

## MEINE ALMA MATER

## «Bilanzen lesen, das war mein Ding»

In unserer Rubrik «Meine Alma Mater» blicken Persönlichkeiten auf ihre Studienzeit an der Universität Zürich zurück. Diesmal der Werber und Markenexperte Dominique von Matt.

Alice Werner

Über sein Prinzip für erfolgreiche Kommunikation hat er einmal so schön gesagt: «Ködem statt jagen.» Dominique von Matt, dunkler Anzug, dunkle Brille, der seit Jahren einflussreichste Werber der Schweiz, lächelt verschmitzt, als er sich in seine Anfängerzeit als Studiosus oeconomicus versetzen soll. Damals, 1978, liess er sich noch selbst ködem: Angelockt vom Ruf einiger herausragender Professoren wie Peter Forstmoser, der seit fast 30 Jahren den juristischen Diskurs in der Schweiz prägt, und Jan Krulis-Randa, der in Zürich die ersten spezialisierten Lehrveranstaltungen zu Marketing hielt, schrieb er sich an der UZH für ein Studium der Betriebswirtschaftslehre ein.

Freimütig gibt er zu, dass ihn nur die Aussicht auf ein fröhliches Studentenleben in seiner Heimatstadt noch mehr lockte als der Mythos der Professoren. Der damals 20-jährige von Matt war «motiviert und neugierig», denn nach sechseinhalb Jahren schulischem Lateinunterricht konnte er endlich frei wählen, was er lernen wollte. Ein Befreiungsschlag, auf den er «insgeheim schon 17 Jahre gewartet» hatte.

## «Der studiert mal Wirtschaft!»

Sprung zurück. Aufgewachsen im Zürcher Kreis 8, als Sohn eines selbständigen Buchhändlers und einer Mutter, die aus einer belgischen Seifenproduzentenfamilie stammt, war früh klar: «Der studiert mal Wirtschaft!» Hinter den Brillengläsern zwinkert es vernünftig, als Dominique von Matt erzählt, wie ihm Verwandte, Nachbarn, Freunde von klein auf seine Zukunft weissagten. Und die Welt des Handels, der freie Markt, begegnete ihm ja auch sehr wohlwollend, bereits

als Dreijährigem. «Einmal buk unsere Nanny in Abwesenheit unserer Eltern eine wunderbare Wähe. Doch als die Familie abends nach Hause kam, hatte ich den Kuchen unterdessen Stück für Stück auf der Strasse verkauft.» Der Lohn: ein dickes Kinderportemonnaie und das beglückende Gefühl, ausgesprochen stolz auf sich zu sein.

Mit Belustigung erzählt der Werbefachmann eine weitere Anekdote aus seinen ökonomischen Anfängen: «Später inszenierte ich in der elterlichen Garage komplette Läden, überlegte genau, wie ich die Waren arrangierte und anpries.» Ganz der geniale Strategie und lustvolle Verkäufer, der er heute ist. Nur auf die Nachbarsbuben, engagiert als Schlepper, um zahlungsbereite Käufer in die Garage zu locken, verzichtet er mittlerweile. «Obwohl die Methode funktionierte.» Irgendwann waren seine Läden im Quartier legendär.

## Pioniertat an der Universität

Im Gespräch über seine Alma Mater, zu dem Dominique von Matt in seine Zürcher Kommunikationsagentur Jung von Matt/Limmat AG geladen hat, entsinnt sich der Markenexperte einer weiteren «Pioniertat», diesmal während seiner Studienjahre. So «irrsinnig fasziniert» von den Themenfeldern Kommunikation, Motivforschung und Konsumentenverhalten, wie er war, beantragte er im fünften Semester beim Dekanat, ausnahmsweise Arbeits- und Betriebspsychologie im Nebenfach belegen zu dürfen. Das Gesuch des jungen Studenten fand umgehend Ge-

hör, sogar ETH-Vorlesungen in diesem Fachgebiet wurden ihm problemlos anerkannt. «Dafür bin ich heute noch jeden Tag dankbar», sagt von Matt. Er meint es so ernst und feierlich, wie es klingt. «Letztlich sind es genau die Führungsthemen und Change-Management-Theorien aus den Nebenfachkursen, die mir heute als Unternehmer zugutekommen.» 1987 schloss er seine Laufbahn an der UZH mit der Doktorprüfung und einer Promotion zum Thema Markenpolitik ab.

