

KULTUR BRAUCHT VERMITTLUNG

**arttv
.ch**

Jahresbericht 20**25**

BERICHT DES PRÄSIDENTEN

Die Kultur findet statt. Aber sie wird immer weniger wahrgenommen.

Dieser Satz bringt eine Entwicklung auf den Punkt, die kulturpolitisch immer brisanter wird, denn sie widerspiegelt einen strukturellen Wandel der Öffentlichkeit.

Kultur wird weiterhin produziert und sogar noch intensiver gefördert als früher. Gleichzeitig verschwindet sie zunehmend aus der medialen Wahrnehmung. **Das künstlerische liegt vor, doch was fehlt, ist die Öffentlichkeit, in der es sichtbar, diskutiert und eingeordnet wird.**

Die Ursachen sind bekannt: Die Transformation der Medien hat die Logik der Berichterstattung grundlegend verändert. Aufmerksamkeit ist zur dominierenden Währung geworden. Inhalte werden nicht mehr nach Relevanz, sondern nach Reichweite gewichtet. Was sich nicht schnell zuspitzen lässt, fällt aus dem Raster.

Gerade die Kultur trifft das besonders hart. Kritik, Kontext, kontinuierliche Begleitung – all das, was kulturelle Prozesse verständlich macht, wird zurückgedrängt. Gleichzeitig verschwinden lokale Perspektiven zugunsten zentral produzierter Inhalte. Die konkrete kulturelle Praxis vor Ort verliert ihre Sichtbarkeit. **Das ist kein Kollateralschaden. Das ist ein kulturpolitisches Problem.**

Denn Kultur entfaltet ihre Wirkung nicht im luftleeren Raum. Sie braucht Öffentlichkeit. Sie braucht Resonanzräume. Und diese entstehen nicht von selbst.

Wer Kulturpolitik ernst nimmt, kann sich deshalb nicht darauf beschränken, Produktion zu fördern und Vermittlung punktuell mitzudenken. Er muss die Bedingungen sichern, unter denen Kultur überhaupt öffentlich werden kann.

Genau hier liegt die Bedeutung von arttv.ch.

Seit über 20 Jahren schaffen wir eine solche Öffentlichkeit – unabhängig, nicht-kommerziell und mit einem klaren Fokus auf die Schweizer Kulturszene. Unsere Beiträge sind bewusst zugänglich, visuell und verständlich. Sie sind keine Spezialdiskurse für wenige, sondern Einladungen an viele.

Man kann das kritisieren. Man kann mehr Tiefe verlangen. Aber man muss sich auch fragen: Was nützt die beste Kritik, wenn sie niemand mehr erreicht?

arttv setzt hier einen anderen Akzent: Wir schaffen Zugänge. Wir öffnen Türen. Und wir leisten damit genau jene Vermittlungsarbeit, ohne die Kultur ihre gesellschaftliche Verankerung verliert.

Ein Beispiel dafür ist das Projekt zur Urner Künstlerin Erna Schillig. Was lange kaum sichtbar war, wurde durch arttv ins öffentliche Bewusstsein zurückgeholt – mit filmischen Porträts, einer digitalen Plattform und wachsender Resonanz. Das ist keine Nebenleistung. Das ist kulturelle Infrastrukturarbeit. Umso weniger nachvollziehbar ist es, dass genau diese Arbeit kulturpolitisch nicht konsequent mitgetragen wird.

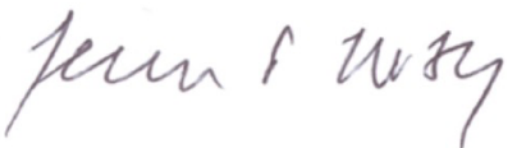
Die Förderung des Kulturjournalismus bleibt lückenhaft, unsicher – und in entscheidenden Punkten widersprüchlich. Während die Bedeutung von Vermittlung in Sonntagsreden betont wird, fehlen in der Praxis oft die strukturellen Voraussetzungen, um sie nachhaltig zu sichern. Das ist kurzsichtig. Denn ohne Öffentlichkeit verliert auch die geförderte Kultur an Wirkung.

Gerade in der Schweiz, mit ihrer föderalen und lokal verankerten Kulturlandschaft, ist das besonders heikel. Kultur entsteht hier nicht zentral, sondern in vielen konkreten Kontexten. Wenn deren Sichtbarkeit schwindet, wird Kultur zwar weiterhin produziert – aber sie verschwindet aus dem gesellschaftlichen Alltag.

Die Konsequenz daraus ist klar: Kulturpolitik muss ihre Perspektive erweitern und neben der kulturellen Produktion auch jene Institutionen berücksichtigen und stärken, die Kultur sichtbar machen. Die journalistische Vermittlung, wie arttv.ch sie betreibt, ist kein willkommener Zusatz, er ist Teil der kulturellen Grundversorgung.

