

Zeitschrift: Schweizer Monat : die Autorenzeitschrift für Politik, Wirtschaft und Kultur
Band: 101 (2021)
Heft: 1087

Rubrik: Nacht des Monats

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 01.04.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Nacht des Monats

Joyce Küng trifft Hannes Schmid im Zürcher Wow-Museum.

Wandfarben in schrillen Tönen, perfekt ausgeleuchtete Räume, optische Täuschungen und viel visuelle Abwechslung – das Wow-Museum liegt an bester Lage direkt neben der Zürcher Bahnhofstrasse. Nach dem Shutdown im Juni 2020 eröffnet, ist das Museum das ideale Setting, um den international renommierten Schweizer Werbe- und Modefotografen Hannes Schmid zu treffen. Schmid wurde als Fotograf des Marlboro-Man bekannt.

Ich will ihn auf keinen Fall warten lassen, aber rund zehn Minuten vor dem Termin sitzt er schon in der Eingangshalle. Er begrüsst mich, als ob wir uns schon lange kennen würden. «Du hast Glück gehabt, nächste Woche fliege ich zurück nach Kambodscha, dann hätte ich nicht mehr zusagen können.»

Kambodscha ist Schmid ein grosses Anliegen. Dort ist die Hilfsorganisation angesiedelt, die er seit 2012 unter dem Namen «Smiling Gecko» betreibt. Sie investiert in Landwirtschaft, Fischzucht und Bildung. «Kambodscha braucht nicht mehr Geld, sondern mehr Bildung und einen Systemwechsel, sonst nützt unsere Arbeit nichts!»

Im Wow-Museum ist es laut und eng für Coronaverhältnisse. Schmid scheint sich nicht daran zu stören. Mit 74 gehört er altershalber zur Risikogruppe, ist aber bereits geimpft. Eine Krücke unterstützt ihn beim Gehen, trotzdem geht er zügig durch die Ausstellung. Unter den Besuchern sind vor allem Kinder, die sich von allen möglichen interaktiven Installationen begeistern lassen, und Eltern, die zu Starfotografen mutieren («Pasci, man sieht deine Schwester nicht gut, wir machen noch mal ein Foto!»).

Ich stehe hinter der Kamera und wir beginnen einfach mal zu fotografieren. Die Räume eignen sich gut für Porträtbilder. Schmid verzichtet auf Belehrungen oder Anleitungen, obwohl er zu den Grossen in der internationalen Fotografenszene gehört. Stattdessen verspricht er viel Freude am Rollenwechsel. Dabei ist er sich für nichts zu schade. Auf einmal hängt er an einer Stange und ruft: «Mach noch so eins!» Die Gehhilfe, die er dabei hat, ist auf einmal fort. Die Stimmung ist heiter und lustig. Flugs durchlaufen

wir fast alle Räume. «Gehen wir einen Kaffee nehmen, da kann ich dir mehr erzählen», schlägt Schmid vor.

