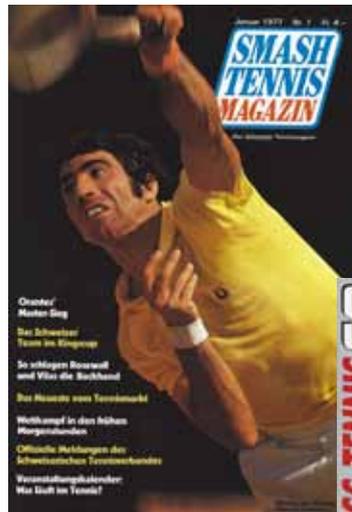


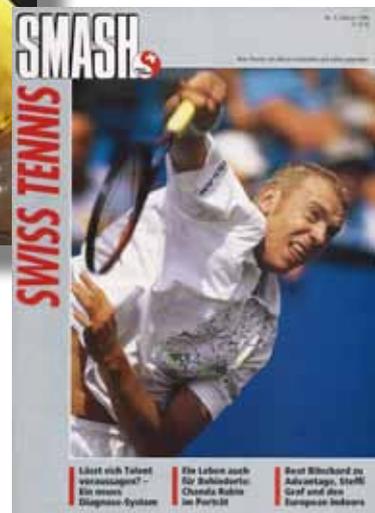


Fritz Kleisli, Smash-Gründer

Viel Herzblut und kein Businessplan



Die Geschichte des
Smash Tennis Magazins
1971 - 1996



Vorwort

Wenn man die 70 überschritten hat, wird es Zeit für einen Rückblick. Was sich wie ein roter Faden durch mein Leben zieht, ist die Liebe zum Schreiben. Schon als Teenager hatte ich den Drang, alles schriftlich und bildlich festzuhalten, zu dokumentieren, zu kommentieren. Damals war ich begeisterter Modellflieger. Aber nur basteln und fliegen reichte mir nicht, ich musste «der Welt» darüber berichten. Also machte ich eine Zeitung für meine Modellfluggruppe «Skyblazers» und nannte das Blatt «Der Mini-Pilot».

Ein paar Jahre später wiederholte sich das Ganze. Ausgewechselt wurde nur das Objekt meiner Begeisterung: An die Stelle der Modellfliegerei war das Tennis getreten - die Liebe zum Schreiben blieb. Und Liebe macht bekanntlich blind.

Es war 1968, als ich als Gründungsmitglied des TC Weihermatt Urdorf zur Tennisszene stiess. Primär als «vergifteter» Aktiver, der jede freie Minute hinter dem Ball herjagte. Nur logisch, dass ich auch in diversen Gremien des Vereins ehrenamtlich mitarbeitete (im Vorstand, in der Spielkommission, als Pressechef). 1971 gehörte ich einer Vierergruppe von ehrenamtlichen Amateur-Redaktoren an, die ein einfach gestricktes Vereinsblatt betreuten. Als dann von den anderen Redaktoren einer nach dem anderen den Rücktritt gab, stand ich vor der Frage, ob ich jetzt allein weitermachen sollte. Doch das war für mich keine Frage, ich konnte gar nicht anders, so sehr war ich von der Schreiberei gebannt.

Also trieb ich das Projekt Tenniszeitschrift voran, ohne mir ernsthaft Gedanken zu machen, ob das denn je zu einem wirtschaftlichen Erfolg führen könnte - einen «Businessplan» zu diesem Projekt gab es nie. Warnende Stimmen aber mehr als genug. Insbesondere Verlags-Experten, die über mein Projekt den Kopf schüttelten: «Der ist ja verrückt, das rechnet sich nie. Eine Tenniszeitschrift, wie soll man sowas verkaufen können...».

Gegen solche Einwände war ich immun. Zum Glück wusste ich nicht so viel wie die Verlagsprofis. Mein bescheidenes Wissen im Verlagsgeschäft war für mich kein Problem, ich lernte ständig dazu.

«Learning by doing» nennt man das heute. Im Verkehr mit den Druckereien wurde mir schnell klar, wie man kostengünstig produziert. Und wenn ein potenzieller Inseratekunde keinen Auftrag erteilte, «weil er gerade keine Unterlagen hatte», dann produzierte ich das Inserat für ihn - und bekam so auch gleich einen Fuss in die Welt der Werbung. Natürlich war es kein Nachteil, dass ich in den Jahren 1971-1976 beruflich als Sekretär des Schweizerischen Zeitungsverleger-Verbandes SZV tätig war. Auf diesem Posten holte ich mir Fachwissen, ich schnupperte gewissermassen an der Verlegerei.

Um in einem Start-up-Business erfolgreich zu sein, braucht es Stehvermögen und die Bereitschaft, rund um die Uhr zu arbeiten. Das war für mich kein Problem. Da mir aber die finanzielle Basis fehlte, musste das Projekt von «der Hand in den Mund» leben, konkret von den Mitteln, die ich gerade erarbeiten konnte. Da war zunächst mein Lohn als Sekretär beim SZV, von dem ich jeden verfügbaren Franken abzweigte. Und später gab es dann die Inserate-Erträge und die Abo-Einnahmen. Die Aufnahme eines Kredites war nie ein Thema.

Es braucht aber noch mehr: Nämlich Glück und den richtigen Moment. Ich hatte beides: Das Tennis boomte in den 70ern wie nie zuvor; in den Schweizer Zeitungen war Tennis noch kaum ein Thema; das offizielle Verbandsorgan «tennis» war ziemlich verbesserungswürdig; der Zürcher Verlag Jean Frey AG suchte die Zusammenarbeit mit einem Tennismann; und der St.Galler Verlag Zollikofer AG (Herausgeber des «tennis») stand einer Fusion mit dem «Smash» nicht im Weg - der rote Teppich war für mich ausgerollt. Im vorliegenden Rückblick erinnere ich mich mit Freude und auch ein bisschen Wehmut an all die Highlights, die mir dieses abenteuerliche Verlagsprojekt beschert haben. Und danke allen Freunden und Partnern, die mich während 25 Jahren auf diesem Weg begleitet haben, für ihr Wohlwollen und ihre Unterstützung.

Fritz Kleisli, Februar 2013

Am Anfang war... das Vereinsblatt des TC Weihermatt

Der 1968 gegründete TC Weihermatt Urdorf verfügte bis 1971 über keine eigenen Tennisplätze. Gespielt wurde auf dem Beton der Kunsteisbahn Urdorf. Ein Clubhaus gab es auch noch nicht – aber immerhin ein Mitteilungsblatt, in dem Beiträge des Präsidenten, des Aktuars, der Baukommission und des Kassiers zu lesen waren. Die 3-köpfige Redaktion bestand aus Ruedi Bryner, René Keller und Walter Schafroth. In der Ausgabe vom August 1971 erschien zum ersten Mal ein «journalistischer» Beitrag, nämlich über die Internationalen Meisterschaften von Gstaad 1971, mit dem reisserischen Aufmacher «*TC Weihermatt verhilft Pilic zu Satzgewinn*». Der Hintergrund der Story: Topstar Nikki Pilic hatte gerade zu einem Smash an der Grundlinie ausgeholt, als ihm das TCW-Mitglied Heini Furrer von der Tribüne aus spontan zuschrie «Uuusela..!». Pilic zog den Schläger blitzartig zurück, der Ball plumpste ins Aus und Pilic gewann den Punkt und den Satz. Dieser kleine Gstaad-Aufsatz sollte für den Autor mit dem Zeichen «kle» Folgen haben...

«Kle» stand für Kleisli. Und diesen wollten nun die drei bisherigen Redaktoren für eine Mitarbeit beim TCW-Blatt gewinnen. Für Kleisli ein Steilpass, denn er liebte das Schreiben. Er sagte zu, bestand aber darauf, dass das Clubblatt weiter entwickelt werden sollte: Mehr journalistische Beiträge, mehr News aus dem weiteren Tennisbereich. Die drei Redaktoren standen einer Entwicklung des Blattes nicht im Wege, sie lösten aber das Problem sehr elegant: «Klar, wenn du neue Ideen hast, mach doch!».

Und Kleisli machte. Er verpasste den nächsten Ausgaben sowas wie ein Layout (2-spaltig), setzte Fotos ein (natürlich noch schwarz-Weiss), brachte erstmals ein Interview (mit TCW-Crack Peter Borner), fügte Tipps für die Saisonvorbereitung bei und stellte einen Weltstar im Portrait vor: Rod Laver. Das war doch schon mal ein Anfang. Zudem trug das neue Clubblatt jetzt den Namen «Smash». Der Titelname war im Rahmen eines Brainstormings gefunden worden, und die zündende Idee stammte von Redaktionsmitglied Ruedi Bryner. Gedruckt wurden die losen A4-Blätter auf einer kleinen Büro-Offsetmaschine im Sekretariat des Schweizerischen Zeitungsverleger-Verbandes, wo Kleisli als 2. Sekretär arbeitete.

1970-1971
Am Anfang nur lose A4-Blätter...

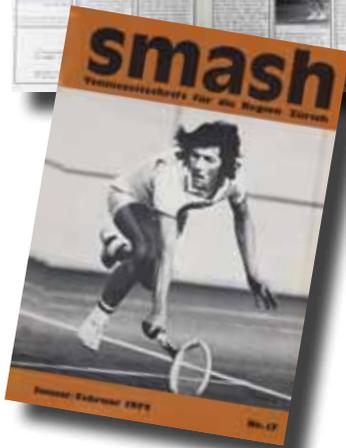
...dann zusammengefasst
in einen zweifarbigen
Umschlag geheftet (1972-1973)

Das neue Smash kam zwar bei den TCW-Clubmitgliedern gut an, aber Kleisli war nicht zufrieden. Irgendwie sah das Ganze immer noch wie ein Mitteilungsblatt aus. Die plausibelste Lösung war ein A3-Umschlag, in den man die A4-Inhaltsblätter einheften konnte. Das war aber nicht gratis zu haben, und der Club hatte keine Mittel für sowas. Es musste also eine Geldquelle her. Das Zauberwort hiess Inserate. Kleisli suchte und fand. Drei ganzseitige Inserate der Firmen **Dunlop** (Landun Sport AG), **Donnay** (Hugo de Senarclens) und **Bio-Strath** deckten die Druckkosten für die geplanten zweifarbigen A3-Umschläge mit Titelbild. So zeigte sich das Smash Nr. 9 im Juni 1972. Der erste Titelstar war Gustav Furrer, Captain der zweiten Interclubmannschaft des TCW. Bis zur Nr. 16 im November 1973 wurde das Konzept mit dem A3-Umschlag und den A4-Innenblättern beibehalten.

