



## Tagesfrage heute

Hoffen Sie, dass die USA den ehemaligen Geheimdienstler Edward Snowden erwischen?

A Ja B Nein

Stimmen Sie online ab unter der Rubrik «Mitmachen»

- [www.aargauerzeitung.ch](http://www.aargauerzeitung.ch)
- [www.baselandschaftliche.ch](http://www.baselandschaftliche.ch)
- [www.bzbasel.ch](http://www.bzbasel.ch)
- [www.grenchnertagblatt.ch](http://www.grenchnertagblatt.ch)
- [www.limmattalerzeitung.ch](http://www.limmattalerzeitung.ch)
- [www.solothurnerzeitung.ch](http://www.solothurnerzeitung.ch)

oder schicken Sie ein SMS mit aztfa für «Ja» oder aztfb für «Nein» an 2222 (20 Rp./SMS)

## Ergebnis letzte Tagesfrage

Soll Bundesrätin Eveline Widmer-Schlumpf 2015 wieder antreten?

A: 28.0%

B: 72.0%

## VIDEO DES TAGES



Die Managerlöhne steigen laut Travail.Suisse unbeirrt weiter.

## Presseschau



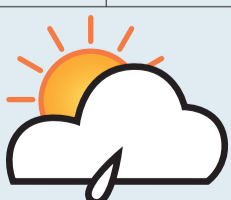
**Überwachung I** Die Enthüllungen des Informanten Edward Snowden haben weltweit eine lebhaft Diskussion ausgelöst. Welche Gesetze erlauben überhaupt diese Verbindung von staatlicher und kommerzieller Überwachung? Was passiert in Ländern mit geringer politischer und sozialer Stabilität? Wir schaffen ein System der totalen Überwachung, das die Sicherheit deutlich verbessern würde. Doch in den falschen Händen können dadurch Protestbewegungen, die Berichterstattung und hart erkämpfte Rechte wie Versammlungs- und Redefreiheit schwer eingeschränkt werden. Das steht auf dem Spiel.

## Tagesanzeiger

**Überwachung II** Der Datenschutz hat in den USA nie den Stellenwert erlangt, wie in der Schweiz, in Deutschland und in den skandinavischen Ländern. So skeptisch, ja misstrauisch die Amerikaner gegenüber dem Staat sind, so wenig sehen sie handkehrum Skandalöses darin, wenn Telecom-, Internet und Social-Media-Konzerne alle persönlichen Daten systematisch sammeln und kommerzialisieren.

## Das Wetter heute

10° 17°



Kolumnistin Ursula Pia Jauch über die allgegenwärtigen Ich-Werbespots

## Leuchttürme und Anschaffungsboxen



Ursula Pia Jauch

Die Professorin für Philosophie und Kulturgeschichte an der Universität Zürich ist als Publizistin in verschiedenen Kulturformaten im In- und Ausland zu finden.

■ **VOR EINIGER ZEIT** hat sich ein kleines Inserat unter meine Papiere geschlichen: Vollmundig preist darin eine «Text Akademie» einen tollen und selbstverständlich zertifizierten Studiengang an, der aus jedem Kümmelring einen Winner oder ein Supergirl macht. Gut oder gar perfekt müsse niemand sein in der heutigen Arbeitswelt, aber sich gut verkaufen können, das sei das A und O. Und zwar mittels des Studienganges «Storytelling & Personal Branding». Da lerne man, wie man die eigene «Ich-Marke» optimiere und sich selbst ins beste Licht setze, auch wenn es ein paar dunkle Stellen gebe, etwa nach einem «Outplacement» (was früher eine Kündigung war) und anderen biographischen Patzern. Die Form ist alles, der Inhalt sekundär. Schliesslich geht es um das Verkaufen und nicht um das Können. Wer sich gut verkauft, der werde – so das Inserat – «so unverwechselbar wie Superman». Die läppischen 5950 Franken, die man für den Fachhochschul-Kurs einsetzen müsse, seien ein Nichts verglichen damit, dass man als künftiger Held aus dem «CAS Storytelling & Personal Branding» herauskomme.

