

Rudolf Matter

## Der Supervereiniger

Am 1. Januar 2011 trat Rudolf Matter (57) sein Amt als Superdirektor der zusammengelegten deutschsprachigen SRG-Radio- und TV-Programme an. Das neu gegründete Unternehmen Schweizer Radio und Fernsehen (SRF) ist in seinen Augen für die Zukunft gerüstet, trotz Kritik der Verleger und der SVR.

Interview: **Matthias Ackeret** Bearbeitung: **Nathalie Zeindler** Bilder: **Marc Wetli**

**Herr Matter, wir haben vor Gesprächsbeginn bereits die ersten Auswirkungen der Konvergenz erlebt. Während Sie im Radiostudio Zürich auf mich warteten, sass ich im Gebäude des Schweizer Fernsehens. Wenn es im Kleinen nicht funktioniert, funktioniert es im Grossen erst recht nicht.**

(Schmunzelt.) Wir versuchen, unsere Termine möglichst effizient zu organisieren, und im Laufe der Woche werden diese regelmässig von einem Ort zum anderen geschoben. Da kann es schon mal zu einem Missverständnis kommen.

**Anders gefragt: Wo sind Sie nun beheimatet?**

Im Radio oder Fernsehen. Ich gehöre zu Schweizer Radio und Fernsehen: also zum Radio genauso wie zum Fernsehen. An beiden Orten wurden provisorisch Büros eingerichtet. Aber eigentlich halte ich mich dort nicht allzu oft auf, sondern bin meist unterwegs und treffe Leute. Ich glaube, das ist der wichtigste Aspekt: mit Kolleginnen und Kollegen das Gespräch zu suchen, zuzuhören und Fragen zu beantworten.

**Sie haben bis jetzt nur wenige Interviews gegeben. Mit der Weltwoche, die die SRG arg kritisiert, weigerten Sie sich zu sprechen.**

Alles ist eine Frage der Planung. Meist sind die Interviewtermine schon seit Langem geplant. Sehr kurzfristig kann ich selten Zusagen machen.

**Inzwischen blicken wir auf einen Monat Konvergenz zurück. Es wachsen hier – frei**

**nach Willy Brandt – zwei Bereiche zusammen, die eigentlich gar nicht zusammengehören.**

Warum nicht?

**Weil ein Radiojournalist kein Fernsehjournalist ist.**

Diese Befürchtung hatten wir zu Beginn des Konvergenzprojekts auch, aber sie hat sich rasch verflüchtigt. Sobald sich die Menschen kennenlernen, nähern sie sich einander an. Und deswegen kann man auch nicht von einem Monat Konvergenz sprechen, denn die bisherigen Unternehmen Schweizer Radio

---

«Die Befürchtungen, die wir zu Beginn des Konvergenzprojekts hatten, haben sich rasch verflüchtigt.»

---

DRS und Schweizer Fernsehen wachsen bereits seit eineinhalb Jahren kontinuierlich zusammen. Am Ende des Projekts waren über 250 Mitarbeiter beteiligt. Im Grunde haben wir gemerkt, dass sich die Kulturen nicht in erster Linie in den beiden Unternehmen unterscheiden, sondern weitaus mehr innerhalb der Häuser, in den einzelnen Bereichen.

**Konkret?**

Informationsjournalisten, ob Radio oder Fernsehen, sind sich im Denken sehr nahe. Diesbezüglich spielt es auch keine grosse Rolle, für welches Medium sie nun tätig sind.

Dasselbe gilt auch für die Sparten Kultur, Sport und Unterhaltung.

**Trotzdem: Ist es nicht so, dass sich Radiojournalisten ihren Kollegen vom Fernsehen permanent unterlegen fühlen, da sie nicht die gleiche Aufmerksamkeit des Publikums bekommen?**

Eigentlich ist meine Wahrnehmung eher umgekehrt. Unsere Radiomitarbeiter sind sehr selbstbewusst. Ich kann das ganz gut beurteilen, weil ich innerhalb der SRG in beiden Welten zu Hause bin.

