



dpa-Gruppe damit, dass sie Warensendungen, die unaufgefordert in die Redaktion geschickt werden, zugunsten von „Reporter ohne Grenzen“ einmal im Quartal versteigere.

Auch Silke Liebig-Braunholz berichtete von der Einflussnahme der Wirtschaft oder etwaiger Interessenverbände sowie den sich daraus ergebenden Zwängen für Journalisten. „Fachzeitungen, die früher das offizielle Mitteilungsorgan von Berufsverbänden waren, mussten dem gestiegenen Anspruch der Leser begegnen. Einige haben einen Relaunch vollzogen hin zur qualitativ hochwertigen Fachpresse, die Mehrwert bietet“, betonte sie. Der Leser einer Fachpublikation erwarte heute Informationen, die er in anderen Medien nicht findet, sowie ein qualifiziertes Fachwissen der

Journalisten. Diese müssen mit einer hohen Vermittlungskompetenz ausgestattet sein, die jeweilige Branche ganzheitlich betrachten, nach Trends Ausschau halten und diese für ihre Zielrezipienten einordnen können.

Die Autorin

Silke Liebig-Braunholz studierte Publizistik- und Kommunikationswissenschaft an der Georg-August-Universität Göttingen und ist staatlich geprüfte Kommunikationswirtin. Derzeit bildet sie sich an der Deutschen Fachjournalistenschule zur Fachjournalistin weiter. Seit 2002 hat sie sich mit ihrem Redaktionsbüro auf die Themenschwerpunkte Gastronomie, Hotellerie und Touristik spezialisiert. Sie arbeitet als Korrespondentin und berichtet überwiegend in Fachpublikationen über Konzepte und aktuelle Fachthemen.



„Die neuen Medien sind da, man muss sie nutzen.“



Matthias Matussek, Kulturredakteur beim Spiegel, im Gespräch mit dem „Fachjournalist“ über Goethe, Heilschlamm-Badewannen, Troztkis permanente Revolution, und was das alles mit seinem Video-Blog „Matusseks Kulturtipps“ auf Spiegel online zu tun hat. Das Video-Blog erscheint regelmäßig unter: www.spiegel.de/kultur

Herr Matussek, Ihr Video-Blog gibt es seit Juni 2006. Damit gehören Sie im Vergleich zu den meisten Print-Kollegen wahrscheinlich zur Avantgarde, was die Nutzung von Blogs, bzw. Videocasts, angeht. Können Sie kurz beschreiben, wie es zu diesem Projekt kam?

Fernsehproduzent Walid Nakschbandi sprach mich an. Er hatte mich in einer Talkshow gesehen. Dann wollte es der damalige SPIEGEL-Chefredakteur Aust für spiegel-online. Seine Vorgabe: Nichts Persönliches, nicht „Ich“ sagen. Nach zehn Folgen war ich beim inneren Monolog, nach zwanzig Folgen saß ich in einer Heilschlamm-Badewanne und habe Hölderlin rezipiert und Elvis imitiert.

Warum haben Sie sich für das Video-Format entschieden? Warum nicht ein Audioformat oder ein geschriebenes Blog? Wollten Sie ursprünglich mal TV-Journalist werden?

Tatsächlich habe ich mein erstes Praktikum beim Bayerischen Fernsehen gemacht. Die wollten mich gerne behalten, aber ich habe Print vorgezogen. Mittlerweile mache ich aber auch wieder Fernsehen; zu Jahresanfang lief in der ARD der Dreiteiler „Matusseks Reisen“. Internet ist etwas Besonderes. Die neue Technologie erlaubt es, mit



dem Fotoapparat Filme in erstaunlicher Qualität zu produzieren. Damit wird die Kamera zur Waffe und jeder ein Medien-Guerillero. Das ist ein revolutionärer Traum, Autorenkino im Drei-Minuten-Format, unwiderstehlich für einen Spät-68er wie mich. Ich bin beweglich. Ich kann die Kamera beim Abendessen mit Martin Walser genauso einsetzen wie am Krankenbett von Peter Zadek oder im green-room des Börne-Preises bei Harald Schmidt oder im Petersdom. Und dazu die fantastischsten Geschichten erzählen mit realen Figuren oder erfundenen wie dem „Ding“.

