismus), Schweiz. Fotografie: Régis Golay
Da freuen sich die Hühner: Lorenzo Polin, der Schauspieler aus Zürich, schlüpft nun auch in die Rolle eines Bauern. Er hat den elterlichen Hof im Engadin übernommen. Eine tolle Story aus den Bündner Bergen von Manuela Enggist und Régis Golay zur Erstlancierung des Magazins.



Bilanz, Schweiz. Styling und
Fotografie: Tina Sturzenegger
Für das Luxus-Special im Oktober
erhielten sieben Fotografinnen
und Fotografen eine Carte
blanche, um ein Luxusprodukt zu
inszenieren. In diesem Fall ist
das Objekt der Begierde ein
handgeschmiedetes Santoku-
Messer aus der Messerwerkstatt
von Jo Wiesner in Bramboden.

Libertatea, Rumänien. Fotografie: Viad Chirea
Schutt und Asche in diesem Bild waren einst
das Elternhaus von Razvan Mirea. Ende
August 2023 explodierte hier eine inoffizielle
Tankstelle. Grosse Teile der rumänischen
Gemeinde Crevedia wurden zerstört, sechs
Menschen getötet, darunter auch der Vater
von Razvan. Das Foto entstand am
3. September, eine Woche nach dem Unglück.





Handelszeitung, Schweiz. Illustration: Generiert von Midjourney, geprüft und verbessert von Menschen
Sieht so die neue Arbeitswelt aus? Was kommt alles auf uns zu mit Künstlicher Intelligenz? Diesen
Fragen ging die 33. Ausgabe der «Handelszeitung» nach und fragte unter anderem den Futuristen
David Shrier, was der Menschheit diesbezüglich blühen könnte.

L'illustré, Schweiz. Fotografie: Gabriel Monnet
Stabhochsprung ist die grosse Leidenschaft
der 18-Jährigen aus Grimisuat VS. Valentin
Imsand und Justin Fournier gelten als grosse
Hoffnung im Stabhochsprung. Vielleicht holen
sie mit ihren über 5 m hohen Sprüngen bald
die Sterne bzw. Medaillen vom Himmel.





Blick, Ungarn. Fotografie: Tamas Korponai
So viel Schmerz, Enttäuschung und Leiden
stecken in diesem Bild – und Pech: Die
Läuferin Femke Bol stürzte nur fünf Schritte
vor dem Ziel, wodurch ihr Team den schon
fast garantierten ersten Rang in der 4x400-m-
Mixed-Staffel verpasste. Stattdessen holte
sich Alexis Holmes dadurch den Sieg. Die
Aufnahme stammt von den World Athletics
Championships in Budapest im August 2023.



Bei digitaler
Transformation
muss man gut
mit Menschen
umgehen können

Nancy Cruickshank ist seit März 2023 Mitglied des Ringier-Verwaltungsrats und verfügt über einen grossen medialen und digitalen Leistungsausweis. Die britische Unternehmerin hat nicht nur hochkarätige Printtitel auf den digitalen Weg geführt, sondern auch mehrere Start-ups gegründet. Mit DOMO sprach sie über ihre Anfänge bei «Vogue», ihre Leidenschaft für Technologie und über Frauen in Führungspositionen.

Interview: Barbara Halter | Porträt: Karin Heer

Nancy Cruickshank, Sie begannen Ihre Karriere bei der britischen «Vogue». Einer der ersten Titel, bei dem Sie involviert waren, war der mit den Supermodels Cindy Crawford, Naomi Campbell, Tatjana Patitz, Christy Turlington und Linda Evangelista. Das war im Januar 1990. Vier davon zierte diesen Herbst die September-Ausgabe. Was ging Ihnen durch den Kopf, als Sie das Cover sahen?

Für mich werden sie immer die perfekten Supermodels sein. Das Cover aus den 90ern symbolisiert eine Zeit, die ich als sehr vibrierend in Erinnerung habe. Es war

ung führte wohl dazu, dass ich mich später in all meinen Tätigkeiten stark an den Kundinnen und Endverbrauchern orientierte.

Sie lancierten 1996 in Grossbritannien Condé Nast Online, zu dem Titel wie «Vogue», «World of Interior» oder «GQ» gehören. Die Digitalisierung war damals noch ganz am Anfang. Woher hatten Sie Ihr Wissen?

Ich war damals Mitte zwanzig und hatte das Internet erst einmal gesehen – beim Blick über die Schultern von jemand anderem. Das ist kein Scherz! Damals gab es weder Online-Zeitungen noch Google. Ich war keine Technikexpertin, aber fasziniert von Innovationen – und ich war ehrgeizig. Ich fand, was habe ich schon zu verlieren? Rasch wurde ich geradezu süchtig nach diesen neuen Technologien. Seitdem habe ich in meiner Karriere nichts mehr gemacht, das nicht irgendwie digital ausgerichtet war oder bei dem es nicht um technische Umwälzungen ging.

Diesen Frühling wurden Sie in den Ringier-Verwaltungsrat gewählt. Haben Sie Visionen, die Sie einbringen möchten?

Natürlich. Aber als neue Verwaltungsrätin ist es wichtig, im ersten Jahr zuzuhören und die richtigen Fragen zu stellen. Obwohl ich lange in der Medienbranche tätig bin und viel Erfahrung mit grossen digitalen Marktplätzen habe – zum Beispiel auch mit Sportwetten –, möchte ich erst die Einzigartigkeit und die Differenzierungen des Unternehmens genau kennenlernen. Es ist beeindruckend, was Marc Walder und Michael Ringier in der digitalen Transformation in den letzten 12 Jahren erreicht haben. Ein solcher Weg erfordert viel Mut, Wille, Zeit und Talent – und natürlich auch viel Geld.