**Als Armin Walpen 1996 zum Generaldirektor gewählt wurde, bat ihn ein Radio-DRS-Journalist bei der anschliessenden Pressekonferenz im Berner Hotel Bellevue beinahe unter Tränen, Radio DRS nicht ganz zu vergessen.**

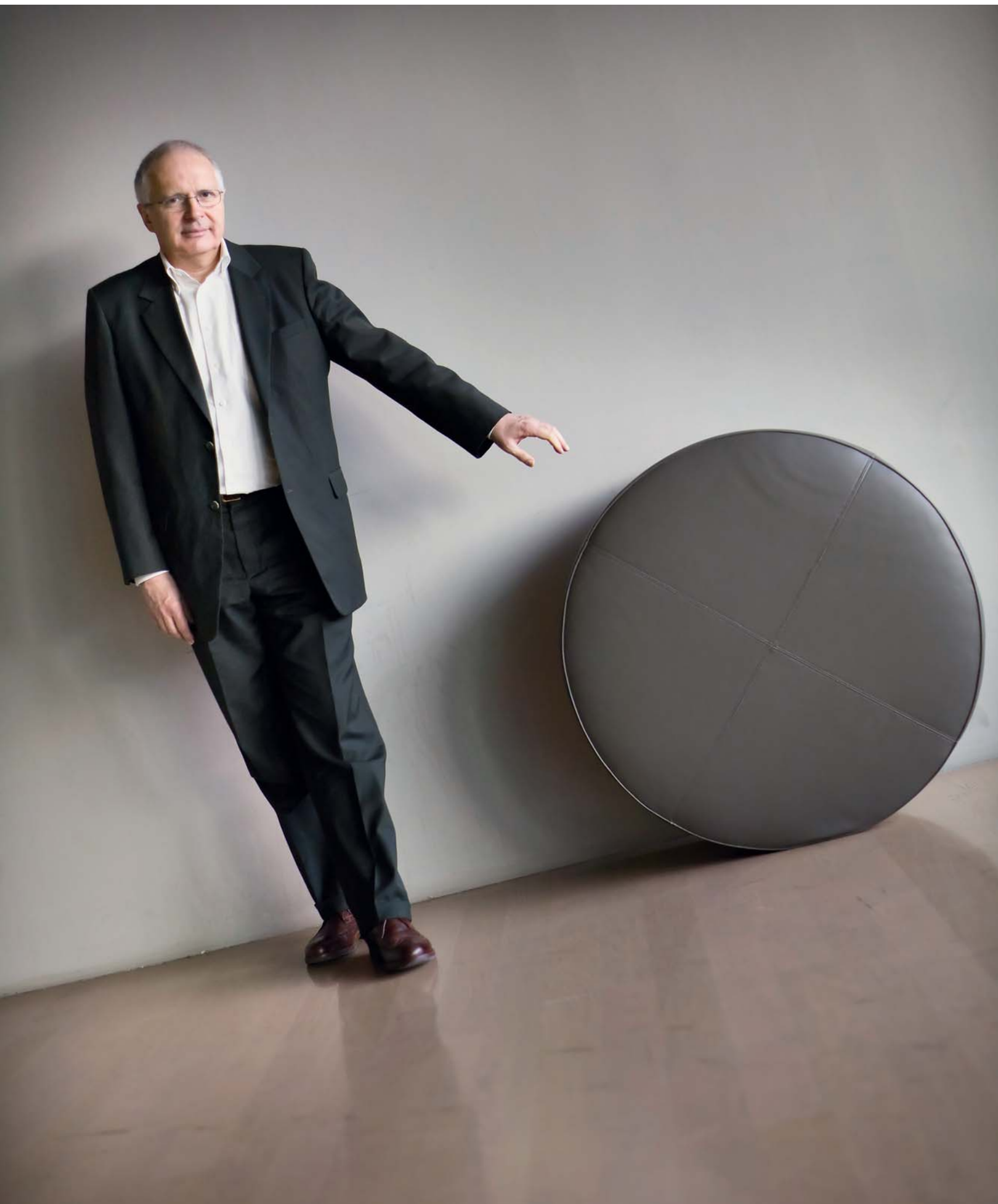
Das ist wirklich sehr lange her. In der Zwischenzeit hat sich die Medienlandschaft stark verändert.

