



Modell für eine lebendige
Kulturberichterstattung in der
mehrsprachigen Schweiz

Autor: Beat Mazenauer
Im Auftrag von ch-intercultur

Summary

Die gegenwärtige Krise der traditionellen Medien hat auch Folgen für die Kulturberichterstattung, die seit geraumer Zeit unter starkem Spardruck steht. Diesem Umstand möchte das mehrsprachige Projekt «kultur-online» entgegenwirken, indem es fundierte, kritische, hintergründige Beiträge zu Kunst und Kultur im Internet anbietet.

Kultur ist ein zentraler Wert in unserer Gesellschaft, dem trägt die Kulturförderung Rechnung. Soll Kultur aber ernst genommen werden, muss auch sie selbst befragt und reflektiert werden. Genau deshalb ist die Berichterstattung über Kunst und Kultur elementar wichtig.

kultur-online ist als Projekt mit bestehenden Partnern gedacht. Mittels Kooperation versucht es, die Reichweite für kulturelle Beiträge zu erhöhen. In seinem Basisdienst ist kultur-online allen Usern frei zugänglich.



Die Ausgangslage

Die Printmedien stecken in der Krise, ihr Geschäftsmodell bricht auseinander. Zum einen gehen die Werbeeinnahmen zurück, zum anderen verlieren sie Abonnenten. Die Folge sind Zusammenschlüsse zu überregionalen Kopfzeitungen mit Regionalredaktionen, die sich auf lokale Ereignisse fokussieren. Das bleibt nicht ohne Folgen für die Kulturressorts, die mehr und mehr aufgelöst werden und in Rubriken wie Gesellschaft und Leben aufgehen. Die kritische Kulturberichterstattung, soweit sie nicht den Klickanreizen von Emotion und Aufregung gehorcht, gerät ins Hintertreffen. Handkehrum entstehen online neue vitale Formate, die jedoch oft in «Nischen» festsitzen und somit unsichtbar bleiben. Mit dem Projekt kultur-online unternimmt der Verein ch-intercultur (ehemals Schweizer Feuilletondienst SFD) den Versuch, zum einen eine Alternative zur eher auf Personen und Events zielenden Kulturberichterstattung in den Schweizer Printmedien zu entwickeln und zum anderen die kulturellen Nischen besser sichtbar zu machen.

kultur-online als Antwort

Mit dem Projekt kultur-online entsteht im Internet ein neuer Service, der eine breite Palette von aktueller fundierter Kulturberichterstattung bietet in Form von Kritiken, Recherchen und Hintergrundreportagen. kultur-online richtet sich an ein Publikum, das an Kultur interessiert ist, aber oft damit hadert, zu wenig Zeit dafür zu finden, auch weil es nicht einfach ist, sich in dem vielfältigen Kulturangebot zu orientieren. Der Hauptakzent liegt dabei auf dem fundierten Text, doch die kreative Erweiterung der medialen Palette in Richtung Podcast und Video ist ein wichtiges Anliegen.

kultur-online ist eine Agentur für qualitativ hochwertige Kulturberichterstattung, ein kritisches Begleitmedium für das vielfältige kulturelle Leben in der Schweiz.

kultur-online ist im Kern konzipiert als frei zugängliches online-Medium, in dem kulturelle Anlässe und Produkte informativ und kritisch reflektiert sowie Hintergründe beleuchtet werden. kultur-online ist als kooperatives Modell aufgebaut, das über eine zentrale Redaktion verfügt, die mit Partnern in lokalen, regionalen und spartenspezifischen «Nischen» zusammenarbeitet. Die mehrsprachige Redaktion produziert eigene Beiträge, die auf kultur-online ergänzt werden mit Beiträgen der Partner. Die Partner wiederum können Beiträge des zentralen Dienstes frei in ihre Angebote übernehmen.

kultur-online berücksichtigt ohne Berührungsängste und unvoreingenommen alle kulturellen Sparten und beleuchtet zudem kulturpolitische Fragen. Das Prinzip von kultur-online ist es, auch über Produktionen und Ereignisse zu berichten, die im Mainstream des Kulturjournalismus selten erwähnt werden. Die Schweiz steht dabei im Zentrum, ohne dass das umliegende Ausland ganz ausgeblendet wird. Besonderes Augenmerk wird zum einen auf Qualität und analytische Tiefe der Beiträge, zum anderen auf den intensiven Austausch zwischen den Sprachen und ihren Kulturen gelegt.

kultur-online reanimiert die alte Idee einer Kulturagentur mit neuen Mitteln und hilft den Kulturkonsumenten, sich einen Überblick über das kulturelle Leben zu verschaffen.

