



2020

JAHRESBERICHT

der

Geschäfts- & Redaktionsleitung

2020

JAHRESBERICHT

der Geschäfts- &
Redaktionsleitung

Motiviert, mit konkreten Plänen und vielen Ideen sind wir ins 11. Betriebsjahr gestartet. Bereits zu Beginn des Jahres zeichnete sich mit der sich auch auf Europa ausbreitenden Covid-Pandemie ab, dass dies ein ungewöhnliches Jahr werden würde.

Es begann mit den ersten Absagen von Veranstaltungen im Februar, verschärfte sich mit dem Lockdown ab Mitte März und nahm kein Ende bis zum Jahresschluss. Die Covid-Pandemie hat unser aller Leben arg durchgeschüttelt und dominiert - die Kulturbranche insbesondere. Einerseits durch ein faktisches Arbeitsverbot, bedingt durch das Verbandsverbot, andererseits durch die besondere Struktur und die „Anstellungsverhältnisse“ vieler

Kulturakteure, die sich bis heute ernsthaft um ihre Existenz sorgen müssen.

So mussten wir am Ende des ersten Quartals unsere Pläne über Bord werfen und uns auf die neue, sich stetig ändernde Situation einlassen. Das Pandemiejahr 2020 hat neue IT-Probleme zu Tage gefördert, unsere Flexibilität und Innovation gefordert und trotz allem auch manch schöne Begegnung und neuen Kontakt ermöglicht.

Das Wichtigste für unsere Arbeit und Motivation ist jedoch, dass die Kulturberichterstattung auch in Krisenzeiten von grossem Interesse ist. Das Magazin verzeichnete im 2020 die **höchsten Zugriffszahlen** seit seinem Bestehen.

SITUATION

Dank der Finanzierung über die Leistungsvereinbarung mit dem Kanton Thurgau mussten wir uns nicht direkt um die Existenz unseres Kulturportals und unserer Anstellungen Sorgen machen. Trotzdem litten wir mit den betroffenen Kulturakteuren mit.

REAKTION

Im März haben wir das Budget angepasst und die Eigenfinanzierung nach unten korrigiert. Es war absehbar, dass wir die gesetzten Ziele im Bereich der Insertion und der Kulturpartnerschaften nicht erreichen können.

Ebenso war klar, dass wir unsere Schwerpunkte anders legen müssen. Wir haben es als unsere Pflicht gesehen, so viel wie möglich dazu beizutragen, dass die Kultur und deren Akteure präsent bleiben. Im technischen Entwicklungsbereich haben wir die Planung unseres Hauptthemas „Cockpit-Relaunch“ auf die zweite Jahreshälfte vertagt und dringende technische Anpassungen vorgenommen und die Agenda laufend angepasst.

Eigene Inhalte

Schnell wurde uns klar, dass wir auch im Magazin auf die Corona-Krise reagieren müssen. Dies vor allem, um ein Zeichen der Solidarität an die Kulturschaffenden zu senden, aber auch aufgrund der Erkenntnis, dass wir eigene Inhalte kreieren müssen, wenn keine Veranstaltungen mehr stattfinden.

Die Grundidee und -intention aller danach lancierten Projekte ist ganz einfach: **Wir wollten den Künstler*innen die Bühne zurückgeben, die Corona ihnen genommen hatte.** Es ging also um die Schaffung von Aufmerksamkeit und das Sichtbar-Halten von Kultur in komplizierten Zeiten.

Kulturlieferdienst

Wenn man so will, hat thurgaukultur.ch in der Corona-Krise einen digitalen Kulturlieferdienst gestartet. Dazu zählten neue digitale und interaktive Vermittlungsformate, Streamings von Konzerten, Lesungen, Aufführungen sowie anderen Darbietungen und eine Bündelung vieler Streaming-Angebote aus dem deutschsprachigen Raum.

«Wir Kulturschaffenden sind die Landwirte der Seelen der Menschen. Unsere Aufgabe ist es, die Seelenlandschaft zu pflegen. Natürlich sind wir systemrelevant.»

Giuseppe Spina, Regisseur und Schauspieler



#deinebühne

Das Projekt #deinebühne ist als Solidaritätsaktion spontan aus der ersten Not heraus entstanden. Es sollte Künstler*innen, deren Vorstellungen coronabedingt abgesagt wurden, eine digitale Bühne bieten. Vom reinen Streamingangebot hat sich das Format inzwischen zu einem interaktiven, interdisziplinären Vermittlungsformat entwickelt. Wir wollen das Projekt #deinebühne in den kommenden Monaten kontinuierlich professionalisieren und ausbauen.





#dasliterarishesolo

Das Projekt [#dasliterarishesolo](#) hat sich speziell an Autor*innen gewandt, aber auch an ein literaturaffines Publikum.

Autor*innen, aber auch bekannte Menschen aus der Region, haben hier als Podcast oder im Video ihr Lieblingsbuch vorgestellt, daraus gelesen und erklärt, was sie an dem Werk so besonders schätzen. Für Autor*innen war die Aktion eine gute Gelegenheit, auf ihre in der Corona-Zeit erschienen Bücher hinzuweisen.



