Weltrettung im Kleinen

Seit anderthalb Jahren gibt es «Rathuus», ein neues Zürcher Online-Medium: werbefrei, politisch unabhängig, lokal und regional ausgerichtet. Es soll sich durch Abonnements finanzieren.

VON BETTINA BÜSSER

Es gab Ärger am Zürcher Schaffhauserplatz: Vor dem dortigen Coop Pronto parkierten oft Kund:innen – kurz, aber illegal auf dem Trottoir. Die Stadt liess deshalb Stahlpfosten einbetonieren. Bloss konnten nun die Coop-Lieferwagen nicht mehr anhalten. Also wurden die Pfosten wieder entfernt. Kosten: rund 10 000 Franken. Auf tagesanzeiger.ch gab es zu dieser Geschichte fast 100 Kommentare. Zuerst veröffentlicht hatte sie aber nicht der «Tagi», sondern «Rathuus», ein Online-Bezahlmedium, das seit Anfang 2025 existiert und auf lokale Politik spezialisiert ist.





Pascal Turin und Lorenz Steinmann
Co-Chefredaktoren «Rathuus»

Werbefrei und unabhängig

In Zürich gibt es eine ganze Reihe von Medien, die (auch) über Lokales und Regionales berichten. Kann man dazwischen als Newcomer ein klares Profil entwickeln? «Was uns auszeichnet, ist sicher unsere absolute wirtschaftliche Unabhängigkeit. Wir sind komplett werbefrei und politisch unabhängig», so Lorenz Steinmann, einer der beiden Co-Chefredaktoren. «Wir sind sicher politisch weniger verortbar als ‹Tsüri› oder ‹Inside Paradeplatz›.» Für Pascal Turin, den zweiten «Rathuus»-Co-Chefredaktor, ist die Sache klar: «Wir lieben Zürich, darum schreiben wir darüber.»

Die beiden Chefredaktoren betreiben «Rathuus» und liefern einen Newsletter plus mindestens drei neue Artikel pro Woche, dazu alle zwei Wochen einen Podcast. «Wir wollen der Ort sein, wo man sich über Zürcher Politik informiert». Das bedeutet auch, dass sie oft Themen von Behörden und aus den Parlamenten aufnehmen. «Gerade kantonale Themen werden häufig gar nicht mehr aufgegriffen, da sind wir eine gute Ergänzung», findet Turin. Und Steinmann ergänzt: «Uns zeichnet aus, dass wir nicht jedem Skandal nachrennen und durchaus antizyklisch berichten. Etwa über lokale Veranstaltungen, die sonst untergehen.»

«Rathuus»-Artikel wirken vom Ton her freundlich. Das bedeutet aber nicht, dass sie unkritisch sind. «Wir sind beide nicht die ‹Polteri›», findet Turin; sie hätten die «gutschweizerische Konkordanz fast schon im Blut». Eine knapp nicht ehrverletzende Headline sei nichts für sie, auch wenn das mehr Klicks geben würde: «Wir haben im Lokaljournalismus gelernt, dass man sich immer zweimal sieht.»

Turin hat zuerst bei Quartierzeitungen gearbeitet, dann beim Kanton Zürich und ist seit 2023 Redaktionsleiter beim Verlag Lokalinfo. Steinmann arbeitete bei der Stadt Zürich in der Kommunikation, wechselte vor rund 20 Jahren zum Verlag Lokalinfo, wo er für verschiedene Zürcher Quartierzeitungen zuständig war, und arbeitet heute 50 Prozent als Alleinredaktor beim «Altstadt-Kurier».

Schwierige Situation

Die Entwicklung des Lokalinfo-Verlags zeigt, wie schwierig die Situation von Lokal- und Regionalmedien geworden ist: Er zog sich aus dem Mediengeschäft zurück, vier Quartierzeitungen wurden danach eingestellt, fünf regionale Anzeiger wurden im Juli dieses Jahres verkauft. Für Turin bedeutet dies, dass er im Dezember dieses Jahres seine Stelle verliert. In ihr Projekt investieren beide viel Zeit – und Geld. Bisher haben laut Steinmann 125 Personen «Rathuus» abonniert, für sieben Franken monatlich. Damit können sie die Miete ihres kleinen Büros finanzieren, so Steinmann. «Der Rest geht von unserem Ersparten drauf.»

