

Schweizer

# journalist:in

#05/2023



Publizistik statt  
Nebengeschäfte.  
Was der CEO mit der  
„NZZ am Sonntag“  
plant und wie es  
bei der Expansion  
nach Deutschland  
weitergeht.

**FELIX  
GRAF  
MEDIEN-  
MANAGER  
DES  
JAHRES**

---

**LANGZEIT-FEHDE:** Gar kein Anflug von Selbstkritik, Michèle Binswanger?  
**MEDIENSPRECHER DES JAHRES:** Reto Schärli von der SBB gewinnt.  
**INVESTIGATIVJOURNALISMUS:** Die Zeit der einsamen Wölfe ist vorbei.

---

# Lukas Vogelsang

## „Widerständig auf eigenem Kurs“

Vor 21 Jahren gründete Lukas Vogelsang die kulturpolitische Zeitschrift „Ensuite“, vor 20 Jahren erschien die erste Printausgabe, die 250. Ausgabe ist am Markt und gerade arbeitet er an einem digitalen Projekt.

**W**ürden Sie heutzutage „Ensuite“ ebenfalls in Print gründen?  
Ja, auf jeden Fall.

### Warum das?

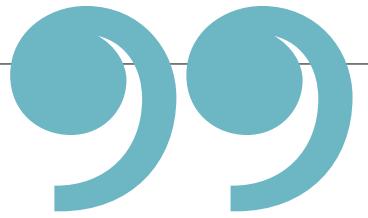
Weil ich überzeugt bin, wenn wir Leute in irgendeiner Form kontinuierlich erreichen wollen, kann das nur über Print geschehen. Wir verfügen zwar über einen Onlineauftritt, aber Online ist für mich keine publizistische Option, weder aufgrund der mangelnden Finanzierungsmöglichkeiten noch aufgrund der Flüchtigkeit, die Online aufweist. Für eine handfeste, tiefgreifende Auseinandersetzung mit Kultur und Politik braucht es ein handfestes Medium und das ist für mich Print.

**Sie sind als unbeugsamer kulturpolitischer Journalist und Verleger bekannt. Wie überlebt man da?**

Wir leben seit unserer Gründung im Jahr 2002 in der Krise. Denn schon damals sanken allgemein die Auflagen- und Abozahlen. Wir kennen nichts anderes als den Krisenmodus und überleben trotzdem inhaltlich und finanziell. Ich denke, die meisten Verlage mit herkömmlichen Redaktionen arbeiten ineffizient



**Lukas Vogelsang:** „Wir kennen nichts anderes als den Krisenmodus und überleben trotzdem inhaltlich und finanziell.“



und geben den steigenden wirtschaftlichen Druck auf die Redaktionen weiter. So etwas wollten wir von Anfang an nicht nachahmen.

### **Welches Konzept haben Sie und arbeiten Sie effizient?**

Da ich aus der Informatik komme, war die Idee, wie früher das Betriebssystem Linux geschaffen wurde, ein kulturpolitisches Magazin aufzusetzen, das vorerst auf unentgeltlicher Autorenschaft beruht und von Leidenschaft angetrieben wird. Wir verteilen keine Aufträge, die Autoren definieren selbst Themen und Umfang – in Koordination mit mir. Wir sind circa 40 Personen, die monatlich Inhalte liefern. Fest angestellt sind nur meine Frau, ich und das Korrektorat. Wenn ich selbst schreibe, ist das ebenfalls ehrenamtlich. Meine Frau und ich kommen auf ein Gehalt von monatlich rund 4.000 Schweizer Franken. Davon können wir leben.

### **Das heisst, motivierte Freiwillige schreiben unentgeltlich und Sie machen den Rest. Wie funktioniert das?**

Da wir keine normale Redaktion sind, gibt es auch keine regelmässigen Redaktionssitzungen. Grundsätzlich halten wir es so, dass „Ensuite“ die Themen in Kunst und Kultur nicht definiert, denn Kultur ist ein Ist-Zustand einer Gesellschaft und als Kunst gelten Produktions Einzelner oder von Gruppen, die individuellen Kriterien unterstellt sind. Wir wollen begleiten und die Leserschaft inspirieren. Die Autoren selbst definieren, was sie wie tun. Wir coachen jene nur, die bei uns schreiben. Diese übernehmen beispielsweise für ein regelmässiges Textgefäß Verantwortung in einer Rubrik, z. B. Kino & Film oder Musik & Sounds.

