

# «Wir sind böse gesagt ein Gratismedium»

«Thurgaukultur» und «Saiten» feiern 2024 runde Geburtstage. Wie geht es den beiden Kulturmedien angesichts der Medienkrise?

Christina Genova

Die Medien sind in der Krise. Kaum eine Woche vergeht ohne eine Negativmeldung, Stellen werden gestrichen, Publikationen gehen ein. Dies betrifft auch den Kulturjournalismus: Zuletzt wurde bekannt, dass die Kultur- und Ausgehbeilage «Zürütip» des «Tages-Anzeigers» auf Ende Jahr eingestellt wird. Aktuelle Zahlen zum Kulturjournalismus gibt es keine, doch laut einer Studie des Forschungszentrums Öffentlichkeit und Gesellschaft der Universität Zürich von 2021 ist die Zahl der Rezensionen zwischen 2017 und 2019 um die Hälfte eingebrochen. Zu vermuten ist, dass sich dieser Negativtrend weiter fortgesetzt hat.

Doch wie sieht die Lage in der Ostschweiz aus in einem Jahr, in welchem das Ostschweizer Kulturmagazin «Saiten» seinen 30. Geburtstag feiert und das Onlineportal «Thurgaukultur» seit 15 Jahren besteht?

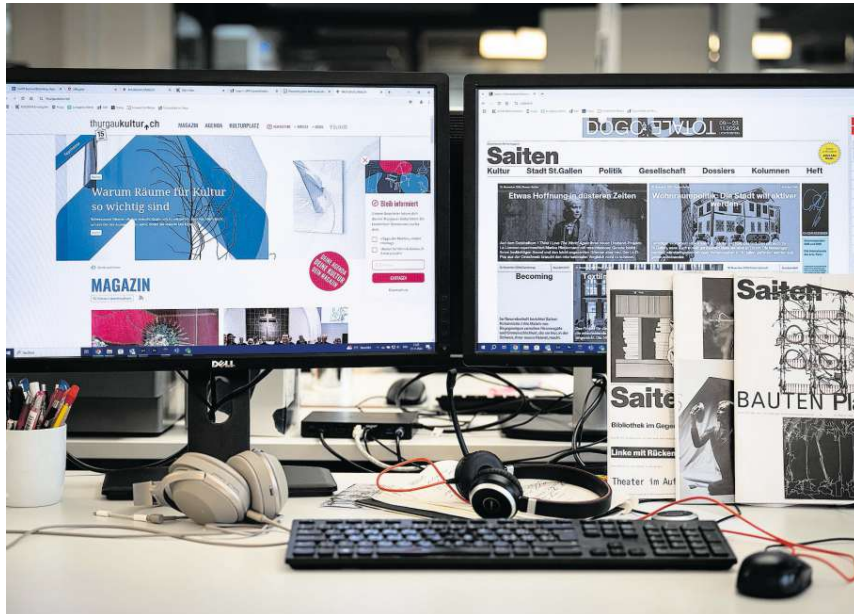
«Thurgaukultur» wurde 2009 gegründet und beschäftigt sich mit dem Kulturleben im Kanton Thurgau. Durchschnittlich erscheinen fünf Artikel pro Woche, die kostenlos zugänglich sind. «Thurgaukultur» wird durch Gelder aus dem kantonalen Lotteriefonds und der Kulturstiftung des Kantons Thurgau finanziert. Erfreulich ist, dass diese Beiträge in den letzten fünfzehn Jahren von 180'000 auf 300'000 Franken erhöht wurden. «Es gab eine langsame, aber kontinuierliche Fortentwicklung», sagt Redaktionsleiter Michael Lünstroth.

## Bemerkenswertes Thurgauer Modell

Das Pensum der Redaktionsleiter-Stelle wurde in den letzten fünfzehn Jahren sukzessive von 20 auf 50 Prozent aufgestockt, die Zugriffszahlen auf die Website steigen: 2009 waren es noch rund 137'000 Seitenansichten, 2024 bis Ende Oktober rund 370'000. Trotz des moderaten Ausbaus sind die Ressourcen knapp – und sie werden wohl angesichts der angespannten Finanzlage im Kanton Thurgau auch nicht so bald steigen.