DAS LITERARISCHE SOLO

#QUARANTÄNELESUNGEN

Dazu kam der Gedanke, dass es in schwierigen Zeiten tröstlich sein kann, sich gegenseitig Geschichten vorzulesen. Deshalb trug das Projekt [#dasliterarishesolo](#) von Anfang an die Community-Idee in sich. Neben den von der Redaktion ausgewählten Vorleser*innen konnten sich auch thurgaukultur-User*innen beteiligen und ihre Lieblingsbücher vorstellen. Auf diese Weise entstand ein ganz neues Vorlese-Archiv mit inzwischen 32 Lesungen. Die Resonanz darauf ist sehr gut. Bislang hatten die Videos und Podcasts mehr als 15'000 Aufrufe.

Das Projekt [#dasliterarishesolo](#) soll über die Corona-Zeit hinaus fortentwickelt werden und künftig als Podcast-Serie mit einer Mischung aus Lesungen und Gesprächen etabliert werden. Gute Geschichten kann man schliesslich immer gebrauchen.



#KulturStreams

Mit dem dritten Projekt [#KulturStreams](#) wollen wir über unseren eigenen Tellerrand schauen. Neben den von uns lancierten eigenen Projekten war es uns wichtig, nicht den Blick für das weitere Geschehen zu verlieren. Dafür haben wir unsere Veranstaltungs-Agenda für den gesamten deutschsprachigen Raum geöffnet. Dort können die Veranstalter alle Online- und Streaming-Angebote veröffentlichen.



LIVE-STREAMS

aus dem Thurgau & dem Rest der Welt



Bis Ende Jahr haben wir weit über 100 Kulturstreams publiziert. Diese können nach Sparten, Altersklassen und Interessen gefiltert werden. Mit den KulturStreams konnten wir unseren wöchentlichen Newsletter auch während dem Lockdown und den darauf folgenden aussergewöhnlichen Monaten stets mit interessanten Agenda-Inhalten bespielen und damit zu einer grösseren Verbreitung und Bekanntheit dieser digitalen Angebote beitragen.

Intention: Kulturvermittlung!

Bei allen Neuerungen geht es um Kulturvermittlung. Wir wollen Vernetzung auf verschiedenen Ebenen erleichtern, die Gesellschaft zusammenführen, leichten Zugang zu Kultur ermöglichen, Schwellenängste senken, ein neues Publikum für Künstler*innen schaffen und eine Übersicht in der neuen Unübersichtlichkeit der vielen digitalen Angebote kreieren.

REKORDZAHLEN

Bis zum 31. Dezember 2020 zählten wir 190'573 Seitenaufrufe auf die Texte aus dem Magazin. Einen besseren Wert hatten wir nie seit Bestehen des Portals.

Vergleicht man die Zahlen aus den Jahren 2014 und 2020 wird die Nachricht für uns noch besser: Wir konnten die Zahl der Seitenaufrufe in diesen sechs Jahren fast verdreifachen:

Von 67'000 auf mehr als 190'000.

Hintergrundberichterstattung statt News

Das Ergebnis macht klar, dass es explizit die journalistischen, selbst verfassten und selbst recherchierten Beiträge unserer Seite sind, die grosse Wertschätzung und Nachfrage erfahren.

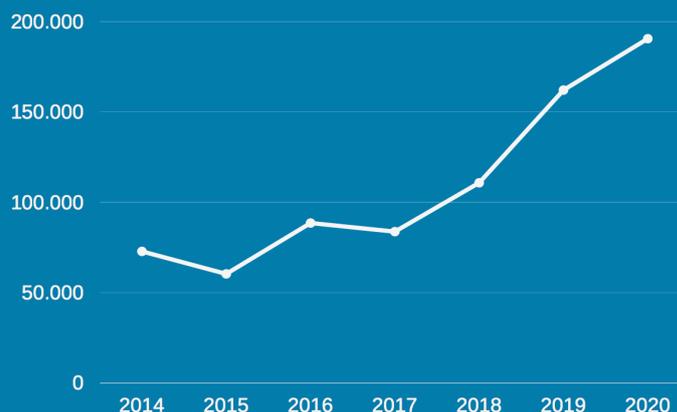
Einmal mehr zeigt sich wie wichtig guter Journalismus insbesondere in schlechten Zeiten ist. Darauf deutet jedenfalls die weitere Zunahme der Seitenaufrufe von 2019 zu 2020 hin. Allein im Vergleich der beiden Jahre verzeichneten wir ein Plus von mehr als 28'000 Aufrufen.

Die Zahlen sind auch ein Beleg dafür, dass wir mit unserem Konzept, auf Hintergrundberichterstattung zu setzen, statt auf schnelle und kurzlebige News offenbar richtig liegen.

Betrachtet man die Seitenaufrufzahlen für das gesamte Portal, also auch für die Agenda und den Kulturplatz, dann war 2020 das zweitbeste Jahr der Geschichte von thurgaukultur.ch. Auf allen Ebenen wurde unsere Seite in diesem Jahr mehr als 332'709-mal aufgerufen.

