

LISA FELDMANN

Miss Annabelle: Nur wenige kennen das Wesen des Mannes besser als Lisa Feldmann. Seit zwei Jahren ist die gebürtige Norddeutsche Chefredaktorin der Annabelle. Zuvor sammelte sie Erfahrungen bei anderen Frauenzeitschriften wie Elle und Cosmopolitan, wo sie sich mit Verleger Jürg Marquard regelmässig über die richtige Ausrichtung der Zeitschrift stritt. Trotz ihres Engagements für weibliche Anliegen verspürt Lisa Feldmann aber keine Lust, die deutsche Kanzlerin Angela Merkel zu interviewen.

Interview: **Matthias Ackeret** Fotos: **Marc Wetli**

Frau Feldmann, Sie haben sich während Ihres ganzen Lebens mit Männern beschäftigt – publizistisch jedenfalls. Inwiefern hat sich Ihr Männerbild in den letzten Jahren geändert?

“Seit bald 20 Jahren arbeite ich nun für Frauenzeitschriften wie Elle, Cosmopolitan oder Annabelle und diskutiere in gut bezahlten Runden das Verhältnis von Mann und Frau. In dieser Zeit ist sehr viel passiert: Seit die Frauen in die Männerbastionen einbrechen, beginnen diese – momentan zwar noch sehr zaghaft – auch gewisse Frauenanliegen zu adaptieren. Ich denke dabei an Schlagworte wie Work-Live-Balance oder Lebensqualität. In einem Interview hat Talkmaster Reinhold Beckmann neulich beklagt, dass er wegen seiner Karriere die Entwicklung seiner Kinder verpasst habe. Das ist die wesentlichste Veränderung: Männer, die heute Väter werden, strukturieren ihr Leben ganz anders. Diese Entwicklung beobachte ich auch bei uns im Verlag.”

Sind die Männer sanfter geworden?

“Möglicherweise ist durch den Einfluss der Frauen der allgemeine Umgangston smarter geworden. Viele Männer haben registriert, dass es neben dem reinen Macho-Gehabe auch noch andere Möglichkeiten gibt, um ein Ziel zu erreichen. So beweisen Frauen, dass man neben dem Schuheputzen auch noch die Hausaufgaben der Kinder kontrollieren, ein Telefonat erledigen oder einen Businessplan erstellen kann. Solche Erkenntnisse prägen auch das männliche Verhalten.”

Als Annabelle-Chefin gelten Sie als Seismograf solcher Entwicklungen. Wie nehmen Sie die Veränderungen im geschlechterspezifischen Kampf wahr?

“Das ist Berufsinstinkt, andererseits widerspiegelt es

auch die Neugierde, die ich seit meiner Jugend zwischenmenschlichen Fragen entgegenbringe. Neben Literatur habe ich noch Psychologie studiert und mich zur Therapeutin ausbilden lassen. In den Achtzigerjahren war das ein riesiges Thema. Jeder wollte sich therapieren lassen, um der Sache auf den Grund zu gehen. Obwohl sich das ein wenig geändert hat, ist mein Interesse für zwischenmenschliche Fragen geblieben.”

Welchen Trend erkennen Sie heute?

“Wir haben zum Beispiel in unserer heutigen Redaktionskonferenz beschlossen, in einer der nächsten Nummern ein grosses Pornothema zu lancieren. Auslöser war die Feststellung, dass immer mehr Jugendliche Brunches organisieren, um Pornos zu schauen.

Der Porno ist gesellschaftsfähig geworden, der storchbeinige, schnauzbärtige Typ, der mit coolem Blick die Frauen umlegt, Vergangenheit. Immer mehr Produzenten legen ihre Pornos in der Nähe der Punk- oder Hip-Hop-Szene an. Dadurch verlieren die Filme ihr Schmuttelimage und sind nicht mehr Bestandteil der heimlichen Triebbefriedigung. Solche Phänomene will Annabelle erklären.”

Wie radikal können Sie bei einem solchen Thema sein?

“Es gibt keine Grenzen. Wir haben eine riesige, aufgeschlossene und auch gut ausgebildete Leserschaft, die mehr über solche Trends erfahren will und diese Themen auch herbeisehnt.”

Auch beim Sex?

“Ja.”

Aber Annabelle vertritt auch eine konservative Leserschaft.

