

# Werkstatt

Miriam Ruesch

## Ökonomisierung ja. Boulevardisierung nein.

Der Kulturteil der «Basler Zeitung» erscheint als «bazkulturmagazin» in einem neuen Kleid und sorgt für Aufruhr. Mit Alltag und Lifestyle orientiert sich die Kulturbeilage an ökonomischen Faktoren, doch Boulevard publiziert sie deswegen noch lange nicht.



Das Feuilleton unter Druck «Das Geld beugt den Geist» – mit dieser Schlagzeile verkündeten die Medienwissenschaftler Stephan Russ-Mohl und Andrea Höhne am 10. Dezember 2004 in der «Neuen Zürcher Zeitung», dass auch das Feuilleton immer mehr unter den Druck der Ökonomisierung gerate (Höhne/Russ-Mohl 2004). Dabei stellten Russ-Mohl und Höhne Tendenzen fest wie die Öffnung des Ressorts gegenüber Alltag und Lifestyle, die Boulevardisierung, die Regionalisierung und den Abschied von der Rezension als der traditionellen journalistischen Form des Feuilletons sowie eine zunehmend unreflektierte Verwertung von PR-Material. Sie gingen auch so weit, den Feuilletonredaktor als einen «Homo oeconomicus», der nach Eigeninteressen vorgeht und Kulturthemen nach ökonomischen Kriterien bewertet und gewichtet, zu charakterisieren.

Als jüngstes Beispiel der Neu- und Umorientierung eines Kulturressorts nennen die Autoren den Kulturteil der «Basler Zeitung», welcher seit dem Relaunch der gesamten Zeitung vom 4. September 2004 im neuen Kleid erscheint. Anstelle des traditionellen Feuilletons innerhalb der «Basler Zeitung» liegt nun täglich das bunte «bazkulturmagazin» im Tabloidformat bei, in welches ein breites Spektrum an Themen Eingang findet. Mit dem «bazkulturmagazin» ist die «Basler Zeitung» das erste Printmedium der Schweiz, das seine Kulturberichterstattung vollumfänglich in einem Magazin platziert. Viel verbreiteter ist dagegen das Konzept des Ausgehmagazins wie «züritipp» oder «nzzticket», wobei diese im wöchentlichen Erscheinungsrhythmus über Veranstaltungen informieren.

Als jüngstes Beispiel der Neu- und Umorientierung eines Kulturressorts nennen die Autoren den Kulturteil der «Basler Zeitung», welcher seit dem Relaunch der gesamten Zeitung vom 4. September 2004 im neuen Kleid erscheint. Anstelle des traditionellen Feuilletons innerhalb der «Basler Zeitung» liegt nun täglich das bunte «bazkulturmagazin» im Tabloidformat bei, in welches ein breites Spektrum an Themen Eingang findet. Mit dem «bazkulturmagazin» ist die «Basler Zeitung» das erste Printmedium der Schweiz, das seine Kulturberichterstattung vollumfänglich in einem Magazin platziert. Viel verbreiteter ist dagegen das Konzept des Ausgehmagazins wie «züritipp» oder «nzzticket», wobei diese im wöchentlichen Erscheinungsrhythmus über Veranstaltungen informieren.

Ins Kreuzfeuer der Kritik geraten ist besonders der neue kostenpflichtige Veranstaltungskalender des «bazkulturmagazins», welcher für Russ-Mohl und Höhne ein weiteres Indiz der Ökonomisierung darstellt. Früher erschienen Ver-

anstaltungstipps gratis unter der Rubrik «Heute in Basel» im Regionalteil der alten «Basler Zeitung». Nun sollten die Veranstalter die Hinweise im Internet in eine Maske eintippen und für die Publikation zwischen fünf und zwanzig Franken bezahlen. Eine Massnahme, welche von den Kulturbetrieben mehr personellen und finanziellen Aufwand forderte. Rund 90 Veranstalter aus der Region – vom renommierten Antikenmuseum bis zum linksalternativen Restaurant Hirscheneck – reagierten mit einem Boykott des Kalenders, der erst am 7. März 2005 aufgehoben wurde.

### Kulturberichterstattung in der Schweiz

«Das Feuilleton steckt in der Krise» – dieser Klageruf hallt schon seit einiger Zeit durch die Kulturressorts und wird in Publikationen sowie in Diskussionen regelmässig neu angestimmt (Steinfeld 2004). Die Feuilletonforschung ihrerseits kann die Behauptung weder zufriedenstellend bestätigen noch entkräften. Sie befindet sich in einer desolaten Lage, da fast keine wissenschaftlichen Untersuchungen zu den Entwicklungen im Kulturjournalismus existieren (Kauffmann 2000, Harden/Reus 2005).

Ulrich Saxer, der bisher als Einziger die Schweizerische Kunstberichterstattung in ausführlichen Studien untersucht hat, wies mit vergleichbaren Querschnittstudien nach, dass sich der Anteil der Kulturberichterstattung im Raum Zürich zwischen 1975 und 1987 verdoppelt hat. Der Inserateeinbruch zu Beginn der 1990er Jahre liess den Umfang des Feuilletons 1991 allerdings wieder auf Werte von 1980 sinken (Saxer 1995: 98). Zudem stellt Saxer einen Trend zur Personalisierung fest. Im Bezug auf die Themen der Kulturberichterstattung beobachtet er seit 1975 eine Zunahme der Pop- und Massenkultur in den Feuilletonseiten, hingegen weniger Beiträge über Elitekünste wie Musik, Bildende Kunst, Theater, Literatur oder Film.