Was bringen Sie für Fähigkeiten in den Verwaltungsrat mit?

Sicher meine Marktorientierung, ausserdem habe ich schon einige Male Medienhäuser und Familienunternehmen erfolgreich auf dem digitalen Weg begleitet. Seien es die Murdochs mit dem britischen Bezahlfernseher Sky oder die Barclay-Familie mit der Zeitung «The Telegraph».

Rasch wurde ich geradezu süchtig nach diesen neuen Technologien.

aufregend, für die «Vogue» zu arbeiten. Die Lifestyle-Printmedien waren in ihrer Blütephase, und wir begannen ziemlich innovativ zu werden. Als ich das Cover von diesem Jahr sah, musste ich aber auch daran denken, wie viel inklusiver und vielfältiger unsere Gesellschaft doch geworden ist. Diese Frauen sehen immer noch umwerfend aus – aber die Welt hat sich definitiv verändert!

Bleiben wir noch in den 90er-Jahren. Sie arbeiteten damals als Marketingmanagerin bei «Vogue». Um was kümmerten Sie sich?

Zu dieser Zeit bedeutete dies, dass man sich vor allem mit Marktforschung beschäftigte. Ich sass vor einem Grossrechner und gab Codes ein, um beispielsweise zu verstehen, wie viele Frauen «Vogue» lasen und gleichzeitig Kundinnen bei der Bank HSBC waren. Und wie diese Zahlen im Vergleich zu den Leserinnen von «Marie Claire» oder «Elle» aussahen und so weiter. Diese Erfah-

Sie engagieren sich für Frauen in Führungspositionen. Ist das 2023 noch nötig?

Es gibt viele Fortschritte, aber wenn man die Daten ansieht, sind wir noch nicht am Ziel. Ein Problem ist, dass wir zu wenig weibliche Führungskräfte in der Pipeline haben. Frauenförderung ist ein kompliziertes Gebiet: Als Frau will ich nicht wegen meines Geschlechts eingestellt werden, sondern weil ich die beste Person für den Job

Die erfolgreichsten CEOs sind brillante Kommunikatoren.

bin. Im Technikbereich fehlt es den Mädchen und Frauen oft an Selbstvertrauen. Was völlig verfehlt ist: Um in der Wirtschaft erfolgreich zu sein, braucht man die Fähigkeit zur Zusammenarbeit. Die erfolgreichsten CEOs sind brillante Kommunikatoren. So sehr ich Geschlechterstereotypen normalerweise hasse, in meinem Umfeld sind besonders Frauen brilliant in der Kommunikation. Und sie können gut mit Menschen umgehen, was bei der digitalen Transformation entscheidend ist: Dort geht es zehn Prozent um Daten, zwanzig Prozent sind Technik, und der Rest ist menschliche Interaktion.

Ihnen ist Vielfalt wichtig, auch in sozialer und ethnischer Hinsicht. Wo liegt die Schwierigkeit, und was bringt sie einer Firma?

Am schwersten zu knacken ist der soziale Hintergrund. Auf die Vielfalt positiv ausgewirkt hat sich die neue Flexibilität, die durch die Pandemie entstanden ist. Mütter – oder natürlich auch Väter – arbeiten daheim, können zwischendurch ihre Kinder in die Schule bringen oder eine Ladung Wäsche waschen. Für Firmen sind diese verschiedenen Arbeitsformen eine Herausforderung, aber schlussendlich profitieren alle davon.

Sie wurden zweimal kurz hintereinander Mutter, als gerade eine Ihrer Firmen am Durchstarten war. Wie haben Sie sich organisiert?

Ich gehörte zu den Glücklichen. Ich war 32, als ich Meg bekam, und 33, als Emma auf die Welt kam. Mein Mann und ich teilten uns die Aufgaben, und als Geschäftsführerin eines erfolgreichen Unternehmens hatte ich genug Geld für ein Kindermädchen. Wir lebten im Zentrum von London, und ich brauchte bloss zwanzig Minuten, um direkt nach Soho zur Arbeit zu fahren. Die harte Realität ist, dass viele andere Frauen in meinem Alter diese Möglichkeit damals nicht hatten.

Ihre Töchter sind heute 19 und 20 Jahre alt. Wie nehmen Sie diese Generation wahr, auch was die Arbeitswelt betrifft?

Die Gen Z ist sicher eher zweckorientiert und will in Unternehmen arbeiten, die verantwortungsvoll handeln – aber das sind die meisten Menschen, mit denen ich zusammenarbeite. Was mir bei meinen Töchtern viel wichtiger ist: Als berufstätige Mutter leidet man immer unter Schuldgefühlen. Jetzt, wo die beiden erwachsen sind, realisiere ich, wie unnötig diese Gefühle waren. Meine Töchter sind stolz auf mich und nehmen mich in beruflicher Hinsicht zum Vorbild. ●

Zur Person:

Nancy Cruickshank, 52, hat in ihrer Karriere sowohl als Unternehmerin als auch als Führungskraft für andere Firmen gearbeitet. Sie hat mehrere Start-ups gegründet, darunter «MyShowcase», eine Plattform für Kosmetikprodukte, die 2016 von der «Sunday Times» zu den fünfzehn schnellst wachsenden Start-ups Grossbritanniens ausgezeichnet wurde. Zuletzt war sie Chief Digital Officer bei der Carlsberg Group. Sie lebt mit ihrem Mann in London und hat zwei erwachsene Töchter.