“Unsere Leser sind vielleicht konservativ, weil sie anspruchsvoll an Themen herangehen, sie sind auf der anderen Seite sehr fortschrittlich, was die Auseinandersetzung mit Inhalten angeht. Seit ich bei der Annabelle arbeite, gab es damit noch nie Probleme innerhalb der Leserschaft. So erstaunlich es klingt: Ich glaube nicht, dass ein Tabubruch planbar ist.”

Welches Frauenbild möchten Sie in Ihrem Heft abbilden?

“Ich will in der Annabelle Frauen zeigen, zu denen ich einen Bezug habe oder die aus meiner Welt stammen könnten. Die Probleme und Sorgen haben, mit denen wir uns eben in der Redaktion auch herumschlagen. So wie die Fernsehserie ‘Sex in the City’ international fast identisch funktioniert hat. Auch wenn die Protagonistinnen reicher, schöner und modischer gekleidet waren als wir alle, wurden dennoch Themen angesprochen, die jede Frau berühren. Wir wollen ein Heft machen, das genauso wahrhaftig und diskrepant ist, einfach und kompliziert zugleich wie das Leben selbst, auch wenn die Verpackung attraktiver ist als unser Alltag. So sieht schon keine Annabelle aus wie die andere. Wenn man sich die Titelbilder von Elle oder Cosmopolitan anschaut, weiss man nie, ob man die Juli- oder Juni-Nummer in der Hand hält. Selbstverständlich bilden wir auf unserem Titel weiterhin Frauen wie Jennifer Lopez ab, doch dies ist nicht unser Hauptinhalt. Die Tatsache, dass Cameron Diaz einen blauen Pullover trägt, erwähnen wir auch, gehört aber keineswegs zum Kerngeschäft. Mittlerweile ist die Frauen-Medienlandschaft ganz schön redundant geworden. Wir versuchen hingegen jedes Heft individuell zu gestalten. Und wir setzen Schwerpunkte: So planen wir ein Heft, das sich ausschliesslich dem Alter oder dem Leben im Dorf widmet.”

Sie haben bei verschiedenen grossen deutschen Frauenzeitschriften gearbeitet. Gibt es einen schweizerischen Touch, solche Themen zu behandeln?

“Auf jeden Fall. Ich bin durch meine Ehe schon vor fünfzehn Jahren privat mit der Schweiz in Kontakt gekommen (Anmerkung der Redaktion: Ehemann Christian Kämmerling ist in der Schweiz aufgewachsen, arbeitete unter anderem für die SI, die Weltwoche) und obwohl wir alle dem gleichen Sprachraum angehören, sind die Schweizer Frauen anders als ihre deutschen Nachbarinnen. Dieser Eindruck hat sich verstärkt, als ich vor vier Jahren in die Trendredaktion der SonntagsZeitung eingetreten bin. Die Schweizerinnen sind auf der einen Seite naturverbunden und bodenständig und verfügen andererseits über eine grosse Allgemeinbildung, sind sehr belesen, sprachbegabt und weit gereist. Während die Deutschen gerade einmal ein paar Brocken englisch sprechen, kann sich eine Durchschnittsschweizerin problemlos in Englisch,

Italienisch oder Französisch unterhalten. Dagegen sind wir Deutschen wie schlecht gestrickte Bauern, die sich in den Achtzigerjahren ein bisschen Know-how aneignen haben.”

Sie schmeicheln ...

“Überhaupt nicht. Die Schweizerinnen sind sich aber auch nicht zu schade, Geld für Luxus auszugeben. An meinem ersten Arbeitstag ging ich mit einer Schweizer Kollegin einkaufen und besuchte die Delikatessenabteilung von Globus. Ich war überrascht, mit welcher Selbstverständlichkeit meine Kollegin teure Gewürze und andere Feinheiten für ein stinknormales Nachtessen einkaufte. In Deutschland haben die Leute, auch die, die es sich leisten können, einen viel primitiveren Lebensstil.”

War es für Sie als Deutsche schwierig, Chefredaktorin der Annabelle zu werden?

“Ohne meine 15-jährige Beziehung und meine zweijährige Tätigkeit bei der SonntagsZeitung hätte ich mein blaues Wunder erlebt. Viele Deutsche glauben immer noch, dass das Kennen von Züri-Gschnätzletem zur Assimilation ausreicht. Zudem spreche ich ein Deutsch, das in den Ohren melodieverwöhnter Schweizer irritierend wirkt, sehr hart, sehr schnell, eben sehr norddeutsch. Meine friesisch-herbe Mentalität hat aber auch Vorteile: Wir sind viel diskreter als die Süddeutschen, die ständig mit ihren Goldkettchen und Dekolletees herumprotzen, da bin ich den Zürchern näher als den Münchnern.”