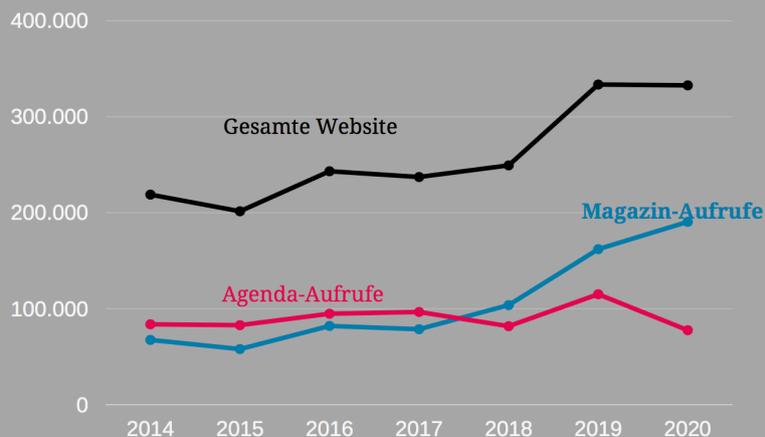
Im Vergleichszeitraum waren es 2019 mit 333'560 noch etwas mehr.

Zugriffe im Magazin von 2014-2020



Quelle: Google Analytics, Zeitraum jeweils 1. Januar bis 31. Dezember

Seitenaufrufe seit 2014



Quelle: Google Analytics, Zeitraum jeweils 1. Januar bis 31. Dezember



SOCIAL MEDIA

Um unsere Inhalte an die entsprechenden Zielgruppen zu bringen, nutzen wir auch die Socialmedia Kanäle Facebook, Twitter und neu Instagram.

Im Pandemiejahr 2020 haben wir unsere Kanäle deutlich intensiver bewirtschaftet, als im Jahr zuvor.

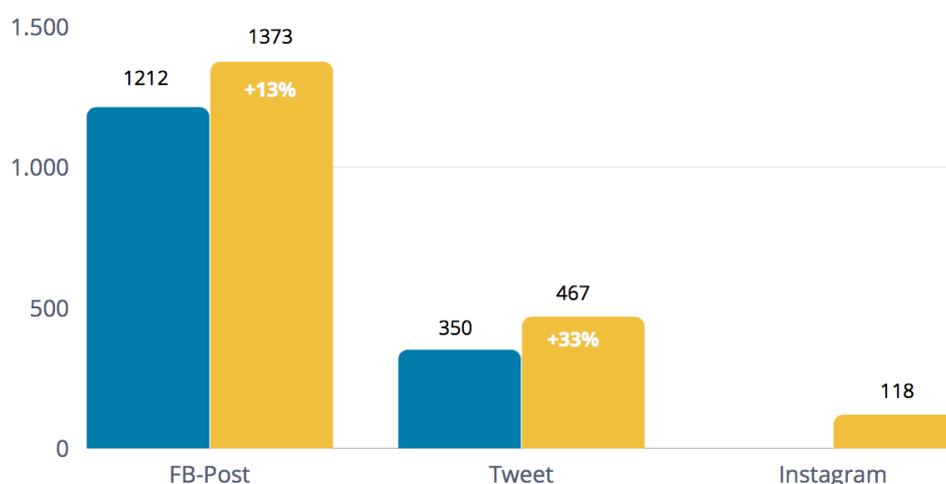
Wir haben 13% mehr Posts auf Facebook und 33% mehr Tweets auf Twitter erstellt.

Daraus resultiert eine Zunahme unserer Webseiten-Zugriffe via Socialmedia-Links um 2% von 22 auf 24%.

Das erscheint auf den ersten Blick wenig. Es handelt sich dabei jedoch um vorwiegend organisch generierte Zugriffe und nicht über bezahlte Anzeigen. Unsere Anzeigen-Aktivitäten haben wir im Vergleich zum Vorjahr stark reduziert. Darum sind die Zahlen nur mit Vorbehalt vergleichbar.

Beiträge pro Content-Typ

Im Vergleich 2019 (blau) zu 2020 (gelb)



Quelle: Statistik aus Scompler

Auf Facebook haben wir im Laufe des Jahres die 3'000-Marke bei den Abonnenten geknackt. Auf Twitter folgen verzeichnen wir über 1'300 Follower.

Im Anhang II befindet sich der Jahresbericht von Fanpage-Karma über unser 2020 auf Facebook - mit teilweise beeindruckenden Zahlen.



MEISTGELESEN

Das sind die im Jahr 2020 meist gelesenen Texte:



Platz 1: Im Namen der Liebe

Simon Engeli über den Esoterik-Star Christina von Dreien und die gefährliche Nähe der Szene zu Verschwörungstheorien.

(6047 Seitenaufrufe)

Platz 2: Gut gibt's Hazel Brugger

Samantha Zaugg über den Auftritt von Hazel Brugger in Weinfelden.

(3248 Seitenaufrufe)

Platz 3: Weshalb das Virus den Thurgau am wenigsten trifft

Markus Schär über den Kontext von Geografie, Kultur und Epidemiologie.

(2817 Seitenaufrufe)

Platz 4: Corona-Virus

Was Veranstalter jetzt wissen müssen: Michael Lünstroth fasst Ende Februar die damals wichtigsten neuen Regelungen im Kampf gegen das Virus zusammen.