Ich will alles lernen

Zwölf junge Ringier-Talente aus sechs Ländern reisten im Dezember nach Zofingen – zur ersten «Global School of Journalism».

Text: Peter Hossli

Foto: Linda Käsbohrer



Hinten v.l.n.r.: Alexandru Barbu, Kwame Boakye, Samson Toromade, Remus Dinu, Sebastian Pricop, Nemanja Vidić, Iva Jevctić. Vorne v.l.n.r.: Nina Siegrist, Alexandra Șerban, Marek Biró, Matej Příbelský, Edina Juhász, Peter Hossli, Barbara Szabó.

Guter Journalismus beginnt oft mit einer Frage. Wie kann Ringier weltweit junge Talente halten? Allenfalls mit einem Aufenthalt in der Schweiz? Einer Weiterbildung? Einem Austausch mit anderen Talenten? Die Antwort: Mit all dem zusammen! Deshalb reisten im Dezember zwölf junge Journalistinnen und Journalisten aus sechs Ländern nach Zofingen zur internationalen Schulwoche von Ringier. Sie kamen aus Serbien, Ungarn, der Slowakei, Rumänien, Ghana und Nigeria. Organisiert hatten die «Global School of Journalism» Nina Siegrist, Head Editorial Ringier Global Media Unit, Peter Hossli, Autor dieses Artikels und Leiter der Ringier Journalistenschule, Redaktionsassistentin Fatima N'Gom und HR-Spezialistin Maximiliane Lorenz.

Alexandra Șerban ist seit 2021 bei der rumänischen Zeitung «Libertatea» tätig. «Ich habe Geschichte studiert, hatte aber nie eine formelle journalistische Ausbildung», sagte sie zu Beginn. «Jetzt will ich in Zofingen alles über Journalismus lernen.» Sie lernte einiges. «Der Spiegel»-Redaktor Christoph Winterbach führte die Medienschaffenden in den redaktionellen Gebrauch von Künstlicher Intelligenz ein. Die freischaffende Journalistin Karin A. Wenger erzählte, wie sie im Ausland Reportagen macht. Der Leiter der Ringier Journalistenschule, Peter Hossli, erteilte einen Interview-Kurs und gab Tipps, wie journalistische Ideen entstehen.

Ein Tag war für kürzere Kurse reserviert: zu Storytelling in den sozialen Medien, zu Audio-Formaten oder zum Newsletter als aufstrebendes journalistisches Format.

Die internationalen Journalistinnen und Journalisten tauschten sich mit der Klasse des aktuellen Jahrgangs der Ringier Journalistenschule (JouSchu) aus. Sie trafen Petra Ehmann, Chief Innovation Officer der Ringier AG, Chief Content Officer Steffi Buchli und Laura Crimmons, die bei Ringier Medien Schweiz ein neues Publikum gewinnen soll. Die Ungarin Edina Juhász reiste in die Schweiz, «weil ich lernen möchte, wie klassischer Journalismus trotz Desinformation und Künstlicher Intelligenz überleben kann». Sie arbeitet als Redaktorin bei

der ungarischen Ausgabe von «Glamour». Zuvor war sie Technologiejournalistin. Andere Erwartungen an die Schulwoche hatte der Ghanaer Kwame Boakye, Chefredaktor des Nachrichtenportals «Pulse Ghana». Er wollte unter anderem erfahren, «wie Künstliche Intelligenz uns beeinflusst, Geschichten zu erzählen».



Christoph Winterbach, Journalist vom «Spiegel», gibt Tipps für das Recherchieren mit Hilfe von KI.

Bereits beim ersten Abendessen in der Pizze-

ria La Lupa in Zofingen debattierten die Journalistinnen und Journalisten über Politik. Gemeinsam besuchten sie das Bundeshaus in Bern, wo sie über Medienfreiheit und direkte Demokratie sprachen. Ringier CEO Marc Walder traf sie in Zürich zu einem Gespräch über Journalismus. Die Schulwoche unterstreiche, wie bedeutend Journalismus für Ringier sei, sagt Schulleiter Hossli. Sein Fazit: «Der Austausch zwischen den verschiedenen journalistischen Kulturen war für alle bereichernd.» Und Nina Siegrist betont: «Ringier fördert junge Talente, dadurch kann die Zusammenarbeit zwischen den verschiedenen Redaktionen des Konzerns intensiviert werden.» ●



Oben: Cristian Iosub bei einem Trainingseinsatz für die Organisation, für die er als Freiwilliger arbeitet. Rechte Seite: Porträtbild am Standort Ringier Rumänien, Foto: Vlad Chirea.

Cristian Iosub ist Chief Product Officer bei Ringier Rumänien und an allen Themen dran, die mit Innovation und Tech zu tun haben. Er entwickelt zum Beispiel eine virtuelle Währung für Online-User oder arbeitet an einer synthetischen Stimme, die der menschlichen ähnelt. Daneben hat er ein aufwendiges Hobby, das eher eine Mission ist.

Interview: Katrin Ambühl

“Pro Woche leiste ich drei bis vier Einsätze



Unser morgendlicher Call ist nicht die erste Tageshandlung von Cristian. Auf dem Weg zur Arbeit hat ihm der Alert einer privaten Hilfsorganisation einen Autounfall gemeldet. Er war in der Nähe, fuhr hin mit seinem Wagen, der mit Erste-Hilfe-Material ausgestattet ist. Er holte den Verletzten aus dem Unfallauto, stabilisierte ihn und rief die Ambulanz. Ein fast normaler Start in den Tag...