Die Applikation ist für Smartphones oder Tablets optimiert. Sie läuft auf einer Community-Plattform, auf der Non-profit-Projekte miteinander Inhalte tauschen und so Synergieeffekte erzielen können. kultur-online verbindet so einen auf Texte fokussierten Journalismus mit einem lebendigen, modernen Webjournalismus, der nicht hauptsächlich die Mehrung von Klicks zum Ziel hat.

Das klassische Format der Kulturkritik wird durch soziale Medien, experimentelle Formate, Video, Podcast und Live-Veranstaltungen erweitert, die in einem eigens geschaffenen «Labor» entwickelt und erprobt werden. In

diesem Bereich soll speziell auch Forschung betrieben werden mit dem Ziel, die Kulturkritik medial weiter zu entwickeln.

Kulturbegriff

Kultur ist ein Plural, der auf gemeinsamen Werten und Aufgaben beruht. Im weiten Sinn charakterisiert Kultur unsere Gesellschaft und hält sie zusammen, im engeren Sinn übernimmt sie die Funktion einer kritischen Instanz. Letzteres bedingt, dass Kultur auch sich selbst reflektiert. Das ist die Aufgabe der Kulturkritik.

kultur-online bewahrt das Kapital, das sich die Kulturkritik in der Vergangenheit aufgebaut hat. kultur-online entwickelt die Mittel, die die Kulturkritik erneuern und für die Zukunft vorbereiten.

Eine kritische Kulturberichterstattung ist die Antwort auf die künstlerische Produktion. Kultur und Kunst ernst zu nehmen bedeutet, sich ihnen sowohl konstruktiv als auch kritisch zu nähern. Eine offene, lebendige Kulturkritik ist eine gesellschaftliche Aufgabe, die kultur-online leisten will. Dabei wird ein offener Kulturbegriff verfolgt, der sich nicht auf die klassischen Kunstsparten konzentriert, sondern populärkulturelle Manifestationen wie Rock und Pop, Graphic Novel oder Computer-Games mit einschliesst. Vor allem will kultur-online auch über Produktionen und Ereignisse berichten, die im Mainstream des Kulturjournalismus selten erwähnt werden. Wesentlich ist die Perspektive, die aus kultureller Optik auf gesellschaftliche und politische Ereignisse und Gegebenheiten gerichtet wird. Dieser Offenheit entspricht auch eine breite Palette an Formen und Formaten. Lange Texte sollen ebenso möglich sein wie Audio- und Videobeiträge mit ihren eigenen medialen Bedingungen.

Freier Zugang

Die wichtige Rolle der Kultur als Bestandteil des öffentlichen, demokratischen Lebens sowie ihre prekäre Position in ökonomischer Hinsicht legen den Grundsatzentscheid nahe, dass die Kulturberichterstattung frei zugänglich sein soll. Das bedeutet, dass kultur-online im Basisdienst auf Abonnement und Registrierung verzichtet. Ein Premium-Zugang mit dem Recht, das Archiv zu nutzen, ist dagegen zahlungspflichtig. Spezielle Angebote sowie ein Gönnerverein tragen mit zur Finanzierung.

kultur-online ist eine Dienstleistung, die sich an alle richtet, die an Kultur interessiert sind und Orientierung in der Vielfalt des kulturellen Angebots suchen. Sie spricht aber auch Produzent*innen und kulturelle Institutionen an, die immer weniger kritisches Feedback für ihre Arbeit erhalten. Um das öffentliche Gespräch über Kultur zu fördern, gehört zu kultur-online auch eine Kommentarfunktion, die es den Usern erlaubt, sich an einer moderierten Diskussion zu beteiligen.

kultur-online will unabhängig und kritisch bleiben, weshalb im Grundsatz auf Werbung verzichtet wird. Werbung kann allenfalls zugelassen werden, wenn es sich um Werbung für kulturelle Produktionen handelt. Ein Statut wird die Bedingungen klären und transparent machen.

