



REDAKTION:
Alpenblickstrasse 26, 8853 Lachen
Tel. 055 451 08 88, Abo-Dienst 055 451 08 78
www.marchanzeiger.ch,
E-Mail: redaktion@marchanzeiger.ch
E-Mail für Sport: sport@marchanzeiger.ch

Postcode 1
9 771661 032037

INSERATE:
Publicitas, Alpenblickstrasse 26, 8853 Lachen
Tel. 055 462 37 77, Fax 055 462 37 79
E-Mail: lachen@publicitas.ch



TAGESTHEMA
**Psychotherapeut
Martin Miller spricht
über sein neues Buch.**

SEITE 15



SPORT
**150 Kinder sind an
der Fulbito-Woche
in Lachen mit dabei.**

SEITE 24

Lachen kündigt Defizit an

Lachen. – Der Gemeinderat Lachen ist der Auffassung, dass ein Defizit von 2,2 Mio. Fr. zu verkraften ist, da noch immer ein grosses Eigenkapital vorhanden ist. Ferner informiert die Gemeinde über die Infoveranstaltung am 22. Oktober, an der unter anderem über bezahlbaren Wohnraum informiert wird. (asz) **BERICHT SEITE 2**

Ex-Politiker vor Gericht

Schwyz. – Das Schwyzer Strafgericht hatte gestern über einen Vergewaltigungsfall zu urteilen. Auf der Anklagebank sass nicht etwa ein völlig unbekannter Bürger, sondern der ehemalige St. Galler BDP-Ständeratskandidat Jürg Gehrig. (asz) **BERICHT SEITE 3**

«Alter hat viele Gesichter»

Ausserschwyz. – Morgen ist der Tag der psychischen Gesundheit. Er will auf die Anliegen psychisch kranker Menschen aufmerksam machen. In diesem Jahr dreht sich der Tag und das Thema «Alter und psychische Gesundheit». Ursula Rimpau, leitende Ärztin SPD Lachen, spricht über psychische Erkrankungen und wie man ihnen vorbeugen kann. (il) **BERICHT SEITE 5**

Verwaltungsgericht pfeift Nuolen See erneut zurück

**Die Beschwerde gegen
den Bau von Testufern
wurde gutgeheissen.
Die Gemeinde Wangen
bereitet sich auf einen
Plan B vor.**

Von Irene Lustenberger

Wangen. – Was lange währt,
wird endlich gut. Nicht so beim

«Fall» Nuolen See. Der Regierungsrat hat im Juni 2011 den Gestaltungsplan genehmigt – unter dem Vorbehalt, dass vorgängig Testufer erstellt werden. Der Verein Ripa inculta und der Verband Aqua viva zogen den Bau der Testufer vor Verwaltungsgericht und erhielten nun recht. Das Gericht kommt zum Schluss, dass der Gestaltungsplan Nuolen See und der

gestützt darauf erlassene Teilzonenplan mit den geltenden Bestimmungen des neuen Gewässerschutzgesetzes, das seit 1. Januar 2011 in Kraft ist, nicht mehr zu vereinbaren sind. Für die Gemeinde Wangen bedeutet dies, «dass wir auf Feld 2 zurückfallen», wie Gemeindepräsident Adrian Oberlin gegenüber unserer Zeitung ausführt. Ein Weiter-

zug vor Bundesgericht ist zwar möglich, und laut Oberlin auch wahrscheinlich, aber die geplante Überbauung mit rund 60 Wohneinheiten auf dem Gelände der Kibag in Nuolen ist damit in weite – vielleicht sogar unerreichbare – Ferne gerückt. «Wir müssen uns auf einen Plan B vorbereiten», sagt Adrian Oberlin. **BERICHT SEITE 3**



Kein alltäglicher Anblick:
Schauspieler im Nuoler Ried.
Bild Raffael Michel

Filmteam dreht im Nuoler Ried

Nuolen. – Eigentlich wäre als Drehort eine Wiese in Wangen vorgesehen gewesen. Der Besitzer der Grünfläche, ein ortsansässiger Bauer, hatte aber gar keine Freude, dass ein ganzes Filmteam auf seinem Boden umhertrampelte. Deshalb wechselten die Produzenten der Satiresendung «Bild mit Ton» kurzerhand ins Nuoler Ried. Dort konnte dann ungestört gefilmt werden. (ram) **BERICHT SEITE 7**



Bewahrt den Überblick: Regisseur Guglielmo Sergio Brentel aus Altendorf. Bild zvg

«Wir versuchen, gegen den Strom zu denken»

Der Altendörfler Guglielmo Sergio Brentel wagt, wovon viele die Finger lassen: Er produziert Werbung und bald eine Serie.

