



NIKOS PLOS / DER SPIEGEL

**PR-Strategie Economides:** „Wir können nicht immer nur schmolend mit dem Finger auf die anderen zeigen“

GRIECHENLAND

## Das Gegengift

Ein welterfahrener Werbefachmann will auf einem alten Flughafen eine Ideenfabrik gründen. Dort sollen junge Leute an der Rettung ihrer Heimat arbeiten und ihr ein neues Image verschaffen.

**E**igentlich müsste es ganz einfach sein, sagt Peter Economides, stellt das iPhone auf lautlos und macht eine Handbewegung in Richtung Fensterfront. Hinter dem Glas zieht sich sein Balkon wie ein Bootssteg in Richtung Wasser, Kiefern rahmen die Sicht, ein dünner Strandstreifen, dahinter: das Meer.

Griechenland, seufzt Economides.

Er weiß, dass es nicht einfach ist. Trotz Sand und Meer. Economides ist 59 Jahre alt, er trägt Jeans, T-Shirt, gelöcherte Gummischlappen und sitzt an einem Tisch, der mal Teil der Tragfläche eines Flugzeugs war.

Es ist doch so: „Wenn du selbst nicht von dir überzeugt bist, überzeugst du auch die anderen nicht. Dann kriegst du kein Mädchen ab“, sagt er. „Dann bist du der Verlierer. You’re the loser.“

Der Loser, der sich schlecht fühlt, der die anderen nicht überzeugt, heißt in diesem Fall Griechenland. Und Economides, der Mann mit dem Namen, den sich die „Astrix“-Erfinder nicht besser hätten ausdenken können für einen Griechen, will das ändern. Er ist Werber von Beruf, ein sehr erfolgreicher. Seine Ideen haben in Cannes Preise gewonnen.

Er hat den Chinesen Nescafé verkauft, als jeder wettete, sie würden beim Tee bleiben. Er hat die Frauen für Gillette-Rasierer gewonnen und für Apple die „Think different“-Kampagne miterfunden. Er hat jenen Slogan, der den Wandel vom beinahe bankrotten Insider-Unternehmen zur globalen Technologie-Ikone begründete, zur Losung für Erfolg gemacht. Auf der ganzen Welt. Das war 1997.

Jetzt also Griechenland.

Das Land steht im Augenblick schlechter da als Apple damals, 1997. Fast jeden Tag scheint hier die Sonne, es gibt jede Menge Inseln mit weißen Sandbuchten, es gibt Delphi, Olympia und die Akropolis, aber das Image könnte schlechter nicht sein. Die Touristen wollen nicht mehr kommen, trotz der höchstens drei Stunden Flug aus Resteuropa. Im Mai sind die Buchungen im Vergleich zum Vorjahr um 50 Prozent zurückgegangen.

Es sind aber nicht nur die Ausländer, denen das Land nicht mehr geheuer ist, auch der eigenen Bevölkerung geht es so. 87 Prozent der befragten Griechen sind unglücklich, sie haben Angst vor der Zukunft. Ein Großteil der 20- bis 40-Jährigen

überlegt sich, das Land zu verlassen. Viele sind schon gegangen.

„Es ist verheerend“, sagt Economides. Griechenland sei selbst in der griechischen Wahrnehmung kaum noch mehr als eine furchterregende Schlagzeile. Er ist besorgt um die desolate Verfassung seiner Landsleute: „Wir können nicht immer nur schmolend mit dem Finger auf die anderen zeigen.“

Und während die griechische Politik genau das tut und am Rande des Abgrunds einen Eiertanz nach dem anderen aufführt, machen Menschen wie Economides Kassensturz und versuchen in Eigeninitiative zu retten, was an Rettenswertem da ist. Potential. Ideen für eine bessere Zukunft. Bis die Institutionen begriffen haben, wie schlimm es um Land und Griechen steht, sei es zu spät, sagt der Werber.

„Ginetai“ heißt seine Initiative: „Es ist machbar“. Sie ist nicht nur Mantra gegen die Depression, sondern Handlungsanweisung. Das ist wichtig in einem Land, in dem gern viel und laut geredet, aber wenig getan wird. Economides will ein Reservat schaffen, einen geschützten Raum, wo Ideen wachsen können, wo sie geschützt werden vor den widrigen Verhältnissen. Vor der Krise, vor der Politik.

