

# Schweizer journalist:in

#01/2023

Sexismus, Mobbing,  
Hakenkreuze –  
Wie die Magazin-Redaktion  
den eskalierten Konflikt mit  
Anuschka Roshani erlebt hat.

**FINN  
CANONICA  
WAR ER  
WIRKLICH  
SO?**

---

**LADINA HEIMGARTNER:** Wie künstliche Intelligenz die Medienwelt verändern wird. **INFO-LEAKS:** Die Irrtümer in der Walder-Berset-Affäre. **KLIMA-JOURNALISMUS:** Bestandsaufnahme des zentralen Themas bei Schweizer Medien.

---

# Kulturöffentlichkeit jenseits etablierter Märkte

Wo finden sich Alternativen zur Kulturberichterstattung der grossen Medien, die seit Jahren von Einsparungen geprägt ist? Drei Medienmacherinnen erzählen von der reinen Lust am Schreiben, von Nischen und auch vom Kampf um Finanzierung.

**D**ie Medienlandschaft der Schweiz, und so auch ihre Kulturberichterstattung, wird weiterhin von wenigen grossen Verlagen dominiert. Gleichzeitig gibt es den weiterhin geteilten Befund, dass in ihrer Produktions- und Finanzierungslogik grundlegende Anforderungen an eine kritische Öffentlichkeit nicht mehr gewährleistet sind. Gerade in den letzten Jahren gab es eine grössere Anzahl von Neugründungen, die mit dem Anspruch antraten, dem Defizit in anderer Logik zu begegnen. Corinne Riedener vom Ostschweizer Kulturmagazin „Saiten“, Alice Galizia vom Berner Kulturmagazin „KSB“ und Jonas Frey vom Onlinemagazin „Das Lamm“ sprechen über die Freiheiten und Schwierigkeiten, welche die (Kultur)berichterstattung jenseits der grossen Medienverlage in der Schweiz mit sich bringt.

**Was treibt euch als Medienmacher:innen an? Warum seid ihr publizistisch tätig?**

**Corinne Riedener:** In erster Linie, weil wir Bock drauf haben. Selbstverständlich braucht es zu den grossen Playern und der Konzentration der Medien eine Gegenbewegung. Vor allem auch in der Ostschweiz. Medien, wo nicht nur die grossen Kisten verhandelt werden. Wo man das Augenmerk auch auf kleinere Dinge legen kann.

**Alice Galizia:** Lust ist auch bei uns der grösste Treiber. Dann gab es bei der Gründung die Unlust, als Teil von Tamedia weiterzumachen. Das ist schon eine Weile her. Mittlerweile sind wir unabhängig und haben kein Geld. Wir machen das, weil wir schreiben können, wie wir es sonst nirgends könnten. Zum Beispiel einen Konzertbericht zu verfassen, ohne Aktualitätsdruck, nachdem das Konzert schon passiert ist. Das gibt es kaum mehr in der Kulturberichterstattung. Es ist ein Privileg, machen zu können, was man will. Und es wird sogar ein bisschen gelesen. *(lacht)*

**Riedener:** Meistens von den Leuten, die dann auch da waren ...

**Jonas Frey:** Ein wichtiger Punkt ist, dass wir jungen Journalist:innen mit wenig

oder keiner Erfahrung ermöglichen, einen Text zu schreiben. Wir haben die Freiheit, zu experimentieren und zu tun, was wir möchten. Diese Freiheit ist heutzutage im Journalismus sehr hoch zu schätzen.

**Die Lust, zu schreiben, reicht ja nicht aus. Für wen schreibt ihr und welchen Ansprüchen wollt ihr gerecht werden?**

**Riedener:** Bei uns bleibt die Frage, für wen wir es tun, ungeklärt. Oft haben wir das Gefühl, wir machen es für alle und für niemanden. Unsere Leser:innen sind die gleichen, die uns schon vor 28 Jahren gelesen haben. Gleichzeitig die Jungen. Was diese beiden Zielgruppen vereint, ist das Bedürfnis nach einem Journalismus mit Haltung. Man könnte links oder progressiv sagen. Oder: Wir beleuchten Themen, die zu wenig in der Medienlandschaft vorkommen. Wir rennen nicht einer Agenda hinterher, sondern setzen sie.

