

## Angstfreudig unterwegs

Es tönt vielleicht vermessen: Ich werde immer jemanden finden, der mir weiterhilft, egal, wo auf der Welt! Es gibt doch diese Theorie, wonach wir alle über sechs Kontakte zu jeder Person weltweit eine Beziehung aufbauen können. Durch das viele Reisen und das Internet wird alles massiv multipliziert; und plötzlich kennst du irgendwie die ganze Welt. So gehts mir jedenfalls. Dieses Jahr war ich drei Monate in Asien. Basis war Bangkok. Viele sagen ja, das sei ein Unort. Ich finde, es ist ein Tor zu Asien - im Speziellen China und Japan. Für mich gibts die Grenze nicht zwischen privater Reise und Reise für das Magazin «Soda», das ich herausgebe. Die nächste Nummer läuft unter dem Thema Ost-West: Wir präsentieren unterschiedlichste Arbeiten, für die wir in einem Team von fünf Personen in Asien und Südamerika recherchiert haben. Für diese Ausgabe arbeitete ich in Thailand und Hongkong mit lokalen Gestaltern zusammen. Irgendwie war ich in Bangkok effizienter als in der Schweiz. Im Wegsein habe ich Inspiration gefunden und Zeit zum Reflektieren - etwas, was mir hier manchmal verloren geht. Wirklich berührt hat mich die Erfahrung, dass es kaum etwas ausmacht, ob ich in der Schweiz bin oder nicht: 80 Prozent der Leute, mit denen ich zu tun habe, merken nicht mal, dass ich am anderen Ende der Welt sass. Internet und moderne Kommunikation ermöglichen es, völlig normal weiterzufunktionieren.

Man könnte natürlich fragen: Warum reisen, wenn man vor Ort weiterarbeitet wie daheim? Und warum nicht virtuelle Kontakte pflegen, statt zu verreisen? Für mich sind die Menschen das Wichtigste. Und die kann ich nur fühlen und echt erleben, wenn ich sie auf einer persönlichen Ebene kennen lerne, auch mal ein Bierchen mit ihnen trinke, Party mache. So wird man unvergesslich, so was bleibt hängen. Mein Vorteil ist, dass ich nicht als Tourist reise, sondern immer mit klarem Fokus - und oft mit meiner Frau: Wir sind quasi ein Familienunternehmen und arbeiten auch auf Reisen an unserem Magazin. «Soda» ist ein visuelles Medium - und das ist global verständlich, das verbindet ähnlich gesinnte Menschen sofort. So gehen Türen auf, so vernetzen wir uns auf Reisen. Wir treffen immer unheimlich viele Leute, wohnen meistens privat, tauchen in den fremden Alltag ein und sind eben nicht abgestellt in irgendeinem Hotel. Heute würde ich ungeniert jemanden anrufen und sagen: In zwei Tagen bin ich in Tokio, kann ich bei dir übernachten?

Manchmal wird man durchs Herumreisen ein wenig hochnäsiger: Im August, als ich aus Asien heimkam, wollte ich am übernächsten Tag nach Barcelona fliegen für ein Magazin-Macher-Treffen. Ich war spät dran und fand den Pass nicht, also nahm ich die ID mit. Dann machst du so das Self-Check-in am Flughafen und merkst halt erst beim Boarden, dass die blöde ID einen Tag abgelaufen

ist. Die haben mich nicht fliegen lassen, haben mein Gepäck wieder rausgeholt. Das war schlimm für mich: Ich musste heim, den Pass suchen, einen neuen Flug buchen und kam schliesslich zu spät an dieses Meeting. Mühsam! Momentan habe ich meinen Pass nicht daheim - ich brauche wieder mal ein Visum. Diesmal für meine nächste China-Reise. Auch Marokko ist in den kommenden sieben Jahren eine zentrale Destination für mich. Im Jahr 2012 soll dort ein Institut für Kunst und Design aufgehen, ein Riesenprojekt, sehr komplex. Das ist es eben, was ich will: Als privilegierter Erst-Welt-Mensch die Freiheit nutzen, etwas Nachhaltiges zu schaffen, mich losreissen vom Sicherheitszwang, dem schwerfälligen Berechnen der Dinge. Angst- und risikofreudig agieren und reisen, mich echt auf andere Kulturen einlassen.

«Soda» bietet unseren Lesenden übrigens auch eine Art Reiseerlebnis: eine Kopfreise. Vor lauter Verpflichtungen und Lasten des Alltags verlieren die Menschen hier oft die nötige Ruhe fürs Leben oder die wahre Neugierde an der Welt. «Soda» möchte ihnen beides für einen Moment zurückgeben. Allein das Motto «Reisen», unter dem das aktuelle «Soda»-Jahr läuft, macht offen und aufnahmefähig. Das tut gut, darum geht es.

«Soda», das Schweizer Magazin für visuelle Kultur, wird weltweit vertrieben. Nächste Nr. «Go East - Go West» erscheint im Jan.