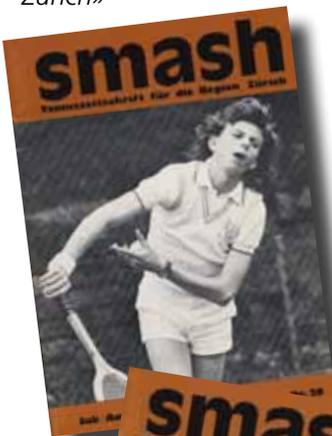
Es war eine spassige Zeit im TCW, denn am Clubheft waren viele Leute beteiligt, nicht nur die vier Redaktoren. Jedes Mal, wenn Kleisli die gedruckten A4-Blätter ins Clubhaus brachte, versammelten sich ein Dutzend Smash-Fans, um die Seiten zusammenzutragen. An einem langen Tisch lagen dann die Stapel der einzelnen Seiten, die Helfer wanderten um den Tisch, sammelten die Blätter und übergaben sie dem «Mann mit dem Bostitch» am oberen Ende des Tisches, der sie in den Umschlag heftete. Die Auflage betrug 120 Exemplare.

Das Smash wird regional

Dann passierte, was in jedem Verein passiert, in dem ehrenamtliche Mitglieder tätig sind: Einer nach dem anderen zog sich zurück. Das war auch in der Clubblatt-Redaktion der Fall. Zuerst hörte René Keller auf, dann Ruedi Bryner und per Ende 1973 auch noch Walter Schafroth. blieb nur noch Kleisli. Der war nun im Zugzwang. Sollte er auch aufhören – oder allein weitermachen? Er entschied sich fürs Weitermachen und kam gleich mit neuen Ideen. Warum, sagte er sich, sollte dieses Blatt für einen einzigen Club produziert werden? Der Aufwand war praktisch der selbe, wenn auch andere Clubs mitmachen würden. Er nahm Kontakt auf mit Tennisclubs der Region Zürich und holte auch von diesen Informationen



Ab Januar 1974.
Neues Titelblatt, neuer Untertitel:
«Tenniszeitschrift für die Region
Zürich»



René Bortolani

und Meldungen rein. In einer Spezialrubrik «Aus den Clubs» waren fortan News aus den Tennisclubs Bachtobel, Belvoir, Bremgarten, Dietikon, Dübendorf, Fairplay, Itschnach, Jelmoli, Kantonspital, Regensdorf, Schlieren usw. zu lesen. Die Tennisclubs Weihermatt, Fairplay und Schlieren waren zwar mit «offiziellen» Seiten im Smash vertreten, aber ein eigentliches Clubblatt war es nicht mehr. Schon eher eine regionale Publikation. So nannte sie sich jetzt auch: «Tenniszeitschrift für die Region Zürich».

Das bisherige Prozedere mit den im Umschlag eingeklebten A4-Blättern war als Regionalblatt nicht mehr haltbar, – die Zeitschrift musste nun fachmännisch gedruckt werden. Aber wie sollten die Druck- und vor allem die Lithokosten finanziert werden? Kleisli, der seine Fotografien selbst entwickelte, fand einen Weg, wie man die Lithos zum Nulltarif bekam: Indem man die Bilder nicht in Halbton umwandeln liess, sondern der Druckerei komplette A4-Seiten für die so genannte Strichaufnahme übergab – mit aufgeklebtem Text und mit selbst gerasterten Bildern (siehe Kasten). Das bedeutete: Die druckfertigen Seiten konnten für die Offsetmaschine aufbereitet werden, wie wenn nur Text vorhanden wäre. Der Drucker schüttelte zwar anfangs unwillig den Kopf, aber es funktionierte tatsächlich. Auch die Satzherstellung war noch sehr primitiv: Die Texte wurden auf einer IBM-Kugelkopfmachine auf ein weisses Blatt getippt (wobei Kleisli von seiner Ehefrau Ruth unterstützt wurde) und dieses wurde zum Umbruch geklebt. Die Titel wurden von Hand «gesetzt» – mit Abreibbuchstaben (!), ein furchtbar aufwändiges Prozedere. Von dieser Phase an schluckte das Smash Kleisli's ganze Freizeit. Er war ja nicht nur mit der Produktion beschäftigt, sondern wollte auch an allen Fronten im Einsatz sein, um Infos und Fotos zu sammeln – an jedem Turnier, an jeder «Hundsverlochete».

Abenteuerliche Litho-Produktion

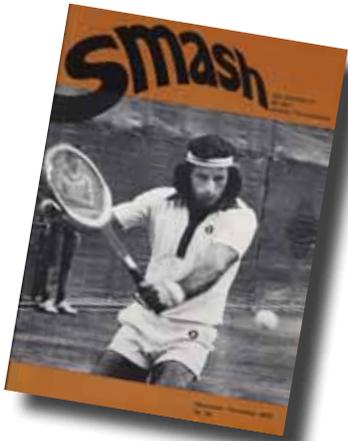
Für die Produktion eines gerasterten Bildes in der Dunkelkammer wurde ein 48er-Raster auf das zu belichtende Fotopapier gelegt, und auf den Raster eine schwere Glasplatte, die diesen fest aufs Papier presste. Dann musste die Belichtungszeit des «Durst»-Vergrösserers mindestens verzehnfacht werden, denn das Licht musste durch den dunkelgrünen Raster hindurch zum Fotopapier gelangen. Oft ergaben sich Belichtungszeiten von 10 und mehr Minuten. Die Qualität der Fotos war natürlich nicht überragend – der 48er-Raster erzeugte ein ziemlich grobes Bild – dafür waren die Lithos gratis...

Nicht alle waren vom neuen regionalen Smash begeistert. Etliche der «Herren in langen weissen Hosen», die das Tennis noch als elitären Sport verstanden, fanden dieses «Rebellenblatt» gar nicht tennismässig. Und noch ärgerlicher wurden sie, als sich das Smash im Rahmen einer Abowerbung die Aktion «Sportler sagen du!» einfallen liess. Dabei wurden allen Clubs Ansteckknöpfe verteilt, auf denen man seinen Vornamen eintragen konnte. Was heute selbstverständlich erscheinen mag, war in manchen alteingesessenen Tennisvereinen der 70er-Jahre noch tabu. Da gab es auch noch die Garderobekästchen mit Dokortitel. Ins damalige Bild passte auch die Haltung der NZZ, die das Smash in einem Artikel als «rotes Tennisblatt» beschimpfte. Das waren noch Zeiten, als alles Missliebige einfach als rot bezeichnet werden konnte!

Das Smash wird langsam ernst genommen

Vom Januar 1974 an hiess also das Smash im Untertitel «Tenniszeitschrift für die Region Zürich». Und das Impressum lautete: «Erscheint zweimonatlich und geht an alle Tennisclubs der Region Zürich. Redaktion und Verlag Fritz Kleisli. Jahresabonnement Fr. 15.–.» Die Zahl der Abonnenten nahm täglich zu, und auch bei den Inseraten ging es aufwärts. Treue und wohlwollende Kunden waren Lacoste, Kuoni, Intersport, Bättig-Sport, Och-Sport, Tacchini, Snauwaert... Die Auflage betrug im Frühjahr 1974 bereits 600 Exemplare. Mit den Inserate- und Abo-Einnahmen konnten immerhin die Druckkosten beglichen werden.

Entscheidend für den Durchbruch war dann aber, dass ein professioneller Journalist dazu kam: **René Bortolani**. Dieser hatte Kleisli kontaktiert: «Toll, was ihr da macht. Wollt ihr eine Kolumne von mir?». Und ob wir wollten! Bortolani war ein hervorragender Schreiber und dazu ein Spitzenspieler, der schon als Junior seine (schlechten) Erfah-



November 1974.
Neue Gestaltung und nicht mehr auf der Schreibmaschine getippt, sondern erstmals mit «richtigem» Satz und echten Halbton-Lithos.



Intensive Abo-Werbung. An jedem Turnier, in Tennis-hallen und Clubs wurde die Werbetrommel geschlagen – mit Erfolg. Die Auflage stieg per Ende 1974 auf über 1000 Exemplare.

rungen mit dem Tennisverband STV gemacht hatte. Bortolanis erster Beitrag erschien in der Januar-Nummer 1974 und trug die Überschrift «Warum die Schweiz im Spitzentennis stagniert». Darin ging es um die Forderung an den Verband, dem Nationaltrainer Svatopluk Stojan mehr Kompetenzen einzuräumen und Trainingszentren aufzubauen. «Warum redet man nur, ohne etwas zu tun?». Jede neu erscheinende Nummer brachte weitere «Bortolani-Spritzen» gegen den STV: Die Forderungen nach klaren Ranglisten (die es damals noch nicht gab!), die Beschickung von Verbandsspielern an internationale Turniere, die Schaffung eines Vollverantwortlichen für die Junioren, die Anregung einer Spielervereinigung und so weiter.

Gespanntes Verhältnis zum Tennisverband

Bortolanis Kolumnen waren bissig, hatten aber stets einen wahren Kern. Sie mussten deshalb auch «in Bern» gelesen werden. Und so war das Smash auf einmal auch in den Verbandsgremien ein Thema. Nur nicht, wie sich die Macher und Schreiber des Smash dies gewünscht hätten. Im Gegenteil. An einer Vorstandssitzung im August 1974 in Bassersdorf anlässlich der Schweizer Meisterschaften fasste das Gremium den Beschluss, «das Smash als unerwünscht zu behandeln und diesem künftig keine Informationen mehr zugehen zu lassen». Aber soweit kam es nie. Denn nur ein paar Minuten nach dieser Sitzung bekam Kleisli bereits Wind davon. Dieser suchte noch «sur place» den Kontakt zum damaligen Präsidenten des STV, Dr. Max Gubler, und stellte sich ihm vor: «Ich bin Fritz Kleisli, der Herausgeber des Smash. Ich habe eben von Ihrem Beschluss gehört...». «Nein, das ist unmöglich, das können Sie doch gar nicht wissen!», entgegnete Gubler total perplex. «Naja, soviel zum Thema keine Infos vom STV mehr...». Dann folgte ein sehr gutes Gespräch. Und Gubler merkte schnell, dass dieser Kleisli weder ein Feind noch eine Gefahr für das Tennis war, ganz im Gegenteil. Die Aussprache war der Beginn eines Vertrauensverhältnisses und die Initialzündung für eine spätere erfolgreiche Zusammenarbeit.