**Galizia:** Bei uns kommt immer die „Bubble“-Diskussion auf. Wir sind drei bis fünf Leute. Wir interessieren uns vor allem für Musik. Das lesen dann die Leute, die auch da waren, vielleicht ein bisschen darüber hinaus. Aber zu sagen, wir schreiben jetzt für unsere Freund:innen über die Anlässe, wo wir alle zusammen waren, würde zu kurz greifen. Es geht vom Lokalen in etwas Grösseres.

**Was versteht ihr unter Kulturberichterstattung? Gehören auch Veranstaltungshinweise im Sinne eines Kalenders dazu?**

**Galizia:** Unser „Kulturbeutel“ mit „Geheimtipps“ zur Kultur-Aktualität kommt einmal pro Woche. Eine Dienstleistung, die auch sehr gerne gelesen wird.

**Riedener:** Wir sind mit dem Kalender geboren. Wir haben in der Ostschweiz ein Monopol, wenn es um diese Agenda geht. Wir verstehen Kultur als etwas zutiefst die Gesellschaft Durchdringendes. Fangesänge im Stadion haben den gleichen Wert wie Opern. Trotzdem haben wir so etwas wie einen klassischen Kulturteil mit verschiedenen Sparten: Kino, Musik, Literatur.

**Frey:** Weil Kultur nicht unser Hauptfokus ist, richten sich die Themen in der Kultur-

## DIE AUTORINNEN

**Janica Madjar und Susanna Bosch**

Dieser Beitrag ist Teil einer Reihe zur Krise der Kulturöffentlichkeit. Er entstand in einer Lehrveranstaltung des Master Kulturpublizistik der ZHdK – Zürcher Hochschule der Künste (Herbstsemester 2022/23).

sparte oft nach den Themen, die wir im Politikteil verhandeln. Das kann dann zum Beispiel eine Buchrezension sein, die thematisch zu einem anderen Artikel passt. Oder wir organisieren ein Podium. Wir versuchen die Kulturberichterstattung weiterzudenken und verschiedene Formate zu bedienen.

### Seid ihr Nische, und wenn ja, was tut ihr dagegen?

**Frey:** Wir würden gerne breit aufgestellt sein, sind aber, auch wenn wir uns mit breiteren gesellschaftlichen Phänomenen auseinandersetzen, eher Nische. Wir sammeln kulturelle Erfahrungen in linken Räumen und ziehen daraus unsere Inspiration. Wir schreiben über das, was wir erleben und cool finden. Natürlich besteht die Gefahr, dass wir so das Popkulturelle aus den Augen verlieren.

**Riedener:** Wir sind kein Nischenprodukt. Wir sind the new normal. Wir müssen auch einen Betrieb aufrechterhalten, uns Löhne zahlen. Unser Magazin ist, wenn es gut gemacht ist, interessant für alle, nicht nur die eigene Bubble. Deshalb ist Information im Zweifelsfall wichtiger als Parolen. „Kein Mensch ist illegal“ darf auf dem Cover stehen. Dann ist es aber wichtig, dass zum Beispiel das Thema Sans-Papiers in Geschichten von Betroffenen ausführlich behandelt wird.

**Galizia:** Wir wollen gar nichts anderes als ein Nischenprodukt sein. Natürlich freue ich mich, wenn wir gelesen werden. Aber es ist auch okay, eine Nische zu bespielen mit eigenen Medien, Texten und Zugängen. Wir füllen gewissermassen eine Lücke. Wir machen auch Literatur. Ich muss im „Bund“ jetzt nicht einen Text mit literarischem Zugang zum botanischen Garten lesen, dafür sind dann wir da.

**Riedener:** Ich beneide euch ein bisschen. Ihr seid so wie die junge Person, die noch keine Familie hat und jung und wild sein kann. „Saiten“ ist mehr so wie die alleinerziehende Mutter.

### Ihr habt alle keine Paywall in euren Onlineformaten. Wie finanziert ihr euch?

**Frey:** Wir finanzieren uns über Abos und Stiftungsbeiträge. Wir haben keine Paywall, weil wir der Überzeugung sind, dass Journalismus für alle da sein und gratis konsumierbar sein soll. Keine Werbung haben wir, weil wir ein unabhängiges Magazin sind. Weil wir frei über Themen schreiben wollen, ohne ein Inserat neben dran zu haben. Das ist extrem schwierig. Leben davon kann niemand.