Wir geben nicht auf und stärken unsere Präsenz. Unter dem Motto «Be Part of the Art» laden wir dazu ein, diese Öffentlichkeit mitzutragen. Denn Kultur braucht nicht nur Förderung. Sie braucht Sichtbarkeit. Und diese Sichtbarkeit entsteht nicht von selbst. Sie muss gewollt, ermöglicht – und getragen werden.

Jean-Pierre Hoby, Präsident arttv.ch

A handwritten signature in dark ink, reading "Jean P Hoby". The signature is written in a cursive, slightly slanted style.

KANTONE UND STÄDTE

Der wichtigste Kooperationspartner ist und bleibt bei arttv.ch 2025 die öffentliche Hand. Mit den meisten Deutschschweizer Kantonen laufen Leistungsvereinbarungen oder wurden neu abgeschlossen. Erfreulich ist, dass viele unserer Partnerkantone die Wichtigkeit der Sozialen Medien in Verbindung mit unserer Website erkannt haben und dafür die finanziellen Mittel leicht erhöht haben, so dass insgesamt 5000 Franken dafür zusätzlich bereit stehen. Zudem konnte die Gemeinde St. Moritz für eine Kooperation gewonnen werden.

Leistungsvereinbarungen, Unterstützungsbeiträge, Betriebsbeiträge 2025	
Kanton Aargau	CHF 25'000.00
Kanton Appenzell Ausserrhoden	CHF 6'000.00
Kanton Appenzell Innerrhoden	CHF 3'000.00
Kanton Graubünden	CHF 10'000.00
Kanton Luzern	CHF 24'000.00
Kanton Nidwalden	CHF 6'500.00
Kanton Obwalden	CHF 6'500.00
Kanton St. Gallen	CHF 25'625.00
Kanton Schwyz	CHF 9'600.00
Kanton Thurgau	CHF 25'000.00
Kanton Uri	CHF 9'000.00
Kanton Zug	CHF 11'000.00
Stadt Zürich	CHF 5'000.00
Kanton Zürich	CHF 15'000.00
Gemeinde St. Moritz	CHF 5'000.00
Bundesamt für Kultur, Sektion Film	CHF 49'000.00
Total	CHF 235'225.00

BESUCHER:INNENSTATISTIK

Die Reichweite von arttv.ch hat sich im Jahr 2025 erneut deutlich erhöht. Die Zugriffszahlen auf der Website sind markant angestiegen – nicht zuletzt dank der stark ausgebauten Präsenz in den sozialen Medien. Seit 2024 ist arttv.ch dort aktiv, mit besonderem Fokus auf Instagram sowie ergänzender Präsenz auf Facebook und TikTok. Entsprechend konnten die Kennzahlen auf allen Kanälen kontinuierlich gesteigert werden.

Die Inhalte von arttv.ch wurden im Jahr 2025 weltweit über zwei Millionen Mal angesehen. Sowohl die Zahl der Follower:innen in den sozialen Netzwerken als auch die Anzahl der Abonnent:innen ist im Verlauf des Jahres weiter gewachsen – ein klarer Hinweis auf die zunehmende Sichtbarkeit und Bindung unseres Publikums.

Einen besonders starken Reichweiteschub erzielten die digitalen E-Magazine CLICK (KUNST, FILM, BÜHNE), die seit 2025 über die internationale Publishing-Plattform yumpu.com verbreitet werden. Dadurch konnte die Gesamtreichweite im vergangenen Jahr auf über 25 Millionen Views gesteigert werden. Weltweit wurden die Magazine von rund vier Millionen Nutzer:innen geöffnet, davon etwa 800'000 in der Schweiz – eine aussergewöhnlich hohe nationale Durchdringung bei gleichzeitig internationaler Sichtbarkeit.