**NUN. SELBST BIN ICH** in einer Generation aufgewachsen, die gelernt hat, einen Satz wenn möglich nicht mit dem kleinen Wort «Ich» zu beginnen. Dem einen oder der anderen mag überdies erinnerlich sein, dass es Zeiten gab, in denen es als unfein galt, sich selbst in den Mittelpunkt zu stellen und das geliebte Ich zu polieren wie die Kühlerhaube eines Bugatti oder meinetwegen eines Opel Manta. Tempi passati. Über sich selbst zu schwätzen, und zwar mit möglichst vollem Mund und hochgeblähtem Vokabular, gehört heute eindeutig zum Jobprofil. Wer nicht ständig von sich selbst redet, muss befürchten, bald nicht mehr zu existieren. Ich werde ge-liked, also gibt es mich. Man könnte hier ohne Not einen kleinen füllsofischen Schlenker ins Jahr 1710 und zu einem Irländer namens George Berkeley machen. Der hat nämlich in einem seiner Hauptwerke (um genau zu

sein: in seinen «Prinzipien der menschlichen Erkenntnis») den Satz «esse est percipi» festgehalten. Auf Deutsch: Sein heisst wahrgenommen werden. Diese herrliche Weisheit scheint, oh Wunder, auch noch im frühen 21. Jahrhundert zu gelten, sogar mit Gütesiegel und Zertifikat. Denn nur, wenn mich die anderen wahrnehmen, gibt es mich. Deswegen muss ich ständig von mir quasseln. Und zwar in den höchsten Tönen.

**UND ES IST NATÜRLICH** nicht so, dass nur die in der Nähe der Konsum- und Werbebranche aufgewachsenen Helden und Superfrauen diesem dauernden Ich-Werbespot huldigen. Nein. Gerade auch an den Hochschulen, in der einstmals vornehmen und diskreten Forschung, gilt heute nichts mehr, wer nicht ständig von seiner Exzellenz, seinem neuesten paper, seinem letzten Artikel, Ruf, Auszeichnung, Drittmittel, Preis, award, Forschungsauftrag, Gutachten, Ehrentitel, fellowship etc. usf. redet. Heute ist der beste Wissenschaftler derjenige, der sich selbst am lautesten als Top-Leuchtturm anpreist und – hoffentlich – am

meisten Geld anschafft. Denn je mehr Geld einer angeschafft hat, desto teurere Forschung darf er dann machen. Man nennt das einen Anreiz.

**DAS PRINZIP IST BEKANNT.** Es findet sich in jeder Stadt an irgendeiner Ausfallstrasse, und es sind nicht nur junge Ungarinnen, die dort ihre Reize verkaufen (müssen). Ich würde sogar sagen: Auf dem gegenwärtigen Wissenschafts-Strich geht es üppiger und vollbusiger zu als auf dem Zürcher Sihlquai. Denn es gibt sogar Wissenschaftler, die schon jetzt mit Auszeichnungen auf den Anschaffungsstrich gehen, die sie noch gar nicht erhalten haben, etwa wenn sie sich allen Ernstes vollmundig als «Nobelpreis-Kandidaten» anpreisen, und dies nicht zu sparsam. Ob das Nobelpreis-Komitee dann so entscheiden wird, spielt keine Rolle, solange das branding funktioniert. Das erinnert fatal an jene Gesichtscemes, bei denen jahrelang auf der Packung stand «Zum Patent angemeldet». Irgendwann wurde der Patent-Gag wieder eingestellt. Auch Versprechen nützen sich ab.