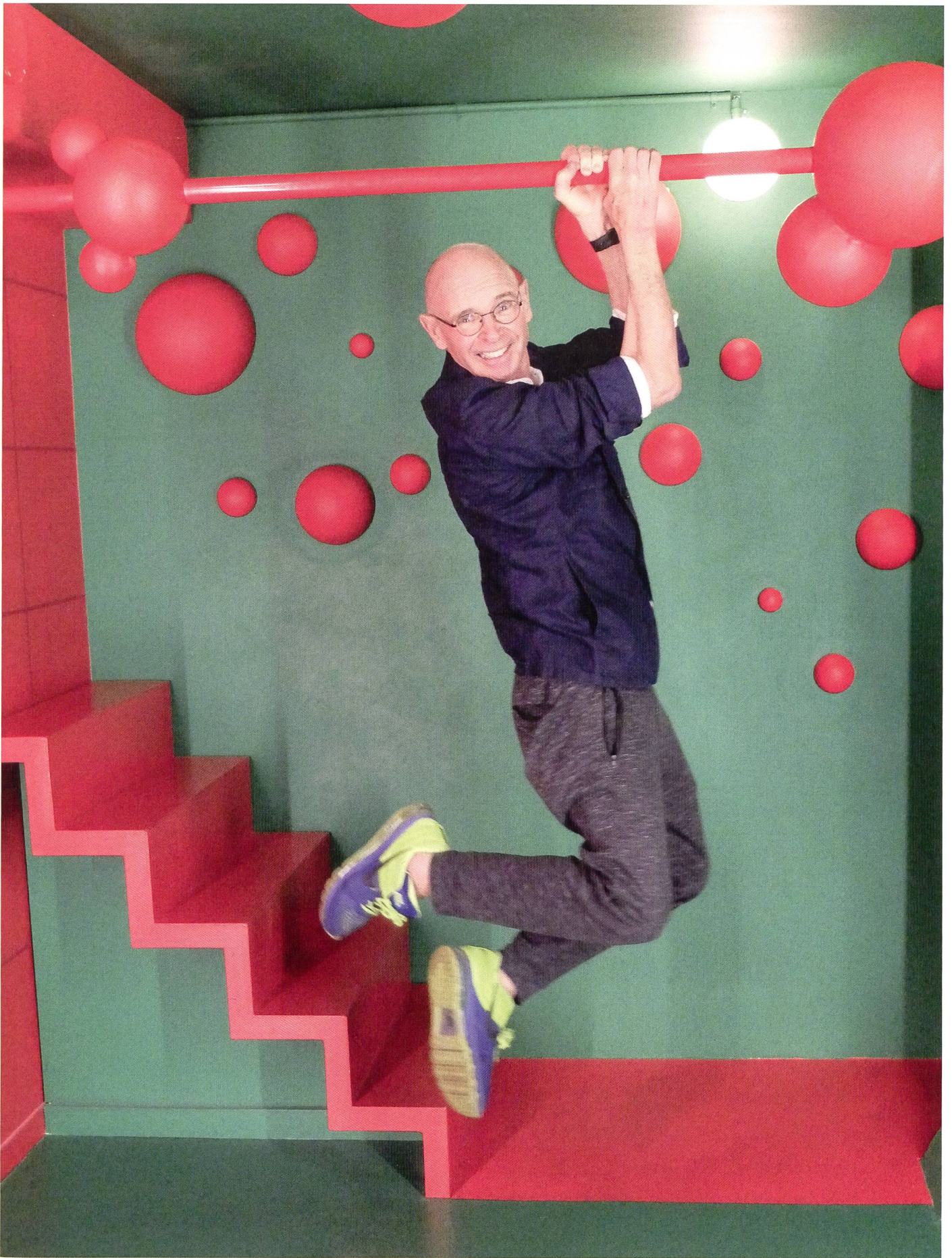
Die erste Sitzgelegenheit finden wir im nahegelegenen hippen Burger-Restaurant «Black Tap». In New Yorker Manier werden wir auf Englisch begrüsst und bedient, egal wie oft wir auf Deutsch antworten. Wir bekommen beide einen Cappuccino, während Schmid leidenschaftlich über sein Engagement in Kambodscha erzählt und immer wieder über Episoden zu seiner Laufbahn als Starfotograf berichtet.

Die ausgezeichnete Vernetzung Schmidts, von der nun sein Hilfswerk profitiert, stammt aus seinen erfolgreichen Jahren als Werbe- und Modefotograf. Schmid war Fotograf für Marlboro in den 90ern. In dieser Zeit prägte er die Werbekampagne um den Marlboro-Man. Daneben begeisterte er Magazingrössen wie «Vogue» und «Elle», für die er extravagante Kampagnen ausführte.

Zirka 70 Prozent der kambodschanischen Bevölkerung sind Analphabeten, so auch die begabte Köchin Mariya (31). Sie ist Chefköchin im Touristenresort Farmhouse, das von Smiling Gecko betrieben wird. Schmid wollte Mariya fördern und in die Schweiz nach Luzern in die Hotelfachschule einladen. «In nur ein paar Wochen beherrschte sie typisch schweizerische Gerichte wie «Berner Röschi» besser als ihre Klassenkameraden!», freut sich Schmid. Nach mehreren Praktika in renommierten Restaurants hat sie als Störköchin bei vielen bekannten Namen, unter anderen beim Regisseur Marc Forster, ihr Können unter Beweis gestellt. Schmid plant, mit ihr ein Kochbuch zu produzieren.

Aktuell profitieren etwa 10 000 Menschen von Schmidts Investitionen in Kambodscha. Ein Team von 250 Angestellten setzt sich für Bildung, humanitäre Hilfe, Landwirtschaft, Handwerk, Tourismus oder Aufklärung ein. Schmid ist für das Sponsoring immer noch eine starke Identifikationsfigur, was eine Nachfolgeregelung für das Hilfswerk eher erschwert.

Den Cappuccino haben wir unterdessen völlig vergessen. Nach einer Stunde ist Schmidts Leben längst nicht erzählt. Mehr Platz wird Schmidts Geschichte im kommenden Film von Marc Forster haben. Er plant eine ausführliche Dokumentation über Schmidts Leben. ◀



Hannes Schmid, fotografiert von Joyce Küng.