Altendorf. – «Es ist schwierig, mich hinters Licht zu führen», gibt sich der 27-jährige Regisseur und Produzent Guglielmo Sergio Brentel überzeugt. Denn:

Er beobachtet genau. So suchte er während der vergangenen Monate nach Schauspielern für seinen neusten Coup, eine Serie von nationaler Bedeutung, die den Geschmack der Liebhaber amerikanischer Sitcoms treffen dürfte. «Wir versuchen, gegen den Strom zu denken, die üblichen Bahnen zu verlassen», erklärt Brentel sein Vorhaben. (tak) **INTERVIEW SEITE 14**



Ottmar Hitzfeld gibt auf der Freienbacher Chrummen Anweisungen an seine Mannschaft. Bild Keystone

«Wir brauchen einen Punkt. Das ist machbar»

Die Schweizer Fussball-Nationalmannschaft steht vor wichtigen Spielen. Mit dabei: Stürmer Josip Drmic aus Bäch.

Freienbach. – Es sei speziell, sagte Josip Drmic gestern auf dem Freienbacher Fussballplatz Chrummen. Schliesslich hat der Höfner die ersten Schritte in

Fussballschuhen auf diesem Rasen gemacht, nun kehrt er jeweils als Teil der Schweizer Nationalmannschaft zurück. Das Team von Ottmar Hitzfeld steht kurz vor der Qualifikation für die WM 2014 in Brasilien. Josip Drmic spricht im Interview über die Chancen der Mannschaft. (azü) **INTERVIEW SEITE 23
BERICHTE SEITE 25**

Neues Zentrum für HSR-Forscher

Rapperswil-Jona. – Mit dem Spatenstich für das neue Forschungszentrum an der Hochschule für Technik in Rapperswil (HSR) ist es offiziell: Die Platznot hat bald ein Ende. Studierende und Forscher drängen sich derzeit dicht an dicht. (asz) **BERICHT SEITE 11**

REKLAME

Wir bauen keine Strassen,
aber wir machen Tempo!

HOLZBAU AG
NEUBAU-BAU
F+W Holzbau AG Freienbach

REKLAME

solecasa
immobilien – real estate

Der Verkauf Ihrer Liegenschaft ist bei uns in den besten Händen!

www.solecasa.ch
T +41 (0)55 442 48 49

Seit 1985: fachliche Kompetenz, Erfahrung, Seriosität und Passion

ANZEIGE

**Meilen
Wädenswil
Dübendorf**

erb-liquidationen.ch
Bettwaren und Matratzen
Gratis Lieferung, Montage und entsorgen.

Öffnungszeiten: Montag bis Freitag 10.00 - 18.30 Uhr
Samstag 9.00 - 16.00 Uhr
Weitere Informationen unter Tel. 044 784 45 46
oder: info@erb-liquidationen.ch, www.erb-liquidationen.ch

Seestr. 151, Wädenswil / Neugutstr. 88, Dübendorf / Bergstr. 3 (Seestr.) 8706 Meilen

Traumpreise!!

- Matratzen
- Lattenroste
- Bettgestelle
- Duvet
- Kissen
- Frottierwäsche
- Bettwäsche

«Ich suche nach Kunden, die den Mut haben, neue Wege zu gehen»

Der Altendörfli Regisseur Guglielmo Sergio Brentel wagt sich an sein erstes Grossprojekt – eine Serie nationaler Bedeutung, die das moderne Leben in der Schweiz fokussiert. Auf der Suche nach Schauspielern setzt der 27-Jährige die Brille des Gesellschaftsbeobachters auf.

Mit Guglielmo Sergio Brentel sprach Tatjana Kistler

Regisseur und Visionär: Sie vereinen zwei in Ausserschwyz seltene Berufsbezeichnungen auf sich. Wie sieht der Alltag eines jungen Visionärs aus?

Diese Berufsbezeichnung resultierte zufällig aus der Aufgabentrennung, welche mein Geschäftspartner und ich anlässlich unserer Firmengründung vereinbarten. Während er die administrativen Fäden von Verträgen über Versicherungen spannt, bin ich für die Kreativität zuständig. Ein Visionär kennt demnach keine Wochentage und fixen Arbeitszeiten, arbeitet unter Zeitdruck und überall dort, wo er inspiriert wird.