Totengräber des Tennis?

Ein eher amüsanter Geplänkel mit dem Verband entwickelte sich, als Kleisli in einem seiner Smash-Editorials vorschlug, regionale Turniere und Interclub **ohne Schiedsrichter** austragen zu lassen. Ein Sturm der Entrüstung brach aus, und der Verfasser wurde als «Totengräber des Tennis» beschimpft. Allerdings wusste dieser: Die Stadtzürcher Tennisvereinigung (deren Pressechef er war) war entschlossen, ihre eigenen Meisterschaften ohne Schiedsrichter zu spielen – als Versuch. Es klappte auf Anhieb, und kein Wettkämpfer musste sich fortan mehr darüber aufregen, dass er nach verlorenem Match zur Strafe auch noch auf den Schiedsrichterbock zu klettern hatte. Heute kann sich kein Mensch mehr vorstellen, einen Interclubmatch mit Schiedsrichter zu spielen...

Das Smash gewinnt neue offizielle Partner

Die Auflage stieg kontinuierlich und betrug Ende 1974 bereits mehr als 1000 Exemplare, ein Grossteil davon abonniert. Nach wie vor war das Smash offizielles Organ der Tennisclubs Weihermatt, Schlieren und Fairplay. Nun kam neu noch eine offizielle Seite der Stadtzürcher Tennisvereinigung dazu, in der Kleisli Pressechef war.



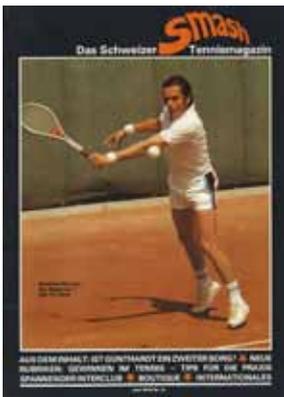
Neben Bortolani schrieben nun noch weitere Spitzenspieler im Smash. So zum Beispiel **Dimitri Sturdza**, der sich für eine neue Interclub-Formel stark machte, und **Mathias Werren** zum Thema Nationalmannschaft.

Michod, Mathias Werren und Tim Sturdza. Das war ein weiterer Schritt zur Anerkennung des Smash. Im Tennisverband war die VST zwar umstritten – einige in Bern fürchteten kommende Auseinandersetzungen mit der «Spielergewerkschaft». Der Direktor des Schweizerischen Tennisverbandes, Roberto Binswanger, sah das aber pragmatisch. Zur neugegründeten Spielervereinigung schrieb er im Smash: «Mitbestimmung? Mitverantwortung! Es liegt im Interesse des Verbandes, dass der Spielervereinigung möglichst viele Aktive angehören».

Smash-Cup als Vorreiter für den Junioren-Interclub

Meinungsverschiedenheiten mit dem Verband gab es aber weiterhin. So zum Beispiel, als der von Smash immer wieder geforderte Junioren-Interclub eins ums andere Mal vom Verband aufs Eis gelegt wurde, mit der Begründung, «es stünden zu wenig Plätze dafür zur Verfügung, und die Aktiven würden es nicht goutieren, wenn jetzt auch noch die Kinder kämen...».

Smash mochte nicht mehr länger zusehen und rief den **Smash-Cup** ins Leben. In Zusammenarbeit mit Ernst Keller vom TC Fairplay wurden 1975 alle Clubs der Ostschweiz aufgerufen, sich an «einer dem Interclub ähnlichen Meisterschaft für Schüler-Clubmannschaften» zu beteiligen. Der Erfolg war überwältigend, und so wurde die Meisterschaft 1976 auch auf die Zentralschweiz ausgedehnt. Es war eine interessante Formel: Die Teams mussten aus drei Spielern gebildet werden, wovon mindestens ein Mädchen. Pro Club konnten beliebig viele Mannschaften gemeldet werden. Die Begegnungen fanden nach dem offiziellen Interclub im Frühsommer statt und mussten unter der Woche gespielt werden. Der Erfolg war so durchschlagend, dass ein paar Jahre später der Verband seinen eigenen Junioren-Interclub ausschrieb.



Nr. 31, Juni 1976.
Das erste Smash mit farbigem Titelblatt. Und mit dem anspruchsvollen Untertitel «Das Schweizer Tennismagazin».

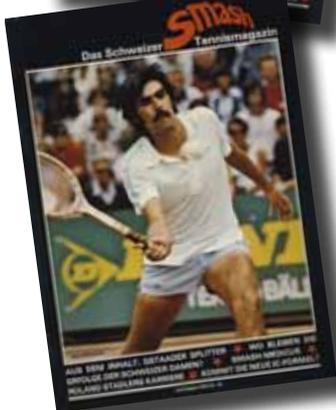
Die Gründung der Smash Verlag AG

In den Jahren 1975 und 1976 entwickelte sich das Smash erfreulich. Man spürte die Anerkennung in Tenniskreisen, und die Auflage stieg kontinuierlich. Im Frühjahr 1976 stand sie bei 3'600, im Laufe des Sommers wurde die 4'000er-Schwelle geknackt... das Smash war auf gutem Weg.

Dann überschlugen sich die Ereignisse. Der Chefetage der Jean Frey Verlag AG war nicht verborgen geblieben, dass in der Schweiz ein Tennisboom im Gange war. Überall entstanden neue Tennisclubs, die Zahl der Aktiven nahm dramatisch zu. Und auch aus Deutschland kam ein kräftiges Signal. Dort war eben vom Axel Springer Verlag das «Tennismagazin» auf den Markt gebracht worden. Es stellte sich also die Frage, ob nicht auch die Jean Frey AG «so etwas» auf die Beine stellen sollte. Der damalige CEO der Jean Frey AG, **Dr. Beat Curti**, suchte zunächst intern nach einer Antwort. Er hatte ja einen Topjournalisten in seinen Reihen, der sich im Tennis auskannte: René Bortolani, damals Chefredaktor der Annabelle. «Was meinst du, sollten wir nicht auch ein Tennismagazin produzieren?» fragte er ihn. Bortolani fand die Zeit dafür auch reif, meinte dann aber, dass es wenig Sinn mache, bei Null zu beginnen. Er kenne da einen Tennisverrückten, der schon ziemlich viel Vorarbeit geleistet habe, den könne man doch mal anfragen...

Beat Curti nahm sofort Kontakt zu Kleisli auf, zumal die Wege sehr kurz waren, denn Curtis Büro und das Sekretariat des Zeitungsverleger-Verbandes, wo Kleisli immer noch arbeitete, lagen nur einen Block auseinander. Curti liess sich das Smash zeigen und fand, dass das durchaus «eine Grundlage» für ein Jean-Frey-Magazin sein könnte. Dann unterbreitete er Kleisli ein Angebot: «Also, wir von der Jean Frey verlegen die Sache, und Sie übernehmen die Chefredaktion». Kleisli war konsterniert, hatte sich aber rasch wieder im Griff. «Danke für das Angebot, aber die Sache ist die, dass ich der Verleger von Smash bin. Wieso sollte ich mich zum Chefredaktor degradieren lassen?». Jetzt war Curti perplex. «Ja, weil..., weil *wir* doch das Verlagshaus sind. Wir würden dann ein richtiges Magazin draus machen». Kleisli schluckte leer und dachte: Das kann ich auch selber, ich bin ja auf gutem Weg dazu...

«Was stellen Sie sich denn vor?» nahm Curti den Faden wieder auf. Kleisli: «Wir könnten gemeinsam einen Verlag gründen». Das war für Curti diskutabel, und er kam sofort mit einem Vorschlag: «Okay, dann beteiligen wir Sie am Verlag, sagen wir mit 30%». Kleisli schüttelte den Kopf. Eine Minderheitsbeteiligung war für ihn kein Thema, denn er war es ja, der eine ausbaufähige Zeitschrift in den neuen Verlag einbringen würde... «Ich denke eher an eine 50:50-Lösung», konterte er. Für Curti war eine solche Forderung neu. Er argumentierte, dass das nicht üblich sei bei der Jean Frey AG, man würde





Nr. 34, November 1976.
Die erste Ausgabe nach der
Gründung der Smash Verlag AG.
Gedruckt wurde die Zeit-
schrift jetzt von Jean Frey AG
(Offset+Buchdruck AG, Zürich).

Aber noch während die Nr. 34 in
Produktion war, konnten die Ver-
handlungen für eine Fusion von
«smash» und «tennis» erfolgreich
abgeschlossen werden. Im Editori-
al der November-Ausgabe 1976
schrieb Chefredaktor Fritz Kleisli:



Liebe Leserin,
lieber Leser

Ihr Smash – das haben
Sie sicher inzwischen
erfahren – wird vom

Januar 1977 an mit dem bisherigen
Verbandsorgan «tennis» fusionieren. Oh
je!, bekamen wir seither aus verschie-
denen Lagern zu hören, dann wird also
das Smash jetzt auch ein langweiliges
Verbandsblatt.

Keine Angst. Niemand ist daran interes-
siert, das neue SMASH TENNIS MAGAZIN
weniger attraktiv zu gestalten als das alte
Smash – auch der Tennisverband nicht.
Und wir vom Smash Verlag schon gar
nicht. Wie sieht das neue Produkt aus?
Im Prinzip können Sie die vorliegende
Nummer nehmen und sich einen acht-
seitigen Verbandsteil mit (mit wichtigen
offiziellen Meldungen) dazu denken. Mit
anderen Worten: Das neue Magazin bietet
mehr, wird dicker und erscheint erst noch
doppelt so oft wie bisher, nämlich 12mal
jährlich, also monatlich.