Cristian, du und dein Team seid mit Themen konfrontiert, die sich rasant entwickeln: Cyber Security, AI, Data Protection. Was ist die grösste Herausforderung?

Das ist klar Künstliche Intelligenz und die Tatsache, dass sie unser Leben mehr und mehr beeinflussen wird, bis wir den Punkt erreichen, an dem dies ganz natürlich sein wird. Schon heute nutzen wir viele digitale Angebote, in die KI integriert ist, zum Beispiel im Auto, wo uns z. B. das Navigationssystem vorschlägt, uns nach Hause oder zur Arbeit zu führen. Unser Job ist es, ganz vorne mit dabei zu sein und kontinuierlich zu lernen.

Welche Fähigkeiten braucht es für diese Arbeit?

Zusammenarbeit und ständiges Lernen sind die Kernkompetenzen, um diese spannenden Themen anzugehen. Eine Herausforderung ist die Geschwindigkeit, mit der sich KI entwickelt. Eine andere ist es, die Mitarbeitenden für technologische Veränderungen zu begeistern. Heute ist der Umgang mit Information ganz anders als vor 10, 15 Jahren. Unsere Chance ist es, uns als Innovationstreiber aufzustellen und das Maximum dessen, was uns Technologie ermöglicht, nutzbar zu machen.

Wie gross ist dein Team?

Als Chief Product Officer arbeite ich mit verschiedenen Unternehmensbereichen innerhalb der Ringier-Gruppe zusammen. Das ist extrem effizient. Das Web-Development-Team zum Beispiel umfasst nur vier Programmierer, aber die von ihm entwickelte Datenarchitektur erlaubt es uns, die Produkte zu skalieren und schnell User-Bedürfnisse anzupassen.

Woran arbeitet ihr gerade?

Ein Projekt mit grossem Potenzial ist ein Belohnungssystem, das den Usern Punkte für Interaktionen auf der Website vergibt. Mit diesen Punkten können die dann wiederum User Produkte, Serviceleistungen und Erlebnisse kaufen. Eine tolle Idee, eine Art virtuelle Währung, an der ich mitarbeite.

Die Themen Tech and Product sind zentrale Themen in allen Ringier-Unternehmen.

Was schätzt du daran und wie gross ist der Austausch mit anderen Ländern?

Es ist inspirierend, mit Leuten zusammenzuarbeiten, die viel Erfahrung haben in den Bereichen Medien und Produktentwicklung. Ich freue mich, dass wir an globalen Projekten bei Ringier X, das Innovation im Unternehmen fördert, dabei sein dürfen.

Und dein persönliches Ziel im Bereich Tech and Product?

Ich hoffe, dass ich eines Tages ein Produkt entwickle, das in anderen Unternehmen der Gruppe angewendet wird. Ich habe da so ein Gefühl, dass dies schon bald der Fall sein könnte. Meine Motivation und Energie sind riesig, wenn ich an dieses Ziel denke, ganz im Stil: «The sky is the limit.»

Apropos Energie: Wann hast du überhaupt noch Zeit für deine Einsätze für lokale NGOs?

Ich lebe zwei Leben in einem, und die Notfallhilfe ist kein Hobby, sondern Teil meines Lebens. Pro Woche leiste ich ca. drei bis vier Einsätze: Erste Hilfe bei Autounfällen oder die Suche nach einer vermissten Person. Wir sind etwa 150 Helferinnen und Helfer. Etwa 50 sind mit modernstem Equipment ausgestattet, etwa Defibrillator, Wärmesuchdronen, medizinischem Monitor etc. Andere hingegen haben einfach ein normales Erste-Hilfe-Training absolviert.

Warum machst du das?

Ich habe einen super Job bei Ringier Rumänien, eine gesunde Familie mit drei Kindern, dafür bin ich sehr dankbar. Meine Familie gibt mir jeden Tag 110 Prozent Energie, und ich möchte der Gesellschaft etwas zurückgeben. Meine Frau teilt dieses Hobby übrigens mit mir: Gemeinsam haben wir zudem eine NGO im Bereich Cyber Security Education gegründet. Das Projekt sensibilisiert Schülerinnen und Schüler auf die Gefahren im Cyberspace und gibt ihnen die notwendigen Tools. Meine Frau ist gerade für ein solches Bildungsprojekt in Ungarn, und nächstes Jahr planen wir in unseren Ferien im Raum Bukarest diverse Cyber-Security-Kurse und Workshops für über 5 000 Studierende... ●



Die Leidenschaft fürs Lesen, die Freude am gedruckten Buch werden nicht unbedingt der jungen Generation zugeschrieben. Doch es gibt einen wachsenden Trend bei den Digital Natives: die Liebe zum Buch und diese via Tiktok zu teilen. Die büchervernarrten Influencer haben eine wachsende Fangemeinde, und der aktuelle Tiktok-Trend Booktok ist auch in der traditionellen Buchhandlung und auf der Frankfurter Buchmesse angekommen. Eine der wenigen Schweizer Booktok-erinnen ist die 21-jährige Noëmi Santos. Sie sagt, wie sich Booktok vom Feuilleton unterscheidet und warum gedruckte Bücher für immer bleiben werden.