**Trotzdem: Die Kulturunterschiede zwischen beiden Medien kann man nicht einfach wegreden.**

Nochmals: Es existiert nicht einfach eine separate Radio- und TV-Kultur. Vielmehr ist von Kultur- oder Sportjournalisten die Rede, die gemeinsame Ziele verfolgen. Das Zusammengehörigkeitsgefühl innerhalb der SRG erlebe ich als sehr ausgeprägt.

**Ich unterstelle Ihnen aber, dass Ihre grosse Liebe dem Radio gehört.**

Das stimmt so nicht. Morgens höre ich sehr



Rudolf Matter ist seit Anfang dieses Jahres mit Roger de Weck der mächtigste Mann im Schweizer Radio und Fernsehen.

gerne Radio, meine Liebe gilt aber genauso unseren zahlreichen audiovisuellen Formaten. Zudem bin ich ein leidenschaftlicher Kinogänger, was familiär bedingt etwas zu kurz kommt. Auch die Dokumentarfilme im Schweizer Fernsehen haben sich stark entwickelt. Was die analytische Information angeht, so ist das Radio unschlagbar. Beide Medien weisen zahlreiche Stärken auf, und diese zusammenzuführen ist die grosse Herausforderung.

**Dennoch sind die Radiomitarbeiter im zusammengeführten Unternehmen in einer Überzahl vertreten. Ich denke dabei an Unterhaltungschef Christoph Gebel, welcher vom Radio her kommt.**

Christoph Gebel arbeitet als Leiter in einer Abteilung, die sowohl für Fernsehen als auch für Radio Inhalte herstellt. Auch unsere Geschäftsleitung ist – obwohl immer wieder das Gegenteil behauptet wird – ausgewogen zusammengesetzt. Zählt man noch die Bereichsleitenden dazu, ist das Fernsehen in den Führungsgremien sogar stärker vertreten, eben der Grösse entsprechend.

**Inwiefern kann ein Radiojournalist in der TV-Unterhaltung, welche sehr komplex und aufwendig ist, überhaupt über die nötige Kompetenz verfügen?**

Christoph Gebel ist sehr unterhaltungsaffin. Er ist unter anderem ein profunder Kenner der Kleinkunst- und Comedy-Szene sowie der Volkskultur. Zudem ist er von einer Gruppe von Bereichsleitern umgeben, die auf langjährige Erfahrung zurückblicken kann. Primär hat er eine Managementfunktion inne.

**Hat Armin Walpen Ihnen und SRG-Generaldirektor Roger de Weck mit dem Konvergenzprojekt nicht eine Herkulesaufgabe aufgebürdet, die Sie jetzt ausbaden müssen?**

Überhaupt nicht. Die Überlegungen betreffend Konvergenz stammen übrigens ursprünglich nicht von Armin Walpen. Die entsprechenden Pläne sind zuerst in der Region Deutschschweiz aufgrund der veränderten Mediennutzung formuliert worden. Die klassischen linearen Medien wie Radio und Fernsehen verlieren ständig – bei SRF auf hohem Niveau – an Reichweite, weil viele Jugendliche unsere Radio- und TV-Sendungen fast nur noch via Internet oder Mobile kon-

sumieren. Diese Tatsache zwingt uns dazu, das Unternehmen SRG in allen Landesteilen neu zu positionieren.

**Wie muss man sich diese Konvergenz genau vorstellen?**

Zunächst einmal sprechen wir von einem Prozess, der nicht erst am 1. Januar 2011 in Kraft getreten ist, sondern bereits früher. Die ersten konkreten Veränderungen wur-

---

«Wenn man unsere Informationsprogramme nicht sieht oder hört, verpasst man etwas.»

---

den schon im letzten Jahr, also noch unter Armin Walpen, eingeleitet. Dazu gehört, dass die Mitarbeiter beider Medien mit der Entwicklung gemeinsamer Projekte begonnen haben.

**Woran denken Sie dabei?**

In allen Abteilungen werden für das laufende Jahr Sendeprojekte entwickelt, die sowohl im Radio wie auch im Fernsehen stattfinden. Dies ist der beste Beweis, dass sich beide Medien gegenseitig ergänzen. Der Zusammenschluss ist nur möglich geworden, weil die Menschen nicht mehr innerhalb ihrer medialen Grenzen denken.