Besondere Aufmerksamkeit gilt auch Fragen des Urheberrechts, dessen Einhaltung oberste Priorität besitzt.

Pflege der Mehrsprachigkeit

Die Schweiz ist ein mehrsprachiges Land mit den vier Landessprachen Deutsch, Französisch, Italienisch und Rätoromanisch. Eine Schweizer Kultur, die auf gemeinsamen Werten und Aufgaben beruht, kann nur mehrsprachig sein. Dem entsprechend achtet kultur-online speziell auf die gegenseitige Verständigung und auf den Austausch zwischen den vier Sprachen und ihren Kulturen. Versierte Kulturjournalist*innen berichten über kulturelle Produktionen und Veranstaltungen in allen Landesteilen, Übersetzer*innen übersetzen Beiträge und schlagen Brücken zwischen

den Sprachen. Die jeweiligen Befindlichkeiten und Besonderheiten werden dabei mitbedacht.

kultur-online pflegt mit besonderer Sorgfalt die Mehrsprachigkeit und die kulturelle Teilhabe über die Sprachgrenzen hinweg.

Es ist elementar wichtig, dass kultur-online in allen Kulturen präsent und akzeptiert ist. Das muss sich auf der Ebene der Redaktion wie der Partner zeigen – und natürlich in den Beiträgen selbst. Deshalb müssen Vertreter*innen aus den vier Sprachkulturen bereits in der Projektierungsphase intensiv miteinander zusammenarbeiten.

Bewahren und erneuern

Die Kulturkritik, wie wir sie heute verstehen, basiert auf einem Verständnis, das aus dem 20. Jahrhundert und einem vor-digitalen Text- und Bildverständnis stammt. Damit eine junge Generation neuen Zugang zu ihr findet, muss sie weiterentwickelt werden. Mentorat und Ausbildung sind wichtige Instrumente dafür. Doch es wäre vermessen zu glauben, die Kulturkritik selbst würde sich nicht zwingend verändern und mit der (digitalen) Zeit gehen müssen. Gerade unter den aktuellen Zeichen der Krise wird deutlich, dass sie sich neu ausrichten und dafür den jüngeren Generationen entgegenkommen muss. Dabei muss nicht nur über die Formate, sondern auch über die Inhalte laufend nachgedacht werden. Deshalb richtet das Projekt kultur-online eine Projektschiene, ein «Labor» ein, das als Reflexionsraum ebenso wie als Spiel- und Experimentierfeld dient und für kleine Gruppen offen ist. Die Impulse und Erkenntnisse aus dem Labor sollen die redaktionelle Arbeit befruchten und mittelfristig ein kulturelles Netzwerk etablieren helfen, das junge Initiativen und Blogs sichtbar macht und kultur-online eine Langzeitperspektive eröffnet. Im Rahmen dieses Labors können auch Wege erprobt werden, wie mit

den sozialen Medien kreativ umgegangen wird, ohne sich von diesen abhängig zu machen.

