



Karoline Wirth macht Filmaufnahmen von der 93-jährigen Silvia Hagedorn für das 20-minütige Familienvideo. Foto: Ela Çelik

Die persönliche Erinnerung als Business-Idee

Videobiografien Karoline Wirth hält Lebensgeschichten älterer Menschen als Film fest, oft für deren Nachkommen. Die Pandemie verlieh ihrem Start-up zusätzlichen Schub.

Simone Luchetta

Silvia Hagedorn sitzt am Fenster, vor sich den Stickrahmen. Sie führt sorgfältig Nadel und Faden, schafft wunderschöne Blumen und Ornamente. So hat es die «eidg. dipl. Handarbeiterin» zeit ihres Lebens gemacht, drei Jahre davon als Leinenstickerin fürs Schweizer Heimatwerk in Zürich. Später war ihre Fachkenntnis an der Grenze zwischen Kunst und Handwerk überall gefragt, ihre Werke europaweit begehrt. «Darin bin ich wirklich gut. Niemand auf der Welt kann wahrscheinlich so gut Leinen sticken wie ich», sagt die 93-Jährige und lacht in die Kamera.

Die Frau mit dem schneeweissen Haar und dem lebendigen Blick wäre als junges Mädchen im Appenzellerland gern Innenarchitektin geworden, das hat aber nicht geklappt. Mit 70 Jahren brachte sie sich dafür noch das Hackbrettspielen bei. Im Film erfährt man aber auch, dass sie im Leben schwierige Zeiten hatte, als die Kinder klein waren und ihr alles über den Kopf wuchs.

Im Alter von 48 Jahren ein Start-up gegründet

Geschaffen hat das bewegte und bewegende Porträt Karoline Wirth. Ihr Geschäft ist es, Lebensgeschichten zu erzählen. Dabei lasse sie sich von der Kernfrage leiten: «Warum ist man so, wie man ist?», erzählt sie in ihrem Atelier in Zürich-Wiedikon.

Die Journalistin gründete ihre Firma Retrospekt vor drei Jahren. Davor war sie zehn Jahre für das Schweizer Radio und Fernsehen tätig, zuletzt als Co-Redaktionsleiterin der Programmentwicklung «SRF Spezial». Gelernt hat sie das Handwerk in jungen

Jahren als Videojournalistin, bei Roger Schawinskis Tele 24. Daran wollte sie wieder anknüpfen: «Ich hatte einfach das Bedürfnis, wieder mehr zu machen, weniger zu konzipieren», sagt die 51-Jährige zu ihrem Wechsel vom Fernsehen in die Selbstständigkeit: «Zudem habe ich mir mit der eigenen Firma einen Traum erfüllt. Ich wollte schon immer etwas Neues erfinden.»

«Ich hatte einfach das Bedürfnis, wieder mehr zu machen, weniger zu konzipieren.»

Karoline Wirth

Den Ausschlag für die neuartige Geschäftsidee gab der Tod ihres Vaters vor zwölf Jahren. Der Gedanke, dass ihr damals vierjähriger Sohn keine Erinnerung an den Grossvater haben würde, machte Karoline Wirth zu schaffen: «Ich hatte zwar viele Super-8-Filme, die mein Vater gedreht hatte, aber er selbst war auf kaum einem Bild zu sehen», sagt sie.

Ihre Aufträge erhält sie heute denn auch fast ausschliesslich von der «mittleren» Generation, von Töchtern und Söhnen zwischen 45 und 55 Jahren, die realisieren, dass ihre Eltern schwächer werden und sie noch offene Fragen haben. Oder dass sie Erinnerungen lebendig halten möchten, für Kinder, Enkel und Urenkel.

Deshalb hat auch Silvia Hagedorn schliesslich mitgemacht: «Mir hätte es auch gefallen, wenn meine Urahnen so etwas für mich hinterlassen hätten», sagt sie.

Auch die Kinder müssen Tabuthemen akzeptieren

Gewöhnlich braucht es für eine solche Filmografie eine Produktionsfirma, Karoline Wirth indes schafft das in einer Person.

Dabei ist der Ablauf immer ähnlich: Sobald die Töchter oder Söhne abgeklärt haben, dass die Eltern mitmachen, sammelt Wirth Hintergrundinformationen über die zu porträtierende Person und baut Vertrauen auf.