Haben Sie wirklich keine schlechten Erfahrungen mit den Schweizern gemacht?

“Selbstverständlich. Meine schlimmste Schweizer Erfahrung ereignete sich acht Tage vor Weihnachten. Ich stand mit Geschenken bepackt an einem Schweizer Postschalter, um diese an meine deutsche Verwandtschaft zu senden. Die Postbeamtin erklärte mir, dass das bis zum Heiligen Abend nicht mehr reiche. Die Diskussion begann ganz normal, nahm aber schon bald einen unfreundlichen Ton an und endete mit dem Umstand, dass mein Gegenüber entnervt das Schalterfenster hinunterschrenzte und mir ein böses ‘typisch deutsch’ zuzischte. Es war grauenhaft. Ich stand wie ein begossener Pudel im kleinen Postamt und schämte mich. Mein Schweiz-erprobter Ehemann erklärte mir später, dass dies einem Schweizer kaum passiert wäre.”

Dabei haben Sie reichlich Erfahrungen mit Schweizern. Als Chefredaktorin von Cosmopolitan waren Sie Jürg Marquard unterstellt.

“Die Erfahrungen waren gut, obwohl Jürg Marquard kein typischer Schweizer ist. Rückblickend ist er einer der grosszügigsten und auch glamourösesten Menschen, die ich kennen gelernt habe. Er besitzt ein

ausgezeichnetes Bauchgefühl und hat in Diskussionen am Ende meistens Recht. Trotzdem führten wir heftige Auseinandersetzungen über den Kurs der Zeitschrift. Um Marquard zu überzeugen, benötigt man sehr gute Argumente, schliesslich ist Cosmopolitan sein Kind. Er hatte den Titel gekauft, als niemand an einen Titel glaubte, der die Frauen als selbst bestimmte Wesen darstellte – im Bett und im Büro. Trotzdem war es immer starker Tobak, wenn er mir als Chefredaktorin jeweils erklärte: ‘Lisa, so geht es wirklich nicht.’”

Warum kam es dann zur Trennung?

“Das war eine schleichende Entwicklung. 1998 befand sich die Zeitschrift in einer schwierigen Umbruchphase. In allen entscheidenden Punkten waren Marquard und ich anderer Meinung. Ich bevorzugte einen smarteren Kurs, Marquard wollte mehr Sex im Blatt, verstärkt auch jüngere Leserinnen ansprechen. Schwer zu sagen, wer da objektiv Recht hatte, schliesslich hat Cosmopolitan in beiden Bereichen Tradition. Marquard ist kein Mensch, der über eine unendliche Geduld verfügt. Wenn er das Gefühl hat, eine Diskussion sei zu Ende, ist sie auch zu Ende. Mein Abgang war keineswegs das, was man sich unter einem Abschied in aller Freundschaft vorstellt, doch je länger ich zurückschaue, desto mehr empfinde ich das Ganze als tolle Zeit und möchte die dreieinhalb Jahre bei Cosmopolitan auf keinen Fall missen.”

Bei Annabelle gibt es keine Einflüsse des Verlegers?

“Nein, überhaupt nicht.”

Für eine Chefredaktorin ist das Leben hier viel angenehmer?

“Auf jeden Fall. Ich habe gerade die Modeschauen in Paris besucht, wo ich immer die Gelegenheit nutzte, um mich mit Chefredaktorinnen anderer Modezeitschriften zu unterhalten. Wenn ich deren Geschichten höre, läuft es mir kalt den Rücken hinunter. Dagegen sind auch meine Erfahrungen bei Cosmopolitan wie der Himmel auf Erden. Dazu kommt, dass Jürg Marquard wirklich Jürg Marquard ist und als greifbare Person für ein Produkt und eine Idee steht. Viele meiner deutschen Chefredaktorenkollegen sitzen einem Gremium von Managern in Nadelstreifenanzügen gegenüber, die Zahlen vergleichen und so in den kreativen Prozess eingreifen. Das ist ziemlich frustrierend. Ein guter Chefredaktor sollte mit seinem eigenen Bauch spüren, was ein Thema ist und wie er es umsetzen sollte. Und damit selbstverständlich auch Erfolg haben. So gesehen bin ich hier selig.”

Obwohl es aus verlegerischer Sicht eigentlich egal ist, was in einer Frauenzeitschrift steht. Hauptsache, sie ist und bleibt eine Cash-Cow.