Wie muss man sich die Produktion einer Folge von „Matusseks Kulturtipp“ vorstellen? Haben Sie eine Redaktion im Rücken, die Sie bei der Themenauswahl berät? Oder entscheiden Sie im Alleingang, was Inhalt der aktuellen Folge wird?

Ich entscheide alleine. Aus dem Bauch. Manchmal erst ein paar Stunden vor der Aufzeichnung, andere Themen werden über Wochen vorbereitet. Meine Gala zum 50. Blog hatte Einspieler von Wowerit über Biolek bis Ulla Berkeqicz, der Suhrkamp-Chefin. Die haben dann Berlusconi, Callas oder Prinz von Monaco gespielt. Und dann haben wir die Bühne des Thalia-Theaters genutzt. Oft gibt auch mein Online-Produzent Jens Radü entscheidende Ideen. Mal parodieren wir eine Kochshow, mal veranstalte ich ein akademisches Romantik-Seminar. Oft kommt Goethe vor. Wir machen Bildungsfernsehen!

Wie bereiten Sie sich auf die Sendung vor? Gibt es ein Skript, ein Drehbuch? Die Videos sehen immer sehr spontan aus. Nicht unprofessionell, aber doch mit einem improvisatorischen Touch.

Es gibt ein Skript, das ich meistens am Tag vorher schreibe. Doch während der Aufnahme wird hemmungslos improvisiert. Und Jens Radü veredelt das alles nochmal sehr am Schneidetisch.

Sie haben offenbar viel Freude an dem Video-Blog. Was macht Ihnen mehr Spaß: Einen Artikel zu verfassen oder eine neue Folge für Ihr Blog zu drehen?

Der Blog frisst mich auf.
Er kannibalisiert mich.

Das sind verschiedene Aggregatzustände. Ich bin SPIEGEL-Autor, und natürlich ist die Titelseite über die Kommune 1 oder den Bombenterror in London wichtiger. Oder, aus der Woche heraus, der Essay über Lüge und Wahrheit in der Politik. Das Video-Bloggen ist eine ganz andere Sache, die Arbeit mit Bildern und Schnitten. Da kann man tolle Sachen erzählen. Schön ist, wenn man pendeln kann. Ich langweile mich sehr schnell. Der Wechsel hält mich auf Trab.

Für den Suchbegriff „Matussek Kulturtipp“ erscheinen bei Google – je nach Tagesform – zwischen 126 000 und 133 000 Einträge. Wie finden Sie das?

Ich habe das heute mal gemacht. „Matusseks Kulturtipp“ lag bei 162 000. „Matthias Matussek“ hat es gerade mal auf 22 000 gebracht. Früher war es umgekehrt. Das heißt: Der Blog frisst mich auf. Er kannibalisiert mich.

Wissen Sie, wie viele Menschen Sie mit einer Episode von „Matusseks Kulturtipp“ erreichen?

Das schwankt stark. Im Schnitt 15 000. Mit Goethe geht es manchmal auf 10 000 runter, aber wenn ich über Aktfotos nachdenke, habe ich gleich mal 100 000 mehr. Insgesamt sind es wohl eine Million clicks pro Jahr.

Dazu: Die „Süddeutsche Zeitung“ attestiert Ihnen, dass Sie in Ihrem Video-Blog vor „Selbstgenuss brummen“. Was halten Sie von dem Vorwurf des reinen Selbstbezuges in Ihrem Blog?

Ich finde es immer wieder amüsant, wenn ausgerechnet Journalisten den Vorwurf der Eitelkeit erheben. Eitelkeit ist unser gemeinsamer Brennstoff. Im Übrigen: „Ich“ zu sagen ist oft das Ehrlichste, was man tun kann; ich hab darüber in meinem Buch „Palasthotel“ geschrieben. Tom Wolf, Truman Capote, Bruce Chatwin, Egon Erwin Kisch – alle Großen haben „ich“ gesagt. Und das Bloggen ist ein

besonders persönliches Format. Die Branche hat manchmal Probleme mit mir, weil ich nicht einzuordnen bin. Deshalb werde ich auch selten von Journalistenschulen eingeladen. Das ist denen zu sehr freestyle und subjektiv und überhaupt nicht



brauchbar als Anleitung oder Ausbildung junger Journalistengehirne.