(2123 Seitenaufrufe)

Platz 5: Die 6 schönsten Open-Air-Kinos

Michael Lünstroth zeigt eine Übersicht zum Open-Air-Kino-Programm in und um den Thurgau.

(1431 Seitenaufrufe)

AGENDA

Die durch den Bund verordneten Massnahmen auf Grund der Corona-Pandemie führten im 2020 wiederholt zu umfangreichen Anpassungen in unserer Agenda und haben uns zudem mit einer komplett neuen Thematik konfrontiert.

Unser System, die Abläufe und Anbindungen zu Schnittstellen waren auf die sich stetig ändernden Bedingungen nicht vorbereitet. Für Situationen in denen eine Vielzahl von Veranstaltungen schnell und plattformübergreifend angepasst oder abgesagt werden müssen, ist unser System nicht ausgelegt.



Erheblicher Mehraufwand im 2020

Es fehlt die Möglichkeit für eine strukturierte Vorgehensweise, die plattformübergreifend funktioniert. Diese Mängel am bestehenden Konstrukt haben uns sehr viel Mehraufwand gekostet, zeitlich wie auch finanziell.

Diese Ressourcen fehlten uns an anderen Orten, konkret im Bereich Marketing/Kommunikation und für den Cockpit-Relaunch.

Die Erstellung einer Statistik über die regulären Veranstaltungseinträge ist für das Jahr 2020 durch die gegebenen Umstände schlicht nicht möglich.



Kooperationsstrategie

Die Coronakrise hat deutlich vor Augen geführt, dass es ein beachtliches Verbesserungspotential in Bezug auf das Zusammenspiel zu unseren Schnittstellen-Anbindungen gibt. Um diese Herausforderung zu meistern, sind wir auf eine Zusammenarbeit mit Partnern angewiesen.

Bereits im 4. Quartal wurden erste Gespräche mit dem Ostschweizer Kulturmagazin Saiten geführt. Beide Seiten sind überzeugt, dass wir unseren Kulturvermittlungsauftrag im regulären Betrieb wie auch in aussergewöhnlichen Situationen nur kooperativ lösen können.

Ziel: Transformationsprojekt

Unser Ziel ist, im 2021 ein Kooperations-Szenario auszuarbeiten und dieses im Rahmen eines Transformationsprojekts gemeinsam einzugeben. Dies soll zudem so geschehen, dass weitere Partner in das Projekt miteinbezogen werden können.



KULTURPLATZ

Auf Grund der anhaltend prekären Situation der Kulturakteure haben wir im letzten Quartal des Jahres spontan unser Angebot auf dem Kulturplatz ausgeweitet.

Neu können Kreativschaffende auf unserem Kulturplatz Kunsthandwerk- und künstlerische Dienstleistungen anbieten.

Nicht ein Shop im eigentlichen Sinne, sondern die Möglichkeit, Produkte und Dienstleistungen auf unserem Kulturportal zu zeigen.

Die im November versendete Einladung an Kreative, ihre Angebote auf dem Kulturplatz zu publizieren, ist auf sehr grosse Resonanz gestossen. Innerhalb weniger Tage wurden fast 40 Angebote eingereicht. Die Angebote habe wir während des ganzen Dezembers intensiv unter dem Label

#Geschenktipp. „Schenke aussergewöhnlich. Unterstütze lokal.“

auf unseren Kanälen beworben. Damit haben wir einigen Kreativschaffenden zu mehr Bekanntheit und teilweise guten Verkäufen verhelfen können.

Andere haben nicht mehr verkauft, waren jedoch dankbar für die Aufmerksamkeit und die neue Möglichkeit. Aufgrund des Erfolges des Projektes haben wir uns entschlossen, die Möglichkeit zur Publikation solcher Angebote auch künftig zu bieten.

Die Geschenk-Tipp-Aktion war aufwändig in der Durchführung auf der Webseite und auf Socialmedia. Doch der Aufwand hat sich für uns und die Kulturakteur*innen gelohnt.

Einerseits haben wir neue Kontakte (Kulturakteure und Leser*innen) und Follower geknüpft, andererseits haben wir viel Sympathie gewonnen und konnten den lokalen Kreativen dabei etwas Gutes tun.

«Ja, eure Aktion war super!
Hatte immerhin 8 Kunden,
die mich sonst nicht kannten!
Herzlichen Dank dafür!»

Natalya Kaya-Zwissler, am 26.12.2020 per Mail

«Grosses Kompliment für Ihre Aktion Kultur vs. Corona, das zeigt Empathie und macht Mut.
Diese Solidarität ist unheimlich wichtig – nicht nur für die Kunstschaffenden auch für Klein- und Einzelunternehmer.
(...)
Ihr Engagement hat mich soeben sehr berührt.»

Antoinette Airoldi am 16.3.2020, per Mail

MARKETING & KOMMUNIKATION

Für 2020 hatten wir uns folgende Ziele gesetzt: **mehr Newsletter-Abonnenten und höhere Bekanntheit. Wir wollten neue Akzente setzen, unser CD vereinheitlichen, um auch auf den Social-Media-Kanälen einen stringenten Auftritt umzusetzen. Doch wie realisieren, wenn das Budget so knapp ist?**

Neues Key-Visual

Aus der Situation heraus entstand im Herbst zufällig die Möglichkeit eines Projekts mit Lernenden der Grafikfachklasse an der Schule für Gestaltung in St.Gallen.