Dann reist sie an, mit Stativ, Licht und einer handlichen Kamera. Sie dreht während ein bis drei Tagen. Aufwendiger ist es, danach das Filmmaterial zu schneiden und mit alten Fotos oder Filmdokumenten am Computer zu einer stimmigen Geschichte zusammenzufügen. Durchschnittlich stecken zehn bis fünfzehn Arbeitstage im Endprodukt. Das hat seinen Preis. Eine Videobiografie von rund 20 Minuten gibt es ab 8000 Franken.

In ihrer Arbeit will sie die Menschen so zeigen, wie sie sind, wenn sie sich unbeobachtet fühlen. Das braucht ein Gespür dafür, welche Grenze die Porträtierten nicht überschreiten wollen. «Das gilt es zu akzeptieren – auch von den Kindern», lautet Wirths Credo.

Damit ist sie bislang gut gefahren. Rund 20 Biografien hat sie seit der Firmengründung erstellt. Die Nachfrage sei da, obwohl sie während des Lockdown zwei Monate nicht filmen durfte. Indirekt habe ihr die Coronapandemie sogar geholfen, vermutet sie, da sie die Menschen

für das Thema Endlichkeit sensibler gemacht habe.

Insgesamt gibt sie sich fünf Jahre Zeit, ihr Geschäft aufzubauen, wissend, dass Rückschläge dazugehören. Zukünftigen Unternehmerinnen rät sie, den Schritt zum Start-up nur zu wagen, wenn sie eine Portion Risikofreude mitbringen: «Und eine klare Geschäftsidee ist eine zwingende Voraussetzung.»

Eine der grössten Herausforderungen im Vertrauensbusiness ist laut Wirth die Selbstvermarktung: «Ich kann der Öffentlichkeit meine Filme nicht zeigen, sie sind privat.»

«Mamma Silvia» spricht offen über Enttäuschungen

Deshalb weitet sie ihr Geschäftsfeld aus – auf Unternehmensfilme. «Aber ich will nicht die gängigen Heldengeschichten erzählen. Mich interessieren die Nebenfiguren, die Frauen und Nebenschauplätze.» So liess sie jüngst in einem Firmenfilm die fünf Vorzimmerdamen eines Patrons erzählen – statt den Chef. Eine weitere Idee sind Imagefilme für Altersinstitutionen. Auch hier sucht Wirth den speziellen Ansatz, möchte eine Woche unter den Alten leben und Bewohnerinnen und Bewohner ins Bild setzen: «Weil doch die alten Menschen etwas zu sagen haben.»

Wie «Mamma Silvia», die in ihrem Video auch offen über Enttäuschungen in ihrem Leben spricht. Für Hagedorn ist das eine Herzensangelegenheit: «Ich wollte auf keinen Fall auf einen Thron «glopft» werden», sagt sie nach der Filmvorführung in ihrer Stube in Eglisau ZH: «Meine Nachkommen sollen sehen, was für ein Mensch ich war, mit guten und schlechten Eigenschaften.»

Fast 200'000 Angestellte stehen noch auf Lohnlisten

Internationale Firmen In Moskau drohen viele Entlassungen wegen der Kriegssanktionen.

Fast 200'000 Angestellte in Russland stehen auf den Lohnlisten von internationalen Firmen, die aufgrund der Sanktionen versprochen haben, ihre Aktivitäten in dem Land auszusetzen oder zu beenden. Zahlreiche Unternehmen, wie McDonald's oder Autohersteller Renault, hatten sich verpflichtet, die Löhne Tausender Mitarbeitenden weiter zu zahlen, als sie im letzten Monat ihre Geschäftstätigkeiten in Russland einstellten.

Wie eine Analyse der «Financial Times» zeigt, stehen immer noch mindestens 188'000 Angestellte auf den Lohnlisten von multinationalen Konzernen. Die effektive Zahl dürfte aber noch viel höher sein, da grosse Arbeitgeber wie der KFC-Eigentümer Yum Brands oder Getränkehersteller Coca-Cola nicht bestätigt haben, ob sie ihre Mitarbeitenden noch bezahlen.

Der Moskauer Bürgermeister Sergei Sobjanin warnte am Montag, dass allein in der Hauptstadt 200'000 Angestellte ausländischer Unternehmen vom Verlust ihres Arbeitsplatzes bedroht seien. Die russische Regierung habe deswegen einen Unterstützungsplan im Wert von umgerechnet 41,4 Millionen Dollar genehmigt.