**Riedener:** Wir finden das natürlich total unanständig, eine Paywall zu haben. Journalismus ist demokratierelevant. Da muss es andere Finanzierungsmodelle geben, als Leser:innen bezahlen zu lassen. Wir sind zu zwei Dritteln aus Werbung finanziert, zu einem Drittel aus Mitgliedsbeiträgen. Das geht eigentlich ganz gut. Wir erhalten kein Geld vom Staat, ausser die Posttaxen-Verbilligung. Eine indirekte Unterstützung pro Heft, das wir verschicken. Wenn jemand ein Abo bei „Saiten“ hat, ist das ein Soli-Abo, damit andere die Beiträge gratis lesen können.

### Das Massnahmenpaket zugunsten der Medienvielfalt wurde in der Volksabstimmung abgelehnt. Wünscht ihr euch Fördermassnahmen? Und kann die Unabhängigkeit damit gewährleistet werden?

**Riedener:** Klar, wenn ich von irgendwo Geld nehme, dann will ich lieber vom Staat abhängig sein, als privat von ein paar reichen Säcken finanziert zu wer-

## ZÜRICH

# Das Lamm

„Das Lamm“ entstand 2009 aus einem Blog von Studierenden. Heute publiziert das Zürcher Onlinemagazin Artikel mit dem Schwerpunkt Politik, veröffentlicht Texte zu Kultur, Meinungsbeiträge und Kolumnen. Es ist werbefrei und finanziert sich durch Spenden. Etwa 300 Personen bezahlen momentan für ein Solidaritätsabonnement beim „Lamm“ und unterstützen damit einen linken und aktivistischen Journalismus in der Schweiz. Beiträge werden von den mehr als 20 Angehörigen des Kollektivs laufend auf der Website publiziert und erreichen im Durchschnitt etwa 1.000 Leserinnen und Leser. Infolge einer Professionalisierung im Jahr 2018 mit insgesamt 200 Stellenprozenten in der Chefredaktion, Redaktion und der Geschäftsstelle sowie Honoraren für freie Journalistinnen und Journalisten stand das Onlinemagazin im Dezember 2019 vor einem Defizit. Daraufhin wurden Stellenprozente gestrichen und ein flexibles Lohnmodell eingeführt, das die Löhne an die Einnahmen koppelt.



← Corinne Riedener vom Ostschweizer Kulturmagazin „Saiten“, Alice Galizia (M.) vom Berner Kulturmagazin „KSB“ und Jonas Frey vom Onlinemagazin „Das Lamm“.

BERN

### Saiten

Das von einem Verein herausgegebene Ostschweizer Kulturmagazin „Saiten“ gibt es seit mehr als 28 Jahren. Das Verlags- und Redaktionskollektiv besteht aus sieben Personen. „Saiten“ betreibt eine Onlineplattform, zudem erscheint monatlich ein Printmagazin. Beide Formate werden den Leserinnen und Lesern frei zur Verfügung gestellt. Der hauseigene Newsletter erreicht fast 8.000 Menschen. Das Magazin berichtet über kulturelle, politische und gesellschaftliche Themen. Ein Veranstaltungskalender informiert über Anlässe und Veranstaltungen in der Ostschweiz und gilt als Herzstück des Magazins. „Saiten“ verbucht zwischen 5.000 und 6.000 Abonnierende, die einen monatlichen Beitrag bezahlen, was einen Drittel der Einnahmen ausmacht. Die übrigen zwei Drittel werden über Inserate generiert.

BERN

### KSB

Das „KSB“ widmet sich der Online-Kulturberichterstattung in der Bundeshauptstadt. Gestartet ist „Kulturstattbern“ als Kulturblog des Berner „Bunds“, hat sich aber 2019 von der Tamedia-Zeitung abgespalten und arbeitet seither unabhängig. Seit Mai 2022 veröffentlicht das „KSB“ einmal im Monat eine Printausgabe, die als Beilage im „Megafon“, der Zeitung der Reitschule, erscheint. Ein „Megafon“-Abo kostet 72 Franken im Jahr. Alle anderen Beiträge des „KSB“ sind online gratis verfügbar. Die Redaktion besteht aus einer Handvoll Menschen, die grösstenteils ehrenamtlich arbeiten.

den. Es ist aber eine schwierige Frage. Der Kampf um die Deutungshoheit liegt ja nicht bei den Medien alleine. Aber ich denke schon, dass, wenn der Staat auch kostenlose und vor allem kleinere Medien fördern würde, die Medienvielfalt, die Meinungsvielfalt und die Informationsdichte wieder grösser würde. Ein grosses Problem ist, dass die Narrative immer die gleichen sind. Ein Thema wird gleich erzählt. CH Media erzählt es nur marginal anders als die NZZ. Es herrscht immer irgendwie Konsens.

