

art – tv.ch. Medienlunch 21. April 2008.

Ausführungen von Roy Oppenheim, Präsident

„Kultur ist nicht – Kultur wird“ (Max Frisch)

Das Interesse für Kunst und Kultur ist im Laufe der letzten Jahrzehnte massiv angestiegen. Dies belegen die steigenden Besucherzahlen der Museen, der Konzertsäle, der Festivals. Allein das Schweizerische Landesmuseum und Schloss Prangins in der Westschweiz verzeichnen rund 500'000 BesucherInnen jährlich. Das Verkehrshaus der Schweiz bringt es zusammen mit dem IMAX-Filmtheater auf 900'000 Besucher. Die Zahl aktiv Musizierender in der Schweiz liegt weit über 1 Mio. Eine kürzlich erschienene Untersuchung zeigt, dass in Grossbritannien heute mehr Menschen in Kunstmuseen gehen als an Sportveranstaltungen. Eine Theaterübertragung erreicht im österreichischen ORF mehr Zuschauer als eine Übertragung eines Bundesligaspiels. Auch ist die wirtschaftliche Bedeutung von Kultur nicht zu unterschätzen. Im Rahmen privater Kulturaktivitäten der Schweiz werden jährlich 17 Milliarden CHF umgesetzt. Gegen 100'000 Personen arbeiten professionell in Kunst und Kultur. Untersuchungen belegen: 39.4 Prozent der Schweizer Bevölkerung (7,5 Mio) sind an Kultur interessiert. Dies bedeutet: 2,9 Mio Menschen besuchen hierzulande regelmässig Kunst- und Kulturveranstaltungen oder sind selber kulturell aktiv. Die Zeit der Schweiz als „Holzboden der Kultur“ ist längst vorbei.

Kunst und Kultur bedürfen der Vermittlung und der Information.

Ohne Zweifel kommt damit der Kulturinformation in der modernen Informationsgesellschaft eine besondere Rolle zu. Die Medien könnten viel dazu beitragen, den Horizont der Kulturinteressierten in der Schweiz zu erweitern und den Wunsch nach kontinuierlicher Kulturinformation zu erfüllen. In den Printmedien wird diesem Bedürfnis durch verschiedene Blätter - Beilagen zu Tageszeitungen, besondere Rubriken – entsprochen. Die elektronischen Medien allerdings, vor allem das Fernsehen, haben sich mit einer substantiellen, regelmässigen Kulturinformation zu guten Sendezeiten immer etwas schwer getan. Die Sendegefässe "Kulturplatz" und "Kino aktuell", "Klanghotel", die unregelmässig produzierten Kurzbeiträge in „Tagesschau“ bis hin zu den "Sternstunden" auf SF DRS und die Sendungen auf dem deutsch-österreichisch-schweizerischen Kultursender 3Sat sind ohne Zweifel wichtig. Allerdings genügt das heute nicht mehr ebenso wenig wie die seltenen Berichte in privaten Lokal-Fernsehprogrammen. Die traditionellen Kulturberichte vermögen das differenzierte Kulturangebot der modernen, heutigen Kulturszene nicht mehr überzeugend zu reflektieren. Art-tv.ch hat sich dieser ausgesprochenen Defizite in der aktuellen Kulturberichterstattung angenommen und besetzt eine wichtige Marktnische.

www.art-tv.ch - eine Erfolgsstory

Felix Schenker, couragierter Pionier und initiativer Gründer von www.art-tv.ch, hat rechtzeitig die Chance des Internets erkannt. Bekanntlich ist das Internet kein eigentliches Massen-Medium, denn Internet flimmert nicht in unsere Wohnstube und berieselt den passiven

Zuschauer. Das Internet bedarf eines aktiven Nutzers, der bewusst seine Webseiten sucht und sich sein eigenes „Programm“ zusammenstellt. Die alte Forderung, der Konsument sollte zum eigenen Programmdirektor werden, findet im World Wide Web eine zeitgemässe Antwort. Art-tv.ch ist bald 5 Jahre alt und hat sich erstaunlich positiv entwickelt. Erfahrungen zeigen, dass jedes neue Medienangebot 5-6 Jahre benötigt, bis es sich in einem weitgehend saturierten Markt durchsetzt und sein Publikum gefunden hat. Wenn man die Zahlen von art-tv.ch analysiert (500'000 Besucher pro Jahr), zeigt sich, dass die Entwicklung positiv und zukunftsweisend verläuft. Noch ist das Potential nicht ausgeschöpft; neue Nutzer lassen sich gewinnen und das programmliche Angebot lässt sich erweitern. Das Projekt art-tv.ch mit seinem gesamtschweizerischen Anspruch wird sich auch in Richtung Romandie und Tessin erweitern.

Ein Wort zur Qualität. Die Beiträge von art-tv.ch werden von hoch motivierten Fachleuten verschiedener Sparten produziert. Die Qualität der einzelnen Beiträge ist ausgezeichnet und findet auch die Anerkennung von Fachleuten. In Kulturkreisen ist art-tv.ch zu einer bekannten, da und dort schon zu einer unverzichtbaren Grösse im kulturellen Informationsangebot geworden.

Geschätzt wird von Nutzerseite, dass die multimedialen Beiträge orts- und zeitunabhängig abrufbar sind. Über die Aktualität hinaus könnte art-tv.ch zum „Musée imaginaire“ (André Malraux) und damit zu einer einzigartigen, repräsentativen Informationsplattform über die Kulturszene werden.

Zukunft. Modernes Marketing und gesicherte Finanzierung

Das Hauptproblem des Internets ist seine Unüberschaubarkeit. Die Nutzer von art-tv.ch müssen durch Begleitmassnahmen in anderen Medien und Kanälen auf das Angebot von art-tv.ch aufmerksam gemacht werden. Und dies erfordert besondere Marketinganstrengungen. Die Vernetzung mit anderen Medien und das Cross-selling sind deshalb wichtige Voraussetzungen für den Markterfolg. Einen wichtigen Beitrag leisten Kooperationen und Auftritte an Festivals und weiteren Events.

Die Kommerzialisierung des Internets ist hierzulande erst im Anlaufen. Was vor Jahren noch nicht möglich erschien - die Finanzierung von Internet-Angeboten - hat sich verändert. Die Pionier- und Aufbaujahre 2004-2008 waren durch Investitionen, freiwillige Arbeit und Idealismus der Macherinnen und Macher geprägt. Unser Ziel ist es, im Jahr 2009 zu einer ausgeglichenen Finanzierung zu gelangen. Schwarze Zahlen werden für das Folgejahr 2010 angestrebt. Dazu braucht es ein Finanzierungskonzept, welches die verschiedenen Finanzquellen (Bund / Kantone, Städte / Kulturinstitutionen / Stiftungen / Gönner + Mitglieder / Kooperationen / Eigenproduktionen für Dritte / Sponsoring / Werbung) optimal nutzt und sorgfältig aufeinander abstimmt. Ein entsprechender Businessplan ist in Vorbereitung. – www.art-tv.ch hat Zukunft – davon sind wir überzeugt.