Verlegung oft nicht möglich

Angestellte von Arbeitgebern wie der Boston Consulting Group oder McKinsey wurden in andere Länder versetzt. Für Arbeitnehmende in den Bereichen Produktion, Einzelhandel und Konsum ist aber eine Verlegung nicht möglich, und deren Jobs drohen nun verloren zu gehen, vor allem wenn keine Aussicht auf eine baldige Wiedereröffnung besteht.

Chip Bergh, Konzernchef vom US-Jeanshersteller Levi Strauss, sagte, dass Levi's seine mehr als 800 Mitarbeitenden in Russland weiterhin bezahlen werde. Doch: «So wie die Dinge jetzt laufen, bin ich nicht optimistisch, dass wir in absehbarer Zeit wieder voll einsatzfähig sein werden.»

Unternehmen, die ihre Betriebe eingestellt haben, sind nach russischem Recht weiterhin verpflichtet, ihre Mitarbeitenden zu bezahlen. Zu den Optionen gehören die normale Bezahlung der

Mitarbeitenden, die Zahlung von bis zu sechs Monatsgehältern in Form von kombinierten Entlassungs- und Abfindungspaketen oder die Versetzung von Mitarbeitenden in Geschäftsbereiche, die nicht von den Aussetzungen betroffen sind.

Der schwedische Möbelhersteller Ikea etwa hat sich verpflichtet, seine russischen Mitarbeitenden noch drei Monate lang zu bezahlen, also einen Monat mehr als die nach russischem Recht vorgeschriebenen zweimonatigen Abfindungszahlungen. Ikea wollte keine Angaben dazu machen, ob es zu Entlassungen kommen wird.

Befürchtet wird auch eine mögliche Verstaatlichung der Betriebe.

Eine Umfrage der Boston Consulting Group hat ergeben, dass die meisten Investoren damit rechnen, dass es zwei bis fünf Jahre dauern werde, bis sie ihre Geschäftstätigkeiten in Russland wieder aufnehmen können. Viele westliche Unternehmen haben jetzt bereits Schwierigkeiten, Geld in die von den Sanktionen betroffene Wirtschaft zu überweisen, und können so auch keine Einnahmen erzielen, solange der Betrieb eingestellt ist. Es steht auch die Befürchtung im Raum, es könnte zu einer Verstaatlichung der Betriebe kommen.

«Die russische Regierung hat diese Gesetze verabschiedet, die besagen, dass sie ein Unternehmen verstaatlichen kann, wenn es das Land verlässt», sagte Bergh von Levi's. «Sie könnten uns buchstäblich unser Markenzeichen wegnehmen.» Der Tabakhersteller British American Tobacco hat bereits reagiert: Er hat seine Geschäfte an russische Partner übertragen, damit die Arbeitsplätze nach seinem Weggang weiter erhalten bleiben.

Bianca Lüthy

Börse

SMI
12310 Punkte

+0.2%



Die Besten

Alcon N	+3.0%
Partners Group N	+2.0%
Holcim N	+2.0%

Die Schlechtesten

CS Group N	-1.5%
Novartis N	-0.8%
Roche GS	-0.8%

Dow Jones Ind. 35'161 Punkte
Nasdaq Comp. 13'453 Punkte

+0.7% -1.2%

Euro in Franken	1.028	0.33%
Dollar in Franken	0.947	-0.26%
Euro in Dollar	1.086	0.60%
GB-Pfund in Franken	1.235	0.12%
Öl (Nordsee Brent) in Dollar	107.82	-0.4%
Gold (Unze) in Dollar	1953.40	0.1%
Silber (Unze) in Dollar	25.22	-3.0%

Finanzstandort weniger bedeutend

Wertschöpfung Der Finanzstandort bleibt ein wichtiger Faktor in der Schweizer Wertschöpfung. Allerdings hat die Wirtschaftsleistung der Schweiz in den vergangenen Jahren insgesamt stärker zugelegt als der Finanzplatz. Dieser beschäftigt auch weniger Personen als noch vor zehn Jahren. Kräftig zugenommen haben nachhaltige Investitionen und Fintech.

Der Wertschöpfungsbeitrag aus Finanz- und Versicherungsdienstleistungen ist zwischen 2011 und 2021 von 64,4 Milliarden auf 66,9 Milliarden Franken gestiegen, wie das Staatssekretariat für internationale Finanzfragen (SIF) gestern mitteilte. Auf Finanzdienstleistungen entfiel im letzten Jahr ein Wertschöpfungsbeitrag von 36,4 Milliarden und auf einer Versicherungsdienstleistungen von 30,5 Milliarden. (sda)