**Die Konvergenz bringt jedoch nicht nur Vorteile mit sich. Im Vorfeld war oft von einem Stellenabbau die Rede.**

Im Supportbereich werden in der Tat Einsparungen von rund zehn Prozent umgesetzt, was auch Stellenabbau bedeutet. Wie viele Stellen konkret betroffen sind, kann ich Ihnen nicht sagen. Am 1. Oktober letzten Jahres wurden die Finanz-, die Personal- und die Marketingabteilungen zusammengelegt. Der Personalabbau ist zwar bedauerlich, doch die Einsparungen aus dem Support kommen direkt dem Programm zugute.

**Die Veränderungen sind auch mit neuen Hierarchiestufen verbunden. Ich denke an Hansruedi Schoch, Leiter der neuen Abteilung Programme.**

Das ist keine neue Hierarchiestufe. Die Abteilungsleiter sind auch zukünftig für ihre Bereiche zuständig. Es wurde allerdings auf ih-

---

#### Zur Person

---

Rudolf Matter wurde am 24. Oktober 1953 geboren. Nach einer Tätigkeit als Redaktor der Basler *National-Zeitung* studierte er an der Universität Zürich Geschichte, Publizistikwissenschaften und Philosophie. Ab 1976 arbeitete Matter während zwölf Jahren beim Schweizer Fernsehen als Redaktor, Produzent und Moderator der «Tagesschau» sowie des Magazins «Karussell». Nach einem Abstecher zu McKinsey & Company wechselte er in die Redaktionsleitung des Berliner Nachrichtenfernsehsenders N-TV. 2006 wurde Rudolf Matter zum Chefredaktor von Schweizer Radio DRS ernannt. Seit Anfang 2011 ist er Direktor von SRF. Der Historiker ist verheiratet und Vater dreier Kinder.

---

rer Ebene eine neue Funktion geschaffen, die dringend nötig war: Die Abteilung Programme, die von Hansruedi Schoch geleitet wird, soll die Konvergenz garantieren. Diese Abteilung stellt sicher, dass einzelne Programmscheide schneller und direkter gefällt werden.

**Ihr Lieblingswort ist Relevanz. Was verstehen Sie darunter?**

Von einem Lieblingswort kann keine Rede sein, aber für den Service public ist die Relevanz von zentraler Bedeutung. Wir wollen vor allem Substanz. Das gilt für unsere Informationssendungen, die eigentliche Pflichtprogramme sein sollen: Wenn man sie nicht sieht oder hört, verpasst man etwas. Substanz gehört aber auch in den Bereich Unterhaltung. Ein Beispiel: die Sendung «Üsi Badi», die wir im vergangenen Sommer ausgestrahlt haben.

**Ein Grosse Erfolg.**

Ja, die Doku-Serie hat behinderte Menschen im Alltag gezeigt, privat und bei der Arbeit. Das sind relevante Themen, aber sie kamen in einem Unterhaltungsformat vor, das sogar ausgezeichnet wurde mit dem renommiertesten Fernsehpreis der Schweiz. Der Laudator Christoph Schneider meinte: «Diese Sendung ist ein Musterbeispiel für Relevanz im Fernsehen.»

**Trotzdem planen Sie keine Fortsetzung der Sendung.**

Wir können uns leider nicht alles leisten. Eines der wichtigsten Ziele der SRG im Jahr 2011 besteht darin, wieder schwarze Zahlen zu schreiben. Wenn die Wirtschaft nicht wieder Erwarten einbricht, werden wir dieses Ziel auch erreichen. Wir sparen allerdings nicht am laufenden Programm. Aber eine Reihe neuer Projekte lassen sich aus Kostengründen in absehbarer Zeit nicht umsetzen.

**Sie sind ein bekennender Fan der RTL-Dschungelendung «Ich bin ein Star, holt mich hier raus». Würde diese Sendung Ihr Relevanz-Kriterium erfüllen?**

(Lacht.) Nein. Die Sendung ist nicht so herausragend. Ich amüsiere mich aber bestens über die witzigen Sprüche der beiden Moderatoren Dirk Bach und Sonja Zietlow.

**Welche Schweizer hätten Sie gerne ins Dschungelcamp geschickt?**

Da fallen mir zahlreiche Kandidaten ein



Matter moderierte auch die legendäre Feierabendsendung «Karussell» des Schweizer Fernsehens.