### **Klingt nach viel Freiraum für Autoren.**

Ja, und das ist wichtig. Dafür planen sie für mindestens ein Jahr, überlegen sich, wie sie ihr Projekt, etwa über klassische Musik, über einen Zeitbogen von elf Ausgaben entwickeln wollen. Dieser Entwicklungsprozess wird meistens länger ausgelotet: Was bezweckt das Thema, wohin soll es führen und was will man damit auch persönlich erreichen? Das ist ein diskursiver Prozess. Ich mische mich danach nicht mehr ein, nur wenn sich das Korrektorat meldet oder wenn Autoren dies wünschen. Mein Job ist die Koordination und aus all diesen Geschichten ein Heft zu gestalten. Mit der Zeit kennt man sich, ist ein eingespieltes Team und es

entsteht eine Routine, in dieser Art Magazine zu machen. Klar, neue Autoren kommen dazu, andere gehen, und das ist gut so. Es mangelt jedenfalls nie an Autoren, Stoff und Texten.

### **Bilden Sie auch Journalisten und Journalistinnen aus?**

Wir haben immer wieder Praktikanten bei „Ensuite“. Sie müssen hier ziemlich viel Verlagsarbeit mitmachen und mitgestalten. So ein Praktikum führt weit über das Schreiberische hinaus, zeigt im Kleinformat, wie ein Magazin von A bis Z funktioniert. Und wenn sie später zu einem anderen Medium wechseln, sind sie bereits recht umfassend im Bilde. Das ist der Vorteil bei einem so kleinen Verlagsteam, dass Praktikanten in jedem Bereich etwas mitbekommen und anpacken müssen. Ich sehe uns durchaus als ein Sprungbrett in die Medienwelt. Oft werden unsere Praktikanten oder junge Autoren später bei anderen Medienunternehmen angestellt.

### **Sie haben nach eigenen Mediendaten um die 10.000 Druckexemplare pro Ausgabe und um die 2.800 Abonnenten. Was passiert mit dem Rest der Druckauflage?**

Ein Grossteil der Druckauflage wird bei Messen aufgelegt und liegt bei grossen Institutionen als Gratisauflage auf. Das sind Kulturinstitutionen, wie Museen oder Galerien. Das Problem ist, dass die Jungen keine Abonnements lösen. Das heisst, sie sind zwar interessiert, aber sie wollen oder können es nicht abonnieren und nehmen es dort, wo sie es gratis erhalten. Früher, als das Magazin noch überall gratis auflag, war das für diese Gruppe einfacher. Wir sind aber immer noch überzeugt, dass Kultur für alle da sein muss, nicht nur für jene, die sich das leisten können.

### **Wie sieht es mit anderen Einkünften aus? Gibt es Kooperationen mit anderen Medien?**

Kooperationen mit Medien haben wir fast keine. Mit wem denn? Wir haben mit Museumsvereinen die Zusammenarbeit versucht, das ist nie in die Gänge gekommen. Und das Beilegen in Zeitungen kommt uns zu teuer, dafür haben wir kein Geld. Wir sind im Wesentlichen auf den Gratisvertrieb angewiesen, um Reichweite zu entwickeln, denn wir verkaufen ja Werbung und spielen über unsere Agenda-Rubrik ebenfalls Beträge ein. Auf der anderen Seite sind wir heute eine Abo-

**Wir kennen nichts anderes als den Krisenmodus und überleben trotzdem inhaltlich und finanziell.**

**LUKAS VOGELSANG,**  
Gründer „Ensuite“

zeitschrift und sprechen jenen Teil der Leserschaft an, die normal ein Jahresabo für 120 Schweizer Franken kauft.

