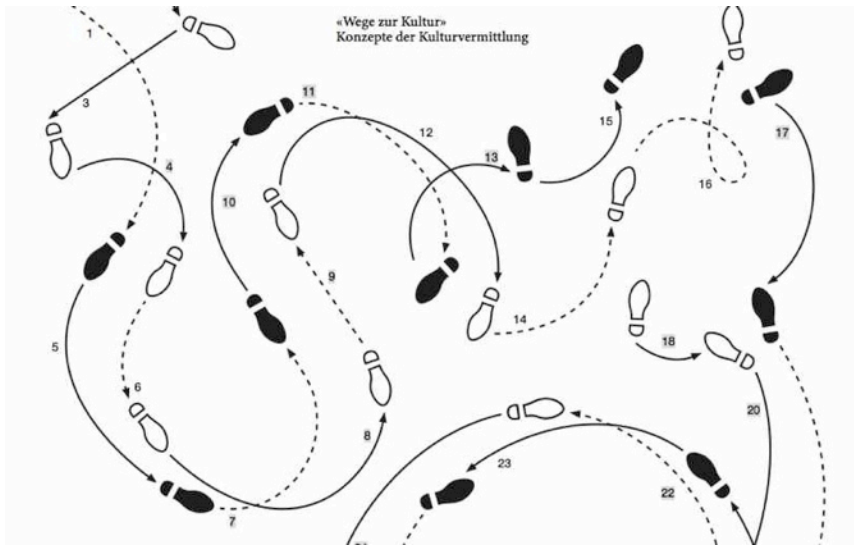


«Wege zur Kultur» - Konzepte der Kulturvermittlung

Felix Schenker



Was ist art-tv.ch

Es freut mich, dass ich Ihnen im Rahmen der heutigen Veranstaltung art-tv.ch, das Kulturfernsehen im Netz, näher vorstellen kann. Gemäss Organisatoren soll das aus organisatorischen Gründen ohne technische Mittel erfolgen. Wer also art-tv.ch nicht kennt, dem möchte ich kurz schildern, was ihm begegnet, wenn er unsere Kulturplattform in Internet anwählt: Kurze Videoclips von durchschnittlich drei Minuten Länge berichten über diverse Kulturveranstaltungen in der Schweiz, mehrheitlich Kulturveranstaltungen in der deutschen Schweiz. Die Sparten sind umfassend: Architektur, Kunst, Fotografie, Theater, Musik, Kulturpolitik usw. art-tv.ch deckt die ganze Bandbreite kulturellen Wirkens ab, bis hin zur Unterhaltung und zum Kino. Die Auswahl der Berichte erfolgt innerhalb unseres Redaktionsteams, dabei gilt das Credo der positiven Selektion. Wir berichten also ausschliesslich über Kulturereignisse, die wir als besonders interessant, spannend, innovativ oder qualitativ hochstehend erachten. Selbstverständlich ist auch unsere Auswahl selektiv und kann nur einen kleinen Teil herausragender Kulturveranstaltungen abdecken. Die rein positive Selektion ist ein zentraler Aspekt, weshalb wir kein Medium im klassischen Sinn darstellen, sondern uns vielmehr als ein Projekt der Kulturvermittlung sehen, das insbesondere auch die jüngere Generation ansprechen soll und daher voll und ganz auf das Internet setzt. Kulturvermittlung kostet. art-tv.ch ist unweigerlich auf Beiträge der öffentlichen Hand, Beiträge von Stiftungen und den Support unserer Mitglieder angewiesen. Eine weitere Einnahmequelle ist Bannerwerbung, die auf art-tv.ch geschaltet werden kann. Organisiert ist art-tv.ch als nicht kommerzieller Verein. Der Vereinszweck ist die Kulturvermittlung mit audio-visuellen Mitteln. Diese betreiben wir nun schon seit mehr als sechs Jahren und sind in dieser Zeit zur wichtigsten audio-visuellen Kulturplattform der Schweiz geworden. Mehr als eine Million User nutzen jährlich unser Angebot und lassen sich – so unsere Absicht - von den rund dreiminütigen Kulturtrailern zum Kulturkonsum verführen. art-tv.ch versteht sich darüber hinaus auch als wachsendes Kulturarchiv, eine entstehende Enzyklopädie der Schweizer Kulturlandschaft.

Kulturvermittler sind Informationsagenten

Hauptmotivation, art-tv.ch ins Leben zu rufen, war und ist die eklatante Diskrepanz zwischen der Fülle an hervorragenden Kulturveranstaltungen und dem, was darüber in den audio-visuellen Medien Beachtung findet. Die Gründe dazu sind vielfältig, und können an dieser Stelle nicht abschliessend aufgezeigt werden. Ich stelle aber die These in den Raum, dass eine gravierende Fehleinschätzung der Medienbranche vorliegt, was das Publikumsinteresse gegenüber kulturellen Inhalten betrifft. Dieses ist wesentlich ausgeprägter vorhanden, als behauptet wird. Allerdings konzentriert sich die Aufmerksamkeit des Publikums nicht auf ein einzelnes Ereignis, wie z.B. das Finale einer Fussballmeisterschaft, sondern verteilt sich kontinuierlich auf einen längeren Zeitraum. Daher ist das Internet als „Speichermedium“ für die Kulturberichterstattung geradezu prädestiniert und ermöglicht Kultur Anbietern wie auch Kulturinteressierten völlig neue Möglichkeiten. Es ist das Gebot der Stunde diese nun auch zu

nutzen. Dies führt mich zu meiner Hauptthese dieses Round Tables: Kulturämter, Kulturschaffende und Kulturinstitutionen müssen selber zu kleinen Medienhäusern werden. Dazu möchte ich einige Beispiele aufführen, die in der Schweiz beispielhaft sind. Auch hier halte ich mich an das Credo der positiven Selektion auch wenn die Negativbeispiele bei weitem überwiegen. Das gilt leider auch für ganz grosse Häuser.