Wenn wir schon von den Reaktionen der Kollegen sprechen: Welche Rückmeldungen haben Sie aus dem Kollegenkreis zu Ihrem Video-Blog erhalten?

Es gibt einige wenige, die sich echauffieren, und das sind dann die, die selber nichts auf die Beine stellen. Die überwiegende Mehrheit hält es für einen großen Spaß. Als ich mal in einem Blog übers Aufhören sinnierte, riefen mir Kollegen in der Kantine zu, ich solle unbedingt weitermachen. Der Geschäftsführer outete sich als besonderer Fan und meinte, ich tue der Marke SPIEGEL gut. Nein, ich kann mich nicht beklagen. Schließlich hat man mir gerade den „Goldenen Prometheus“ verliehen, wenn ich auch traurig war, daß ich bei der letzten Oscar-Verleihung leer ausgegangen bin.

Es gibt zur Zeit eine Diskussion zwischen „orthodoxen“ Print-Journalisten, die Blogs als unprofessionellen Humbug abwerten, und vor allem jüngeren Journalisten, die dieser neuen Medienform aufgeschlossen gegenüberstehen und sich damit auch erfolgreich positionieren, wie beispielsweise Thomas Knüwer oder Stefan Niggemeier. Sie als 54-jähriger, videobloggender Print-Journalist nehmen dabei sicherlich eine Sonderrolle ein. Wie beurteilen Sie diese Debatte?

Es ist ja nicht so, dass ich aufgehört hätte, ernsthafter Autor / Reporter zu sein. Ich mache einfach beides. Trotzki hat mal die „permanente Revolution“ gefordert. Richtig. Die neuen Medien sind da, man muss sie nutzen. Natürlich war es für manche gewöhnungsbedürftig, dass sich ausgerechnet der SPIEGEL-Kulturchef in die Badewanne legt. Ich behaupte aber, dass ich mit meinem Blog über Schillers „Wallenstein“ mehr Leute in Peter Steins Aufführung gekriegt habe als viele der schreibenden Bürokraten des traditionellen Feuilletons, die so streng auf Reinheitsgebote achten.

Verlage versuchen gerade, durch verstärkte Online-Aktivitäten die stetig sinkende Print-Auflage zu kompensieren. Als jemand, der sich in beiden Welten bewegt, bitte ich Sie um eine Prognose: Sind Blogs, Podcasts und Videocasts nur ein relativ kurzlebiger Trend oder die Medien der Zukunft?

Print wird nie vergehen. Der SPIEGEL ist einfach ein tolles Produkt. Keiner wird darauf verzichten wollen. Aber das Haus hat gleichzeitig die anderen Medien unter seinem Dach, TV und Online. Mathias Müller von Blumencron hat spiegel-online großgemacht. Heute ist er Chefredakteur des SPIEGEL. Das ist eine sehr spannende Gemengelage.

Letzte, unvermeidliche Frage: Welche Folge Ihrer Kulturtipps ist Ihre Lieblingsepisode?

Thomas Knüwer hat die „Gala“ zum 50. Videoblog als „Meisterwerk“ bezeichnet. Allerdings sind die Olympia-Episode im Schnee oder der Thriller-Zweiteiler um das „Ding“ auch nicht schlecht, finde ich ... mein Gott, die ganze Sache ist doch in erster Linie ein Jux, mit ein bisschen Bildung. Mal klappt es, mal geht es in die Hose; mehr ist nicht dabei, und so soll es auch bleiben.

Der Gesprächspartner

Matthias Matussek (1954) studierte Amerikanistik und Vergleichende Literaturwissenschaften an der FU Berlin. Nach Stationen beim Berliner Abend und beim Stern kam Matussek zum Spiegel, für den er als Korrespondent und Reporter in New York, Berlin, Rio de Janeiro und London war. Im Herbst 2005 kehrte er in die »Zentrale« nach Hamburg zurück, wo er bis Januar 2008 das Feuilleton leitete, für das er nun als Autor tätig ist. Sein Buch »Wir Deutschen« wurde im Fußballsommer 2006 zum Bestseller.