

19.02.2019 - 12:22 Uhr

## Kulturwirtschaft und Wirtschaftskultur verständlich vermittelt (FOTO)



Zürich (ots) -

Von Frauenpower im Theater über das Bauhaus-Jubiläum bis zur Kunst gegen die Klimakatastrophe; vom WEF in Davos über den Daten-Hunger im Pharmabusiness bis zum Zukunftspotenzial der Windenergie: Der Publikumsrat SRG.D nahm die breite Themenpalette des TV-Formats «Kulturplatz» und der Radiosendung «Trend» unter die Lupe.

«Hinein ins pralle Leben»: Unter dieser Maxime greift der Kulturplatz am Mittwochabend um 22.25 Uhr auf Fernsehen SRF 1 auf, «was die Menschen beschäftigt, welche Fragen sie sich stellen. Und zeigt, dass die Kultur Antworten gibt.» Das TV-Format hat sich laut Sendungsporträt überdies zum Ziel gesetzt, das Publikum «für Kultur zu begeistern, indem es die wichtigsten Akteure und Ereignisse des Kulturbetriebes im Blick behält, Trends aufspürt und Neuentdeckungen präsentiert».

Die Sendung - 2004 erstmals ausgestrahlt - wurde im Verlauf der Jahre immer wieder verändert und befindet sich seit letztem Jahr erneut in einer fließenden Neuausrichtung. Im Wissen um die Flut an News und Informationsquellen im digitalen Raum hat die Redaktion die klassische Struktur auf den Prüfstand gestellt und das Format zu einem monothematischen Hintergrundmagazin mit flexibler Sendungsstruktur weiterentwickelt.

Der Publikumsrat bezeichnet den «Kulturplatz» als eigentliche Perle im Programm von Schweizer Radio und Fernsehen und als zentralen Bestandteil des Service public. Er schätzt die sorgfältigen Beiträge, den modernen Auftritt und die Dramaturgie des TV-Formats. Auch die Mutation zum Hintergrundmagazin und die Fokussierung auf die unterschiedlichen Facetten eines einzelnen Themas gefallen. Viel Lob gabs überdies für die Moderation, die als souverän und professionell wahrgenommen wird.

Trotz des breiten Kulturbegriffs und des Versprechens, Kultur verschiedensten Menschen näherzubringen, ortet der Publikumsrat aber die Gefahr, abgehoben und elitär zu wirken, weil in den Sendungen gewinnbringende Vertiefung und menschliche Nähe manchmal zu kurz kommen. Er ermuntert die Verantwortlichen, im «Kulturplatz» weiterhin mit Unkonventionellem und Überraschendem aufzuwarten, dabei aber den Service-Public-Gedanken nicht aus den Augen zu verlieren.

«Trend» auf Radio SRF 1

«Trend» greift seit Jahren die relevanten Wirtschaftsthemen der Woche auf und vertieft ein Thema im Schwerpunkt der Sendung. Das Magazin dauert knapp 25 Minuten und wird jeweils samstags nach den 08.00-Uhr-Nachrichten auf Radio SRF1 ausgestrahlt und um 16.30 Uhr auf SRF4 News wiederholt.

Für die Mehrheit des Publikumsrats zählt «Trend» dank seinem einprägsamen musikalischen Intro, der klaren Struktur und der hohen journalistischen Qualität und Vielfalt zu den unverzichtbaren Gefässen von Radio SRF. Das Gremium ist überzeugt, dass es

den Verantwortlichen mit den fundierten, aber niederschwellig aufbereiteten Schwerpunkten gelingt, einem breiten Publikum wirtschaftliche Themen näherzubringen und so zur Wissenserweiterung und Meinungsbildung beizutragen. Nicht einig sind sich die Ratsmitglieder jedoch über den Zeitpunkt der Erstaussstrahlung am frühen Samstagmorgen - die Meinungen reichen von genau richtig bis zu völlig daneben.

Der Publikumsrat hofft, dass in den Schwerpunkten weiterhin überraschende und unerwartete Themen Platz finden werden und wünscht sich, dass in «Trend» künftig auch mehr weibliche Stimmen zu hören sind. Optimierungspotenzial sieht das Gremium bei der SRF-internen Vermarktung, die gegenwärtig als ungenügend empfunden wird. Es regt an, «Trend» über alle Vektoren hinweg viel häufiger und prominenter anzukündigen und die einzelnen Beiträge für den Online-Auftritt vermehrt und differenzierter nutzbar zu machen.

Kontakt:

Susanne Hasler, Präsidentin Publikumsrat SRG.D

#### Medieninhalte



*Kulturplatz Keyvisual 2016 Copyright: SRF NO SALES NO ARCHIVES Die Veröffentlichung im Zusammenhang mit Hinweisen auf die Programme von Schweizer Radio und Fernsehen ist honorarfrei und muss mit dem Quellenhinweis erfolgen. Jede weitere Verwendung ist honorarpflichtig, insbesondere auch der Wiederverkauf. Das Copyright bleibt bei Media Relations SRF. Wir bitten um Belegexemplare. Bei missbräuchlicher Verwendung behält sich das Schweizer Radio und Fernsehen zivil- und strafrechtliche Schritte vor. Weiterer Text über ots und [www.presseportal.ch/de/nr/100054664](http://www.presseportal.ch/de/nr/100054664) / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke honorarfrei. Veröffentlichung bitte unter Quellenangabe: "obs/Publikumsrat SRG Deutschschweiz/SRF"*

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100054664/100825014> abgerufen werden.