

«Kultur lässt sich nicht in 30 Sekunden erzählen»

Christian Fluri und Dagmar Brunner

Gespräch mit Stefan Charles, Leiter SRF Kultur.

Es war unser letzter Gang ins alte SRF Studio auf dem Bruderholz. Hier interviewten wir den Leiter SRF Kultur in seinem Büro, das er nun räumen muss. Auch er hat künftig einen flexiblen Arbeitsplatz wie alle anderen Mitarbeitenden. Wir sprachen über das neue Studio im Meret Oppenheim Hochhaus (MOH) am Bahnhof SBB, in das SRF Kultur und Regionaljournal Basel derzeit einziehen, sowie über Ausrichtung und neue Strukturen.

Stefan Charles, welches sind Ihre künstlerischen Vorlieben?

Stefan Charles: Dass ich die wichtigen Veranstaltungen besuchen und mit Kunstschaffenden direkt Gespräche führen kann, ist mein grösstes Privileg. Ich interessiere mich für die Entwicklung der verschiedenen Künste und der spannenden Häuser aller Gattungen, seien es nun die Kunstmuseen oder die Theater. Die Entwicklungen im Tanz verfolge ich ebenso wie jene der im weitesten Sinne klassischen Musik.

SRF Kultur zieht nun ins MOH. Weinen Sie dem alten Studio eine Träne nach? Oder ist da nur Freude aufs Neue?

Ich freue mich. Dass endlich der über mehrere Orte verteilte Bereich von SRF Kultur in Basel zusammenzieht, ist eine grosse Chance. Der neue Bau mitten in der Stadt steht auch als Symbol dafür, dass wir die Nähe zum Publikum suchen. Natürlich bedarf es auch des Blicks zurück, damit man besser versteht, wohin man sich entwickeln will.

Warum ist in der Beschriftung des Hauses SRF Kultur nicht sichtbar?

Alle unsere Studios – ob in Zürich, Basel oder Bern – sind schlicht mit SRF angeschrieben.

Wer hier vorbeigeht, weiss so nicht, was im neuen Studio gemacht wird.

Das werden wir dem Publikum vermitteln. Wir wollen, dass Radio- und Fernsehleute gemeinsam nach Themen arbeiten – über Sparten hinweg.

Welches Potenzial hat die neue Architektur?

Es gibt keine abgeschlossenen Büroräume mehr. Wir haben eine Struktur geschaffen, die die projektorientierte Zusammenarbeit, ebenso Begegnungen zwischen den Mitarbeitenden fördert. Stand im alten Studio das jeweilige Sendegefäss im Zentrum, so sind es künftig die Themen: Es geht darum, wie wir ein gesetztes Thema am besten für das Fernsehen, für das Radio und Online aufbereiten.

Was wird am neuen Standort anders für die Mitarbeitenden?

Wir legen die beiden Wortredaktionen – Aktualität sowie Kunst und Gesellschaft – zusammen. So plant eine Redaktion die Themenschwerpunkte des Tages. Und wir richten eine Fachredaktion Wissenschaft ein. Zurzeit sind die Redaktionen, die fürs Fernsehen, fürs Radio und für Online produzieren, getrennt. Mit der verstärkten Konzentration auf die Themenplanung über das gesamte Kultur- und Wissenschaftsangebot können wir Themenblöcke, die aktuell relevant sind, breit ausspielen und Doppelspurigkeiten vermeiden.

Konnten die Mitarbeitenden die neuen Strukturen und die Arbeitsplatzorganisation mitgestalten?

Wir haben in der Arbeitsplatzorganisation, die ja auch Einschränkungen mit sich bringt, gemeinsam viele Optimierungen erreicht. Wir haben mit Mitarbeitenden Prozesse durchgespielt, um praktische Erfahrungen zu sammeln. Sie lieferten auch Inputs. Es wäre fatal, am Reissbrett über alle Köpfe hinweg zu planen.

SRF ist ein öffentlich finanziertes Medium. Worin bestehen die Aufgaben von SRF Kultur?

Wir möchten ein inspirierendes und vielfältiges Programm für ein breites und für die Kultur offenes Publikum machen. Das heisst, dass wir in den Bereichen Kultur und Wissenschaft einmal auf Aktualität setzen, zugleich und vermehrt die Recherche verstärken und Hintergründe vermitteln. Wir wollen also alle ansprechen, bieten aber gezielt für Interessierte ein anspruchsvolles Programm an. Spezialisierung und Nischen-Themen sind uns wichtig.

Was heisst für Sie mediale Kultur- und Wissensvermittlung?