“ Als Booktok-er-in trage ich Verantwortung

Von Sara Belgeri und Noemi Hüsser

Noëmi Santos lacht und hält ein grosses Paket in die Handykamera. Mit einer Schere schlitzt sie das Klebeband auf und nimmt das Verpackungsmaterial raus. Der Inhalt: eine Box mit vier Büchern der Fantasyreihe «Elfenkronen». Sie dreht die goldenen Buchrücken in Richtung der Kamera, zieht die Bücher aus der Box und bestaunt die mit Elfen und Prinzen illustrierten Seiten. «Habt ihr jemals schönere Bücher gesehen?!», schreibt sie auf Englisch in der Caption. Die 21-Jährige ist Booktokerin. Sie liest Bücher und veröffentlicht auf der Plattform Tiktok Videos darüber. «Niemand, der sie von klein auf kannte, hätte das gedacht», sagt Noëmis Mutter im Eingang ihres Einfamilienhauses im solothurnischen Egerkingen. Ihre Tochter sei eher introvertiert und zurückhaltend, lange Zeit wusste sie gar nicht, dass sie Videos veröffentlicht. Über 17 000 Menschen folgen Noëmi auf Tiktok. Einige ihrer Videos haben mehr als eine Million Views. Die meisten davon filmt sie in ihrem Zimmer. Hier sitzt sie nun etwas nervös, wie sie selber sagt, und erzählt von ihrem Tiktok-Account.



In Noëmis Regalen reihen sich Bücher aneinander, die auf Booktok beliebt sind. Sie könnten auch in einer Orell-Füssli-Filiale stehen. Denn Booktok ist längst im Buchhandel angekommen: Orell Füssli hat in mehreren Läden Regale mit aktuellen Titeln eingerichtet, die Booktoker empfehlen. Der Buchhändler organisiert auch Veranstaltungen mit Booktokern. Unter anderem mit Noëmi Santos. «Manchmal fühlt es sich an wie im Film, dass ich für Interviews und Events angefragt werde», sagt sie.

Drachen, Nixen, Elfen

Lesen und Tiktokvideos produzieren gehört für Noëmi zusammen. Sie veröffentlicht seit längerem Ferienvideos auf der Plattform, als sie 2020 auf Tiktoks über Harry Potter stösst. Noëmi will mitreden und beginnt, die Romane zu lesen. «Vorher habe ich nicht wirklich gelesen.» Aber die Fantasyreihe über den Zauberlehrling habe sie gepackt. Sie lädt ihr erstes Video hoch, das von Büchern handelt. Noëmi winkt in die Kamera. «Hey Booktok, ich brauche eure Hilfe», erscheint in Englisch. «Was soll ich als Nächstes lesen?» Das Video hat 411 Kommentare. Das ist es, was Noëmi an Booktok besonders schätzt: der Austausch, die Diskussion, das Reden über Bücher. «In

meinem privaten Umfeld kann ich das mit fast niemandem», sagt sie. Sie postet immer mehr Videos, in denen es um Bücher geht. Ihr Account wächst. Und Noëmi merkt, es macht ihr Spass. Sie liest und bespricht vor allem Fantasy. Es geht um Drachen, Zauberer, Nixen, Elfen. «Ich mag es, in andere Welten abzutauchen.» In Welten, in denen andere Regeln gelten. Romantische Beziehungen seien in Fantasyromanen meistens nur eine Nebenhandlung, Romance langweilt sie dafür oft. «Es ist immer das Gleiche, und manchmal ist es auch richtig toxisch.» Damit meint Noëmi unter anderem die Bücher von Colleen Hoover. Die Romane der US-Amerikanerin verkaufen sich weltweit millionenfach und dominieren die Booktok-Charts. Sie handeln von Liebe, Sexualität und toxischen Beziehungen. «Es ist komisch, wenn eine Beziehung, in der der Mann beispielsweise gewalttätig ist, romantisiert wird», sagt Noëmi. «Als Booktokerin trage ich eine gewisse Verantwortung.»

Was auf Booktok empfohlen wird, funktioniert im Verkauf. Die Berufsmaturandin arbeitet Teilzeit im Buchzentrum in Hägendorf, wo sie eine KV-Lehre absolviert hat. Aus dem Verteilzentrum werden Bücher an Buchhandlungen im ganzen Land versandt. Während ihrer Lehre hat sie einmal im Einkauf gearbeitet. «Dort habe ich gemerkt, dass die Booktok-Sensationen gut laufen.» Bringt Booktok also mehr junge Menschen zum Lesen? Ja, meint Noëmi. Gerade Junge würden besonders durch Tiktok geprägt. «Wenn Menschen dadurch ihre Liebe zu Büchern entdecken, ist nichts negativ daran.»

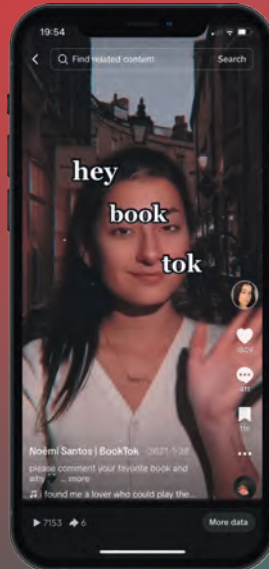


Alfredo Schilirò, Kommunikationsbeauftragter von Orell Füssli, bestätigt, dass junge Menschen dank Booktok mehr lesen. Orell Füssli macht das unter anderem am Anstieg der Mitglieder im Jugendprogramm und der Followerzahl auf Orell Füsslis Tiktok- und Instagramkanal fest. Schilirò bestätigt auch, dass sich Booktok-Empfehlungen gut verkaufen: «Einen klaren Anstieg der Nachfrage verzeichnen wir in Genres wie New Adult oder Romance.» Booktok habe zudem dazu geführt, dass das physische Buch begehrenswerter geworden sei. Bücher mit aufwendig gestalteten Buchcovers und mit farbigem Buchschnitt seien fast schon ein

Objekt. «Man stellt sie aus, man zeigt sie – wie die Beiträge auf Tiktok das auch tun», sagt Schilirò.