Lassen Sie mich mit den Leuchttürmen der öffentlichen Hand beginnen: Kulturämter, Kulturbeauftragte, die die Zeichen der Zeit erkannt haben, wie z.B. der Kanton Thurgau. Dieser hat als erster Kanton der Schweiz, unter Federführung des kantonalen Kulturbeauftragten René Munz, eine eigene Kulturseite aufgebaut und schliesst damit eine Lücke, die die privaten Medien nicht schliessen können oder wollen. Umfassend wird man über das kulturelle Leben einer Region informiert. Die Seite dient aber nicht nur als Inspiration, als Informationsplattform sondern wird sich über die Jahre auch zu einem Lexikon der eigenen kulturellen Identität entwickeln. Besonders erfreulich ist, dass dem Beispiel Thurgaus auch der Kanton Schwyz gefolgt ist. Auf kommunaler Ebene war die Stadt Winterthur Vorreiter. Dabei sind es nicht die Kantone oder Städte selber, die die Seiten betreiben, sondern entsprechende Organisationen, die aber von der öffentlichen Hand unterstützt werden. Die öffentliche Hand investiert also faktisch in die geistige Infrastruktur einer Region. So wie Strassen gebaut werden, die dem Transport von Personen und Gütern dienen, ermöglichen diese Seiten den „Transport“ von kulturellen Gütern.

art-tv.ch ist mit seinen Videos auf den genannten Seite vertreten und trägt damit zur Attraktivität bei. Es sind aber noch weit mehr Schweizer Kantone, die sich art-tv.ch zu Nutzen machen und kulturelle Ereignisse der Region audio-visuell vermitteln und dokumentieren. Es freut mich natürlich sehr, dass dazu auch der Kanton St. Gallen gehört. Die Innerschweiz ist inzwischen en bloc auf art-tv.ch vertreten, was wir nicht zuletzt den Kulturbeauftragten Daniel Huber (Luzern) und Josef Schuler (Uri) verdanken, die sich als „Fürsprecher“ für unser Projekt verdient gemacht haben. Der allererste Kanton, der mit uns eine Leistungsvereinbarung abgeschlossen hat, war jedoch der Kanton Baselland. Ein Kanton der über einen besonders aktiven, innovativen, und „unerschrockenen“ Kulturbeauftragten verfügt. Niggi Ullrich setzt sich oft mit Pionierleistungen in Szene. Ich möchte etwa an die kürzlich durchgeführte tagsatzung.bl erinnern. Einen ganzen Tag lang wurde auf Initiative des Kulturamtes das neue Leitbild diskutiert in einer Form und Fülle, wie es die Schweiz bis anhin noch nie erlebt hat. Ullrichs neuester Clou ist das „hauseigene“ Kulturmagazin GPS. Nur schon allein grafisch ist dieses ein grosser Wurf. Vorbild mag dafür der Kanton Appenzell Ausserrhoden sein. Die Kulturbeauftragte Margrit Bühler und ihr Team publizieren seit August 2008 das Kulturblatt: Obacht!, das Informationsblatt des Amtes für Kultur. Es verfolgt verschiedene Ideen. Zum einen wird damit das im Kulturkonzept formulierte Ziel umgesetzt, Transparenz über die Entscheide und Kriterien der Kulturförderung zu schaffen und die Information zu stärken. Zum anderen ist «Obacht Kultur» selber ein Förderinstrument und bietet eine Plattform für künstlerische Präsentationen. Das Heft präsentiert sich zudem atemberaubend schön.

Das sind nur einige Beispiele, wie öffentliche Stellen gekonnt zu kleinen Medienunternehmen werden und – um nochmals Ullrich – zu zitieren, nicht darauf warten wollen, bis die Tageszeitung die Medienmitteilung NICHT aufgreift. Positive Beispiele aktiver und zeitgemässer Medienarbeit lassen sich auch bei den Kulturinstitutionen ausmachen. In Zeiten von Web 2.0 bedeutet das, dass alle denkbaren Ebenen ausgeschöpft werden. Dazu gehört die Präsenz auf den sozialen Netzwerken genauso wie die audio-visuelle Kommunikation, sei es auf der eigenen Website, einer Partnerseite oder auf Youtube. Diesbezüglich führend sind im Bereich Theater die Häuser von Basel, Bern, St. Gallen und Luzern. Im Bereich Kunst sind es das Kunstmuseum St. Gallen und das Aargauer Kunsthaus. Alle erwähnten Institutionen konnten Ihre Besucherzahlen in letzter Zeit steigern. Die Frucht guter Medienarbeit, die selbstverständlich gute Inhalte voraussetzt.

21. Mai 2011