Natürlich wird auch der Mitarbeiterstab
ausgebaut – mehr Profis werden mehr
bieten. Marcel Meier wird auch beim neu-
en Produkt dabei sein, und zwar in seinem
Spezialfach: Ausbildung. Er betreut die
Lehrbeilage. Roberto Binswanger, STV-
Direktor (der Mann mit dem Informations-
vorsprung...), ist für die offiziellen Seiten
verantwortlich, und Ihr bisheriges Redak-
tionsteam Fritz und Ruth Kleisli wird auch
in Zukunft nicht schlafen. Wir freuen uns
auf das neue grosse Magazin. Sie auch?

nur Kooperationen eingehen, bei denen man die Mehrheit hätte. Und überhaupt würde eine 50:50-Regelung nur Probleme verursachen, weil keiner das Sagen habe. Es folgte eine längere Diskussion, in der beide Seiten ihre Argumente einbrachten. Das Eis brach schliesslich, als Kleisli sein Gegenüber bei der Ehre packte: «Für mich gibt es nur die 50:50-Lösung oder keine. Und ich frage mich, ob der JFAG wohl das Risiko zu gross erscheint, in diese neue AG die Gewaltssumme von 25'000 Franken zu investieren». Curti schmunzelte nur. Für ihn und die Jean Frey AG war das nun wirklich Peanuts, und das finanzielle Risiko lag bei null. Er schlug ein. Der Gründung der Smash Verlag AG stand nichts mehr im Wege.

Das Aktienkapital der Smash Verlag AG betrug Fr. 50'000.–. Die JFAG zahlte die Hälfte davon in bar ein, die andere Hälfte von Fr. 25'000.– wurde von Kleisli als Sacheinlage eingebracht, in Form der Verlagsrechte am Smash. Im Aktionärsbindungsvertrag hiess es: «Die Parteien sind sich einig, dass der effektive Wert der eingebrachten Verlagsrechte Fr. 125'000.– beträgt. Die Differenz wird dadurch ausgeglichen, dass die Jean Frey AG sich verpflichtet, bis zum 31.12.1979 für insgesamt Fr. 100'000.– Werbemassnahmen zu finanzieren». Am 6. Oktober 1976 wurde die Gründung der Smash Verlag AG durch das Notariat Zürich Altstadt öffentlich beurkundet.

Mit der Gründung der Smash Verlag AG war nun Kleisli ein «richtiger» Verleger geworden. Im Herbst 1976 beendete er sein Angestelltenverhältnis beim Zeitungsverlegerverband und konnte sich fortan vollamtlich dem Smash widmen, in der Funktion als Chefredaktor – und als Verwaltungsratspräsident der Smash Verlag AG.

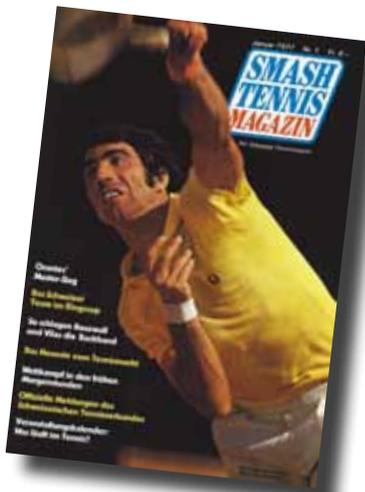
«Smash» und «tennis» fusionieren

Es kam aber noch dicker. Kaum hatte es sich herumgesprochen, dass jetzt die Jean Frey AG hinter dem Smash stand, liefen die Drähte heiss. Der Tennisverband musste nun anerkennen, dass ihm mit dem Smash eine echte Konkurrenz zum «tennis», dem offiziellen Organ des STV, erwachsen war. Gab es genug Raum im kleinen Schweizer Markt für zwei Tenniszeitschriften? Würden beide nebeneinander überleben können? Wäre es allenfalls sinnvoller, die beiden Zeitschriften zusammenzuführen?

Eine wichtige Rolle in diesem Fusionspoker spielte **Edi Eckert**, der Präsident der Stadtzürcher Tennisvereinigung und designerter Finanzchef des Schweizerischen Tennisverbandes. Selber ein Verlagsfachmann, gehörte er der Gruppe von Befürwortern einer Fusion an. Und er setzte sich «in Bern» mit aller Kraft dafür ein. Vor allem mit dem Gedanken, dass ein starkes, gut gemachtes Blatt auch dem Image des Verbandes förderlich sein würde. Diese positive Haltung nahm übrigens auch der Präsident des Tennisverbandes, **Dr. Max Gubler**, ein. Es sah gut aus für eine Zusammenlegung.

Genau zu dieser Zeit spielte sich in der obersten Etage der Jean Frey AG Erstaunliches ab. **Max Frey**, der Besitzer der Jean Frey AG, und **Hans Zollikofer**, Besitzer der Zollikofer AG, St.Gallen, trafen sich zu einem Geschäftsessen im Hause – die JFAG beschäftigte damals noch einen eigenen Koch...(!). Unter «Diversem» kam dann die Sprache auch auf die neugegründete Smash Verlag AG, und Hans Zollikofer stellte trocken fest, dass «er in seinem Haus» auch eine Tenniszeitschrift habe, eben das offizielle Organ des STV, das «tennis». Max Frey, schon immer ein Mann der schnellen Entscheidungen, soll dabei nur gesagt haben: «Das macht doch keinen Sinn, dass wir uns bekämpfen, legen wir doch die beiden Blätter zusammen!». Hans Zollikofer fand das gut und war mit einer Fusion einverstanden. Zumal man ihm versprach, dass das neue Blatt in seinem Verlag gedruckt werden würde, falls er zustimme...

Von Seiten der beiden Verlage Jean Frey/Smash und Zollikofer war somit alles klar. Ein paar Tage danach kam auch noch das Okay des Tennisverbandes, und damit waren die Weichen gestellt. In kürzester Zeit waren alle Beteiligten mit einer Fusion einver-



Januar 1977, Nr. 1
Die erste Ausgabe des neuen
SMASH TENNIS MAGAZIN.



Der harte Kern des Smash Verlags
am neuen Sitz bei der Jean Frey
AG, Rüdigerstrasse 12, Zürich:
Fritz Kleisli, Kathy Notbom
(Verlagsassistentin) und Hannes
Huggel (Redaktion Regionalteil).
Dazu kamen extern René Bor-
tolani (Kolumne), Ruth Kleisli
(Internationales), Marcel Meier
(Lehrbeilage), Roberto Binswan-
ger (Verbandsteil), die Regional-
mitarbeiter Hanspeter Brunner
(Innerschweiz), Beat Caspar
(Basel), Klaus Erzer (Solothurn),
Pancho Frey (Aargau), Alain Gi-
roud (Westschweiz), Gusti Pollak
(Bern), Carlo Silla (Tessin). Ständi-
ge Mitarbeiter: Dr. A. Bolliger und
Dr. Urs Frölicher (Medicus), Corina
Borner (Kinderseite), Fred Heister
(Reportagen) und Rosmarie
Müller (Tennismode).



standen, weil jede Partei bekam, was sie anstrebte. Mit der Fusion erhielt der St.Galler Verlag Zollikofer einen unbegrenzt lang laufenden Druckauftrag für die neue grosse und mindestens 90 Seiten dicke Zeitschrift; der Tennisverband ein starkes Magazin mit seinen offiziellen Seiten, die ihn fortan nichts mehr kosten würden; und der Smash Verlag konnte die Auflage mit einem Schlag von 4'200 auf 21'000 steigern, weil ihm die Pflichtabos des Verbandsorgans «tennis» zufielen... paradiesische Zustände, das musste ja rentieren. Dachte man.

...aber die Rechnung geht nicht auf

Die Budgetrechnung des «alten» Smash war noch ganz einfach: Von den Abo- und Inserate-einnahmen bezahlte man die Produktionskosten. Miet- und Personalkosten waren bisher keine angefallen, denn Kleisli arbeitete bis 1976 ohne Lohn und von zu Hause aus, und Aussendienstmitarbeiter und Kolumnisten verlangten nie ein Honorar – für alle war es ein Hobby. Mit der Professionalisierung und der Gründung der Smash Verlag AG veränderte sich alles auf einen Schlag. Auch wenn der neue Sitz des Verlages in einem kostengünstigen Stockwerk der Jean Frey AG untergebracht war, so musste für die Lokalität eben doch Miete bezahlt werden. Und neu fielen auf einmal **Lohnkosten** und Spesen an. Verlagsleiter und Chefredaktor Kleisli (der auch Verwaltungsratspräsident der Smash Verlag AG war) arbeitete zwar für einen bescheidenen Lohn – die Fr. 4'250.– im Monat entsprachen jenem, den er als Sekretär beim Schweizerischen Zeitungsverlegerverband bezogen hatte –, und die Verlagsassistentin war teilzeitlich beschäftigt, aber diese Kosten mussten erstmal im Budget untergebracht werden. Kam dazu, dass die Produktionskosten mächtig anstiegen, denn das Smash Tennis Magazin erschien nun monatlich (vorher 6x jährlich) und wies einen deutlich höheren Seitenumfang auf.

Und ein weiterer wichtiger Punkt: Ab sofort war es jetzt nicht mehr möglich, mit der Druckerei über günstige Konditionen zu verhandeln, denn der **Druckpreis** war mit der St.Galler Zollikofer AG verbindlich abgemacht. Das gleiche galt auch für die übrigen Produktionskosten wie Satz, Lithos und Grafik, die vom anderen Partner des Smash Verlages, der Jean Frey AG, geliefert wurden, ebenfalls zu Fixpreisen. Damit war im Bereich der Herstellung kein Spielraum mehr vorhanden. Natürlich standen diesen Kosten die höheren Abo-Einnahmen gegenüber, aber pro Abo flossen infolge des Sonderpreises für Clubs nur noch Fr. 25.– in die Kasse statt bisher Fr. 35.–.

Auch bei den **Inseraten** lief es nicht gut, und dies aus zwei Gründen. Erstens waren nicht alle bisherigen Kunden bereit, den neuen – der Auflage angepassten – höheren Seitenpreis zu bezahlen. Viele stiegen aus, vor allem jene, die bisher das Smash aus Goodwill unterstützt hatten. Zweitens nahm der Smash Verlag nicht mehr den vollen Inseratenpreis ein, denn die jetzt bei der Zollikofer AG in St.Gallen beheimatete Inseratenverwaltung zweigte für ihre Bemühungen 25% ab (was durchaus den üblichen Gepflogenheiten entsprach).