Noëmi will mit ihrem Kanal auch Transparenz schaffen und Druck herausnehmen. Sie bezeichnet sich selbst als lang-

same Leserin: «Meistens lese ich zwei bis drei Bücher pro Monat.» Sie hat schon eine Woche lang gefilmt, wie viele Seiten sie pro Tag liest – manchmal waren es gar keine. «Ich will nicht, dass Leute das Gefühl haben, sie seien keine richtigen Leseratten, nur, weil sie nicht so viel lesen wie andere.» Aber auch sie werde beeinflusst von Booktok, sagt Noëmi, und zieht die Booktok-Sensation «Fourth Wing», ein Fantasyroman der US-amerikanischen Autorin Rebecca Yarros, hervor. Der Buchrücken ist golden, den Buchschnitt – also die Seitenkanten – zieren blaue Blätter. Noëmi kann sich vorstellen, dass die Ästhetik auf Booktok eine grosse Rolle spielt. Ästhetik statt Inhalt, wenig anspruchsvolle Bücher – das ist es, was klassische Literaturkritiker wie Denis Scheck Booktokern immer wieder vorwerfen. Scheck war an den Booktok Awards an der Frankfurter Buchmesse Juror. Die Awards wurden dieses Jahr zum ersten Mal vergeben. In seiner Sendung «Druckfrisch» bezeichnete er Rebecca Yarros' Roman als «dumpfmilitaristische Fantasy». Das Buch setzte er auch nicht auf die Shortlist für die Awards – zur Empörung der Booktok-Community. Auch Noëmi Santos kritisiert Scheck: «So nimmt man den Leuten die Freude am Lesen.» Klar seien Booktok-Bücher nicht «die mit den hochgestochenen Wörtern, die man in der Schule liest». Booktokter und Feuilleton-Literaturkritiker bedienen ein unterschiedliches



Publikum. Das zeigt sich nicht nur an der Bücherauswahl, sondern auch an der Art von Rezension. Das vermutet zumindest Noëmi: «Der Fokus liegt auf dem Gefühl, das man während des Lesens hat.»

Verglichen mit englischsprachigen Ländern, ist Booktok in der Schweiz bisher eine Nische. Noëmis Account ist für sie ein Hobby. Die Videos plant sie nicht wirklich, die Anzahl ist abhängig von Zeit, Lust und Ideen. «Ich will ja nicht nur in meinem Zimmer sitzen und mit niemandem sprechen.» Immer wieder postet sie Videos, die nichts mit Büchern zu tun haben. Die laufen dann zwar weniger gut, aber das ist Noëmi egal. «Mein Account ist mein Tagebuch», sagt sie. Natürlich hätte sie gern mehr Reichweite und würde gern mehr Kooperationen machen. Aber: «Ich mache weiter, solange es mir Spass macht.»

Es würde Noëmi freuen, wenn die Booktok Community in der Schweiz wachsen würde. Einmal selbst ein Buch zu schreiben, «wäre cool». Erste Erfahrungen hat sie schon gemacht, als sie bei einem Wettbewerb mitmacht und eine Geschichte von ihr gedruckt wird. Gedruckte Bücher – das ist sie überzeugt – werden sowieso bleiben. «Es ist schön, nicht immer nur digitale Geräte in den Händen zu halten.» Auch für sie dienen Bücher nicht nur zum Lesen, sondern auch zum Sammeln und Ausstellen. Das zeigen die vielen farbigen Ausgaben in den Bücherregalen in Noëmis Zimmer. ●

Hier gehts zum Booktok-Account von Noëmi Santos:



Big Business Booktok

Der internationale Buchmarkt erlebt ein Revival. Es wird bereits von einer «Reading Renaissance» gesprochen. Ein Aufschwung, der auch Booktok zu verdanken ist. Unter dem Hashtag #BookTok, der über 196 Milliarden Aufrufe verzeichnet, werden Millionen von Videos mit Leseempfehlungen gepostet und virtuelle Buchklubs abgehalten. Und einige Booktokter machen damit sogar Geld, zum Beispiel die 21-jährige Ayman Chaudhary mit einer Community von ca. 950 000 Buchfans. Laut einer Schätzung von Aura Print verdient sie rund 1300 Franken pro Post. Viel mehr räumen Autorinnen und Autoren für Bücher ab, die in der TikTok-Community gut ankommen. Allen voran die US-Amerikanerin Colleen Hoover. Der Hashtag #colleenhoover verzeichnete über die letzten drei Jahre über 4 Milliarden Aufrufe. Drei ihrer Bücher stehen konstant auf der #BookTok-Bestsellerliste, seit sie von TikTok und Media Control im Frühling 2023 lanciert wurde. Hoover hat es mit ihren gut 20 Romanen auch auf die Bestsellerliste der «New York Times» geschafft.

Noemi Hüsler (24) arbeitet beim «Beobachter» und absolviert die Ringier Journalistenschule (JouSchu). Sie liest gern deutsche Gegenwartsliteratur. Momentan: «Vatermal» von Necati Öziri.

Sara Belgeri (28) besucht die Ringier Journalistenschule und arbeitet zurzeit beim «SonntagsBlick». Momentane Lektüre: «Lessons in Chemistry» von Bonnie Garmus und «Hässlichkeit» von Moshtari Hilal.



