



Sylvia Egli von Matt schätzt die unternehmerische Freiheit des MAZ: «Wenn wir heute eine Idee haben, können wir sie morgen umsetzen.»

«Wir reden zu viel über Technik und zu wenig über Inhalte»

Die Welt der Medien verändert sich rasant. Sylvia Egli von Matt, Direktorin der Journalistenschule MAZ, über digitale Netzwerke, Bürgerjournalismus und die nahezu unbeschränkten Möglichkeiten, an gute Informationen zu gelangen.

Sie haben ein Profil auf Facebook und auf Xing. Sind diese neuen sozialen Netzwerke für Sie Pflicht oder Kür?

Ich nutze beides aus beruflichem Interesse und investiere dafür maximal eine halbe Stunde pro Tag. Wenn ich ehrlich bin, mehr aus Zwang als aus Lust. Ich möchte schliesslich auch noch Zeit haben, Bücher zu lesen. Und Freundschaften pflege ich lieber physisch als via Internet.

Die Arbeitsbedingungen für Journalisten haben sich verschlechtert. Warum fasziniert der Beruf dennoch so viele junge Leute?

Im Kommunikationszeitalter ist es attraktiv, nahe an den Informationsquellen zu sein. Journalist ist zudem ein relevanter Beruf, der keine Routine kennt, das wird heute sehr hoch gewich-

tet. Viele der jungen Leute wollen auch informieren und einen Beitrag an die Gesellschaft leisten. Kommt hinzu, dass sie ihre Begabung für Sprache ausleben möchten.

Was ist den Jungjournalisten heute leichter zu vermitteln und was schwerer als vorangegangenen Generationen?

Sie sind den verschiedensten Themen gegenüber offen, zum Beispiel auch der Finanzierung von Medien. Bei uns damals war das ein absolutes Tabu. Dafür ist es schwieriger geworden, sie zur kritischen Reflexion zu bewegen.

Wie wirkt sich das aus?

Journalistinnen und Journalisten stehen heute unter enormem Druck. Deshalb suchen gerade Berufseinsteiger Rezepte – nicht zuletzt, weil sie glauben, dann schneller und besser arbeiten zu können. Aber in einem halben Tag kann man nun einmal kein gutes Porträt schreiben. Unser Anspruch und die Wirklichkeit des Redaktionsalltags klaffen manchmal weit auseinander. Das wollen wir mit den Studierenden diskutieren und sie sensibilisieren.

Alle reden von der steigenden Informationsflut. Doch immer weniger Leute sind bereit, für die Aufbereitung von Informationen durch Profis zu bezahlen. Wie problematisch ist diese Gratismentalität?

Es gibt nichts gratis. Wenn wir glauben, beispielsweise für «20 Minuten», nichts zu bezahlen, ist das eine Fehlinformation. Wir zahlen indirekt: via abgedrucktes Inserat, dessen Kosten wiederum auf die Preise von Konsumgütern geschlagen werden.

Alan Rusbridger, Chefredaktor des «Guardian», behauptet, wir hätten eine Krise der Medienhäuser – allenfalls auch eine der Journalisten. Aber fürs Publikum sei es keine. Dieses habe noch nie so viel gute Informationen bekommen. Teilen Sie seine Ansicht?

Absolut. Die Möglichkeit, zu den Originalquellen zurückzugehen, war noch nie so gross.

Um das Wesentliche vom Unwesentlichen zu trennen, muss man aber viel Zeit einsetzen ...

An gute Information zu gelangen, erfordert eine gewisse intellektuelle Leistung, das war nie anders. Ich finde, wir leben in einem wunderbaren Zeitalter. Ich kann mir aus der «New York Times» den internationalen Teil herauspicken, aus der «NZZ» die Wirtschaftsthemen und aus dem «Tagi» Kultur ...

Wie lange wird es die gedruckte Zeitung noch geben?

Ich denke und hoffe, noch lange. Im Moment redet man sehr viel über Technik oder Verbreitungskanäle, aber zu wenig über das Entscheidende: die Inhalte.

Wie sieht der Journalismus der Zukunft aus? Werden Medienkonsumenten zu Bürgerjournalisten?

Ich glaube, dass es ein intensives Nebeneinander von semiprofessionellen und professionellen

Zur Person

Sylvia Egli von Matt, lic. phil. I, leitet seit 1998 die Schweizer Journalistenschule MAZ und ist stellvertretende Ombudsfrau der SRG SSR idée suisse. Sie war lange Zeit selbst als Journalistin tätig, u.a. als Inlandkorrespondentin beim «Tages-Anzeiger». Die 57-Jährige ist verheiratet, hat zwei erwachsene Kinder und lebt in Luzern.



Plant «Lokalnetz Schweiz»: Sylvia Egli von Matt.

Journalisten geben wird. Ähnlich wie es die deutsche Zeitschrift «Freitag» bereits realisiert. Im Community-Teil können registrierte Nutzer ihre Kommentare auf der Homepage veröffentlichen. In einem semiprofessionellen Bereich schreiben feste Mitglieder, deren Inhalte vor einer Veröffentlichung grob gesichtet werden. Dann gibt es den professionellen Kern des «Freitag», wo Bürger Informationen und Ideen eingeben, Journalisten aber die Berichterstattung übernehmen.