“Wir müssen uns nichts vormachen: Frauenzeitschriften waren die grossen Verdienner der letzten 20 Jahre, wobei

es sehr grosse Unterschiede gibt. Keine Frau kauft eine Zeitschrift, nur weil sie eine Frauenzeitschrift ist, sondern erwartet von einem Titel, dass er sie für eine bestimmte Zeit in eine bestimmte Welt entführt. Und da ist auch der Name Programm, so wie ich eben entweder ‘Sex and the City’ mag oder ‘Ally McBeal’. Die Konkurrenzsituation ist immer grösser geworden, wir müssen uns untereinander stärker konturieren, damit die Frauen besser entscheiden können.”

Wer sind Ihre grössten Konkurrenten?

“Unsere härtesten Konkurrenten stammen aus Deutschland. Ich denke dabei an Cosmopolitan, Brigitte und Elle, die neben ihren kleinen Schweizersplits über einen starken Verteiler verfügen. Unter den verbliebenen Schweizer Titeln sind die Unterschiede gravierend genug, sodass wir uns kaum ins Gehege kommen. Während Bolero im oberen Segment angesiedelt ist, decken wir ein mittleres bis breiteres Segment ab.”

Sie vermissen weitere Konkurrenz?

“Selbstverständlich. Meine grösste Angst war, dass nach Meyer’s auch noch Bolero eingestellt wird. Es ist mir viel lieber, wenn die Schweiz über einen eigenen Frauenzeitschriftenmarkt verfügt und nicht alles von deutschen Publikationen abgedeckt wird. Deswegen hoffe ich auch, dass SI Style reüssiert, obwohl wir uns im Anzeigenmarkt konkurrenzieren. Das muss nämlich, mittelfristig gesehen, kein Nachteil sein. Bei den Sonntagszeitungen hat es sich doch gezeigt, dass sich ein Markt auch verbreitern kann.”

Wie gefällt Ihnen SI Style?

“Es handelt sich um ein klassisches Me-too-Produkt, von dem es bessere Vorbilder gibt.”

Angenommen, man hätte Sie als Chefredaktorin angefragt, hätten Sie abgelehnt?

“Auf jeden Fall. Ich glaube, dass SI Style drei Jahre zu spät kommt. Das Heft ist nicht schlecht gemacht, hängt sich aber eine Erfolgsgeschichte an, deren Höhepunkt meiner Meinung nach schon fast überschritten ist. Journalistisch erscheint es mir deswegen nicht sehr reizvoll, mir in diesem Segment, das vielleicht in den letzten zehn Jahren spannend und innovativ war, 2006 noch einmal Gedanken zu machen.”

Die Annabelle nimmt innerhalb der Tamedia, einem Zeitungsverlag, eine klassische Aussenseiterrolle ein. Stört Sie dies manchmal?

“Die Annabelle war unter Kollegen nicht mehr sehr angesehen, als ich den Job übernahm, deswegen haben mich zunächst viele vor dieser Aufgabe gewarnt. Doch die Befürchtungen haben sich als falsch erwiesen. Ich geniesse in unserem Haus sehr viel Unterstützung, durfte total autark einen Relaunch vorbereiten und vorneh-

men. Meine Erfahrung zeigt, dass es viel angenehmer sein kann, in einem Verlag zu arbeiten, der auch Zeitungen herausgibt und sich nicht nur auf Zeitschriften fokussiert. Die gleiche Erfahrung machte ich auch beim Süddeutschen Verlag, wo ich als Ressortleiterin beim Magazin der Süddeutschen Zeitung arbeitete. Obwohl man innerhalb des Hauses als bunter Vogel gilt, weht doch ein anderer Wind. Ich fühle mich keineswegs als Stiefkind.”

Wodurch unterscheidet sich eine Frauenredaktion von einem Titel wie der Sonntagszeitung?

“Sicherlich durch die Grösse. Bei uns kann jeder in mein Büro hereinspazieren, wenn er ein Problem hat. Als Chefredaktorin schwirre ich dauernd durch die Redaktion und stehe mit meinen Kolleginnen und Kollegen in ständigem Kontakt. Einen solchen Luxus gibt es in Grossredaktionen nicht: Dort dominiert ein Abteilungsleitergefühl, wo man den Chef nur bei den grossen Konferenzen sieht.”

Und zwischen Männern und Frauen?