Der Weg von der Idee bis zum Buch gleicht einem lockeren Marathon. Zwei Tage vor der Lancierung am 13. Oktober treffe ich die Autorin im Pressehaus. Nina Heinemann kommt direkt von einem Flug aus El Gouna in Ägypten, wo sie heute wohnt. Dennoch sprüht sie vor Energie und erzählt, was hinter ihrem Werk «Fit und schmerzfrei» steckt. Die Geschichte handelt von Zufällen, Freundschaften und begeisterten Kundinnen.

In der Corona-Zeit wollte Ringier seinen Mitarbeitenden im Homeoffice etwas bieten bezüglich Gesundheit und Sport. Eine Freundin von Nina Heinemann war Teil der Corona Task Force: die Leiterin Facility Management Services Sandra Vonderach. Sie empfahl Nina für Onlinetrainings. Diese kamen zustande, und die Videos eroberten die Herzen von Mitarbeitenden – einige davon wurden zu treuen Fans. «Mit vier der ursprünglich Teilnehmenden arbeite ich bis heute», freut sich die Personal Trainerin. Sarah Berndt, Verlagsleiterin Buch-Editionen Ringier Axel Springer, gehört zum harten Kern. Und zwei Jahre nach Beginn der Corona-Zeit schlug sie Nina Heinemann ein gemeinsames Buchprojekt vor. Allein das Vorwort zeigt, dass es nicht einfach ein Buch voller Trainingsanleitungen ist: Es wurde vom renommierten Orthopäden Christian Gauss verfasst.

Faszination Faszien

Nina Heinemann hat ein BWL-Studium absolviert, war lange Zeit erfolgreiche Moderatorin im deutschen Fernsehen, doch ihre eigentlichen Interessen lagen schon immer bei Medizin und Sport. Sie studierte ein paar Semester Medizin, wo sie alles hinterfragte. «Damals sprach noch niemand von

Gesundheits- und Fitnessthemen boomen. Mitte Oktober gab der Beobachter-Verlag ein Fitnessbuch heraus, bei dem Ganzheitlichkeit, Schmerzfreiheit und Wohlbefinden im Fokus stehen. Ein Buch, das keine Versprechungen zum schnellen Traumbody abgibt, sondern die sportliche Anleitung mit medizinischem Wissen kombiniert. Doch nicht nur die von medizinischen Fachleuten unterstützte neue Publikation ist spannend, auch die Entstehungsgeschichte selbst ist es.

Text: Katrin Ambühl | Bild: Julian Metzger



Alternativ zum Buch gibt es Live-Workouts von Nina Heinemann, jeweils montags um 18 Uhr und donnerstags um 17.30 Uhr. Ringier-Mitarbeitende erhalten einen Rabatt: Anmeldung mit dem Code Ringier an nh@ninaheinemann.com

Faszien und deren Bedeutung, aber genau das interessierte mich», sagt Nina. Sie wollte den Körper ganzheitlich sehen und verstehen, wie Faszien und Muskeln zusammenspielen.

Ein Bekannter ihres Mannes entwickelte ein paar Jahre später die Blackroll als Basis einer neuen Trainingsmethode. Auch dabei spielen die Faszien eine wichtige Rolle. Nina Heinemann befasste sich intensiv mit der Methode, immer mit dem medizinischen Aspekt im Blick. Heute arbeitet sie seit über zehn Jahren als Personal Trainerin. «Meine Kundinnen und Kunden sind Menschen, die am Ende sind und nicht mehr weiterwissen, die aber auch nicht unters Messer wollen», erläutert Nina. Schmerzpatientinnen und Menschen mit Rücken- oder Nackenproblemen, Bandscheibenvorfällen oder Einschränkungen nach Unfällen. «Ich glaube daran, dass sich der Körper zu 99 Prozent selbst heilen kann», ist die Autorin überzeugt. Doch gerade bei Menschen mit Rückenproblemen oder Schmerzen bedeutet das regelmässige Arbeiten mit dem Körper. Nina unterstützt diesen Prozess mit sportlichem Know-how und medizinischem Wissen – und mit präzisen Anweisungen. Diese finden sich auch im Buch: Zu jeder Übung gibt es ein Video, auf das mittels QR-Code zugegriffen werden kann. Das war eine Bedingung der Autorin. Im Buch selbst sind die Übungen mit grossen Bildern und Anleitungen in Stichworten gehalten, was Klarheit und Übersicht schafft.

Nach unserem kurzen Treffen im Pressehaus gehts weiter im täglichen Marathon von Nina Heinemann – zu einem Kunden, den sie als Personal Trainerin neu online betreut und der ihre Hilfe vor Ort wünscht. ●

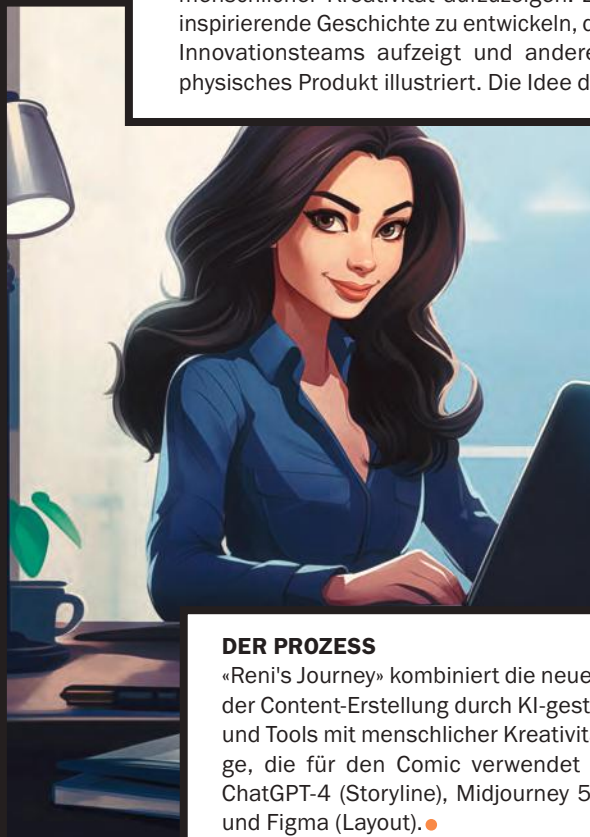
Das «Making of» zu «Reni's Journey»



EIN COMIC, DER MIT HILFE VON KI ERSTELLT WURDE.