### **Abo- und Werbeeinkünfte, erhalten Sie auch Spenden?**

Ja, wir erhalten Spenden, obwohl wir bisher keine richtige Kampagne ge launcht haben. Bei meinem monatlichen Newsletter, der an etwa 7.000 Leute geht, habe ich vor Kurzem auf die Spenden möglichkeit hingewiesen und noch am gleichen Tag waren 1.800 Franken ein bezahlt worden. Wir fragen einfach um Hilfe, weil wir keine Förderungen erhalten, obwohl in der Schweiz jährlich 3 Milliarden Schweizer Franken an Kultur-Subvention verteilt werden – auch an andere Kulturmedien. Das mit den Spenden wollen wir jetzt etwas pushen, allerdings nicht exzessiv. Ziel ist, zu überleben und unser Defizit abzubauen.

### **Sie erhalten keine Förderung?**

Insgesamt über alle 21 Jahre gerechnet haben wir circa 180.000 Franken erhalten, aktuell erhalten wir nichts. Warum? Das weiss ich nicht wirklich, dürfte aber auf der Haltung beruhen, dass wir keine Kulturzeitschrift sind, die gefällige Repräsentationskritik betreibt, sondern kritisch und unbeugsam kulturpolitisch agieren. Es scheint in Stein gemeisselt zu sein, dass „Lukas Vogelsang“ nichts kriegt, wenn es um Förderungen geht. Aber auf der anderen Seite bin ich als Unternehmer gut und im Plus, denn wir zahlen seit Jahren unserem langjährigen Druckpartner zwar einen höheren Druckpreis, haben dafür aber einen fixen Papierpreis und eine Pa piergarantie ausgehandelt. Das hat uns

## ÜBERBLICK

### „Ensuite“

„Ensuite – Zeitschrift zu Kultur & Kunst“ erschien das erste Mal 2003 und zwar in einer Druckauflage von 10.000 Stück pro Ausgabe. Lukas Vogelsang ist Chefredaktor und Verlagsleiter. Als erfolgreichstes Jahr gilt laut eigener Onlinepräsenz 2019: „Das bisher beste Firmenjahr seit 2003. Nicht, dass wir im Gold schwimmen, aber wir können einen grossen Teil der Schulden abbauen und gewinnen viele neue interessante Kunden hinzu – und auch die Abos nehmen wieder zu.“

Aktuell erscheint das Magazin laut eigenen Angaben immer noch in einer Druckauflage von 10.000 Stück pro Ausgabe, und dies elfmal im Jahr in einem Umfang von 84 Seiten. Das Heft gliedert sich in Politik & Kultur, Kino & Film, Literatur & Philosophie, Theater & Tanz, Musik & Sounds, Alltag & Reisen, Kunst & Markt und mündet in den Kunskalender. Die streitbare Regula Stämpfli zählt seit Jahren zum Team der „Ensuite“-Autoren und -Autorinnen.

zusammen mit der sehr stabilen Abonentenbasis und wachsenden Werbeeinnahmen gerade während der Pandemie gerettet: Die Druckkosten blieben fix. Wir fahren seit Jahren keine neuen Defizite mehr ein, arbeiten die Altlasten ab, die wir nicht so schnell loswerden. Da hat uns Corona ausgebremst. Aber, was für uns wichtig ist: Die Wirtschaft entdeckt uns.

#### Warum sollte ausgerechnet die Wirtschaft sich Ihrem Kulturmagazin zuwenden?

Wir ziehen nach über 20-jähriger Präsenz grosse und internationale Unternehmen an, das reicht bis zu Porsche und BMW. Vermutlich deshalb, weil die Grossen über eigene Kunststiftungen oder Investitionsvolumen im Kultur- und Kunstbereich verfügen und ihr Engagement mit unserem im Zusammenspiel sehen wollen. Zudem gibt es kaum weitere Kultur- und Kunstmedienplayer in der Schweiz: Wir fallen auf, sind kein Mainstream, arbeiten mit Herzblut und zeigen Haltung. Genau das mögen die Werbeleute heute. Widerständigkeit und Kontinuität lässt sich durchaus vermarkten.