Chancen und Risiken

Chancen

- **Fokus CH.** Der Zeitpunkt für eine Initiative wie kultur-online ist zurzeit günstig. Die Medien stehen national unter Druck, die globalen Medien interessieren sich kaum für schweizerische Belange. Viele kleine Initiativen sind an einer verbesserten Sichtbarkeit ihrer Leistungen interessiert.
- **Mehrsprachigkeit.** Die Mehrsprachigkeit bietet die Möglichkeit, dass sich die schweizerischen Kulturen über die Sprachgrenzen hinweg miteinander verständigen und ihre spezifischen Qualitäten sichtbar werden.
- **Kulturkritik als Wert.** Die kompetent ausgewählte Sammlung und Bündelung der kulturkritischen Produktion eröffnet die Chance, dass sich ein Brand «kultur-online» etabliert, der für kulturkritische Qualität garantiert.
- **Breites Kulturverständnis.** Der erweiterte Kulturbegriff verbindet Sparten miteinander, die oft kaum gemeinsame Berührungspunkte haben. Indem kultur-online den Zugang zu Rand- und Nischenphänomenen erleichtert, wird die kulturelle Diversität gefördert.
- **Reflexions- und Experimentierraum.** Mit dem «Labor» erhält der Kulturjournalismus zudem neue Vitalität und Vielfalt eingehaucht.
- **Orientierung.** Das immense Angebot an kulturellen Manifestationen ruft geradezu nach einem «Tool», das den Kulturkonsument*innen hilft, sich zu orientieren, und den Produzenten, sichtbar zu bleiben.
- **Bedeutung der Kultur.** Kultur wird wieder als elementarer Faktor im gesellschaftlichen Leben erkenn- und erlebbar.

- **Ausbildung.** kultur-online leistet einen Beitrag zur Nachwuchsförderung im Kulturjournalismus.
- **Kulturelles Gedächtnis.** Das Archiv von kultur-online ist auch ein kulturelles Gedächtnis.

Risiken / Herausforderungen

- **Verständigung.** Die Verständigung zwischen den Sprachen wie auch zwischen den Landesteilen scheitert. Die kulturellen Unterschiede lassen sich aller Anstrengungen zum Trotz nicht überbrücken.
- **Output.** Das Projekt ist zu klein konzipiert, um die (allzu) grossen Ansprüche zu erfüllen; kultur-online ist nicht fähig, die notwendige Menge an Beiträgen zu produzieren, die den Kulturkanal für die Konsumenten interessant machen.
- **Konkurrenz.** kultur-online vermag sich nicht gegen die Konkurrenz von Google, Facebook oder zurzeit noch unbekanntem Tools durchzusetzen, weil diese offenbar die online-Gewohnheiten besser abbilden.
- **Finanzierung.** Projekt und / oder Betrieb von kultur-online können nicht ausreichend finanziert werden, sei es durch Kulturförderung oder durch selbst erwirtschaftete Einkünfte.
- **Knowhow.** Die Besetzung der zentralen Redaktionsstellen gelingt nicht optimal, womit das Projekt an Schwung und Struktur, der Betrieb an Effizienz und Qualität verliert.
- **Promotion.** Die Promotionskampagne ist nicht breit genug abgestützt, sie verfügt über zu wenig Mittel oder verspricht zu wenig Originalität, so dass es nicht gelingt, kultur-online als interessante Applikation für breite Kreise zu bewerben.
- **Globish.** Die Gefahr besteht, dass sich bei der journalistischen Zusammenarbeit im Schweizer Kulturaustausch ein internationales Englisch zu Lasten der mehrsprachigen Verständigung durchsetzt.

– **Kulturelismus**. Die Ausweitung des Kulturbegriffs oder mangelhafte interne Qualitätssicherung führen zu einem qualitativen Verlust, wonach die gesetzten Massstäbe nicht mehr erfüllt werden. Oder, mit anderen Vorzeichen: kultur-online neigt zu einem Kulturelismus und verliert so die breite gesellschaftliche wie kulturelle Abstützung.

Szenarien

Szenario «mit»

kultur-online bietet die einzigartige Chance, der Krise bei der Kulturberichterstattung mit einem neuen schlagkräftigen Instrument zu trotzen. Wer immer ein Smartphone, einen Tablet- oder einen Desk-Computer benutzt, kann sich hiermit einen guten Überblick über das reiche kulturelle Geschehen in der Schweiz verschaffen und sein Wissen darüber vertiefen. Davon profitieren auch die Produzenten und die Veranstaltungsorte, die auf diese Weise wieder vermehrt sichtbar werden und ein kritisches Feedback über ihre Arbeit erhalten. Breite Akzeptanz vorausgesetzt, erfüllt die Kulturkritik damit auch eine zentrale gesellschaftliche Funktion.