Das erste Geschäftsjahr der Smash Verlag AG, 1977, schloss mit tiefroten Zahlen ab. Es konnte gerade noch gerettet werden, weil der von der Jean Frey AG in der Gründungsvereinba-

Problemfall Pflichtabos

Die im Tennisverband schon seit Jahrzehnten geltende Pflichtabo-Regelung bestand darin, dass jeder der STV-Mitgliederclubs 8 bis 24 Abos des «offiziellen Organs» zu beziehen hatte – je nach Grösse des Clubs. Die Pflichtabos waren allerdings schon vor der Fusion mit Smash in den Clubs unbeliebt, und die Regelung hatte schon früher oft zu Disputen zwischen Clubs und Verband geführt. Mit dem neuen attraktiven Magazin sollten die kritischen Stimmen verschwinden, hoffte man. Dem war aber nicht so. Die Pflichtabo-Regelung blieb ein Zankapfel, und nur durch ständige Pflege der Kontakte zu den aufbegehrenden Clubs konnte sie bis 1996 aufrecht erhalten werden.

Zusammenarbeit Smash AG, Jean Frey AG und Zollikofer AG

Die an der Fusion zum SMASH TENNIS MAGAZIN beteiligten drei Verlage organisierten sich in einer «einfachen Verlegergemeinschaft» mit einer Beteiligung von 30/30/40. Die Verteilung der Aufgaben für das erste Jahr 1977 sah so aus:

Smash AG Verlagsleitung und Redaktion; **Jean Frey AG** Satz, Lithos und Grafik; **Zollikofer AG** Druck, Abonnen-tenverwaltung und Inserateverwaltung. Doch bereits 1978 kam es zu einer Veränderung, weil man mit den Umsätzen bei den Inseraten nicht zufrieden sein konnte. Die Inserateverwaltung wurde neu der Jean Frey AG anvertraut.

Abo-Werbung mit
Heinz Günthardt.



April 1977: Der erste Versuch, das Inserategeschäft mit einer Sonderbeilage zu beleben. Durch Kombi-Inserate, bei denen Tennisartikel mit Nichttennis-Produkten vereint wurden. Hier z.B. Porsche mit Adidas. Es war der Grundstein zu den legendären «Smash-Extra», die ab 1978 Jahr für Jahr produziert wurden.



Januar 1979: Pablo Diethelm, der neue Inserate-Mann, der mit viel Herzblut für die nötigen Umsätze sorgte.

rung zugesagte Aufbaubeitrag von Fr. 100'000.– in die Erfolgsrechnung einfluss. So sah das erste Ergebnis per 31.12.1977 mit einem Verlust von Fr. 3'285.65 noch akzeptabel aus. Klar war aber an diesem Punkt: Wenn es bei den Kosten keine Einsparmöglichkeiten gab, so musste bei den Einnahmen der Hebel angesetzt werden. Bei den Abos war das allerdings nur beschränkt möglich. Der Anteil Pflichtabos war nicht veränderbar (oder wenn, dann nur über den Faktor Zeit mit der Neugründung von Tennisclubs). Und der Markt für «freie» Abonnenten war natürlich dadurch eingeeengt, dass viele der Tennisaktiven ihr Abo über den Club zum Spezialpreis bezogen. Immerhin gelang es 1978, die Zahl der freien Abos um rund 800 Exemplare zu steigern.

Das Sorgenkind Nr. 1 waren aber nicht die Abos, sondern **die fehlenden Inserate**. An gutem Willen mangelte es der Inserateverwaltung der Zollikofer AG nicht, und auch nicht an Ideen. Zusammen mit der Workshop Team AG wurde schon im April 1977 die erste Sonderbeilage kreiert mit dem Thema «Mode, Sport und Freizeit».

Die Idee war wegweisend: Man kombiniere Tennismode mit Autos und Uhren oder was auch immer. Die Ausführung liess allerdings zu wünschen übrig. Die Fotos waren in einem ziemlich traurigen Umfeld in einer Olma-Halle entstanden, mit tristem grauem Hintergrund. Dennoch, die Idee der Sonderbeilage war geboren, und noch im Laufe des Jahres 1977 sollte ein neuer «Player» auf die Bühne treten, von dem noch zu berichten sein wird... (siehe separate Story >Wie das Smash-Mode-Extra entstand).

Die Inserate-Akquisition wird neu geregelt

Was das normale Inserategeschäft betraf, war niemand zufrieden. Das Smash nicht, weil die budgetierten Umsätze nicht erreicht wurden, und die Jean Frey AG nicht, weil sie fand, die Verlegergemeinschaft Smash/JFAG/Zollikofer sei zu «st.gallen-lastig». In der Tat hatte St.Gallen den Druck, die Aboverwaltung und die Inserateverwaltung inne, die JFAG dagegen nur den Satz und die Lithos – ein verschwindend kleines Paket. Eine Aussprache der Partner führte zur Entscheidung, dass künftig die Inserateverwaltung durch die Jean Frey AG besorgt werden würde. Das klang gut, weil die JFAG auch Herausgeberin des «Sport» war. Man durfte also vermuten, dass bei den Sport-Akquisiteuren eine Affinität zum Tennis bestehen würde.

Diese Vermutung erwies sich allerdings als ein Flop. Vielmehr zeigte sich, dass die fünf Sport-Inserateverkäufer keine grosse Lust verspürten, so nebenbei auch noch Inserate fürs Smash zu verkaufen. Die Umsätze stürzten weiter ab. Im Sommer 1978 war eine neue Aussprache fällig. Diesmal zwischen Smash und der JFAG. Smash-Verlagsleiter Kleisli wies auf den wunden Punkt: Es brauchte nicht fünf «so-nebenbei-Verkäufer», sondern einen einzigen **Produktverantwortlichen**. Die JFAG bot Hand. Smash konnte sich unter den Sport-Akquisiteuren den «richtigen» Mann aussuchen und entschied sich für **Paul «Pablo» Diethelm**. Dieser nahm – nach wie vor bei der Inserateverwaltung der Jean Frey AG angestellt – anfangs Januar 1979 seine Arbeit auf und war jetzt ausschliesslich für Smash unterwegs. Das zahlte sich aus. Diethelm, selbst ein «vergifteter» Tennisfan, zeichnete sich vor allem durch unermüdlichen Einsatz an der Tennisfront aus, schaffte es aber auch, zunehmend Inserate aus dem Nichttennis-Bereich an Land zu ziehen, weil er die Gabe besass, die Kunden für das Umfeld Tennis zu begeistern. Das Inseratevolumen stieg von nun an ständig. Im November 1981 erfolgte der nächste «logische» Schritt: Der Smash Verlag holte Diethelm von der JFAG in seine Gefilde an der Rüdigerstrasse 12 und machte ihn zum Prokuristen. Er war jetzt endgültig ein vollwertiges Mitglied der Smash-Führungscrow.

Werbung mit Heinz Günthardt

1976 war der neue Star am Schweizer Tennishimmel noch im Juniorenalter Champion «bei den Grossen» geworden. Was lag also näher, als Günthardt für eine Werbekampagne zu verpflichten. Er sollte das Aushängeschild für das neue «Smash Tennis Team» werden und fünf Tage pro Jahr für Promotionen zur Verfügung stehen. Zudem wollte man von ihm «exklusive Berichte» von seinen Turniererlebnissen. Es war eine Schnapsidee der Smash-Macher – kein Spieler kann «exklusiv» berichten... Und von den fünf Promotionstagen fand kein einziger statt, weil sich nie ein passender Termin ergab. Man einigte sich nach einem Jahr, die Übung wieder abzubrechen. Immerhin konnte das Konterfei von Heinz für die Abowerbung im Smash verwendet werden. Von den ursprünglich vereinbarten Fr. 20'000.– musste der Smash Verlag nur Fr. 8000.– bezahlen.

Unterwegs als Fotoreporter an internationalen Turnieren

Dank der zunehmenden Inserate und der damit verbesserten Ertragslage konnte es sich das Smash nun leisten, auch an den grossen Turnieren präsent zu sein. Da Kleisli gleichzeitig Chefredaktor und Fotoreporter war, hielten sich die Spesen in Grenzen. Das erste grosse Turnier war das US Open **1978**. In diesem Jahr fand der Grand-Slam-Event zum ersten Mal in Flushing Meadow im New Yorker Stadtteil Queens statt (bisher in Forest Hills). Die Organisatoren waren sehr daran interessiert zu erfahren, wie man in Europa ihren Anlass beurteilen würde, und liessen sich ein Smash-Exemplar mit der Reportage zusenden, um es ins Amerikanische übersetzen zu lassen. Das erfüllte die Smash-Macher natürlich mit Stolz: Man wurde jetzt auch international beachtet.

Zu den jährlich betreuten Grand-Slam-Turnieren gehörte fortan auch **Roland Garros** in Paris. Mit **Wimbledon** gab es Probleme, weil dort nur Zeitungen offiziell akkreditiert wurden, die «schon immer» mit dabei waren. Diese hatten dann allerdings ihren fixen Sitzplatz (!), fein säuberlich mit Namenstafelchen reserviert. So ein Neuling wie das Smash war da chancenlos. Als Kleisli mit dem Wimbledon-Verantwortlichen Kontakt aufnahm und diesem die unmögliche Situation schilderte («Smash ist doch das offizielle Organ des Schweizerischen Tennisverbandes»), konterte dieser gelassen: «Well, I shall try to find a rover pass for you so you can see some tennis...». Ein bisschen Tennis gucken! Was glaubte der Mann eigentlich? Schliesslich erkämpfte sich das Smash dann aber doch das Recht, jährlich in Wimbledon akkreditiert zu werden. Als Fotograf war man allerdings «Journalist zweiter Klasse» und musste sich jeden Morgen in eine endlose Schlange stellen und hoffen, Einlass zum Centre Court oder zum Court 1 zu bekommen. Es war mühsam.

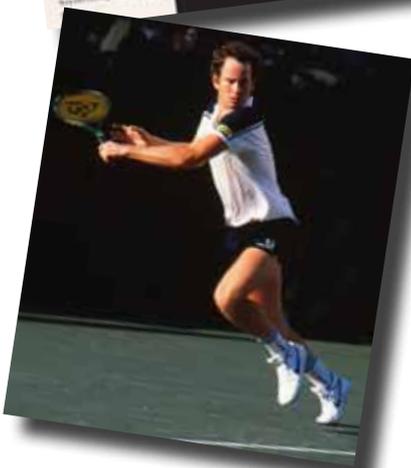
Ganz anders in **New York**. Am US Open wurden die Medienleute hofiert – man wollte ja eine gute Presse. Jeden Morgen wurden die Journalisten und Fotografen mit einem riesigen Shuttlebus im offiziellen Pressehotel abgeholt und am Abend wieder zurück chauffiert. Es gab auch geräumige Presseräume und gute Verpflegung. Für die Fotografen stellte man einen Entwicklungsservice zur Verfügung, dem man jeden Abend seine Filme zur Verarbeitung übergeben konnte. In der Nacht wurden die Kodak-Diapositive entwickelt, und am anderen Morgen war alles bereit. Zudem bot Canon, die führende Kameramarke für Sportfotografen, einen vielgeschätzten Service: Man konnte sich dort die schweren, lichtstarken 600mm-Super-Teleobjektive ausleihen, und falls mal eine Kamera nicht funktionierte, war ein kostenloser Reparaturdienst zur Stelle.