Das hört sich nach einem Traumberuf an?

Es mutet vielleicht nach Traumberuf an, doch ist auch dies eine Arbeit mit Höhen und Tiefen. Denn diejenigen Bereiche, die Kreativität erfordern und Spass machen, sind meist die, in welchen sich kaum Geld verdienen lässt. Andererseits gilt es vielfach, Filmaufträge zu realisieren, die kaum künstlerische Freiheit erlauben, die strikt geplant sind und wenig Freude bereiten. Aber dies ist Jammern auf hohem Niveau.

«Es fehlt meist der Mut»

Wie sind Sie in die Welt der Kameras und Scheinwerfer gerutscht?

Ich war schon immer ein Filmfreak. Das Erzählen von Geschichten fasziniert mich. Da mir das Schreiben aber nicht besonders liegt, erzähle ich die Geschichten eben mit Bildern. Zum Film gekommen bin ich schliesslich durch meine Maturaarbeit am Gymi in Nuolen. In Eigenregie produzierte ich – von der Regie, der Schauspielerei bis zum Schnitt und der Vertonung – einen Kurzfilm über einen Schicksalsschlag, welchen ich während meiner



Der Altendörfli Regisseur Guglielmo Sergio Brentel: «Das Bedürfnis nach lockerer, frecher, zeitgemässer Unterhaltung wird im Schweizer Fernsehen kaum gestillt.»

Bild Stephan Huwyler

Schulzeit erlitten hatte. Damals merkte ich, dass mich die technischen Belange eines Films weit weniger reizen als die Arbeit des Regisseurs.

Welche Ausbildungsmöglichkeiten bietet die Schweiz einem aufstrebenden Regisseur?

Es gibt Universitäten und Fachhochschulen, die Studiengänge in diesem Bereich anbieten. Ich denke, dass eine solche Ausbildung eine Grundlage für das Filmemachen schaffen kann, bin aber davon überzeugt, dass man nur durch viel Übung und eigene Produktionen das Handwerk richtig lernt.

Wie sind Sie zu Ihrem Regiehandwerk gekommen?

Durch eigene Produktionen. Wie die Meisten in dieser Branche habe ich sehr vieles autodidaktisch erlernt. Am Anfang meinte ich, ich müsse möglichst alles selbst machen, damit das Resultat meinen Vorstellungen entspricht. Doch mit jeder weiteren Produktion lernte ich dazu, und meine Stärken und Schwächen haben sich abgezeichnet. Deshalb geniesse ich die Zusammenarbeit mit Stephan Huwyler, der seit bald zehn Jahren mein Kameramann ist und sich um Bildgestaltung, Equipment, Licht und vieles mehr kümmert. So kann ich mich ganz auf meine Kompetenzen – Regie und Produktion – konzentrieren.

Unter dem Motto «Alles, ausser langweilig» wollen Sie mit Ihrer Agentur, der myTalents Production, Akzente in der Schweizer PR-Landschaft setzen. Wie lautet Ihr Rezept für Kreativität?

Wir probieren, Werbung zu verkaufen, die unterhaltend ist. Mal ehrlich: Gibt es etwas Schlimmeres als fade, abgedroschene Shampoo-Werbung, die für besonderen Glanz wirbt?

Wir versuchen, die üblichen Bahnen zu verlassen und gegen den Strom zu denken. Kreativität ist überall. Die beste Inspiration sind die Begegnungen des Alltags, die einen Einblick in das Denken der modernen Gesellschaft erlauben und mich zu neuen Ansätzen bringen.

Hört sich einfach an ...

Ist es aber nicht. Denn oft wollen Kunden zwar auf innovative, erfrischende Art für ihr Geschäft werben, aber ihnen fehlt schliesslich doch der Mut zu einem frecheren oder einfach anderen Werbekonzept. Ich suche nach Kunden, welche den Mut haben, neue Wege zu gehen.

Die Werbebranche stagniert also in Ihren Augen auf Bewährtem?