Für unser treues Radiopublikum werden wir das bestehende Angebot mit seinen Sendegefässen weiter pflegen – mit hoher Glaubwürdigkeit und Professionalität. Zugleich müssen wir für ein jüngeres Publikum ein attraktives Online-Angebot entwickeln, das die gleichen Kriterien – glaubwürdig und professionell – erfüllt. Dies gilt es mit den bestehenden Mitteln zu schaffen.

Was bedeutet eine trimediale Denkweise?

Wir überlegen uns, wie wir ein wichtiges Thema in den drei Medien je optimal vermitteln können. Ein Beispiel: Als wir vom Tod des Schauspielers Bruno Ganz erfuhren, publizierte die Online-Redaktion umgehend ein Webvideo über dessen Bedeutung und eine Hommage. Für die TV-Nachrichtensendungen lieferten wir Einordnungen und produzierten einen Nachruf für die Radio-

nachrichten. Im Fernsehen zeigten wir die Filme «Pane e Tulipani» und «Vitus», und der «Kulturplatz» widmete Bruno Ganz einen Grossteil seiner Sendezeit.

Wird ein Produkt besser, wenn es für alle Kanäle aufbereitet wird?

Wir müssen relevante Themen in Radio, TV und Online jeweils anders erzählen. Wenn uns das gelingt, hat unsere Arbeit mehr Gehalt. Und wir können je nach Medium mehr vertiefen. Das bringt unserem Publikum einen Gewinn.

Können Sie das auch überprüfen?

Ja, anhand der Nutzerzahlen. Wir bauen aber auch auf Reaktionen unseres Publikums, um zu erfahren, wie unsere Arbeit eingeschätzt wird.

Radio und Fernsehen verlangen unterschiedliche Formate. Wie sollen Hörspiele, Hörpunkte, Musiksendungen trimedial verbreitet werden?

Ein Beispiel im Bereich zeitgenössischer Schweizer Musik: Die Musikschaffenden vermissen hier eine Plattform für den Austausch von geschriebener und improvisierter klassischer Musik der Gegenwart. Wir starten deshalb im Sommer mit der nationalen Plattform «NeoMx3», entsprechend der Plattform «Mx3» für Pop- und Rockmusik. Auch in der Literatur haben wir mit «ansichten.srf.ch» ein ähnliches Angebot lanciert. Das ist reiner Service public.

Werden die radiospezifischen Gefässe wie Hörspiel, Hörpunkte etc. weitergeführt?

Im Hörspiel bedienen wir einerseits das lineare Hörverhalten, d.h. es wird zum festen Sendungstermin gehört. Immer mehr Menschen möchten sich Hörspiele aber dann anhören, wenn sie Zeit dafür haben. Dafür schaffen wir ein entsprechendes «Audio on demand»-Angebot. Dieses müssen wir so gestalten, dass alle finden, was sie suchen.

In TV-Kultursendungen steht oft das visuelle Element im Vordergrund.

Im Radio hingegen ist es das Sparten-Fachwissen. Bedeutet da trimediale Aufbereitung nicht, dass hohe fachliche Qualitätsstandards aufgegeben werden?

Damit würde der Begriff falsch verstanden. Für gewisse Projekte, etwa die Berichterstattung über die Solothurner Filmtage, können wir von Beginn weg trimedial denken. Ansonsten aber arbeiten wir, wie bis anhin, spezifisch für jedes Medium mit der ihm eigenen Erzählsprache. Es wäre sinnlos, die Erzählsprache des Radios aufs Fernsehen oder auf Online zu übertragen und umgekehrt.



Bislang genoss eine Journalistin eine gewisse Autonomie, eine Geschichte für ihr Medium, z. B. das Radio, zu erzählen, wie sie es für richtig erachtete. Geht diese mit der trimedialen Aufarbeitung nicht verloren?

Der Journalist, der von der Recherche bis zur Umsetzung Spezialist ist, entspricht nicht der Realität. Medienschaffende müssen ihre Geschichte ab einem gewissen Punkt aus der Hand geben. Das heisst aber nicht, dass sie verwässert, sondern dass die Berichterstattung auf das bestimmte Medium konfektioniert wird.

Geht diese Entwicklung nicht auf Kosten von Vertiefung und Qualität?

Um dem entgegenzuwirken, bilden wir medienübergreifende Fachredaktionen, damit z. B. nicht Online-Leute über ein Thema selbst etwas zusammenschustern. Kultur lässt sich nicht in 30 Sekunden erzählen, sondern allein über Vertiefung und Differenzierung. Das Gleiche gilt für Themen von Gesellschaft und Religion. Sowohl für die Technik wie auch für die Inhalte braucht es SpezialistInnen.