“Ich habe weibliche Journalisten immer loyaler und solidarischer erlebt als ihre männlichen Kollegen. Auch Stutenbissigkeit ist wohl vor allem ein männlicher Mythos. Männer sind viel eitler. So habe ich während meiner Hamburger Zeit erlebt, wie sich die Edelfedern während zweier Tage in ihrem Büro eingeschlossen haben, um einen Dreissigzeiler zu verfassen. Bei Frauen wären solche Anwandlungen absolut undenkbar.”

Nun haben Sie mit Uli Rubner selbst eine Chefin. Beeinträchtigt dies Ihr Arbeitsverhältnis?

“Uli Rubner ist im Gegensatz zu Jürg Marquard kein Bauchmensch, sondern eine sehr gut ausgebildete Managerin. Sie gibt mir viele Inputs, lässt mir aber auch den Freiraum, um eine Zeitschrift wie Annabelle zu machen. Uli Rubner und ich haben keine frauenspezifische Beziehung, sondern ein kopfgesteuertes Verhältnis. Von ihren früheren Jobs, wie beispielsweise bei der Weltwoche, merkt man, wie sie geradlinig ein Ziel verfolgt und auch zum Erfolg führt. Dies macht die Sache viel einfacher.”

In der Schweizer Illustrierten hat Altbundesrätin Ruth Metzler geschrieben, dass es keine Frauensolidarität gebe. Können Sie dies unterschreiben?

“Keineswegs. Es gibt sicher ein Defizit unter Frauen, was ihre Netzwerkfähigkeit angeht. Männer hingegen haben dieses Gen bereits im Blut und müssen auch nicht unzählige Vereinigungen gründen um weiterzukommen. Ein Beispiel: Mein Stiefsohn geht in Mailand zur Schule, macht dort das Abitur und kam so in ein völlig neues Umfeld. Dabei muss er zwei neue Fächer nachholen, was einen enormen Stress bedeutet. Als ich ihn in seiner zweiten Mailänder Woche anrief, erzählte

er mir, dass er nachmittags eine Runde Skaten gehe. Ich reagierte irritiert, fand, er solle doch vielleicht lieber lernen, als seinem Lieblings-Hobby nachgehen. Doch mein Stiefsohn klärte mich auf. Mit den Jungs, mit denen er skate, mache er anschliessend die Hausaufgaben. Was für eine kluge Entscheidung! Ich wäre wahrscheinlich einsam zu Hause gesessen und hätte stundenlang gelernt, während mein Stiefsohn sogleich die Notwendigkeit eines neuen Netzwerkes gecheckt hat. Damit tun wir Frauen uns immer noch sehr schwer.”

Dann haben Sie in der Schweiz kein gutes Netzwerk?

“Es geht. Möglicherweise wäre es manchmal klüger, anstatt mit meinen Kolleginnen bis drei Uhr morgens in der Redaktion zu sitzen, einen Abend frei zu machen, um Kontakte zu pflegen.”

Obwohl Sie ein erfolgreiches Heft machen, werden Sie in der Öffentlichkeit nicht als Miss Annabelle wahrgenommen. Stört Sie das?

“An der Art, wie ich auch von völlig fremden Menschen auf das Heft angesprochen werde, auch an den Leserbriefen, merke ich schon, dass man mich mit der Annabelle identifiziert. Um sich wie ein Roger Köppel zu positionieren, benötigt man vielleicht noch andere Talente. Schon meine Sprache verhindert ja einen sympathischen schweizerischen Eindruck, zum Beispiel in Talkshows. Ich kenne dieses Gefühl mittlerweile selbst, ärgere mich jedes Mal, wenn ein Deutscher in der Arena auftritt, um den Zuschauern die Welt zu erklären. Da kann der noch so klug argumentieren, für mich klingt es immer überheblich, besserwiserisch. Trotzdem kann und werde ich kein Schweizerdeutsch lernen, da mangelt es mir an Sprachtalent, und ich fände es auch irgendwie nicht authentisch.”

Sie haben die Stichworte geliefert: Frau und deutsch. Haben die Leute sogar Angst vor Ihnen?

“Ich glaube nicht. Die Schweizer sind in den letzten Jahren gegenüber uns sehr viel selbstbewusster geworden. Wenn ich früher bei meiner Schwiegermutter eingeladen war und nur schon ‘guten Tag’ sagte, switchte die ganze Gesellschaft ins Hochdeutsche. Das ist heute nicht mehr so. Bevor ich diesen Job angetreten habe, musste ich mir viele Legenden über vermeintliche Barrieren anhören. Diese haben sich aber nicht bewahrheitet.”