Bestimmt. Nicht umsonst ähneln sich derart viele Werbespots. Neue Anreize werden zudem meist im Keim erstickt. Seit einigen Jahren ist das virale Marketing im Trend. Es geht darum, einen neuartigen Film zu drehen, der sich ohne Kosten wie ein Lauffeuer im Internet verbreitet. Fakt ist: Solch ein Film muss auf irgendeine Art aussergewöhnlich sein, damit der Zuschauer ihn seinen Freunden weitersendet oder auf Facebook postet. Wir machen aussergewöhnliche und zum Teil gewagte Konzepte. Doch dann schwächt der Kunde das Konzept ab und es resultiert doch wieder ein gewöhnlicher Film. Oftmals fehlt schlicht das Vertrauen des Kunden, wenn wir

in Sachen Öffentlichkeitswirkung und Risikobereitschaft argumentieren. Dies ist noch immer eine Branche, in der es jeder besser zu wissen glaubt als die Profis ...

Ihre Agentur besteht nun seit fünf Jahren. Wie schafften Sie es, Ihre Firma zu etablieren?

Ich startete im Sommer 2008 sowohl mit meiner Firma als auch mit meinem Studium an der Zürcher Hochschule der Künste. Die Firmengründung war nichts anderes als eine rechtliche Absicherung, da ich meinen ersten bezahlten PR-Auftrag für das Hotel «Seedamm Plaza» in Pfäffikon realisieren konnte. Mit dieser James-Bond-Hommage räumten wir glücklicherweise den zweiten Platz am internationalen Werbefilmwettbewerb im Rahmen der ITB in Berlin ab. Dies war eine optimale Plattform, Folgeaufträge schwappeten herein, und wir mussten während der ersten beiden Geschäftsjahre niemals aktiv auf Kundenfang gehen.

Wie vermochten Sie die Filmwelt und potenzielle Statisten ins beschauliche Altendorf zu locken?

Gar nicht, wir gehen zu ihnen. Aufgrund der Drehmöglichkeiten arbeiten wir relativ dezentral. Wir sind darauf angewiesen, überall in der Schweiz geeignete Drehorte und Filmstudios zu mieten. Dasselbe Credo gilt beim Kundenfang, nicht alle kommen auf uns zu. Im letzten Quartal steht uns aber wieder eine schwierige Auftragslage bevor. Die Interessenten sind zwar da, doch ihre Firmenbudgets sind meist ausgeschöpft. Es liegt an uns,

mit kreativen Konzepten Überzeugungsarbeit zu leisten.

Aber Hand aufs Herz: Der Werbemarkt ist in vielen Sparten übersättigt.

Keinesfalls, Filme sind in allen Lebens- und Arbeitsbereichen möglich. Mit Bildern transportieren wir Emotionen und erzählen Geschichten. Ich kann mir nicht vorstellen, dass es heute noch Branchen gibt, die sich ohne Imagefilm wirksam der breiten Öffentlichkeit präsentieren. Ich denke, es ist einfach nur eine Frage der Zeit. Zu Beginn, bestand eine Website nur aus Text. Dann kamen die Fotos, und der Film ist der logische nächste Schritt. Klar, ein Foto oder Film ist nicht immer ein Spiegel der Realität. Doch ein guter Werbefilm schafft es, charmant und mit Stil nahe bei der Wahrheit zu bleiben und inhaltlich einen wahren Kern zu vermitteln.

Wer einst Dreharbeiten verfolgte, weiss, welch grosses Know-how und welch teure Ausrüstung diese bedürfen. Inwiefern sind Sie in die technischen Belange des Filmdrehs involviert?

Ein kleiner Teil des nötigen Equipments wie kleinere Scheinwerfer, Kameras und Mikrofone haben wir erworben. Es kommt jedoch auf den Auftrag an. Wir drehten schon im fünfköpfigen Team, aber auch mit 25 Beteiligten mit bis 150 000 Franken teuren Kameras. Als Regisseur und Produzent liegt es an mir, für das jeweilige Set zu sorgen, Technik einzumieten, fähige Filmer und Kameraleute zu finden. So können sich Vor- und Nachbereitungen für knapp zweiminütige Werbefilme, für die vielleicht knapp 20 Stunden Dreharbeit aufgewendet wird, gut über drei bis vier Monate hinziehen. Dieser Grössenordnung sind sich viele Kunden nicht bewusst.

«Die Bewerber melden sich von selbst»

Gestalterische Berufe gelten teils noch immer als brotlose Tätigkeiten. Wie schafft es eine zweiköpfige Ideenschmiede, sich über Wasser zu halten?