DIE IDEE

Das Ringier-Innovationsteam unter der Leitung von Petra Ehmann, Chief Innovation & AI Officer, entwickelte ein Konzept, um das grenzenlose Potenzial von Künstlicher Intelligenz in Kombination mit menschlicher Kreativität aufzuzeigen. Ziel war es, eine unterhaltsame, lehrreiche und gleichzeitig inspirierende Geschichte zu entwickeln, die einerseits die Methoden und Rahmenkonzepte des Ringier-Innovationsteams aufzeigt und andererseits die kraftvolle Umsetzung eines KI-Projekts in ein physisches Produkt illustriert. Die Idee des Comics «Reni's Journey» war geboren.



DIE STORYLINE

Die Protagonistin Reni schöpft ihr volles Potenzial aus und geht unbeirrt ihren Weg, bis sie zur CEO der fiktiven Firma Alpin AI aufsteigt. Reni ist ein «Role Model», getrieben von Innovationswillen, grossem Engagement und Zielstrebigkeit.



DER PROZESS

«Reni's Journey» kombiniert die neuen Möglichkeiten der Content-Erstellung durch KI-gesteuerte Prozesse und Tools mit menschlicher Kreativität. Die Werkzeuge, die für den Comic verwendet wurden, waren: ChatGPT-4 (Storyline), Midjourney 5.2. (Illustration), und Figma (Layout). ●



QR-Code
scannen und
den ganzen
Comic online
anschauen.



DOMO – Unternehmensmagazin 3/2023

Herausgeber: Ringier AG, Corporate Communications, Dufourstrasse 23, 8008 Zürich.

Kontakt: domo@ringier.ch

Chefredaktorin: Katrin Ambühl.

Redaktionelle Mitarbeit: Sara Belgeri, Fibo Deutsch, Barbara Halter, Peter Hossli, Noemi Hüsser.

Design/Layout/Produktion: Julian Metzger.

Übersetzung: Gian Pozzy (Französisch), Claudia Bodmer (Englisch).

Korrekturat: Team Korrektorat Ringier (Deutsch), Valérie Bell, Celia Chauvy (Französisch), Katrin Ambühl (Englisch).

Bildredaktion: Susanne Märki.

Druck: Schellenberg Druck AG. Nachdruck (auch auszugsweise) nur mit Einverständnis der Redaktion.

DOMO erscheint dreimal pro Jahr auf Deutsch, Französisch sowie Englisch.

Sämtliche Ausgaben sind auch in digitaler Form auf ringier.com erhältlich.



Ivan Morley, A True Tale, 2018. Foto: Fredrik Nilsen.
Courtesy of David Kordansky Gallery.

“Geht man auf das Bild «A True Tale» zu, ist man von der Farbigkeit und Wildnis in den Bann gezogen. Ich sehe viel, erkenne nichts. Ist es lediglich abstrakt oder will es uns etwas sagen? Plötzlich erkenne ich einen hängenden Fisch, ein Fragezeichen, den Schriftzug L'ORANGE, ein Gesicht und noch ein zweites. Also doch nicht abstrakt. Was ich sehe, sehen nicht alle. Dafür finden sie andere Bilder. Handelt es sich somit um ein Vexierbild, ein Suchbild, auf dem eine oder mehrere versteckt eingezeichnete Figuren zu suchen sind? Oder ist alles rein zufällig? Ich kenne die Antwort nicht und will sie auch nicht haben. Mir gefällt, was ich sehe. Interessant ist der Titel «A True Tale», eine wahre Geschichte. Ivan Morley will uns also eine Geschichte erzählen. Aber welche, bestimmen wir. Es kann aber auch sehr gut sein, dass er aufgrund einer wahren Geschichte seine Emotionen darstellt. Er muss sich sehr lange mit dem Bild beschäftigt haben, denn das Bild ist gewieft (ein schönes Wort, das wahrscheinlich nicht mehr alle kennen). Mit der Nähmaschine und vielen farbigen Fäden hat er mit kleinen Hin-und-her-Bewegungen die ganze Leinwand bedeckt. Bei dieser Tätigkeit sind ihm sicher Tausende Gedanken durch den Kopf gegangen zu seinem «True Tale». Gab es eine Vorlage oder ist alles spontan entstanden? War es wirklich Ivan Morley oder etwa ein Roboter, der nach einer gemalten Vorlage nähte? Ein Bild, das mir viele Fragen aufgibt, die ich aber auch nicht beantwortet haben muss. Die Technik, die Farben, die Wirkung und die Fantasiebilder erfreuen mich zu sehr.”

Dieter Bischof arbeitet seit 44 Jahren im Bereich IT in Zofingen, heute als Leiter IT Service Management. Der Kunstbegeisterte besitzt privat rund 450 Bilder und kann allen Werken am Standort Zofingen etwas abgewinnen. Das Bild auf dieser Seite hat Bischof ganz bewusst für sein Büro ausgewählt.