Von Matt lächelt, er muss noch etwas gestehen: Rechnungswesen, das angeblich langweiligste Fach nach Meinung von Generationen von Betriebswissenschaftlern, «das war auch absolut mein Ding.» Das Bilanzziehen im Studium schärfte sein Gespür für Zahlen, so dass er ohne Eitelkeit behaupten kann: «Ich habe gelernt, in wenigen Sekunden zu erkennen, wenn in einem Excel-Sheet eine von 100 Zahlen falsch ist.»

Die Erinnerungen fördern noch ein paar weitere positive Folgen des Studiums zutage: die Fähigkeit, einen Gedanken analytisch herzuleiten und strategische Schlussfolgerungen daraus zu ziehen, überzeugende Argumente für eine These zu finden. Eine Idee attraktiv zu formulieren. Anders ausgedrückt: zu verkaufen.

Ist es also zu gewagt, zu fragen, ob das Studium in erster Linie der Professionalisierung seiner Kinderspiele diene?

Dominique von Matt wiegt den Kopf: «Ich bin jedenfalls voll auf meine Kosten gekommen.»

Im nächsten Journal erzählt Christiane Lentjes Meili, Kripochefin der Kantonspolizei Zürich, über ihre Studienzeit an der UZH.



Handel, Marken, Kommunikation: In der Welt des Werbefachmanns Dominique von Matt müssen Produkte ihre Käufer finden.

## ALUMNI NEWS

## Neues Alumni Chapter in Shanghai

Im Oktober feierte das UZH Alumni Chapter Shanghai seine offizielle Gründung im Schweizer Generalkonsulat von Shanghai. Der Anlass fand in Anwesenheit von Andrea Schenker-Wicki, Prorektorin und Direktorin des Executive MBA der Universität Zürich, statt. Sie betonte in ihrer Rede die Bedeutung der Alumni Chapters als Vertretungen der Universität Zürich im Ausland. Diese könnten dabei helfen, die Sichtbarkeit der UZH zu verbessern und kluge Köpfe anzuziehen. Die Kooperation mit den Alumnigruppen anderer Hochschulen und die Veranstaltung gemeinsamer Anlässe seien dabei besonders willkommen. Generalkonsul Heinrich Schellenberg, selbst ein Alumnus der UZH, und seine Frau Grisel Sandoval Schellenberg empfingen rund 40 Teilnehmerinnen und Teilnehmer des Executive MBA Lehrgangs auf Studienreise in China und 20 Alumni der UZH in Shanghai. Der Anlass wurde nicht nur genutzt, um das gute Zürcher Geschmetzelte zu essen, sondern auch, um neue Kontakte zu knüpfen und gemeinsam in Erinnerungen aus der Studienzeit an der Universität Zürich zu schwelgen.

Das UZH Alumni Chapter Shanghai wurde Anfang 2012 durch eine Zusammenarbeit der Abteilung Internationale Beziehungen der UZH und Alumni UZH ins Leben gerufen und zählt inzwischen rund 100 Alumni. Unter Leitung von Fabienne Aebischer, Yang Shao und Andreas Umbricht, die sich ehrenamtlich in Shanghai engagieren, werden regelmässig Aktivitäten angeboten, auch gemeinsam mit der ETH Alumni und der HSG Alumni.

Geschäftsstelle Alumni UZH

## Vergabungen ZUNIV

Der Vorstand des ZUNIV (Zürcher Universitätsverein) hat an seiner Sitzung vom 19. November 2012 insgesamt zehn Gesuche behandelt und die folgenden acht Anträge im Gesamtbetrag von 12 770 Franken bewilligt:

**Philosophische Fakultät:** 2000 Franken für die Publikation «Vom Kindergarten bis zum Gymnasium. Bildung und Erziehung im 21. Jahrhundert». 600 Franken für das Kolloquium «Namenforschung Schweiz». 1500 Franken für die Tagung «Masters of Disguise – Conceptions and Misconceptions of Rhetoric in Chinese Antiquity». 2000 Franken für die «Dies Romanicus Turicensis 2013». 1500 Franken für die Tagung «Artistic Commerce and Confrontation in the Portuguese and Spanish Empires, 1415–1808».

**Rechtswissenschaftliche Fakultät:** 2000 Franken für die Konferenz «The Khmer Rouge Tribunal – Assessing Recent Developments and Challenges Ahead».

**Diverses:** 1170 Franken für das Symposium zur Ausstellung «Neuromedia» im Kulturrama. 2000 Franken für das interdisziplinäre Keynote-Meeting «Pharmacogenomics – from Molecules to Medicine».

ZUNIV-Sekretariat, Silvia Nett