Krach mit John McEnroe und der ATP

Am Grand-Slam-Turnier von Paris gab es auf dem Court Central eine Lieblingsstelle für Fotografen, die sogenannten Pits. Das waren «Kellerlöcher» auf den Stirnseiten des Platzes, hinter den grünen Blachen. Man konnte da runter steigen und sein Teleobjektiv auf Niveau des Sandplatzes installieren, was eine fantastische Perspektive auf beide Spieler ermöglichte, wobei der hintere durch das Netz zu sehen war. Zwar war es in diesen Kellern feucht und kalt, aber die zu erwartenden fotografischen Ergebnisse machten das mehr als wett. Jedenfalls gab es täglich ein Gerangel unter den Fotografen um die besten Plätze dort unten, weil man den Spielern so nahe sein konnte. Zu nahe, wie eines schönen Tages das Enfant terrible des Tennis, **John McEnroe**, befand. Er hatte mal wieder eine Backhand verschlagen und

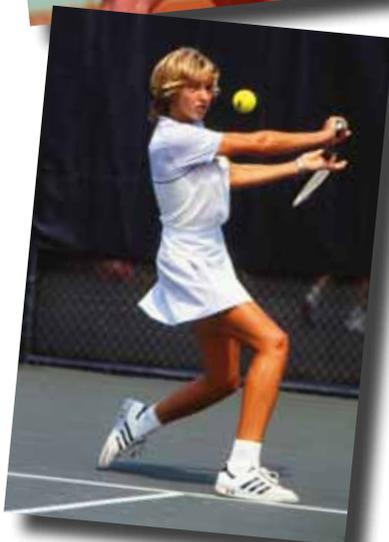
Bortolanis noble Geste

Seine Kolumnen blieben auch bissig, als das neue Smash Tennis Magazin bereits offizielles Organ des STV war. Das führte immer wieder zu Spannungen mit dem Verband. Im Oktober **1977** besuchte Bortolani den im Spital liegenden Kleisli, der sich eine Malaria eingefangen hatte und für sechs Wochen ans Spitalbett gefesselt war. Nicht nur erklärte sich Bortolani spontan bereit, für die zu produzierende November-Nummer als Chefredaktor einzuspringen und für einen reibungslosen Ablauf zu sorgen, er fand auch, «dass Kleislis Genesung besser verlaufen würde, wenn er sich künftig als Kolumnenschreiber zurückziehen würde, damit Kleisli der ständige Ärger mit dem Verband erspart bliebe». Bortolanis Rückzug war einerseits ein grosser Verlust, weil seine spitze Feder gerne gelesen wurde, andererseits konnte sich das Smash nun tatsächlich als offizielles Organ des STV in Ruhe entwickeln. Mindestens teilweise. Danke für alles!





Solche Schnappschüsse waren nur aus den Kellerlöchern des Court Central in Paris möglich – eine exklusive Schussposition für Fotografen. Diese Aufnahme gelang Kleisli 1983, als Yannick Noah den Titel von Roland Garros gewann. Im Smash erschien sie als Poster.



einen wichtigen Punkt verloren, nervte sich fürchterlich – und suchte einen Sündenbock. Die Fotografen kamen ihm da gerade recht. Laut reklamierend beschwerte er sich beim Schiedsrichter und verlangte, dass «diese lästige Bande» entfernt würde. Diesem Anliegen wurde zwar nicht sofort stattgegeben, aber am Abend kam eine Weisung der ATP heraus, die es den Fotografen künftig untersagte, von ihren «Kellerlöchern» aus zu schießen. Es gab einen Sturm der Entrüstung unter den Fotoprofis, der noch anschwellte, als deren «Chef-Fotograf», ein Amerikaner, sich auf die Seite der ATP schlug und zur Mässigung aufrief. Kleisli, der als Sekretär der Schweizer Spielervereinigung seine Erfahrungen als «Gewerkschafter» hatte (als solchen hatte ihn ja damals der Tennisverband bezeichnet...) war gar nicht für Mässigung.

Im Gegenteil, er hielt es für eine Frechheit, was McEnroe und die ATP verlangten. Er versammelte die rund 150 Fotoprofis im grossen Pressesaal und hielt eine feurige «Gewerkschaftsrede» in französisch und englisch unter dem Motto «Es kann doch nicht angehen, dass wir Medienleute dafür bestraft werden, dass wir McEnroe & Co berühmt und reich machen. Man soll uns gefälligst unsere Arbeit tun lassen, und die Spieler sollen ihre Arbeit tun. Wir Fotografen sind ein Bestandteil des Tenniszirkus, und ein solches Verbot lassen wir uns nicht bieten...». Tosender Applaus, die Duftmarke war gesetzt. Die ATP sah ein, dass sie zu weit gegangen war, und zog das Verbot zurück – die Fotoprofis durften wieder in ihre Kellerlöcher steigen. Die Protestaktion war anderntags in den Pariser Zeitungen ein Thema. Und ein Echo gab es sogar aus der Schweiz: Blick-Reporter René Stauffer berichtete darüber ziemlich despektierlich unter dem Titel «Aufstand der Knipser» (!). Für ihn waren die Fotografen offenbar auch Journalisten zweiter Klasse.

Der weinende Boris und der genervte Papa Graf

Boris Becker als Teenager war ein vielgepriesenes Talent, von dem alle Wunderdinge erwarteten – auch er von sich selbst. Als er im Frühjahr 1985 in Monte Carlo früh ausschied, da schien für ihn eine Welt zusammenzubrechen. Er vergoss bittere Tränen, und auch sein Coach, Günther Bosch, wirkte total verunsichert. «Was denken Sie, wird er seinen Weg nach ganz oben machen?», fragte er auf der Tribüne. «Ja doch, aber geben Sie ihm Zeit dafür». Davon brauchte er nicht viel... zwei Monate später war er der jüngste Wimbledonssieger der Geschichte, mit gerade mal 17.

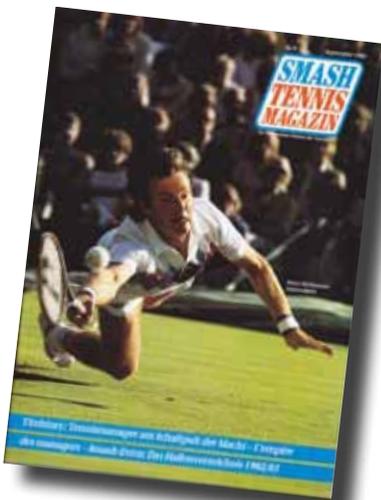
Steffi Graf war 1988 die alles dominierende Figur bei den Frauen: Grand Slam und Olympiasieg – mehr geht nicht. Das hatte aber auch seine Schattenseiten, sie wurde von den Medien gejagt. Und nicht nur sie, auch ihr Papa. Am Turnier von Key Biscayne, Florida, sass er eines Abends auf der Tribüne, in bestem Licht. Kleisli ging auf Peter Graf zu, begrüßte ihn höflich und fragte: «Dürfte ich ein Bild von Ihnen machen?». «Lassen Sie mich in Ruhe und verschwinden Sie!», brüllte dieser genervt. Okay, okay, dachte sich Kleisli, so wichtig ist dieses Bild auch wieder nicht, zog sich zurück und hatte den Vorfall schon vergessen, als anderntags Papa Graf auf ihn zustürmte: «Sie sind doch der Mann vom Smash, oder nicht? Ich muss gestern von Sinnen gewesen sein. Da fragt mal einer anständig, und ich raste aus – bitte entschuldigen Sie». Ein Tag später, am frühen Morgen vor der Anlage. Kleisli mit der Kamera unterwegs, man weiss ja nie... Plötzlich rast ein Porsche heran, mit Steffi am Steuer, daneben ihr Papa. Dieser sieht die Kamera

Superbilder sind Zufall

Wenn man 15 oder 20 Jahre auf der Tour ist, müssen doch haufenweise Topbilder entstehen, würde man meinen. Dem ist aber nicht so. Sie lassen sich nicht planen, der Zufall muss mitspielen. Am Beispiel des «tauchenden» Noah im Bild oben links erläutert: Die Mehrheit der Fotografen im «Keller» hatten ihre langen Teleobjektive (600mm und mehr) montiert und fokussierten auf den Spieler hinten, also auf Mats Wilander. Kleisli hatte rein zufällig eine kurze Brennweite an seiner Kamera, 200mm, weil er die Fussarbeit von Noah aufnehmen wollte. Plötzlich stürmte Noah ans Netz, wurde von Wilander passiert und musste sich nach dem Ball werfen. Da hiess es Nerven behalten, blitzartig scharf stellen (damals gab es noch keinen Autofokus!) und den Finger auf dem Auslöser lassen. Von der so geschossenen Serie ist das gezeigte Bild das perfekte. Und Smash hatte es exklusiv...



Dieser exklusive Schnappschuss von Yannick Noah, entstanden in Monte Carlo, zierte jahrelang die Smash-Visitenkarte. Noah, dem wir am Turnier von Rom die Karte überreichten, war begeistert.



Verleger Kleisli und der neue Chefredaktor ab März 1982, Jürg Vogel



in Schussposition, steigt aus und gestikuliert wie wild. Dann geht er auf den Fotografen zu und sagt: «Gottseidank sind Sie das! Ich dachte schon... bitte veröffentlichen Sie dieses Bild nicht, es würde uns enorme Probleme verursachen – wir haben eben einen Werbevertrag mit Opel abgeschlossen...». Das Bild blieb unter Verschluss und Papa Graf war nun endgültig ein Smash-Fan. «Wann immer Sie etwas Exklusives von Steffi oder von mir wollen, rufen Sie einfach an». Und er meinte das so. Das Verhältnis zu den Grafen war ab diesem Moment speziell – ein Telefonanruf, und das Smash bekam jedes gewünschte Interview, auch noch Jahre nach diesem Intermezzo in Florida.