Michael Lünstroth muss deshalb gewisse Dinge langsam angehen, wie den Ausbau bei multimedialen Texten, Bewegtbildern oder in den sozialen Medien. Trotzdem hält Ulrich Gut, der Präsident des Vereins CH-Interkultur, der sich mit verschiedenen Initiativen für Kulturkritik und -berichterstattung einsetzt, das Thurgauer Modell in kultur- und medienpolitischer Hinsicht für bemerkenswert. «Ein klar bürgerlich dominiertes Kanton erbringt über viele Jahre eine solche Leistung, ohne sich von politischen Einwänden davon abhalten zu lassen.»

Im August hat Michael Lünstroth unter dem provokativen Titel «Wie sich der Kulturjournalismus selbst abschafft» ein Plädoyer für einen neuen Kulturjournalismus veröffentlicht. Der 47-Jährige appelliert darin direkt an die Kulturjournalist:innen



Auf die Krise reagieren sie unterschiedlich: «Saiten» riskiert und baut aus, «Thurgaukultur» übt Selbstkritik.

Bild: Niklas Thalmann

nen und -journalisten und übt viel Selbstkritik. Er ruft unter anderem zu mehr Offenheit für neue Formate, mehr Recherchen oder mehr Dialog mit der Kulturszene auf. Er sagt: «Wenn wir etwas ändern wollen, müssen wir bei uns anfangen.»

## Eine gefährliche Entwicklung

Nachdenklich gestimmt hatten ihn die Aussagen mehrerer Kulturschaffender, sie seien manchmal froh, wenn niemand berichtet. Dann werde zumindest kein Unsinn veröffentlicht. «Sie sind der Ansicht, dass sie ihr Publikum über ihre eigenen Publikationskanäle ebenso gut wie über einen journalistischen Artikel

erreichen können», sagt Michael Lünstroth. Das sei eine gefährliche Entwicklung, die den Journalismus bedrohe. «Wir müssen mehr erklären, was unser Handwerk ausmacht und was uns von PR unterscheidet.» Man müsse sich nicht verstecken, es gebe genügend Argumente dafür, weshalb Kulturjournalismus wichtig sei: «Im Idealfall bietet er ebenso wie gute Kultur neue Blicke und Perspektiven auf Themen und liefert Denkanstösse. Er lässt uns innehalten und darüber nachdenken, ob wir als Gesellschaft auf dem richtigen Weg sind.»

Über mangelnde Nachfrage nach Berichterstattung seitens der Kulturschaffenden und -in-

stitutionen kann sich das Ostschweizer Kulturmagazin «Saiten» nicht beklagen. «Das Bedürfnis nach einer Plattform und nach Sichtbarkeit ist gross», sagt David Gadze. Der 44-Jährige gehört seit zwei Jahren zum Redaktionsteam. Deshalb hat sich «Saiten» im 30. Jahr seines Bestehens dazu entschlossen, die Kulturberichterstattung auszubauen und ab Januar eine vierte Stelle im Umfang von 50 Prozent zu schaffen. Noch sind insgesamt 210 Stellenprozent.

«Mit dem Abbau bei anderen Medien hat dies nicht direkt zu tun», sagt David Gadze. Drei bis vier zusätzliche Texte pro Woche sind geplant. Dazu ge-

hört auch ein zweiter Newsletter, der jeweils dienstags erscheinen wird. Dafür hat «Saiten», das monatlich als gedrucktes Heft und online erscheint, bei einem Crowdfunding im September 70'000 Franken gesammelt: Zusammen mit Geldern von Stiftungen kommen rund 130'000 Franken zusammen – Geld, das für etwa zwei Jahre reicht. Wie es danach weiteht, ist noch nicht klar.

## Gute Kulturjournalistinnen sind rar

Die Krise merkt aber auch «Saiten». Während man bis zur Pandemie anders als bei vielen anderen Medien keinen Inseraterückgang zu verzeichnen hatte und sogar eine dritte Redaktionsstelle schaffen konnte, hatte man seit dem Ausbruch von Corona bis im letzten Jahr ein strukturelles Defizit. Dies, weil weniger Werbung geschaltet wird und auch die Abos zurückgingen. Reserven mussten gezapft werden. Die Gründe für den Rückgang sieht David Gadze neben der allgemeinen wirtschaftlichen Lage im veränderten Verhalten des Kulturpublikums: «Die Leute gehen weniger aus und entscheiden sich sehr kurzfristig.» Dadurch könnten die Veranstalter schlechter planen und seien bei der Schaltung von Inseraten zurückhaltender.