**JEDENFALLS: WÜRDEN** die Zürcher Wissenschaftler ihr Geld-Anschaffungs-Geschäft auch in Verrichtungsboxen abwickeln müssen, wie dies in Zürich demnächst bei den sogenannten «leichten» Damen der Fall ist, gäbe es noch ein paar bauliche Probleme mehr in der Stadt. Denn die Depotstrasse in Zürich-Altstetten wäre heillos zu kurz. Ich denke, man müsste wohl von der Universität bis an die Grenze Helvetiens Drittmittel-Anschaff-Boxen aufstellen. Vielleicht sogar bis nach Vorarlberg.

## Die Kolumnisten

Alex Capus, Schriftsteller  
Martin R. Dean, Schriftsteller  
Ludwig Hasler, Publizist  
**Ursula Pia Jauch, Philosophin**  
Heinz Margot, Moderator  
Milena Moser, Schriftstellerin  
Peter Rothenbühler,  
Direktionsmitglied, Edipresse  
Peach Weber, Komiker  
Susanne Wille, Moderatorin

## Kommentar

von Christian Dorer



Schweizer und Deutsche sehen Demokratie anders

### Wir glücklichen Demokraten

■ Wir Schweizer Bürger betrachten es als selbstverständlich, dass wir ständig über alles Mögliche abstimmen können. Wir befinden jährlich über rund 50 Geschäfte in Bund, Kanton und Gemeinde – von der Abschaffung der Brieftaube in der Armee bis zum EU-Beitritt der Schweiz.

Dass unsere direkte Demokratie alles andere als selbstverständlich ist, das zeigte die Demokratiekonferenz auf, die der Aargau und Baden-Württemberg kürzlich organisiert hatten. Der Tenor bei den Schweizern: «Jede noch so gute Politik funktioniert nur, wenn sie von den Bürgern verstanden, akzeptiert und mitgetragen wird» – sagte Grünen-Regierungsrätin Susanne Hochuli. Der Tenor bei den Deutschen: «Volksabstimmungen sind weder legitimer noch automatisch besser als parlamentarische Entscheide. Bürger können ebenso irren» – das sagte CDU-Landtagspräsident Guido Wolf.

Deutschland mag das Volk bestenfalls konsultativ befragen – es soll aber bitteschön abnicken und nicht widersprechen. Das Stimmvolk in der Schweiz widerspricht seit 1848 regelmässig – und beweist seither, dass die Angst vor einem «dummen Volk» unbegründet ist. Im Gegenteil: Die meisten Volksentscheide waren im Nachhinein betrachtet vernünftig.

Studien haben nun einen positiven Nebeneffekt unserer Demokratie eruiert: Menschen sind umso glücklicher, desto mehr sie mitbestimmen können.

christian.dorer@azmedien.ch

Dohners Seitenblick zu einem Schweizer Kulturweg, den Engländer begründen halfen



Auf den Spuren der ersten Tourismus-Pioniere zwischen Leukerbad und Kandersteg.

ANTHONY ANEX/KEY

## STEISS ODER SEILBAHN

■ Auch dieses Jubiläum fand im kühlen Nebel statt: 1863 leitete der Tourismus-Pionier Thomas Cook eine allererste Gruppenreise durch die Schweiz. Die Route ist heute bekannt als Kulturweg «Via Cook». In acht Etappen geht's von Genf nach Kandersteg. Der heutige Wanderweg folgt da aber nicht nur historischen Saumwegen, sondern auch einem alten Bahntrasse.

Mit Führern und Maultieren machten sich vor 150 Jahren die Engländer auf den Aufstieg zum Gemmi pass, durch die unpassierbar scheinende Daubenwand. Der Weg erinnert an ein gigantisches Treppenhaus. Man kann die Wand inzwischen auch mit ruhigem Puls überwinden, in der Seilbahn. Und oben trotzdem Schwindelgefühl nachempfinden: Auf der Gemmi ragt eine Aussichtsplattform zehn Meter über den Abgrund.

max.dohner@azmedien.ch