Ein riesiges Gebäude, ein „open space“ mit Büroräumen, mit Ateliers und einer Kantine soll entstehen, ein bisschen wie die Schweizer Google-Zentrale oder das Gehry-Gebäude der Werbeagentur TBWA in Venice, Kalifornien, wo Economides mal gearbeitet hat. Man bewirbt sich mit einem Business-Plan, mit einem Exposé, bekommt ein Stipendium und, das ist wichtig im griechischen Bürokratie-

dschungel, rechtlichen Beistand bei der Umsetzung.

Kein dummer Plan für ein Land, das zwar zur Euro-Zone gehört, auf dem Doing-Business-Index der Weltbank aber hinter Jemen den Platz vor Papua-Neuguinea belegt. „Das Land geht vor die Hunde, wir müssen jetzt irgendwo anfangen“, sagt Economides. Anreize schaffen, damit kennt er sich aus. Damit die Menschen bleiben, die jungen vor allem. „Wir brauchen die Verrückten, die ein bisschen weiterdenken“, sagt er.

Griechenland ist kein Industrieland, es wird wohl nie Bohrmaschinen oder Smartphones exportieren. Wahrscheinlich nicht einmal in Energie umgewandelte Sonnenstunden, weil die Infrastruktur dazu fehlt. „Das Einzige, was wir haben“, sagt der Werber, „ist unsere Softpower.“ Kreative Menschen, die durch Klientelsystem und Korruption noch nicht verdorben sind. Er schwärmt von der griechischen Designerin in London, vom griechischen Forscher in Boston.

Es gibt viele solcher Beispiele. Im Ausland.

Stefanos Sitaras, 22 Jahre alt, Regisseur, lebt jetzt in Los Angeles. Wim Wenders hat ihm „Unsterblichkeit als Filmemacher“ prophezeit, da war Sitaras 16. Er sagt: „Um erfolgreich zu sein, muss man Griechenland verlassen.“ Die Entfernung erleichtert manchmal die Sicht auf die Dinge. Seine Heimat sei verhaftet in ihren verkrusteten Strukturen, ein Großteil der Griechen wolle sich gar nicht ändern – denn dafür müssten sie ja den inneren Schweinehund bekämpfen. „Und das würde ziemlich weh tun“, sagt Sitaras.

Gerade dreht er mit ein paar Freunden eine Art Werbespot für Athen. „My Athens“ soll die gefilmte Eloge an seine Heimatstadt heißen. „Wahrscheinlich wird das über Facebook und YouTube mehr Erfolg haben als alle Anzeigen, die das Tourismusministerium schaltet“, sagt er.

In Economides' Experimentierhaus soll Platz sein für Menschen wie Sitaras, sie sollen ihr Land nicht mehr verlassen müssen, um erfolgreich zu sein.

„Leistung und Verdienst sind hier Schimpfwörter“, sagt Peter Economides.

Er mag beides – trotzdem hat er sich für ein Land entschieden, in dem man ganz gut damit durchkommen kann, jemanden zu kennen, der dann auch wieder jemanden kennt. Geboren ist er in Südafrika als Kind griechischer Eltern, er hat in Mexiko und in Hongkong gelebt. 1999 verließ er New York, „für die Sonnenuntergänge an der attischen Küste“, wie er sagt. Für das Meer. Damals sei Griechenland ein inspirierender Ort gewesen. Dann kam der Euro-Beitritt und mit ihm der Kreditwahnsinn. Die Anrufe von den Banken, zu Ostern, zu Weihnachten, zum Geburtstag: Ob man sich nicht selbst ein schönes Geschenk machen und dafür ein paar tausend Euro leihen wolle? So sei das Land zum tumben Konsumenten geworden, sagt Economides.

Drei Kreditkarten pro Person? „Fünf!“ Nach der großen Sause kam die große Leere.

Früher war das Bild von Griechenland ein anderes. Romantik statt Ramsch und Radikalen. Da waren Callas und Onassis mit ihren tollen Gesichtern, ihrem Glamour, und selbst Alexis Sorbas, den Schlawiner, habe man gemocht, im Ausland. Aber plötzlich, mit der Krise, kam dieser Sorbas zurück wie ein Bumerang: zu viel Trickseriei. Frührentner, falsche Blinde, Bauern, die zwar Porsche Cayenne fahren, aber ihre Oliven nicht mehr ernten.