(lacht). Dieses Jahr komme ich aber selten dazu, die RTL-Sendung mitzuverfolgen. Montags beispielsweise zeigen wir zur gleichen Stunde das Wirtschaftsmagazin «ECO». Ehrlich gesagt: Das finde ich immer noch spannender als das Dschungel-Camp.

**Das müssen Sie sagen.**

Keineswegs. Tatsache ist, dass ich während vieler Jahre als Wirtschaftsjournalist tätig war, und daher versuche ich, keine Ausgabe zu verpassen.

**Sprechen wir über Politik. Sie bezeichnen sich als wirtschafts- und gesellschaftspolitisch liberal.**

Ja. Ich komme aus einer Familie, in der das politische Spektrum traditionell sehr breit ist. In der Generation der Grossväter und Väter waren von der Bauern-, Gewerbe- und Bürgerpartei (BGB) über die FDP bis zur SP alle Parteien vertreten. Die Parteipräferenzen haben sich von Generation zu Generation wieder neu verteilt. Ich selber bin in keiner Partei.

**Ihr Grosscousin ist der Banker Thomas Matter, der bekanntlich mit der SVP liebäugelt.**

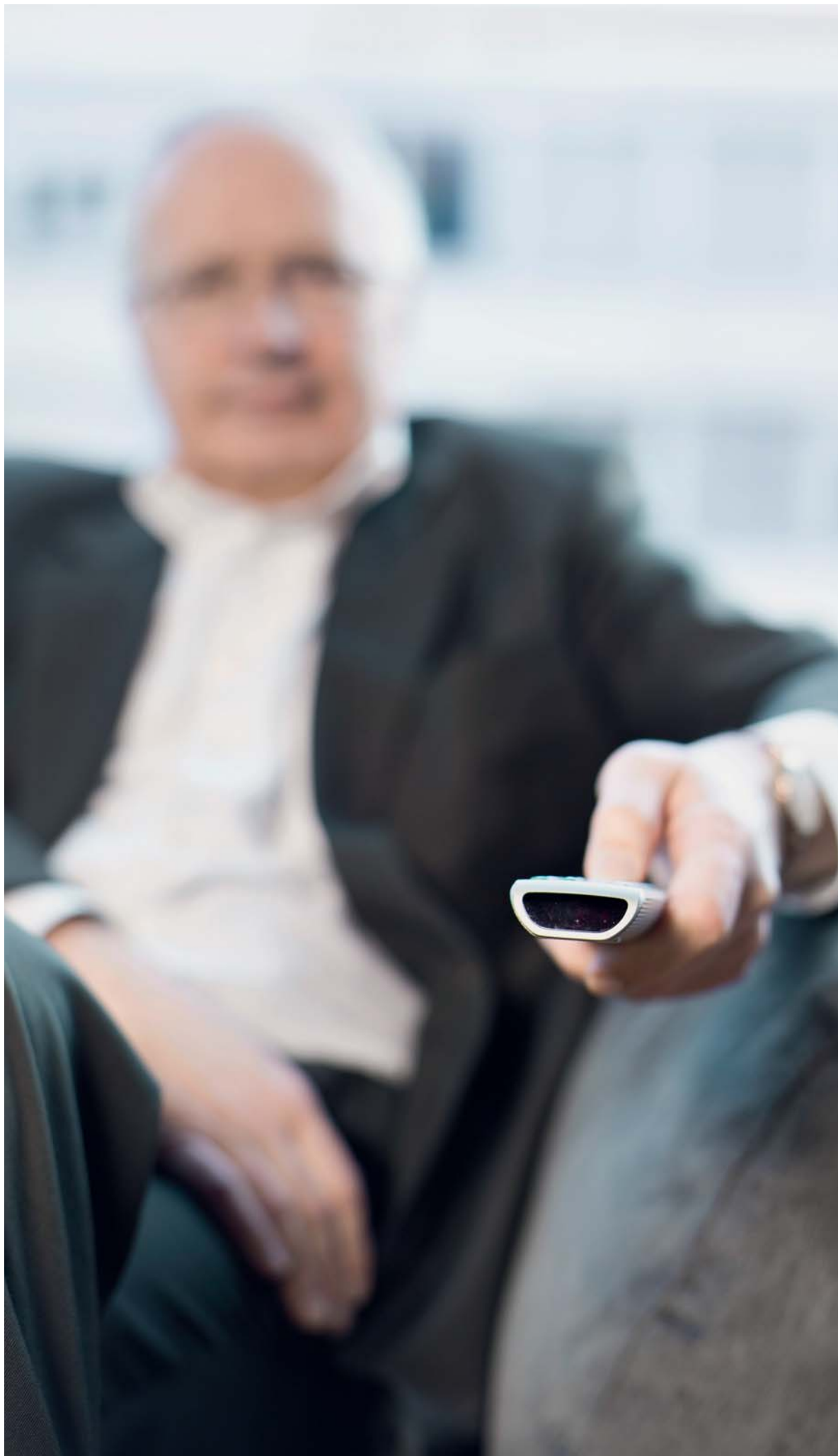
Ja, wir sehen uns ab und zu, diskutieren vieles, aber kaum über Politik.