Dank einer Abokampagne vor einem Jahr und der Erhöhung der Inseratpreise sieht es jetzt zwar besser aus. Aber Marc Jenny, seit zehn Jahren Co-Verlagsleiter, sagt: «Seit Corona kämpfen wir jedes Jahr um eine schwarze Null.» Die Zahl der Abonnentinnen und Abonnenten bewegt sich laut dem 48-Jährigen seit Jahren um die 2000. Trotzdem hält «Saiten» daran

fest, seine Artikel und auch das ganze Heft als PDF auf der Website kostenlos zur Verfügung zu stellen.

Dazu kommen rund 3000 Hefte, die an diversen Kulturorten kostenlos aufliegen und für die manche Institutionen einen Solidaritätsbeitrag bezahlen. «Wir sind böse gesagt ein Gratismedium, aber trotzdem nicht kostenlos. Das ist nur möglich durch die Unterstützung unserer Community und unserer Partner», sagt David Gadze. Ergibt dieses Modell heute noch Sinn? «Wir haben das schon hinterfragt, uns aber bewusst dafür entschieden, es weiterzuführen», sagt Marc Jenny. «Ausserdem sind wir durch die grössere Verbreitung für Inserenten attraktiver.»

Stolz ist man bei «Saiten» darauf, gänzlich ohne Subventionen auszukommen: «Ein Schweizer Kulturmedium, das ohne öffentliche Gelder auskommt, ist eine Seltenheit», sagt Marc Jenny. «In diesem Sinne sind wir das einzige unabhängige journalistische Medium der Ostschweiz», sagt David Gadze. Trotzdem ist staatliche Medienförderung für ihn kein Tabu: «Wenn wir Medien als demokratierelevant betrachten, dann müssen wir darüber diskutieren.» Die zentrale Frage sei, wie diese Medienförderung ausgestaltet sein müsse, um die journalistische Unabhängigkeit zu wahren. Auch beim Personal und beim Nachwuchs ist die Krise zu spüren: «Es gibt weniger Leute, die im Kulturjournalismus unterwegs sind», sagt David Gadze. Es sei schwierig, Personen zu finden, die schreiben könnten, keine Interessenbindungen hätten und ein gewisses Fachwissen mitbrächten.

## «Wir sollten nicht in Konkurrenz denken»

Derweil läuft in der Ostschweizer Kulturszene mehr denn je. Monatlich erscheinen im Kalender von «Saiten», der sich für den Aufbau einer zeitgemässen IT-Infrastruktur mit «Thurgaukultur» zusammengetan hat, 2000 Veranstaltungen – mehr als doppelt so viele wie vor zehn Jahren.

Für Michael Lünstroth ist der gemeinsame Kalender Minasa, der seit einem Jahr in Betrieb ist und auch weiteren Partnern offensteht, ein wichtiger Schritt: «Es ist nun einfacher für Veranstalter, weil sie ihre Daten nur noch einmal eingeben müssen. Und es ist eine Möglichkeit, das Kulturleben stärker sichtbar zu machen.» Ausserdem zeige sich an Minasa die Bedeutung von Netzwerken: «Wir sollten nicht in Konkurrenz denken, gemeinsam erreichen wir mehr.»

Der Basler Literaturkritiker Beat Mazenauer, ebenfalls Vorstandsmittglied von CH-Interkultur, meint jedenfalls: «Die Ostschweiz ist vor allem deshalb progressiv und vorbildlich, weil neue Projekte wie Minasa kollaborativ angeordnet werden. Damit ist die Ostschweiz kulturjournalistisch absolut anschlussfähig.»

«Wir müssen mehr erklären, was uns von PR unterscheidet.»



Michael Lünstroth  
Redaktionsleiter  
«Thurgaukultur»

«Wir sind das einzige unabhängige journalistische Medium der Ostschweiz.»



David Gadze  
Redaktionsmitglied  
«Saiten»

«Seit Corona kämpfen wir jedes Jahr um eine schwarze Null.»



Marc Jenny  
Co-Verlagsleiter  
«Saiten»