Der Auftrag war die Erarbeitung eines Key-Visuals für den Newsletter. Das Konzept soll dann auch auf Social-Media umgesetzt werden können. Die 4. Jahr Lernenden der Fachklasse haben sich nach einem detaillierten Briefing im Dezember in Zweierteams an die Arbeit gemacht. Die Resultate werden im Januar 2021 präsentiert.

Aus dieser Erkenntnis heraus hat Ramona Früh (Kulturmanagerin) Anfang 2020 in unserem Auftrag ein Instagram-Konzept erarbeitet.

Ab Mai konnte sie Teile davon auf Mandatsbasis umsetzen. Die dafür eingesetzten knapp 1,5h pro Woche sind eher tief angesetzt. Dennoch sind mir mit dem Resultat der ersten Monate zufrieden. Am Ende des Jahres verzeichneten wir knapp 870 Abonnenten und über 100 Beiträge. Die Geschenktipp-Aktion hat noch einen zusätzlichen Zuwachs an Abonnenten und Reaktionen bewirkt.

Leider zeichnete sich bereits Ende des Jahres ab, dass wir für das 2021 das Mandat vorerst nicht weiterführen können. Zu unsicher ist die aktuelle finanzielle Lage. Der Kanal wird vorerst durch die Redaktion mit Beiträgen bespielt. Die Produktion von spezifischen Instagram-Inhalte können wir intensivieren, wenn dafür wieder Budget vorhanden ist.

Deine «Tipps der Woche» #50
vom 7. bis 13. Dezember 2020

thurgaukultur.ch

09. Dezember 2020



Instagram

Aktuelle Analysen zeigen, dass wird das jüngere Publikum (< 25) auf unseren Kanälen (Newsletter, Face-book, Twitter) nicht erreichen können.



VERNETZUNG & KOOPERATIONEN

Im Folgenden Themen und Projekte, die uns während des Jahres beschäftigt haben - in Kurzform .



Thurgau Bodensee Tourismus

In den Jahren 2019/2020 hat Thurgau Tourismus die Kultur als Fokusprojekt für ihre Keypartner ins Zentrum gestellt. Im Rahmen dieser Zusammenarbeit entstanden zahlreiche redaktionell unabhängig erstellte Text- und Videobeiträge, die auf den Kanälen von Thurgau Tourismus und auf thurgaukultur.ch publiziert wurden. (Siehe Anhang I).

Die Auswahl der Themen wurde gemeinsam getroffen. Die Umsetzung lag ausschliesslich in der Verantwortung der thurgaukultur-Redaktion. Dadurch konnten wir in diesem Zeitraum mehrere professionell produzierte Videobeiträge erstellen, die wir uns sonst nicht hätten leisten können.

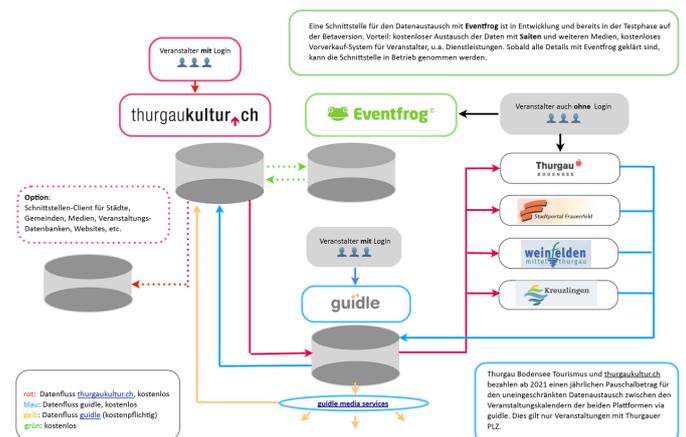
Die finanziellen Ressourcen für das Projekt waren auf zwei Jahre begrenzt. Gemeinsam haben wir entschieden, die Zusammenarbeit im Bereich Textbeiträge im kommenden Jahr dennoch weiterzuführen.

Schnittstellen

Ab 2021 werden alle Agenda-Einträge, die bei thurgaukultur.ch eingegeben werden für die Veranstalter kostenlos via Guidle an die Veranstaltungsdatenbank von Thurgau Tourismus geliefert. Dasselbe funktioniert auch in umgekehrte Richtung. Thurgaukultur und Thurgau Tourismus bezahlen einen jährlichen Beitrag an guidle von je CHF 1'500 exkl. MWST.

Übersicht Schnittstellen und Datenaustausch Veranstaltungsdatenbank thurgaukultur.ch

Stand: Januar 2021



Grossansicht in Anhang 3

Damit wir diese Lösung mit Guidle abschliessen konnten, bedurfte es grosser Überzeugungskraft und eines Entgegenkommens von Guidle. Nun sind wir erleichtert, dass wir diese Lösung für den Thurgau gefunden haben und sind überzeugt, dass es für die Veranstalter eine vorerst kleine Vereinfachung bei der Erfassung der Einträge bedeutet.