Die beiden machen dennoch weiter. Die Arbeit gebe ihnen «ein starkes Gefühl, etwas für die direkte Demokratie beizutragen. So eine Art ‹Weltrettung im Kleinen›». Und sie sind überzeugt davon, dass «Rathuus» als Bezahlmodell Zukunft hat. ○

Fotos: zVg



Röstigraben

In vino veritas

Patrick Zbinden
Zwischen Chasselas und Pinot noir

In der Romandie ist Wein Teil einer tief verankerten Esskultur. Chasselas gehört selbstverständlich zum Apéro, zum Käse oder zu Gesprächen im Carnotzet. Wein wird hier weniger inszeniert als gelebt. In der Deutschschweiz hingegen konkurriert er stärker mit Bier, Cocktails oder alkoholfreien Alternativen. Wer Wein trinkt, greift häufiger zu Blauburgunder (Pinot noir) oder zu italienischen und spanischen Rotweinen. Dies ist keine Wertung, sondern Ausdruck unterschiedlicher kultureller Prägungen.

Diese Differenz zeigt sich auch wirtschaftlich. Während Waadtländer Winzer seit Jahren um das Image des Chasselas kämpfen, liegt das grösste Marktpotenzial ausgerechnet in der Deutschschweiz. Dort werden rund zwei Drittel des Weinumsatzes erzielt. Gleichzeitig dominieren Importweine deutlich stärker als Schweizer Gewächse.

Das verbreitete Klischee lautet: Die Romands seien Weinmenschen, die Deutschschweizer Genuss-Pragmatiker. Ganz stimmt das nicht. Auch östlich des Röstigrabens wächst das Interesse an regionalen Weinen und dem Direktverkauf. Gleichzeitig trinken die Westschweizer längst nicht mehr ausschliesslich Chasselas. Beide Regionen verändern sich, bleiben dabei aber ihren unterschiedlichen Traditionen verpflichtet.

Vielleicht verläuft der eigentliche Röstigraben deshalb nicht zwischen zwei Weinkarten, sondern zwischen zwei Vorstellungen davon, was Wein sein soll: ein Kulturgut, das den Alltag begleitet, oder ein Genussprodukt, das bewusst ausgewählt wird. Beides hat seinen Reiz und erklärt, weshalb dieselbe Flasche beidseits der Saane eine andere Geschichte erzählt.

Patrick Zbinden ist Food-Journalist und DIN-Sachverständiger für Sensorik in Zürich.

Alexandre Caldara
Wein lässt sich nicht auf eine Sprache reduzieren

Der Schweizer Wein bleibt in seinen Ansätzen vielfältig, über sechs Produktionsregionen hinweg. Er unterläuft, was man den «Räuschling-Graben» nennen könnte – jene subtile Zürcher Rebsorte als Demarkationslinie, bei der Degustation und im Journalismus. Die Deutschschweizer Pinots noirs präsentieren ausgeprägte Tannine und ein kirscharomatisches Profil, während die Westschweizer Pinots eher durch Finesse überzeugen. Auffällig ist auch, dass unsere Deutschschweizer Freunde eine Vorliebe für Restsüsse und pilzwiderstandsfähige Rebsorten hegen. Was den Journalismus betrifft, schätze ich Ulrich Schweizers durch und durch hedonistischen Ansatz, wenn er etwa ein Bergamotte-Aroma entdeckt. Er kostet ausgiebig, wie er auch den Widerhall der klassischen Musik in sich aufnimmt. Ich hingegen schreibe über Wein vom Körper her – wie ein Tänzer, der von seinen Bewegungen gehemmt und dennoch befreit wird.

In der Westschweiz pflegen die Kritiker einen regelrechten Kult um den Chasselas, der uns noch die Kindheit vergällte und uns im Laufe der Jahre seine Geheimnisse enthüllte. Journalistisch leiten mich der breite Gaumen von Pierre Thomas und seine Art, direkt auf den Punkt zu kommen. Ebenso kitzelt mich Anick Goumaz' Neugier für Degustationen unter Hypnose – und die Grosszügigkeit von Dôle.

Den Deutschschweizern, die noch immer «Gamay jamais!» rufen, empfehle ich, einen Plant Robert von Blaise Duboux in Epesses zu verkosten. Den Romands, die edle Säure suchen, sei empfohlen, sich von einem Completer von Martin Donatsch verführen zu lassen.

Im Umgang mit den Experten der Mémoire des vins suisses wird mir bewusst, welch hohes Mass an Kompetenz das Verstehen eines Weins erfordert. Die Gefahr besteht darin, sich zu sehr auf die technischen Aspekte zu konzentrieren. Wir Weinjournalisten dürfen das Gefühl nie vergessen. Die höchsten Weinberge Europas in Visp erzählen vom Geschmack durch ihre Landschaft. Das übersteigt jede Technik.

Alexandre Caldara ist freier Journalist und schreibt für die «Hotellerie Gastronomie Zeitung».