Das Tennis boomt – und Smash auch

1976, also im Jahr der Gründung der Smash Verlag AG, gab es in der Schweiz gerade mal 558 Tennisclubs mit 77'000 Aktiven. Das änderte sich nun schlagartig. Im folgenden Jahrzehnt verdoppelte sich die Zahl der Spieler, und 1987 waren in 961 Clubs und Centers rund 164'000 Spieler aktiv. Die Entwicklung stabilisierte sich auf hohem Niveau. Sie erreichte ihren Zenith 1994 mit 1'007 Clubs/Centers und 167'000 Aktiven, danach gingen die Zahlen kontinuierlich runter. Heute (Statistik von 2011) gibt es noch 117'000 Aktive.

Es war natürlich ein willkommener Zufall, dass der Aufbau des Smash Tennis Magazins genau in die Phase des Tennisbooms fiel. Der Boom hatte vor allem positive Auswirkungen aufs **Inseratengeschäft**, denn im Tennisumfeld liess sich jetzt prächtig werben. Kunden, die früher nicht im Traum daran gedacht hätten, in einem Fachblatt Inserate zu platzieren, wollten nun plötzlich das für sie attraktive Umfeld nutzen. So zum Beispiel Edelmarken wie Porsche, Jaguar und BMW, aber auch Marlboro (!), Rado, Revox, Nikon und andere Spitzenmarken. Und aus dem Sektor Tennis war sowieso alles dabei, was Rang und Namen hatte: Adidas, Donnay, Ellesse, Fila, Fischer, Lacoste, Prince, Puma, Slazenger, Tacchini und wie sie alle hiessen. Auch bei den **Abonnenten** ging es aufwärts. Bis 1985 kamen im Schnitt rund 1'000 Neuabonnenten pro Jahr dazu, und die Auflage wuchs bis auf 29'500 Exemplare. Ab Frühjahr 1981 erschien das Smash in zwei Sprachversionen: deutsch und französisch.

Die Drohung von Adidas

1974, als das Smash noch klein und unbedeutend war, gab es bereits eine Rubrik mit dem Titel «Neues vom Tennismarkt». Puma brachte einen Tennisschuh mit Klettverschluss, und Smash berichtete darüber. Kaum war die entsprechende Smash-Nummer erschienen, läutete bei Kleisli das Telefon. Der damalige Chef von Adidas Schweiz, Hansruedi Rüggeger, war in der Leitung: «Alles klar, wenn ihr meint, über Puma berichten zu müssen, dann ist das eure Sache. Von Adidas werdet ihr nie mehr ein Inserat sehen!». Einschüchtern liess sich das Smash aber nicht, die Antwort kam trocken: «Kein Problem. Aber wenn Adidas eine Neuheit auf den Markt bringt, werden wir trotzdem darüber berichten...». Rüggeger zog seinen «Boycott» ein paar Jahre lang durch. Ab 1978 kamen dann allerdings die Adidas-Anzeigen wieder.

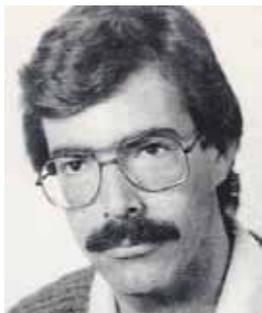
Von Chefredaktor zu Chefredaktor

1982, nach 11 Jahren Doppelbelastung als Chefredaktor und Verlagsleiter, kam Kleisli an seine Grenzen. Eine personelle Aufstockung war angezeigt, und als die sinnvollste Lösung bot sich die Trennung der Verlagsarbeiten von der Redaktion an. Bei der Suche nach einem passenden Kandidaten stiess man auf einen journalistischen Vollprofi, der beim «Sport» als Redaktor tätig war: **Jürg Vogel**. Der damals 30-jährige Berner hatte seine Grundausbildung bei der Schweizerischen Depeschagentur erhalten, war danach im Ressort Sport bei der Berner Zeitung und ab 1977 beim Sport als zeichnender Redaktor tätig, wo er sich als Spezialist für Eishockey und Tennis einen guten Namen gemacht hatte. Im März 1982 übernahm er die Chefredaktion von Smash.

Mit der Übergabe der Redaktionsleitung an Vogel änderte sich der «Ton» des Smash nach und nach. Einerseits formulierte Vogel sehr anspruchsvoll, und sein fachtechnisches Wissen war Grundlage für interessante Analysen und Hintergrundberichte. Andererseits hatte er das «alte» Smash als zu brav empfunden – nun wollte er mit spitzer Feder attackieren und die Leserschaft begeistern. Dumm nur, dass das Ziel seiner Attacken – wen wundert's – der Schweizerische Tennisverband war. Jeder Beschluss in den Verbandsgremien wurde analysiert und kritisiert. Keine Frage: Vogels Kritiken waren in den



Karikatur von Peter Hürzeler, der regelmässig fürs Smash tätig war.



Erwin Schärer übernimmt im September 85 die Chefredaktion.

meisten Fällen berechtigt oder mindestens diskussionswürdig, aber der Tennisverband sah das anders – schliesslich war das Smash Tennis Magazin jetzt offizielles Organ des STV, und von diesem erwartete man «in Bern» mehr Solidarität. Es gab ständig Reklamationen an die Verlagsleitung, und diese versuchte jeweils die Wogen zu glätten. Manchmal gelang dies mit dem Hinweis, im «Magazinteil» dürfe das Smash doch frei schreiben, und auf den «Verbandsseiten» könne ja der STV seine Meinung äussern, aber diese Argumentation war wenig überzeugend. Manchmal gab es auch offenen Streit, wie im Fall Marcel Meier, der im Fusionsvertrag als Autor der «Lehrbeilage» vorgesehen war. Jürg Vogel fand Meiers Lehrteil nicht attraktiv und beschloss 1984, diesen zu ersetzen (durch den Ex-Trainer von Yannick Noah, Patrice Hagelauer). Der Wirbel, der dadurch mit Marcel Meier und dem Verband entstand, war gross, Vogel setzte sich aber schliesslich durch und wurde nach aussen von

der Verlagsleitung gedeckt, die festhielt, es sei Sache des Chefredaktors, solche Entscheide zu fällen. Verlagsintern gab es aber immer wieder Diskussionen. Herausgeber Kleisli fand, dass das Smash ein «überwiegend positives Freizeitblatt» sein müsse, und dass «ausschliesslich kritische Artikel auf die Dauer nicht geeignet seien, dieses Ziel zu erreichen». Vogel aber hielt an seiner aggressiven Linie fest und forderte sogar seine Kollegen von anderen Zeitungen auf, «endlich auch gegen den Tennisverband zu

schreiben». Die internen Dispute über die Ausrichtung des Smash und seine Haltung gegenüber Swiss Tennis häuften sich und führten schliesslich zur Trennung.

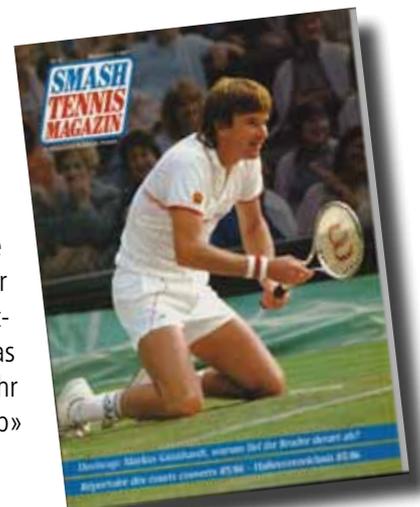
Die innere Pressfreiheit

Pressfreiheit ist das höchste Gut – das hatte Kleisli schon in seiner Zeit als Sekretär des Schweizerischen Zeitungsverlegerverbandes gelernt. Normalerweise gilt die Pressfreiheit gegenüber dem Staat. Es gibt aber auch die «innere Pressfreiheit», die die Journalisten vor den Verlegern schützen muss. Der Smash-Herausgeber war sich dessen voll bewusst und gab auch Chefredaktor Jürg Vogel alle nötigen Kompetenzen und Freiheiten. Insbesondere verzichtete er jahrelang auf «Einzelweisungen» oder Eingriffe in die Texte. Als dann aber der Extremfall eintrat (vor allem persönliche Attacken gegen Verbandsfunktionäre), war die Existenz des Smash in Gefahr – deshalb die Trennung.

Die September-Nummer 1985 wurde bereits von **Erwin Schärer** geleitet, der seit gut zwei Jahren als Redaktor im Smash tätig war (er hatte 1983 den von Jürg Vogel entlassenen Hannes Huggel ersetzt). Erwin Schärer war durchaus kein Kuschler vor dem Verband, ganz im Gegenteil. Aber in seiner ruhigen und souveränen Art ging er allfällige «Missstände» in sachlicher und professioneller Form an und verdiente sich rasch Respekt von allen Seiten. Allerdings war er kein Karrierist und hätte als Redaktor niemals «am Stuhl seines Chefs gesägt», um selber den Posten bekleiden zu können. Lebensqualität war ihm wichtig, und er erkannte, dass er noch weitere Mitarbeiter brauchte.

Sein Redaktionsstab wurde deshalb noch durch *Marcel Lätsch* erweitert, der nicht nur schreibenderweise unterwegs war, sondern von den Turnieren auch ausgezeichnete Fotos mit nach Hause brachte, und später auch noch durch *Daniel Studerus*. Das Redaktionsteam bestand also erstmals aus drei vollamtlichen Redaktoren.

Für Erwin Schärer war der Posten als Chefredaktor allerdings nicht die Erfüllung. Im Laufe des Jahres 1988 zeigte er bereits an, dass «nur Tennis» für ihn nicht das Wahre sei. Verantwortungsbewusst wie er war, liess er aber das Smash nicht im Stich und hingte noch ein Jahr als Chef an, bevor er dann seinen «Traumjob» als Pressesprecher bei der Swissair antrat.



1990
übernimmt
Peter Zwicky
die Chef-
redaktion...