Weitere Vereinfachungen sind notwendig und werden uns, auch im Rahmen des Transformationsprojekts und des Cockpit-Relaunchs, im kommenden Jahr intensiv beschäftigen.

Anbindung zu Eventfrog

Zu Beginn des Jahres wurde die Schnittstellen-Anbindung zu Eventfrog fertig gestellt. Technisch gesehen wäre alles soweit, dass die Daten in beide Richtungen ausgetauscht werden könnten.

Beim Testen auf der Betaversion haben wir festgestellt, dass die Datenqualität, die an uns geliefert wird, unseren Ansprüchen nicht genügt. Nebst vielen kleinen Anpassungen, die wir manuell optimieren müssten, werden uns die Veranstalter-Stammdaten aus Datenschutzgründen nicht mitgeliefert.

Ohne diese Informationen publizieren wir auf thurgaukultur.ch keine Einträge. Nun liegt der Ball bei Eventfrog. Sobald wir die Veranstalter-Daten mitgeliefert bekommen, aktivieren wir den Datenaustausch. Andernfalls verzichten wir auf die Daten, da sie für uns nur einen grossen Mehraufwand bedeuten. Diese Ressourcen können und wollen wir nicht aufbringen. Wir warten zu.

IBK Projekt

Im Jahr 2019 waren wir im Forschungsprojekt der IBH „Digitale Kommunikationsstrukturen in der Bodenseeregion“ aktiv beteiligt. Aus diesen Gesprächen und Kontakten entstand das Bedürfnis, im Bereich „Kooperation“ weiter aktiv zu werden.

Dr. Diana Betzler und Felix Pfäfflin haben die Initiative ergriffen und das IBK-Projekt **„Potenziale einer grenzüberschreitenden Kooperation in der Kultur“** lanciert.

Projektpartner sind das Kulturred der Stadt Konstanz, die Fachstelle Kultur der Stadt Radolfzell, die Kulturstelle der Stadt Romanshorn, das Magazin Saiten, die IG Kultur Ost sowie thurgau kultur ag als Hauptpartner.

Die Workshops finden im ersten und zweiten Quartal 2021 statt.

SPENDEN & BEITRÄGE

Zu Ende des Jahres konnten wir auf der Webseite eine schon lang gewünschte Funktionalität realisieren. Wir haben die Möglichkeit geschaffen, thurgaukultur.ch auf einfache Art finanziell zu unterstützen.

Auf der neuen Spendenseite können Beträge nach Wahl mit diversen Zahlungsmitteln überwiesen werden. Dies hat uns zum Ende des Jahres noch einen Zustupf von netto knapp CHF 1'000 beschert.

Mit der Möglichkeit, unser Wirken unkompliziert zu unterstützen alleine ist es noch nicht getan. Damit wir künftig auf diese Einnahmequelle zählen können, müssen wir gezielt Fundraising betreiben.

„Ich schätze
thurgaukultur.ch
vor allem wegen der
kritischen Berichterstattung
und dem Mut, auch
unbequeme Fragen
zu stellen.
Das tut dem Kanton gut
und macht für mich
das Besondere
dieses Kulturportals aus.“

Peter Stamm, Autor

Dies werden wir, je nachdem wie sich die Situation betreffend Covid weiterentwickelt, umsetzen. Als zum grössten Teil aus öffentlichen Geldern finanziertes Medium, braucht es Fingerspitzengefühl. Bei vielen Kulturakteuren geht es um die Existenz. Bei uns nicht direkt. Doch gerade in der aktuellen Lage, ist es unser Auftrag, das kulturelle Leben und Wirken in der Pandemiesituation zu reflektieren und zu stärken. Diesen Umstand gilt es entsprechend zu vermitteln.

Im Hinblick auf das Online-Medienförderungsgesetz, das aktuell in Ausarbeitung ist, spielt die Eigenfinanzierung eine massgebliche Rolle. Das Gesetz sieht vor, Onlinemedien, die auch durch Beiträge der Leserschaft finanziert werden, künftig zu fördern. Ein triftiger Grund also, trotz Pandemie-Situation, in diese Richtung zu gehen und zu versuchen, Gelder über unsere Leserschaft und Sympathisanten zu akquirieren.

AUSBLICK

Einen Ausblick auf das 2021 zu wagen, gleicht in etwa Kaffeesatzlesen. Sicher ist, dass wir vorsichtig budgetieren, da uns für 2021 deutlich weniger Geld zur Verfügung steht.



Bild: Beni Blaser



Bild: Beni Blaser

Einerseits haben wir den letzten Viertel des vor vier Jahren erhaltene Legats aufgebraucht. Andererseits werden die Einnahmen aus der Insertion voraussichtlich nicht das Niveau von 2019 erreichen.

Zudem steht mit dem Kooperations-Vorhaben im IT-Bereich ein Grossprojekt an. Dies bedingt die Bündelung der Ressourcen und hat zur Folge, dass wir vorerst am Cockpit nur die dringendsten Anpassungen vornehmen können. Die Massnahmen für Kommunikation und Marketing werden wir auch im kommenden Jahr wieder sehr sorgfältig auswählen müssen. Inhaltlich wollen wir die neu lancierten Formate weiterentwickeln und Neues ausprobieren. Die Ressourcen dafür bleiben unverändert.