Um zu erklären, dass für einen bankrotten Staat Humankapital die wichtigste Währung ist, steht Peter Economides an einem Sonntag im April in einem Konferenzraum der New York University vor einer großen LCD-Wand. Um ihn herum sitzen Mitglieder der Greek America Foundation, die meisten von ihnen wohlhabende Diaspora-Griechen, die ihre guten Ideen außerhalb der Heimat verwirklicht haben. Sie sollen helfen, Griechenland zu retten.

Economides trägt jetzt ein Sakko über dem T-Shirt und einen ernsten Gesichtsausdruck. Die Zeit drängt. „Die anderen“, sagt er, „sind gewiefter. Sie nehmen uns die Jungen weg.“ Er lässt einen Film einspielen, „Start up Chile“ heißt die Initiative der chilenischen Regierung. 40 000 Dollar für jeden jungen Kreativen mit Business-Plan, der nach Santiago zieht und sich dort verwirklicht.

Economides' Ginetai ist das Gegengift. Die Welt soll überrascht werden, positiv zur Abwechslung. Pasok-Chef Evangelos Venizelos fand die Idee so gut, dass er Ginetai im Wahlkampf benutzen wollte – Economides verbot es ihm. Von der griechischen Politik erwartet er nichts, egal wie deren Protagonist heißen mag.

Die Skepsis gegenüber der eigenen politischen Klasse ist gewaltig: 96 Prozent der Griechen misstrauen ihren Repräsentanten, hat eine Umfrage ermittelt. „Wir sind schon dankbar, wenn sie uns nicht



Touristen auf Korfu: Die Buchungen sind um 50 Prozent zurückgegangen



Alter Athener Flughafen Ellinikon 2011: Eine Art Modellstaat, wo alles funktioniert?

bei der Arbeit behindern“, sagt Economides.

Finanziert werden soll Ginetai über einen privaten Fonds. Dafür verhandelt er mit großen Unternehmen wie Microsoft. Und mit den reichen Familien, von denen es genügend gibt im armen Griechenland. Die Stiftung von Reeder Stavros Niarchos hat 100 Millionen Euro für die Krisenbekämpfung freigegeben. Economides muss sich die richtigen Leute suchen.

Zum Beispiel Spiro Pollalis. An einem Freitag im Juni steht Economides gemeinsam mit Pollalis vor dem verlassenen Terminal des alten Athener Flughafens Ellinikon. Es ist neun Uhr morgens und die Luft bereits so heiß, als hielte jemand einen Fön über das Areal. Pollalis, 56, ist eigentlich Architekturprofessor an der Harvard-Universität. Aber seit vergangene Herbst ist er auch Chef der Hellenikon SA, einer Gesellschaft, die Griechenlands vielleicht wertvollste Immobilie entwickeln soll. Er ist Herr über sechs Millionen Quadratmeter mit Yachthafen und olympischen Ruinen.

Was gab es nicht schon für Pläne für dieses Stückchen Land in bester Lage, dreimal so groß wie Monaco, zehn Kilometer von der Akropolis entfernt. Ein zweiter Central Park, ein zweites Las Vegas sollte es werden, teuer verkauft oder teuer verpachtet. Allein: Passiert ist gar nichts, wie so oft.

Das Flughafengebäude hat der Finne Eero Saarinen entworfen, ein steinernes Ufo, es steht unter Denkmalschutz. Durch die Glasfront sieht man das Meer, die Insel Ägina liegt gegenüber. „Das ist es“, sagt Economides.

Das Saarinen-Gebäude soll Ginetai beherbergen, auf dem übrigen Gelände will Pollalis, der Architekt, eine Art Modellstaat aufbauen. Hier soll er entstehen, der Mikrokosmos, der dem Rest des Landes den Weg weisen will. Wo alles funktioniert – zumindest so gut wie woanders auch.