#### Seit 2017 verkaufen Sie „Ensuite“ auch in Deutschland und Österreich, läuft das noch?

Es läuft ätzend und wir reduzieren momentan etwas, denn es wird zu teuer. Der Vertrieb aus der Schweiz in die EU mit den Zöllen kostet unheimlich viel. Deshalb überlegen wir auch in der Schweiz ein eigenes Vertriebsnetz aufzubauen, um ohne Zwischenhändler direkt Kioske beziehungsweise Verkaufsstellen zu beliefern. Weil das Ganze teuer ist, auch immer kontrolliert werden muss, ist für uns das Gratis-Vertriebsnetz wesentlich günstiger. In Österreich und in Deutschland läuft es diesbezüglich besser, weil in Österreich bedienen wir vor allem Wien, das ist einfach, und in Deutschland ist unser Magazin an vielen Bahnhöfen erhältlich und das reicht vorerst.

#### Sie kündigen in Ihrem Magazin ein digitales Projekt an, das gerade entsteht, worum geht's?

Es geht um unsere Kulturdatenbank, die läuft jetzt seit etwa 25 Jahren. Wir haben sie bereits ein paar Mal erneuert, aber jetzt arbeiten wir an einem kompletten Update. Die Datenbank verwenden wir selbst als Tool für den Print. Was momentan auf der Website noch unter „Kulturagenda“ sichtbar ist, ist im Grunde noch

ein Abfallprodukt. Dazu muss man sagen, wir legten bis zur Pandemiezeit jeder Printausgabe ein kleines Agenda-Heft bei. Das hat sich mit Corona erledigt, dafür setzen wir jetzt ganz auf digital. Die neue Agenda wird viersprachig und landesweit, sogar international vorbereitet sein und Institutionen können einen Beitrag bezahlen, dann werden die Daten veredelt mit Bild und weiteren Infos. Zu den Sprachen gibt es ein Update mit Bild und Ton, je nachdem. Ich will ein Nachschlagewerk machen, das einerseits einfach ist, schön aussieht und andererseits für uns weiterhin als redaktionelle Datenbank und Redaktionstool funktioniert, Archivcharakter hat und wir als Werbeportal, als weitere Erlösquelle, nützen können.

#### Sie blicken also trotz all der Holpersteine wie mangelnde Förderung oder Abtragen von Altlasten voller Elan und Begeisterung in die Zukunft.

Ja. Aber im Jahr 2019, noch vor der Pandemie, hatte ich eine totale Krise und fragte mich, ob ich das wirklich bis zur Pensionierung weitermache, ob ich mir das antun will, und bin mit mir selbst in Klausur gegangen. Mir wurde klar, was ich eigentlich wirklich tue – und dass ich unbedingt weitermache. Denn: ich habe den geilsten, den erfüllendsten Job, den ich mir nur wünschen kann. Ich bin frei, ich bin unabhängig, ich kann Hofnarr sein, kann sagen, was ich denke – es wird sogar ernst genommen –, und ich kann damit etwas verändern. Mein Alltag ist jeden Tag anders, meine Erfahrung ist gefragt, auch international, und ich begegne den unterschiedlichsten Menschen. Mir ist nie langweilig. Und – ich will immer noch etwas gestalten.

#### In welches Ressort würden Sie eigentlich Medien einreihen?

Kultur und Medien haben in etwa den gleichen Stand.

#### Wie meinen Sie das? Würden Sie Medien bei Kultur einordnen?

Ja genau. Wir haben die gleichen Eigenschaften und sind gleich unbeliebt. Weder über Medien noch über Kultur wollen die meisten Leute wirklich reden und sich damit auseinandersetzen.

#### ANTJE PLAIKNER

ist freie Journalistin und Medienwissenschaftlerin in Innsbruck.

[plaiknera@gmail.com](mailto:plaiknera@gmail.com)