DANK

Dieses wahrlich bewegte Jahr hat deutlicher als je zuvor gezeigt, wie wichtig vertrauensvolle Beziehungen und verlässliche Partner sind.

thurgaukultur.ch existiert nicht nur durch die Menschen, die im Vordergrund wahrgenommen werden. Im Hintergrund wirken Institutionen und Menschen, die an das Projekt glauben und es entsprechend fördern und unterstützen.

Unseren Finanzierungspartnern und Aktionären, dem [Kanton Thurgau](#) und der [Kulturstiftung des Kantons Thurgau](#), an dieser Stelle ein grosses Dankeschön für das Vertrauen und die wiederkehrende Unterstützung.

Wir konnten in diesem bewegten Jahr jederzeit auf das Vertrauen unserer Verwaltungsräte [Humbert Entress](#) und [Martha Monstein](#) zählen. Sie liessen uns neue Formate ausprobieren und haben die Neuausrichtung mitgetragen. Dafür sind wir ausserordentlich dankbar. Merci für die Unterstützung und das Vertrauen in unsere Arbeit und das kompetente Mitwirken.

Ohne das grosse Engagement, das Fachwissen und die Inputs unserer [Autor*innen](#), wäre thurgaukultur.ch nicht das was es ist. Wir freuen uns sehr über unser diverses Autor*innen-Team, das so vielfältige, tiefgründige, humorvolle, anregende und informative Texte für unser Magazin beisteuert und uns immer wieder überrascht. Ein grosser Dank!

Autor*innen 2020

Anabel Roque Rodríguez
Andrin Uetz
Ariela Sarbacher
Barbara Camenzind
Bettina Schnerr
Brigitte Eisner-Heller
Claudia Koch
Dieter Langhart
Inka Grabowsky
János Stefan Buchwardt
Jeremias Heppeler
Jochen Kelter
Jürg Schoop
Maria Schorpp
Markus Schär
Ramona Früh
Sascha Erni
Samantha Zaugg
Stefan Böker
Tabea Steiner

Ich wollte einfach mal
danke sagen für die feine
Arbeit, die du/ihr leistet
und dass ihr so
aufmerksam dran bleibt.

Gisa Frank, am 24.10.2020 per Mail
Tanzschaffende/Choreografin, Fachperson Tanz
beim Amt für Kultur TG

Einen herzlichen und grossen Dank richten wir auch an [Anja Mosima](#) von der Agenda-Redaktion. Sie ergänzt unsere Arbeit auf grossartige Weise und wirkt als sympathische, kompetente und hilfsbereite Anlaufstelle für unsere registrierten Nutzer*innen wertvolle Arbeit.



Teamsitzung im Freien

Bild: Sascha Erni

Unseren Entwicklungspartnern [Kaden & Partner](#), insbesondere Alex Schenkel und den Frontend-Entwicklern Sam Müller und Thomas Dürig von [nuun](#) winden wir ein farbenfrohes Kränzchen. Sie haben auf die stetig ändernden Bedingungen stets zeitnah und unkompliziert reagiert und uns in

der Umsetzung unserer Ideen super unterstützt. Jederzeit konnten wir auf ihren Support zählen.

Ein herzlicher Dank geht auch an unsere **Kulturpartner** und **Inserenten**. Wir sagen Merci für die langjährige Unterstützung und Zusammenarbeit - auch während der Pandemie. Das ist nicht selbstverständlich und wir sind dankbar dafür.

Und zum Schluss richten wir ein grosses Dankeschön an unsere **Leser*innen** und registrierten **Nutzer*innen**, die uns mit Lob und Kritik dazu anregen, unser Tun zu reflektieren und uns in Bewegung halten. Wir schätzen direkte Feedbacks sehr, denn für wen anders, als für unsere Leser*innen und die Kulturakteure aus dem Kanton setzen wir uns mit all uns zur Verfügung stehenden Kräften ein? Und gemeinsam, davon sind wir überzeugt, können wir für die Kulturlandschaft Thurgau und deren ausserordentlich geforderten und initiativen Akteur*innen viel erreichen.

Wir verabschieden das Jahr 2020 mit gemischten Gefühlen und blicken vorsichtig optimistisch ins 2021.

Wir bleiben dran!

Bottighofen, den 12. April 2021

Sarah Lüthy, Geschäftsleiterin in Zusammenarbeit mit **Michael Lünstroth**, Redaktionsleiter thurgaukultur.ch



Das Kernteam von thurgaukultur.ch: Sarah Lüthy, Anja Mosima und Michael Lünstroth. (v.l.n.r.) Bild: Sascha Erni

«Die Kulturbranche
wird länger von der Krise
betroffen sein
als alle anderen Branchen
und sie wird nach dieser Krise
nicht mehr
dieselbe sein.
Die Folgen sind
noch nicht absehbar und ich
wage es nicht eine Voraussage
zu machen.
Ich hoffe nur.