Für den Job in Athen hat Pollalis lediglich ein Sabbatical beantragt. „Ich will jederzeit wieder zurückkönnen“, sagt er. Der Harvard-Professor steht jetzt auf dem Flachdach des Saarinen-Ufos, links von ihm vergammeln drei alte Boeings, rechts das olympische Baseball-Feld. Ginetai ist ein Anfang. Jetzt kommt es auf die Investoren an. „Wenn wir aus diesem ganzen Geld, das wir bekommen haben, nichts machen, dann haben wir es auch nicht verdient“, sagt er. „Ich wäre noch viel härter mit uns als Frau Merkel.“

Auf dem Rückweg ins Zentrum, Pollalis sitzt in seinem klimatisierten Mercedes, staut sich der Verkehr. Alles in die Luft jagen und noch mal neu beginnen, das wäre das Beste, flucht er.

Es ist nicht ganz klar, ob der Professor damit wirklich nur die zu schmal angelegte Zufahrtsstraße meint, die den Süden Athens mit der Stadtmitte verbindet.

JULIA AMALIA HEYER



Katholiken bei der Einweihung der Christus-Statue von Swiebodzin, Statue, junge Polen auf einem

POLEN

## Frommer Schein

Glaubenskrise im katholischsten Land Osteuropas:  
Der Kirche, die vor gut 20 Jahren mithalf, den  
Kommunismus zu überwinden, laufen die Gläubigen davon.

**B**ahnreisenden auf der Strecke Berlin–Warschau erscheint Jesus gleich hinter der polnischen Grenze: 36 Meter hoch steht der Heiland, in Beton gegossen, auf einem Hügel nahe der Kleinstadt Swiebodzin. Er trägt eine vergoldete Krone auf dem Haupt und richtet den Blick über die Recaro-Autositz-Fabrik, den größten Arbeitgeber der Region, hinweg in Richtung Sonnenuntergang. Die Arme hat er ausgebreitet, als wollte er die Heiden aus dem Westen an sein Herz nehmen.

Am Fuße dieses Glaubenskolosses steht eine Tafel, auf der zu lesen ist, dass Christus der wahre König Polens sei und dass sein Reich währen möge in Ewigkeit. Nicht umsonst ist das Land, im Selbstverständnis der Kirche, die allerkatholischste Nation Europas.

Doch ein Wallfahrtsort ist Swiebodzin trotz des Monumental-Erlösers nicht geworden. „Die Statue hat bisher keinen Touristenboom ausgelöst“, sagt Waldemar Roszczuk, Chefredakteur der Stadtzeitung von Swiebodzin und Herausgeber eines Internetmagazins für die Region.

Sehr zum Missfallen von Pater Sylwester Zawadzki, der den Christus im süßlichen Zuckerbäckerstil hat errichten lassen. So jedenfalls weiß Roszczuk zu berichten. Zumindest in Swiebodzin sei Christi Reich nicht unbedingt von dieser Welt: „Die Mehrheit der Bewohner ist gegen dieses Monument, nur sagt das kaum

einer laut.“ Schließlich dächten alle an die Taufe oder an die Erstkommunion ihrer Kinder. „Da wollen sie es sich mit Pater Zawadzki lieber nicht verscherzen.“

Noch immer geben 95 Prozent aller Polen an, katholisch zu sein. Doch die Kirche verliert die Treue ihrer Mitglieder. Selbst der konservativ-katholische Publizist Tomasz Terlikowski schätzt die wahre Zahl der „Freunde Gottes“ auf kaum mehr als 20 Prozent: „Wir Polen bekennen uns gern zu unserem Katholizismus. Aber in der Praxis sieht alles viel schlechter aus.“

Nur etwas mehr als 44 Prozent der jungen Leute geben an, dass sie sonntags zum Gottesdienst gehen. 1992 waren es noch 62 Prozent. 42 Prozent räumen ein, nicht alle religiösen Gebote zu befolgen. Vor allem Vorschriften wie sexuelle Enthaltsamkeit vor der Ehe interessieren kaum jemanden mehr. Die Zahl illegaler Schwangerschaftsabbrüche geht jedes Jahr in die Hunderttausende. Vier Fünftel aller Polen nervt es zudem, dass die Kirche sich regelmäßig in die Politik einmischt.

„Mit einem bombastischen Monument wie in Swiebodzin wollen örtliche Kirchenoberen nur kaschieren, dass ihr Einfluss in Wahrheit schwindet“, sagt Tadeusz Bartoś: „In zehn Jahren könnte die Kirche völlig marginalisiert sein“, glaubt der habilitierte Philosoph. Er war selbst einst ein Mönch.