Indem man nicht zu viel Geld ausgibt (lacht). Wir halten Fixkosten niedrig, starteten klein, indem wir das Geld für Büromieten und cetera erst investierten, nachdem wir Erfolge verbuchen konnten. Und: Bisher schienen wir mit den richtigen Ideen an die richtigen Leute geraten zu sein. Sicherlich braucht es aber auch Geduld und ein Quäntchen Glück.

Sie setzen als zweites Standbein auf die Talentvermittlung. Welche Künstler sind derzeit am gefragtesten und finden sich solche?

Derzeit sind es Models, Artisten, Schauspieler und Promoteure, die an Veranstaltungen auftreten. Erfreulicherweise melden sich unsere Talente von selbst. Konstant flattern wöchentlich jeweils zwei Bewerbungen bei uns herein. Sobald wir einen passenden Job ver-

mitteln können, kontaktieren wir die Bewerber und laden – im Fall einer Sprechrolle – zum Casting ein.

Welche Künstler haben in der Schweiz noch immer einen schweren Stand?

Das ist schwierig, zu sagen. Ich glaube aber, dass im Schweizer Film die Drehbuchautoren einen schweren Stand haben. Leider fliesst oft nur ein verschwindend kleiner Teil des Budgets in die Drehbuchentwicklung – der grösste Budgetposten wird für Technik investiert. So hat der Schweizer Film zwar optisch meist viel zu bieten, doch mangelt es an der Geschichte. In meinen Augen sollte der Fokus auf dem Inhalt liegen ...

Sie arbeiten seit bald einem halben Jahr selbst an einem ambitionierten Projekt. Auf was dürfen sich Herr und Frau Ausserschwyz freuen?

Ich will bis 2015/16 eine Serie unter dem Titel «ROH» veröffentlichen, die jeden Liebhaber amerikanischer Sitcoms abholt und nicht aus Studioszenen besteht, sondern mit Aussendrehn in der ganzen Schweiz brilliert. Bislang kennt der Schweizer Serienrezipient nur die – Pardon – weichgespülten SRF-Produktionen. Das Bedürfnis nach lockerer, frecher, zeitgemässer Unterhaltung wird kaum gestillt. Wir streben keine 20-minütigen Schenkellopfen an, sondern eine Mischung aus den Formaten «Californication», «Girls», «Shameless» und «Sex And The City». Kurz: Wir spielen mit Alltagssituationen, die kaum thematisiert werden, mit welchen sich aber jeder identifizieren kann.

Die Tatsache, dass Sie für die wenigen zu vergebenden Rollen mehr als 200 Bewerbungen erhielten, scheint davon zu zeugen, dass der Schauspieltraum noch in vielen Köpfen existiert.

Wir waren ob des grossen Interesses auf die Online-Ausschreibung positiv überrascht. Wir haben aber explizit auch nach Laien gesucht, was die vielen Bewerbungen – übrigens auch aus Ausserschwyz – erklärt. Denn: Ich bin davon überzeugt, dass – je nach Format – Laien sogar im Vorteil sind. Der Laie kennt keine Schauspiel-, Atemtechniken oder andere Standards. Wenn es nun also ein Laie schafft, vor der Kamera sich selbst zu sein, braucht er nichts zu spielen. So kann man einen authentischen Charakter zeigen. Dies ist das Schwierigste – auch für einen Profi.

Gelingt der «ROH»-Coup, ist Ihnen ein Karrieresprung gewiss. Wo sehen Sie sich in fünf Jahren?

Mein Ziel ist nicht, in der Werbebranche stehen zu bleiben, sondern mich in Richtung Unterhaltung weiterzuentwickeln, vielleicht gar selbst vor der Kamera zu stehen. Mich reizt aber auch die Kunst – Installationen zu aktuellen Themen zu realisieren, wäre durchaus interessant. Jedenfalls wäre ich in fünf Jahren gerne mit der dritten oder vierten Staffel meiner Serie beschäftigt (lacht).

www.myltalents.ch

Zur Person

Name: Guglielmo Sergio Brentel
Geburtsdag: 25. August 1986
Wohnort: Altendorf
Beruf: Regisseur
Hobbys: Filme, Sport, Reisen
Stärken: «Bin ein Perfektionist», Menschenkenntnis, aufmerksamer Beobachter
Schwäche: «Kann mich nur schwer für etwas motivieren, das mich nicht interessiert», Ungeduld