**Sie sind gemäss der NZZ am Sonntag der Meinung, die politische Diskussionssendung «Arena» könnte die politische Realität des Landes besser abbilden und müsste lösungsorientierte Ansätze thematisieren. Dabei seien die Quoten nicht entscheidend.**

Dies wird immer wieder etwas verkürzt zitiert. Ich wollte damit sagen, dass man Sendungen wie die «Arena», die zu unserem Kernauftrag gehören, nicht ausschliesslich mit Quotenkriterien in Verbindung bringen kann. Dies gilt auch für den «Kulturplatz», der meiner Meinung nach etwas zu spät läuft. Es ist aber unbestritten, dass wir in der Primetime mehrheitsfähig sein müssen.

**Christoph Blocher hat an der Albisgüetli-Tagung zum Grossangriff auf die SRG geblasen und mit einer eigenen «Arena» gedroht, in welcher wirklich diskutiert und gestritten werde. Haben Sie Angst davor?**

In unserer «Arena» wird weiterhin sehr engagiert und kontrovers diskutiert werden, das haben wir gerade in den letzten Wochen immer wieder betont, um Missverständnis-



«In Deutschland lernte ich, wie es ist, wenn man das ganze Programm durch Werbung finanzieren muss!»

sen vorzubeugen. Sendevorhaben einzelner Parteien möchte ich nicht kommentieren.

**Weiter meint Blocher, dass gerade Herr de Weck ein ausgesprochener SVP-Hasser sei und alles unternähme, um die SVP vom Bildschirm zu verbannen.**

Davon habe ich nichts bemerkt.

**Verspüren Sie seitens der Parteien einen grösseren Druck?**

Dieser Druck ist nicht grösser oder kleiner als in all den Jahren. Aber dies ist doch normal. Ich pflege Kontakt zu allen Parteien. Wenn irgendwelche konkreten Anfragen eintreffen, leite ich sie an den jeweiligen Chefredaktor weiter.

**Innerhalb des Verlegerverbandes wurde behauptet, dass die SRG Gelder in Millionenhöhe für Lobbyinggespräche in Bern zur Verfügung hätte.**

SRF gibt kein Geld für Lobbyisten aus. Dass wir aber mit Parteivertretern regelmässig Gespräche führen und sie auch mal zu einem Essen einladen, halte ich für selbstverständlich. Ich kann Verlegerpräsident Lebrument versichern, dass dies sicher nicht Millionenbeträge ausmacht. Auf das ganze Jahr gerechnet wendet SRF für diese Art von Public Affairs höchstens einige tausend Franken auf.

**Gerade bezüglich des geplanten Ausbaus des Internets kommt es zu einem Kleinkrieg mit den Verlegern. Wie beurteilen Sie die Situation?**

Ich empfinde das nicht als Kleinkrieg. Zugegeben, die Interessenslage ist etwas unterschiedlich, aber ich glaube, wenn wir ernsthaft mit den Verlegern ins Gespräch kommen, haben wir auch einiges zu bieten, was von gegenseitigem Interesse sein dürfte.

**In welcher Hinsicht können Sie den Verlegern entgegenkommen?**

(Lacht.) Das wäre doch ein Akt grober Unhöflichkeit, wenn ich den Verlegern via «persönlich» Angebote unterbreiten würde.