Szenario «ohne»

Ohne kultur-online muss es der Markt richten. Es besteht die Gefahr, dass die Mediengiganten wie Google, Facebook, Amazon auch die «Kritik» bei sich selbst integrieren, allerdings mit der Absicht, sie für algorithmisch gesteuerte Werbung und Verkaufsförderung zu nutzen – zu Lasten einer unabhängigen Kritik, die frei ist von ökonomischen Interessen. Wenn sich niemand mehr um die Unabhängigkeit der Kritik kümmert, droht diese in den unsichtbaren, gesellschaftlich kaum relevanten Nischen von Einzelkritikern zu verschwinden, die für ihre Freunde schreiben.

Projekt-Aufbau

kultur-online wird zunächst als Pilotprojekt über einen Zeitraum von drei Jahren konzipiert und aufgebaut. Dies geschieht getrennt in drei parallel entwickelten Teilprojekten.

- Teilprojekt A: Kernelement ist die Kulturberichterstattung auf kultur-online, mit einer zentralen **Redaktion**, die regelmässig Kritiken und Hintergründe bereitstellt.
- Teilprojekt B: Gleichzeitig wird eine **Trägerschaft** aufgebaut, die den künftigen Betrieb von kultur-online gewährleisten kann.
- Teilprojekt C: Parallel entsteht als dritter Teil das «**Labor**», in dem explizit «junge» Formate erprobt und Initiativen gefördert werden.

Die drei Teilprojekte werden von einem Lenkungsausschuss geleitet, der vom Verein «ch-intercultur» ins Leben gerufen wird. In dem Lenkungsausschuss sind externe Spezialist*innen sowie wichtige Partner*innen vertreten. Diesem Gremium obliegt es, das Projekt kultur-online voranzutreiben und zu überwachen. Es ernennt die Teilprojektleiter, wählt die Mitglieder der Redaktion aus und sorgt für eine klare Projektstruktur und gute Arbeitsverhältnisse.

Am Ende dieses Prozesses, voraussichtlich 2024, werden die drei Projektteile organisch zu einem umfassenden Forum für Kultur und Kulturkritik zusammengefügt, das alle Schichten von der kulturkonservativen Opernwelt bis zur innovativen Jugendkultur miteinander verbindet.

Redaktion

kultur-online wird von einer zentralen Redaktion geführt, die für einen kontinuierlichen Fluss von Kulturbeiträgen sorgt. Diese Redaktion umfasst am Ende der Projektphase 200 Stellenprozent, verteilt auf 2–4 Redakteure und Redakteurinnen, die über ausreichend redaktionelle Erfahrung verfügen und sprachlich die drei grossen Landessprachen

abdecken. Die Redaktion hat je einen Sitz in der Deutschschweiz und in der Romandie. Das Redaktionsteam wird verstärkt durch Praktikant*innen in Ausbildung sowie durch ein Netzwerk von freien Mitarbeiter*innen, die auch die Funktion von «Antennen» übernehmen können. Zu diesem Netzwerk gehören ebenfalls ausgebildete Übersetzer*innen. Die Redaktion ist verantwortlich für Programm und Planung von kultur-online. Sie baut einen Stamm von freien Mitarbeiter*innen auf, erledigt redaktionelle und organisatorische Arbeiten und steht in regelmässigem Kontakt mit den Kooperationspartnern, mit denen Beiträge geteilt werden. Eine etablierte Feedbackkultur gehört mit zum Redaktionssystem. Ergänzt wird das Team von kultur-online durch Personen, die für Grafik und Websupport sowie für Promotion und soziale Kommunikation, überwiegend in Teilpensen, verantwortlich sind. Es ist von Beginn an mit rund 500 Stellenprozenten zu rechnen, hinzu kommen Mittel für Beiträge und Übersetzungen von freien Mitarbeiter*innen.