Alex Meszmer, Geschäftsleiter Suisseculture

ANHANG 1

Auswertung Fokusprojekt Kultur 2019 – 2020

Zusammenarbeit mit thurgaukultur.ch bei der kulturellen Inhaltsgestaltung für die Kommunikationskanäle von Thurgau Tourismus

Beiträge im Rahmen des Fokusprojektes 2020

Online Textbeiträge (Website-Stories)

1. [Thurgauer Köpfe: Ein Thema – sechs Museen](#)
2. [Das Openair-Theater lebt!](#)
3. [Neues Leben in alten Gemäuern](#)
4. [Burg- und Schlossruinen im Thurgau](#)

Online Videobeiträge

1. [Thurgauer Köpfe: Ein Thema – sechs Museen](#): Film über Ausstellung
2. [Neues Leben in alten Gemäuern](#): Film über Kartause Ittingen
3. [Burg- und Schlossruinen im Thurgau](#): Film über Burg- und Schlossruinen im Thurgau

Redaktioneller Beitrag

Magazin Herbarella: «Ein Fest der Gärten und Apfelhaine im Thurgau», 1 Seite Publireportage zu Gärten und Kulturangeboten im Thurgau, Auflage 19'000 Stk., vgl. Anhang -> Erscheint diesen Frühling

Beiträge im Rahmen des Fokusprojektes 2019

Online Textbeiträge (Website-Stories)

1. Sommerzeit - Festivalzeit
2. Freilichttheater und Openair-Kinos am Bodensee
3. Drama, Baby! Theater im Thurgau
4. [Museen zum Anfassen](#)

Online Videobeiträge

1. [Museen zum Anfassen](#): Film über Typorama und Bodensee Planetarium und Sternwarte
2. [Drama, Baby! Theater im Thurgau](#): Film über Oliver Twist

Redaktioneller Beitrag

Sonntagszeitung: «Fruchtbare Museumslandschaft», ¼ Seiten redaktioneller Artikel, Auflage 159'000 Stk., Rubrik Ausflugstipps, vgl. Anhang

Newsletter / Social Media-Präsenz im Rahmen des Fokusprojektes

Zu jedem der acht Textbeiträge über kulturelle Themen im Jahr 2020 sowie 2019 wurde auch ein Beitrag im monatlichen Newsletter von Thurgau Tourismus versendet (Bsp. [November-Newsletter](#) 2020 mit Beitrag zu «Burg- und Schlossruinen im Thurgau»). Somit hatte die Kultur jährlich mindestens in einem Drittel all unserer Newsletter Präsenz (vermutlich mehr, da auch andere Website-Stories mit kulturellem Inhalt beworben wurden, vgl. Aufstellung weiter unten).

Auch auf Social Media wurden die Stories mit kulturellem Inhalt regelmässig beworben.

Weitere Website-Stories mit kulturellem Inhalt

- Oktober 2020: [Die besinnliche Welt des Klosters Fischingen](#)
 Januar 2020: [Auf Napoleons Spuren](#)
 Oktober 2019: [Thurgauer Führungen der besonderen Art](#)
 Oktober 2019: [Museen für Kinder](#)
 April 2019: [Baudenkmäler im Thurgau entdecken und erleben](#)
 März 2019: [Schlechtwetterideen für Familien](#)
 Februar 2019: [Die schönsten Familienerlebnisse im Thurgau](#)

Weitere Kommunikation kultureller Inhalte

Neben Website-Stories wurden kulturelle Themen auch in unserer Kommunikation auf allen weiteren Kanälen wie Prospekte, Medienreisen, Medienberichte, Social Media, Newsletter etc. aufgenommen.

ANHANG 2



f fanpage karma

THURGAUKULTUR.CH
TOP POSTS 2020

<p>1 👍 127 💬 11 08/20 ↻ 1</p>  <p>Wenn ihr euch fragt, wer sind eigentlich die Leute, die dieses coole Kulturportal machen: Wir sind das! Wir sind thurgaukultur.ch! Sarah Lülthy, Anjuska Anja Mosima und Michael Lönstroth. (Danke an Sascha Emi für das entspannte ...</p>	<p>2 👍 89 💬 15 02/20 ↻ 12</p>  <p>Ein Automuseum in Zeiten der Klimakrise? Wie die autobau erlebniswelt in Romanshorn mit dem neuen Zeitgeist umgeht. Unser Topthema in dieser Woche! https://www.thurgaukultur.ch/magazin/ein-tempel-fuer-das-automobil-4294 ...</p>	<p>3 👍 85 💬 17 03/20 ↻ 23</p>  <p>Betreff Corona-Krise: Okay, wir haben uns was überlegt: Wir wollen nicht, dass die #Kultur in den nächsten Wochen komplett hinter dem #Corona-Vorhang verschwinden muss. Deshalb: Wenn das Publikum in den nächsten Wochen nicht mehr zur ...</p>
---	---	---

ANHANG 2



f fanpage karma

JEDEN TAG HABEN DURCHSCHNITTLICH

152 FANS

MIT

THURGAUKULTUR.CH

INTERAGIERT



f fanpage karma

ALLE **58**

VIDEOS VON

THURGAUKULTUR.CH

WURDEN INSGESAMT

26.348 MINUTEN

ANGESEHEN

A 01 1 9
FPS 23.98 16.21.34.21
CAM

ANHANG 2



ANHANG 2



ANHANG 3