**Galizia:** Du sprichst von einem Meinungsmonopol. Ob das gebrochen werden kann, weiss ich nicht. Grundsätzlich sind mehr Meinungen gut.

**Frey:** Für uns wären Subventionen extrem wichtig und gewinnbringend. Wir hätten mehr Zeit. Um zu recherchieren, zur Meinungsvielfalt beizutragen, investigativ zu arbeiten. Wir leisten faktisch auch viel Ausbildungsarbeit.

**Stichwort Digitalisierung. Seht ihr das als Chance, oder geht man in der Informationsflut unter?**

**Riedener:** Ich muss ja auch von Berufs wegen Optimistin bleiben. Für uns bei „Saiten“ ist es schwierig, weil wir als Print unterwegs sind und auch da eine Grafik mit einem ästhetischen Anspruch haben. Wenn man das dann auch noch online machen muss mit diesen wenigen Ressourcen, wird es ein bisschen schwierig.

**Galizia:** Das „KSB“ ist ein Kind der Digitalisierung. Wir sehen einen Blog als sinnvollen Zugang, um zu lesen. Die Sehnsucht nach den Zeiten, als man einfach eine Zeitung machen konnte, haben wir nicht. Das goldene Zeitalter des Journalismus haben wir nicht erlebt.

**Frey:** Ich lese lieber Print als online. Online passiert es mir oft, dass ich einen anderen Tab öffne, etwas suche und mich verzettle.

**Wie nutzt ihr Social Media?**

**Riedener:** Widerstrebend. Wir zahlen mittlerweile jemanden für Instagram. Viele dachten, die Newsletter sterben, aber es ist nicht so. Bei uns ist der Newsletter eigentlich das Ding, was am meisten Leute abholt. Der Newsletter geht jeden Freitagmorgen raus und erreicht sieben- bis achttausend Leute.

**Galizia:** Der Newsletter ist ja auch am nächsten bei der redaktionellen Arbeit. Bei Instagram muss man immer überlegen, wie übersetze ich das in ein Bild, das funktioniert, wie mache ich es „cool“?



*Ich weigere mich, kulturpessimistisch zu denken. Dass junge Leute keine Aufmerksamkeit mehr haben, stimmt so einfach nicht.*

**CORINNE RIEDENER,**  
„Saiten“

**Frey:** Bei uns ist der Newsletter auch sehr beliebt. Aber wir sind auch auf Instagram präsent, Twitter und Facebook, seit neuestem Mastodon. Und das Problem ist dann schon, dass viele einfach durchsliden. Diese Verkürzung von Artikeln sehe ich als ein Problem, aber man erreicht einfach extrem viele Leute.

**Riedener:** Zusätzlich kriegt du über Instagram am schnellsten Feedback. Niemand schreibt mehr Leser:innenbriefe. Das ist praktisch.

**Wird Kulturberichterstattung durch den riesigen Informationsfundus im Internet überflüssig?**

**Riedener:** Ich weigere mich, kulturpessimistisch zu denken. Dass die jungen Leute keine Aufmerksamkeit mehr haben, stimmt so einfach nicht, und man kann auch nicht erwarten, dass alle alles interessiert. Aber ich bin schon der Meinung, dass, wenn man etwas gut macht und das Thema relevant ist für eine bestimmte Zielgruppe, es dann auch ankommt. Also ich finde, mehr ist mehr. Eine noch zu wenig genutzte Chance ist die Zusammenarbeit unter den Redaktionen, die man in der Digitalisierung stärken kann. Das Motto könnte sein: Wir zusammen haben das rausgefunden. Es geht ja um die Sache und nicht darum, welches Medium da die Nase zuerst reingesteckt hat.