Wenn man die letzten Annabelle-Ausgaben durchblättert, spürt man auch ein politisches Engagement. So haben Sie eine Petition zur Brustkrebsbekämpfung lanciert. Was bewirken Sie damit?

“Die Brustkrebspetition haben 20 000 Leserinnen und Leser unterschrieben. Wir fordern darin eine finanzierte Prophylaxe und erhoffen uns damit, Einfluss auf die

Gesetzesrevision im nächsten Jahr zu nehmen. Da die Brustkrebsbekämpfung Sache der Kantone ist, können wir mit unserer Petition lediglich eine Empfehlung abgeben. Einschränkend muss man aber sagen, dass selbst begüterte Frauen, die sich eine Untersuchung von 200 bis 300 Franken problemlos leisten könnten, die Vorsorge vernachlässigen. Mit dieser Geschichte wollten wir auch sensibilisieren. Solche Engagements sind für unser Heft ein ganz wichtiges Standbein, schliesslich verstehen wir uns als das Sprachrohr der Schweizer Frauen. In diesem Jahr setzen wir uns eingehend mit dem Thema Kinderbetreuung auseinander.”

Lobbyieren Sie auch in Bern?

“Nein.”

Der Blick hat das bei den Kampfhunden getan.

“Das ist eine andere Geschichte. Es ist nicht Aufgabe von Annabelle, politische Lobbyarbeit zu betreiben. Es ist nicht unsere Sache, wie der Blick die ganze Kampfhundediskussion angeheizt hat, obwohl sie mich mit ihren Geschichten als Leserin durchaus abgeholt haben. Natürlich kann man die Auflage mit dem Titelbild eines Zähne fletschenden Hundes über mehrere Tage und immer wieder in die Höhe schnellen lassen, aber am Ende bin ich mir nie sicher, ob es nicht eben nur darum geht. Und nicht wirklich um die Sache.”

Sprechen Sie viel mit Ihrem Mann über Ihre Arbeit?

“Selbstverständlich. Alles andere wäre auch komisch, zumal wir beide Journalisten sind.”

Welche Schweizer Frau hat sie am meisten beeindruckt?

“Das ist eine gemeine Frage. Am liebsten würde ich sie mit Michelle Hunziker beantworten, obwohl alle Schweizer Freundinnen und Kolleginnen sie als blöde und langweilige Blondine klassifizieren. Ich hingegen finde sie einfach süss. Ich bin auch ein grosser Fan von Sandra Studer, deren Arbeit ich beeindruckend finde und die dennoch eine ganz herzliche, charmante Person ist. Es gibt viele Arten von Frauen, die mich beeindrucken. Schwer habe ich mich immer mit Politikerinnen getan, die, wie ihre männlichen Kollegen, ständig unter der Last ihres Amtes zusammenzubrechen drohen und deswegen auch im privaten Gespräch nur noch Verlautbarungen von sich geben.”

Sie sind also keine Merkelianerin?

“Obwohl ich von Angela Merkels Karriere beeindruckt bin und ihre Arbeit als Kanzlerin gar nicht zu vergleichen ist mit der unprofessionellen, rückgratfreien Arbeit ihres Vorgängers, würde mir ein Gespräch mit ihr keinen Spass machen. Ich habe sie einige Male erlebt, musste aber feststellen, dass es sehr schwierig ist, die kommunikative Mauer zu durchbrechen. Vielleicht

erlebt sie ihr nächstes Umfeld anders, auf der Ebene jedenfalls, auf der ich mich bewege, empfand ich sie eher als anstrengend. Ich schätze provokante, überraschende, aber auch amüsante Interviews und Gespräche.”

Und der interessanteste Schweizer?

“Als ich vor vier Jahren in die Schweiz kam, war mein Mann im Team der neuen Weltwoche von Roger Köppel. Was die damals gewagt haben, optisch und inhaltlich, fand ich fantastisch. Das war eine höchst interessante Zeit mit vielen anregenden Diskussionen. Köppel ist sicher ein Kopf, der die Schweizer Medienlandschaft um einen aussergewöhnlichen Flavour bereichert hat. Schade, dass er dieses Talent jetzt in Deutschland nicht wirklich einsetzen kann, hoffentlich lockt ihn bald ein gutes Angebot zurück. Die wirklich besonderen Schweizer Männer in meinem Bekanntenkreis sind keine Personen des öffentlichen Lebens und tun deswegen in diesem Zusammenhang nichts zur Sache.”