Eine zwangsläufige Abhängigkeit der Qualität der Kulturberichterstattung von der konjunkturellen Lage ist umstritten. Zu abweichenden Forschungsergebnissen kommen Judith Stofer und Anke Refghi, welche die Auswirkungen der wirtschaftlichen Situation auf die Kulturseiten der «Neuen Zürcher Zeitung» und des «Tages-Anzeigers» untersucht haben (Refghi/Stofer 2003). Ausgewählt haben die Autorinnen je zwei Beobachtungszeiträume aus der Hochkonjunktur (1991/92, 2000/01) und der Rezession (1997/8, 2003). Sie stellen an ihrem Untersuchungsgegenstand fest, dass beide Zeitungen das Angebot und den Umfang der Kulturberichterstattung auch in Jahren des Inserateein-

bruches nicht reduziert, sondern zwischen 1991 und 2003 kontinuierlich ausgebaut haben.

### Ökonomisierung am Beispiel des «bazkulturmagazin»

Bei einer vergleichenden Inhaltsanalyse der Kulturseiten der «Basler Zeitung» vor dem Relaunch und dem «bazkulturmagazin» wurden von Russ-Mohl und Höhne definierte Trends der Ökonomisierung in der Kulturberichterstattung für die «Basler Zeitung» in verschiedenen Bereichen bestätigt, sowohl bezüglich der Themenwahl als auch der journalistischen Form und der Funktion des Feuilletons als Vermarktungsplattform.

Codiert wurden aus der «Basler Zeitung» vor dem Relaunch eine Untersuchungseinheit von 247 Artikeln und aus dem «bazkulturmagazin» eine Auswahl von 314 Artikeln, was einen Untersuchungsgegenstand von insgesamt 561 Artikeln ergibt. Untersucht wurde ausschliesslich der redaktionell gestaltete Teil, der Veranstaltungskalender blieb unberücksichtigt. Ausgewählt wurde ein Untersuchungszeitraum für die beiden Medien von je drei Wochen, jeweils die erste Kalenderwoche der Monate September, Mai und Januar. Die Untersuchungseinheiten sind so gewählt, dass sie mit Januar und Mai Monate mit laufendem Programm umfassen, während im September bei vielen Kulturinstitutionen noch Sommerpause herrscht.

### «Aus dem Hocholymp in die Niederungen von Pop- und Alltagskultur»

Bei der Betrachtung der Themensetzung (vgl. Abbildung 1) springt ins Auge, dass das «bazkulturmagazin» ein viel breiteres Spektrum an Themen bedient als die Kulturseiten der «Basler Zeitung» und dass eine *Verlagerung in die Bereiche Alltag und Lifestyle* stattfindet. Russ-Mohl und Höhne sehen diese Entwicklung im Aufkommen von Special-Interest-Zeitschriften, Lifestyle-Titeln und Stadtmagazinen begründet. Durch diese Medienprodukte sehe sich das Feuilleton veranlasst, «aus dem Hocholymp in die Niederungen von

Pop- und Alltagskultur herabzusteigen und sich auf jüngere Zielgruppen einzustimmen» (Höhne/Russ-Mohl 2004). Während sich die alte «Basler Zeitung» in 73,7 Prozent der Artikel im engeren Sinne mit Kunst, das heisst mit einer der Kunstgattungen Musik, Bühne, Literatur, Bildende Kunst oder Film beschäftigt, sind es beim «bazkulturmagazin» nur gerade 57,6 Prozent. Dafür berichtet das «bazkulturmagazin» auch über Bereiche wie Mode (2,6 Prozent), Essen und Trinken (4,8 Prozent), Wohnen (0,6 Prozent) oder Reisen (7,3 Prozent) – Rubriken, welche keinen Eingang in die Kulturseiten der alten «Basler Zeitung» fanden.

Bei der Gewichtung der einzelnen Kunstgattungen lässt sich eine Zunahme der Berichterstattung über Popmusik zu Lasten der Berichte über Elitekünste wie Klassische Musik, Schauspiel und Oper beobachten. Die «Basler Zeitung» gestaltete vor dem Relaunch einen stark vom bürgerlichen Kulturbegriff geprägten Kulturteil, wobei sich 14 Prozent der Artikel mit Klassischer Musik, 10 Prozent mit Schauspiel und 3,6 Prozent mit Oper beschäftigten. Das «bazkulturmagazin» thematisiert die Klassische Musik noch in 11,4 Prozent seiner Artikel, Schauspiel in 6,2 Prozent und Oper in 3,3 Prozent. Neuer Schwerpunkt bildet ganz klar die Pop- und Rockmusik mit einem Anteil von 15,6 Prozent, dieser hat sich im Vergleich zur «Basler Zeitung» mit 7,2 Prozent verdoppelt.

Anzumerken ist hier allerdings, dass das «bazkulturmagazin» auch Rubriken aus dem fünften Bund «LebensArt» der alten «Basler Zeitung» integriert hat, welcher Themen wie «Essen & Trinken» sowie «Mode» umfasste. Ein Vergleich, der ausschliesslich die als Kulturseiten deklarierten Rubriken «Das Feuilleton» und «Kultur aktuell» der alten «Basler Zeitung» einbezieht und diese dem «bazkulturmagazin» gegenüberstellt, bleibt daher unvollständig.

Die Ausweitung des Themenspektrums führt klar zu einer Ausdehnung und Popularisierung des Kulturbegriffes.