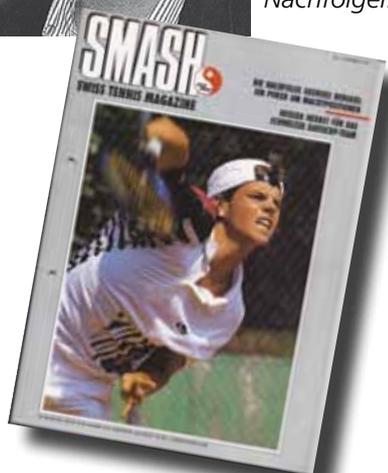


Das Team am Smash-Cup 1991

V.l.n.r. stehend: Rosa Früh, die gute Seele der Inserateabteilung; Walter Sprünglin, Produktionschef; Pablo Diethelm, Inseratechef; Peter Zwicky, Chefredaktor; Margrith Winzenried, Mädchen für alles; Marcel Lätsch, Redaktor; Erwin Schärer, Ex-Chefredaktor; kniend Dani Studerus, Redaktor; Kathy Notbom, Verlagsassistentin; Fritz Kleisli, Smash-Herausgeber.



...und 1992
wird Peter
Rothen-
berger sein
Nachfolger.



Ein relativ kurzes «Gastspiel» als Chefredaktor gab **Peter Zwicky**. Er übernahm die Schriftleitung von Erwin Schärer ab 1990 bis September 1992. Zwicky war nicht nur ein guter Schreiber, sondern hatte auch Künstlerblut in sich und war ein begnadeter Zeichner und Karrikaturist. Seine Stärken waren aber gleichzeitig auch seine Schwächen. Seine künstlerische Leichtigkeit erschwerte es ihm, seinen Redaktionsstab und die Aussenmitarbeiter zu führen – er war einfach nicht der geborene Chef. Viel lieber sass er an der Schreibmaschine und tippte seine brillanten Essays. Schreiben war sein Lieblingsfach, und alles Organisatorische war ihm ein Gräuel. So dauerte es nicht lange, bis in der Redaktion die Disziplin flöten ging. Jeder machte was er wollte und wann er es wollte. Zwicky selbst spürte schon bald, dass der Posten der Redaktionsleitung nicht sein Ideal war, und verliess das Smash nach gut zwei Jahren auf eigenen Wunsch. Es zog ihn zurück in den grossen Basler Journalismus.



Sein Nachfolger wurde **Peter Rothenberger** auf Empfehlung des Verlagshauses Zollikofer AG, wo er als Journalist beim St. Galler Tagblatt arbeitete. Zuvor war er 19 Jahre lang als Lehrer in Andwil tätig, wo er die Mittelstufe unterrichtete. Mit solidem Basiswissen ausgestattet, arbeitete er sich rasch in die Welt des Tennis ein und profitierte von seinem kommunikativen Geschick: In kurzer Zeit gelang es ihm, gute Kontakte zu Stars und Funktionären zu knüpfen – es fiel im leicht, jedes gewünschte Interview zu arrangieren. Im Gegensatz zu seinem Vorgänger war er nicht der Schreibtischmensch, sondern ständig auf Achse: Turnierreportagen in aller Welt waren seine Lieblingsbeschäftigung. Sein Büro in Zürich war oft verwaist, und gerne hätte er eine «Dépendence» in St. Gallen eröffnet, aber die Leitung der Zollikofer AG gab diesem Ersuchen nicht statt. Auch in Zürich war man der Ansicht, dass der Chefredaktor sein Team von hier aus leiten und kontrollieren müsste.

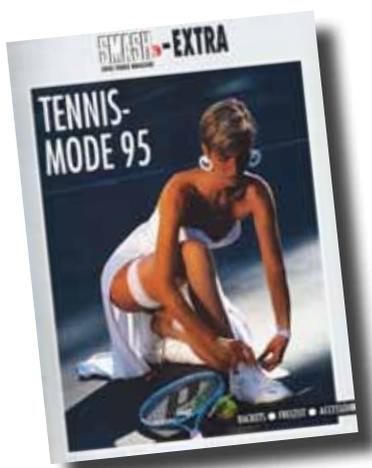
Rothenberger war anderer Meinung. Er fand, dass geschulte Redaktoren keiner Kontrolle bedürfen, dass sie vielmehr eigenverantwortlich und selbständig zu arbeiten hätten. Das Problem war nur: Diese «geschulten» Redaktoren gab es nicht. Marcel Lätsch hatte das Smash verlassen, und die beiden Amateurschreiber Dani Studerus und Cornelia



Bernhart genügten seinen Anforderungen nicht. Aber Chef Rothenberger, obwohl von Haus aus Lehrer, wollte mit deren Schulung nichts tun haben. Seine Forderung hiess: Lieber einen neuen Profi als zwei Amateure. Dem wurde zwar stattgegeben, aber die Suche nach dem zweiten Mann erwies sich als mühsam. So dominierten über längere Zeit Rothenbergers Artikel das Smash. Für ihn war das kein Problem, denn «pr» war sehr produktiv. Und fürs Smash war das auch kein Problem, denn Rothenbergers Artikel, Interviews und Reportagen hatten einen hohen Standard. Im Juli 1994 war ein neuer Profi gefunden. Dieser konnte nicht nur hervorragend schreiben, sondern war auch noch ein begeisterter Fotograf – die ideale Ergänzung zu Rothenberger. Er wurde zum stellvertretenden Chefredaktor ernannt. Leider endete sein Einsatz bereits ein Jahr später. Seine «Fotobegeisterung» ausserhalb der Tätigkeit für Smash war ihm zum Verhängnis geworden. Recherchen des «Tages-Anzeiger» hatten ans Licht gebracht, dass der Mann in seiner Freizeit Flugblätter an minderjährige Mädchen verteilte, in denen «junge Girls für erotische Aufnahmen» gesucht wurden. Die Vorwürfe des TA erwiesen sich leider als wahr, und eine fristlose Entlassung war die Folge. Damit war Rothenberger erneut der einsame Schreiber. Erst per Anfang 1996 konnte die Redaktion wieder komplettiert werden, durch den Zuzug von Roger Hausmann.

Die Smash-Redaktion zieht nach St. Gallen

Die Jean Frey AG hatte 1989 den 50%-Anteil an der Smash Verlag AG von Kleisli übernommen (unter der Bedingung, dass dieser noch «ein paar Jahre» Verlagsleiter und Herausgeber bleiben würde). 1996 verkaufte dann die Jean Frey AG das gesamte 100%-Paket an den St. Galler Verlag Zollikofer AG. Nun zeichnete sich ab, dass die ganze Smash-Produktion nach St. Gallen verlegt werden würde – gedruckt wurde es ja schon immer dort. Im Sommer 1996 hatte aber auch noch der LAYOUTER/GRAFIKER/PRODUKTIONSCHEF **Walter Sprünglin** das Smash verlassen, da dieser den Umzug in die Ostschweiz nicht mitmachen wollte. Das beschleunigte die Verlegung nach St. Gallen noch. Für Chefredaktor **Peter Rothenberger** war das ideal, nun lag sein Arbeitsplatz in nächster Nähe zu seinem Wohnort – er hatte eines seiner Ziele erreicht. In St. Gallen war er jetzt «Herr des Smash», weil die Zollikofer AG ab 1997 auf einen eigentlichen Verlagsleiter verzichtete und das Smash dem Bereich «Fachmedien» unterstellte. Doch das ist eine andere Geschichte – die darf jemand anders erzählen, irgendwann einmal.



Kleisli hatte sein Versprechen von 1989 erfüllt, «noch ein paar Jahre» als Verlagsleiter und Herausgeber des Smash zu wirken – es waren immerhin sieben geworden. Und in dieser Zeit tat er alles, um das Smash in der Erfolgsspur zu behalten, obwohl die Zeiten in wirtschaftlicher Hinsicht (Inserate!) deutlich härter geworden waren. Mit der Herausgabe der jährlich erscheinenden Mode-Extras konnte der Inseraterückgang etwas abgefedert werden.

Anfangs 1996 schrieb Kleisli an Zollikofer-Chef Peter Kleiner einen Brief, in welchem er diesen auf seinen per Ende 1996 geplanten Rückzug vorbereitete:

«25 Jahre Smash und Tennis sind genug. Ich werde im Januar 1997 55 Jahre alt und möchte danach gerne herausfinden, was das Leben ausser Tennis noch zu bieten hat...».

Seit dem 1.1.1997 erscheint das Smash bei der Zollikofer AG, St. Gallen.

Nachwort

Wie bringt man 25 Jahre auf wenigen Seiten unter? Indem man die groben Linien nachzeichnet, Eckpfeiler setzt - und viele Details aussen vor lässt. Das hat seine Vor-, aber auch Nachteile. Der Vorteil besteht darin, dass man die stärksten Erinnerungen aus dem Gedächtnis erzählen kann, dass jene «Geschichten» Erwähnung finden, die wirklich entscheidend waren in der Entwicklung der Zeitschrift. Und den Nachteil, dass viele Personen, die am Projekt Smash beteiligt waren, nicht oder nur ungenügend behandelt werden.

Es sind Dutzende, wenn nicht Hunderte, die in irgend einer Weise zum guten Gelingen beigetragen haben. Da sind mal alle Mitarbeiter im Verlag, in der Redaktion und im Aussendienst. Da sind die Inserenten, die - vor allem im Anfangsstadium - mit Goodwill mitgeholfen haben, aus dem kleinen Blatt ein schweizerisches Magazin aufzubauen. Es ist mir durchaus bewusst, dass viele der Inserenten der ersten Stunde nur Kunden wurden, weil sie dem Projekt gut gesonnen waren - und nicht allein wegen der Werbewirkung. Ich möchte diese Kunden hier nicht namentlich nennen, weil dann wieder welche durch die Maschen fallen würden. Ich möchte aber allen an dieser Stelle sagen, wie dankbar ich ihnen für die Unterstützung des Smash bin - auch heute noch.

Das gleiche gilt für die Aussendienstmitarbeiter. Jene Tennisfans, die dem Smash aus den hintersten Winkeln des Landes ihre regionalen Berichte geliefert haben. Die Abdeckung des Tennis an der Basis war immer ein starkes Anliegen von Smash. Auch ihnen gehört mein grosser Dank.

Schliesslich danke ich von ganzem Herzen den treuen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern im Verlag und in der Redaktion, bei unseren Verlagspartnern der Jean Frey AG und der Zollikofer AG, die während fast 20 Jahren das Ihre dazu beigetragen haben, das Smash am Laufen zu halten. Es war eine spannende Zeit, und ich kann nur hoffen, dass sie diese Epoche auch in guter Erinnerung behalten haben.

Zürich, im Februar 2013

Fritz Kleisli