Trägerschaft

Mit Blick auf den Betrieb von kultur-online wird im Lauf der Projektphase ein Trägerverein konstituiert, dem die Aufsicht über den operativen Betrieb von kultur-online, dessen finanzielle Sicherung sowie der Schutz der redaktionellen Unabhängigkeit obliegt. Der Trägerverein ist aus Personen zusammengesetzt, die Kooperationspartner, Geldgeber und Künstlerverbände vertreten. Das Projekt kultur-online ist vom Verein «ch-intercultur» initiiert. Der Trägerverein kann gegebenenfalls auf diesem Verein und seinen Erfahrungen aufbauen.

Das Labor

Ein Entwicklungslabor, das Ausbildung und Forschung betreibt und für die Kulturberichterstattung Wege in die Zukunft weist, könnte in Kooperation mit der Zürcher Hochschule der Künste ZHdK (Bereich Kulturpublizistik)

sowie der Académie du journalisme et des médias AJM in Neuchâtel entwickelt werden. Die beiden Institutionen zeichnen sich durch ihre Offenheit und Kreativität in der kulturpublizistischen Ausbildung aus. Ziel des Labors wird sein, im Verbund mit den anderen beiden Projektteilen ab 2024 ein offenes kulturelles Netzwerk zu bilden, in dem junge Initiativen, Blogs oder Plattformen sichtbar werden und sich am kulturellen und kulturkritischen Austausch mit beteiligen.

Meilensteine

Januar 2021 – Oktober 2021 Phase der Sensibilisierung für das Projekt.

Oktober 2021 Start des Pilotprojekts kultur-online: Aufbau von Strukturen und Technik.

Frühjahr 2022 Start mit einer Redaktion – zweijährige Probephase.

2024 Start der ordentlichen Betriebsphase von kultur-online.

Finanzierung

Kultur ist ein geschütztes Gut, das bei wirtschaftlichen Engpässen gerne als erstes geopfert wird. Um dieser Abhängigkeit entgegenzuwirken, zielt kultur-online auf eine Betriebsfinanzierung durch öffentliche, halb-öffentliche und private Quellen, für die Kultur ein wichtiger Bestandteil der öffentlichen, demokratischen Lebens ist und entsprechend finanziell unterstützt werden muss. Diese Finanzierung muss über Jahre abgesichert sein, denn lediglich eine sichere finanzielle Grundlage ermöglicht dem Projekt die Chance auf ein nachhaltiges Wirken. Aufgestockt wird das Betriebsbudget durch Erträge aus Mitgliedsbeiträgen, Gönnerschaften und Betriebseinnahmen von kultur-online. Die dreijährige Projektphase wird über öffentliche und private Projektbeiträge finanziert.

Was macht kultur-online zu einer gewinnbringenden Investition für Geldgeber?

Ein finanzielles Engagement ist im Kontext einer nachhaltigen Kulturförderung zu sehen, die nicht nur an die Künste und die Kunstschaffenden denkt, sondern auch daran, dass diese ein kritisches Publikum benötigen. kultur-online rechtfertigt gewissermassen die Kulturförderung, indem sie die Resultate und Effekte ihres Wirkens in Blick nimmt und würdigt.

kultur-online ist ein sehr ambitioniertes Projekt, eine grosse Herausforderung mit Chancen und Risiken. Die gegenwärtige Situation der Kulturberichterstattung in den Medien ruft jedoch nach einer solchen mutigen Initiative, die dem Diskurs über Kunst und Kultur neues Leben einhaucht und eine Zukunft gibt.



Januar 2021 / Beat Mazenauer

Das Projekt kultur-online ist vom Verein «ch-intercultur» in Auftrag gegeben – dem ehemaligen Schweizer Feuilletondienst SFD. Während Jahrzehnten bediente dieser als Feuilletonagentur die Zeitungen der deutschsprachigen Schweiz mit Kritiken und Hintergrundberichten zum kulturellen Leben der Schweiz.

Dank

ch-intercultur dankt herzlich den Kantonen Aargau, Bern, Graubünden, Nidwalden, Uri, Schaffhausen, Schwyz, Zug, Zürich sowie der Christoph Merian Stiftung, Basel. Ihre finanziellen Beiträge ermöglichten die Erarbeitung dieses Modells.