Welche Vorteile bringt dieses Konzept?

Leserinnen und Leser fühlen sich ernst genommen und entwickeln eine starke Bindung zu ihrem Medium. Aber auch die Redaktion profitiert. 1'000 Leute wissen mehr und können interessante Informationen liefern.

Was bedeuten die aktuellen Entwicklungen in der Medienbranche für die Rolle der Medien als vierte Gewalt im Staat?

Die Tageszeitungen investieren sehr viel in die politische Berichterstattung. Ich glaube, sie wissen, dass sie am eigenen Ast sägen, wenn sie hier beginnen, auszuhöhlen. Schwieriger ist die Wirtschaftsberichterstattung. Die Finanzwirtschaft etwa hat eine Komplexität angenommen, die selbst Fachleute kaum noch durchschauen. Unter solchen Bedingungen eine Kontrollfunktion auszuüben, ist für Medien äusserst anspruchsvoll.

Die Zürcher Hochschule der Angewandten Wissenschaften (ZHAW) bietet ein Bachelor-Studium in Journalismus/

Was sind Sie für ein Typ?

Fussball oder Golf?

Fussball, ein spannendes Teamspiel.

Bratwurst oder Sushi?

Weder noch. Lieber richtiger Fisch, Egli zum Beispiel.

New York oder London?

Als Stewardess war ich früher mehrmals im Monat für einige Tage in New York. Ich habe heute noch Freunde dort, und das Museum of Modern Art ist ein Stück Heimat für mich.

Radio oder Zeitung?

Zeitung. Wenn ich mich für eine entscheiden müsste: «NZZ».

Organisationskommunikation an. Spüren Sie die Konkurrenz?

Der Studiengang der ZHAW spricht eine andere Zielgruppe an. Ich bin allerdings eine pointierte Gegnerin davon, dass Journalismus eine Bachelor-Ausbildung ist, die dann auch noch mit Unternehmenskommunikation kombiniert ist. Ich meine, man muss zuerst etwas wissen, bevor man etwas kommunizieren kann.

Lange galten der «unbestechliche Journalist» und der «im Dienste eines Unternehmens stehende PRler» als der personifizierte Gegensatz. Was halten Sie davon, diese beiden Berufsbilder zu verschmelzen?

Ich bin da puristisch. Man sollte sich für das eine oder das andere entscheiden. Obwohl sie mit ähnlichen Methoden arbeiten, stehen hinter beiden Berufen sehr unterschiedliche Haltungen. Für ein Unternehmen zu arbeiten und zu versuchen, dieses möglichst gut in der Gesellschaft zu positionieren, ist etwas ganz anderes, als alle Informationen immer zu hinterfragen.

Sie sprechen am MAZ aber auch beide Berufsgruppen an ...

Ja, aber beide Bereiche sind klar voneinander getrennt, auch räumlich. Wir bilden journalistische Profis aus und bieten Weiterbildungen für Leute aus Kommunikationsabteilungen an. Letzteren vermitteln wir, wie Medien arbeiten, das heisst: Wir konzentrieren uns auch hier auf den journalistischen Ansatz.

Am MAZ unterrichten Dozierende der Hochschule Luzern – Wirtschaft, und umgekehrt dozieren Ihre Medienprofis an der Hochschule Luzern. Wie kam es zu der Kooperation?

Wir sind eine kleine Institution mit einem engen Fokus auf den Journalismus. Um unseren Studierenden Wissen aus angrenzenden Gebieten mitzugeben, etwa im Bereich Wirtschaftskommunikation, holen wir die besten Profis von anderen Institutionen. Die Hochschule Luzern gehört übrigens zu unseren Partnern der ersten Stunde.

Das MAZ finanziert sich zu mehr als zwei Dritteln aus Gebühren der Kursteilnehmenden. Fühlen Sie sich gegenüber den Hochschulen benachteiligt?

Nein. Es ist ein bewusster Entscheid gewesen, dass die Journalistenausbildung eine private Ausbildung ist, die nicht vom Staat geregelt sein soll, sondern von der Branche unterstützt wird. Das ist berufspolitisch wichtig, und gleichzeitig haben wir eine grosse unternehmerische Freiheit. Wenn wir heute eine Idee entwickeln, können wir sie schon morgen umsetzen.

Wenn Sie einen Mäzen hätten, der Ihnen ohne Auflagen jährlich Geld für ein Medienprojekt zur Verfügung stellt, wie würde dieses aussehen?

Die Bedeutung des Lokaljournalismus für die Gesellschaft und die Demokratie wird zunehmen. Aber kleinen Medienunternehmen fehlen oft die Mittel für aufwendige Recherchen. Ich würde gerne ein «Lokalnetz Schweiz» auf die Beine stellen. Bürgerinnen und Bürger könnten Themen eingeben, denen eine Truppe von Rechercheuren nachspürt. Die Ergebnisse würden Lokalzeitungen zur Verfügung gestellt – diese kämen so günstig zu hochwertigen und wichtigen Geschichten.

Das klingt ziemlich konkret ...

Das ist es. «Lokalnetz Schweiz» möchte ich unbedingt realisieren und suche dafür wirklich Geld.

Interview: Sigrid Cariola