Mitarbeitende klagen, dass sie immer mehr in gleicher Zeit machen müssen und für Vertiefung zu wenig Zeit bleibt. Wie wirken Sie dem entgegen?

Durch die erwähnten Fachredaktionen sollen die Mitarbeitenden Kompetenz und Zeit für Recherchen gewinnen. Gerade der Online-Bereich verführt dazu, ein Thema immer noch weiter auszubreiten. Da müssen wir uns schützen. Weniger kann mehr sein. Qualität kommt vor Menge.

Bauen Ihre Neuerungen auf Publikumsbefragungen?

Wir überprüfen die Nutzerbedürfnisse fast täglich. Und beziehen Publikumsreaktionen mit in unsere Überlegungen ein. Im digitalen Angebot kann man mit uns direkt interagieren. Zum Beispiel wurde unser Dok-Film über die Klimaproteste der Jugend auf Youtube gestellt. Wir hatten enorm viele Reaktionen von Jugendlichen. Das ist eine riesige Chance für uns.

SRF 2 Kultur ist erfolgreich, bekommt immer wieder Preise, hat in Basel eine starke Publikumsbindung, wird v. a. auch für seine Spezial- und Hintergrundsendungen, Features und Hörspiele geschätzt. Soll das so bleiben?

Ich kann in Zeiten steter medialer Veränderungen nicht garantieren, dass unser Programm in den nächsten 50 Jahren bleibt, wie es heute ist. Aber Sendungen, mit denen wir unsere Hörerschaft begeistern, schaffen wir gewiss nicht ab.

Der Alten Musik ist die Sendung «Fiori musicali» am Montag nach 22 Uhr gewidmet. Warum nicht zur Hauptsendezeit?

«Fiori musicali» ist eine Erfolgsgeschichte. Dazu trägt auch der Sendeplatz bei. So erreichen wir das richtige Publikum.

Neue Musik ist in «Musik unserer Zeit» am Mittwoch um 20 Uhr zu hören. Bleibt das so?

Sicher, das finden wir richtig und wichtig. Die Sendung wird zudem am Samstag wiederholt.

Wird es die anspruchsvollen Gefässe wie etwa den «Hörpunkt» noch geben?

Wir prüfen jährlich, ob wir in den Spezialsendungen die Themen richtig setzen und ob der zeitliche Umfang angemessen ist. Noch vermehrt werden wir in Spezialsendungen das Kulturschaffen von Laien, vor allem der Chöre, einbeziehen. Wir wissen, dass dies einem grossen Bedürfnis unserer Hörerschaft entspricht. Zudem denken wir über einen Hörspiel-Schwerpunkt nach, der dem Publikum Einblick in die Produktion gewährt.

Welches sind Ihre persönlichen Lieblingssendungen?

Mir ist das gesamte Programm lieb; es werden viele spannende Sendungen produziert. Wir haben z. B. eine hohe Kompetenz in der Gesprächsführung. Wir sehen das etwa in der «Sternstunde», zu der international hochkarätige Gäste kommen.

Neben SRF Kultur zieht auch das Regionaljournal Basel ins MOH ein. Wie ist das Verhältnis zwischen den beiden Abteilungen?

Wir haben in Basel ein starkes Regionaljournal, das viele Kultur- und Wissenschaftsthemen aufnimmt. Wir werden den Austausch untereinander verstärken.

Die SRG hat einen Sparauftrag. Wie wirkt er sich aus?

SRF muss gesamthaft 30 Millionen Franken einsparen. Das beinhaltet auch einen Stellenabbau. Innerhalb der Abteilung Kultur können wir unseren Anteil über Fluktuation und Pensionierungen auffangen.

Das Gespräch fand am Mi 27.3. im Studio auf dem Bruderholz statt.

Stefan Charles, © SRF, Foto: Oscar Alessio

Stefan Charles, geb. 1967 in Kerzers (FR), wurde per 1. Januar 2017 zum neuen Kulturchef von SRF gewählt, als Nachfolger von Nathalie Wappler, der heutigen Direktorin von SRF. Von 2011 bis 2016 war er kaufmännischer Direktor am Kunstmuseum Basel. In seiner Jugend ein begeisterter Musiker (Schlagzeug, Gitarre und Gesang), machte Charles das Lehrerseminar, arbeitete u. a. als Creative Director im Musikverlag EMI Music in Berlin, war Geschäftsführer im Rohstofflager Zürich sowie Abteilungsleiter Produktion und Dozent an der Zürcher Hochschule der Künste. Charles studierte Kulturmanagement, Unternehmensführung und Digitale Marketing-Strategien in der Schweiz und den USA. Er lancierte mit andern die preisgekrönte Internet-Plattform www.kulturkritik.ch, die während fünf Jahren bestand.