**Sie haben sich gemäss Sonntag überlegt, eine Mediensteuer einzuführen.**

Der Begriff «Mediensteuer» ist unzutreffend. Tatsache ist, dass nicht die SRG, sondern der Bundesrat und das Parlament sich damit beschäftigen, die Gebührenerhebung auf eine an-

dere Basis zu stellen. Die Ausgangslage hat sich in den letzten Jahren grundlegend verändert. Inzwischen ist es auch möglich, via PC oder Smartphone unsere Programme zu konsumieren. Es ist also nicht mehr Voraussetzung, dass man zu Hause ein Radio- oder TV-Gerät hat, um gebührenpflichtige Programme zu empfangen. Der Gesetzgeber wird in Zukunft dieser Tatsache Rechnung tragen müssen.

**Was bedeutet diese Erkenntnis nun für die Konsumenten?**

Wenn die Basis jener, die gebührenpflichtig sind, grösser wird, müssten diejenigen, welche bereits heute Gebühren zahlen, weniger tief in die Tasche greifen. Es ist jedoch zum jetzigen Zeitpunkt schwierig, Prognosen zu machen.

**Blicken wir in die unmittelbare Zukunft:**

**Für das laufende Wahlkampfjahr planen Sie einen zusätzlichen Polittalk. Haben Sie diesbezüglich bereits konkrete Vorstellungen?**

Wir überlegen derzeit, in welche Richtung sich das Konzept entwickeln könnte und wer hierfür infrage käme. Ich denke dabei an eine Reihe geeigneter Kandidaten.

**Intern oder extern?**

Eher intern. Wir sind ein grosser Laden.

---

«Der Begriff «Mediensteuer» ist unzutreffend.»

---

**Was hat Sie am meisten überrascht, als Sie Ihr neues Amt angetreten haben?**

Eigentlich gar nichts. Ich befasse mich seit einhalb Jahren mit dem Thema Konvergenz und bewege mich seither regelmässig beim Radio und beim Fernsehen.

**In den Achtzigerjahren waren Sie als Redaktor und Moderator beim TV-Magazin «Karussell» tätig.**

Der Wettbewerb war in den Achtzigerjahren logischerweise weniger intensiv. Seinerzeit haben wir jedoch schon begonnen, uns in Sachen Reichweite Gedanken zu machen. Hier im Haus, in der Schweizer Medienszene überhaupt, treffe ich immer wieder auf Kollegen, die beim «Karussell» gearbeitet haben. Das war eine intensive Zeit.

**Später wagten Sie den Sprung nach Deutschland. Was haben Sie als Redaktionsleiter bei N-TV gelernt?**

Vor allem wurde mir beigebracht, schärfer zu rechnen. N-TV war privatfinanziert. Allerdings habe ich zuvor «Cash-TV» moderiert und hatte eine kleine Ahnung, wie es ausserhalb der öffentlich-rechtlichen Sender zu- und hergeht. In Deutschland entwickelte ich einen grossen Respekt vor Medien, die zu hundert Prozent über Werbung und Sponsoring finanziert werden.

**Wie wurden Sie als Schweizer in Deutschland aufgenommen?**

Sehr gut. Die Deutschen haben eigentlich keine Probleme mit den Schweizern – vielmehr umgekehrt.

**Weshalb sind Sie doch wieder in Ihre Heimat zurückgekehrt?**

Das Angebot, bei Schweizer Radio DRS Chefredaktor zu werden, war sehr verlockend. Es stellte sich für meine Frau und mich gleichzeitig die Frage, wo unsere Kinder aufwachsen und zur Schule gehen sollen.

**Sie sind Historiker. Haben Sie nie daran gedacht, in diesem Bereich zu arbeiten?**

Doch. Ich habe nach dem Lizenziat lange Zeit ein Dissertationsprojekt mit mir herumgetragen, aber irgendwann musste ich meinem Professor mitteilen, dass ich es nie beenden würde. Als Historiker lernt man, die Welt in einem Fluss der Zeit zu betrachten. Diese Erkenntnis führt zu einer gewissen Gelassenheit und befähigt einen, komplexe Vorgänge zu analysieren.

**Eine Einstimmung auf das Konvergenzprojekt...**

(Lacht.) Ja.