Follower Abos 2024 - 2025

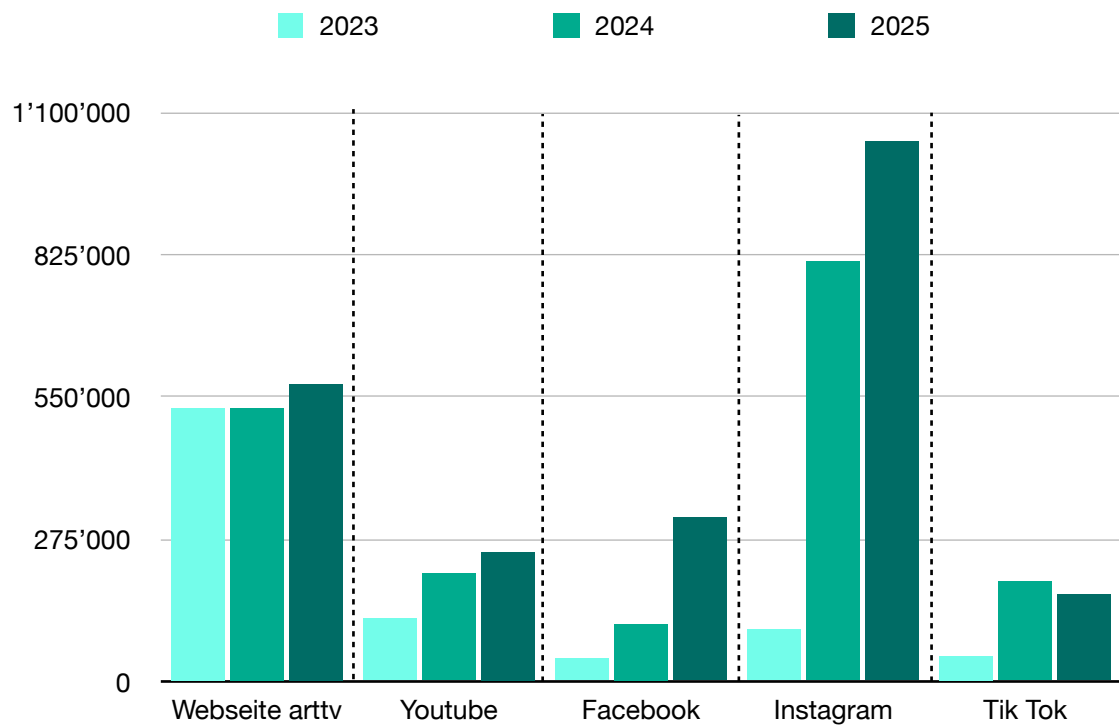
	2024	2025
Webseite arttv, click	6'943	7'645
Youtube	2'787	3'176
Facebook	5'366	5'575
Instagram	3'396	5'486
TIKTOK	882	1'233
TOTAL	19'374	23'115

Reichweite Magazine CLICK (Quelle: jumpu.com)

	2025
CLICK FILM	13'592'259
CLICK KUNST	7'217'126
CLICK BÜHNE	4'959'673
TOTAL	25'769'058

Zugriffszahlen arttv.ch 2023 - 2025 (Views/Besuche)

	2023	2024	2025
Webseite arttv, click	527'716	528'105	572'869
Youtube	120'160	207'772	251'491
Facebook	45'925	110'431	316'108
Instagram	103'247	811'415	1'043'543
TIKTOK	49'858	195'814	167'000
TOTAL	846'906	1'853'537	2'351'011



BERICHT DER GESCHÄFTSLEITUNG

Im Berichtsjahr konnten wir wie bis anhin auf eine konstruktive und engagierte Zusammenarbeit zwischen Vorstand und Geschäftsleitung zurückblicken. Mit gezielten Massnahmen zur Verbesserung der Performance und Sichtbarkeit unseres **Mitgliederbereichs** erzielten wir messbare Erfolge: Im **November 2025** verzeichneten wir **doppelt so viele Neuanmeldungen** wie im entsprechenden Vorjahresmonat. Diesbezüglich danken wir ganz besonders den Vorstandsmitgliedern Andrea von Känel und Hedi Huber (im Vorstand bis zur GV 2025), die diesbezüglich besonders viel Energie in einer eigenen Arbeitsgruppe eingesetzt haben.

Eine neue Reichweitenkooperation konnten wir mit **LeuTV / Leu Com** realisieren. Leu Com, ein Glasfaseranbieter mit eigenem TV-Angebot, strahlte neu **dreimal täglich eine halbstündige Sendung** mit Ostschweizer Beiträgen von arttv.ch aus. Die Projektleitung liegt bei **Roland Schäfli**.

Das Buch-Projekt **Erna Schillig** konnten wir im Berichtsjahr abschliessen. Das Buch erschien im renommierten Verlag Scheidegger & Spiess und überzeugte durch eine sehr hochwertige, sorgfältige Gestaltung. Als Autor konnten wir Dr. Beat Stutzer für das Projekt gewinnen. Die Buchvernissage gestaltete sich als sehr stimmungsvoller und äusserst gut besuchter Anlass. Besonders erfreulich war das Grusswort der Urner **Ständerätin Heidi Z'graggen**, das die Bedeutung des Projekts sowie die kulturelle Vermittlungsarbeit von arttv.ch würdigte. Insgesamt zeichnete sich ab, dass das Projekt einen finanziellen Überschuss erwirtschaftet.

Auch das Grossprojekt **Doppeltür** konnten wir erfolgreich positionieren und nachhaltig aufgleisen. Dabei handelte es sich um ein museales Vermittlungsprojekt im Zusammenhang mit dem geplanten **Museum zur Geschichte der jüdischen Bevölkerung von Lengnau**, dessen Eröffnung für 2027 vorgesehen ist. Für dieses Museum produzierten wir mehrere **kurze, inszenierte Filme**, die auf historischen Recherchen und eigens entwickelten Drehbüchern basierten. Ziel war es, die Geschichte, den Alltag und die Lebenswelten der jüdischen Gemeinde von Lengnau **audiovisuell erlebbar** zu machen. Die Filme wurden szenisch umgesetzt und vor **Green Screen** realisiert. Mit diesem Projekt konnten wir unsere Kompetenz in der Verbindung von **kultureller Vermittlung, filmischer Inszenierung und musealem Kontext** überzeugend unter Beweis stellen. Auch wirtschaftlich erwies sich das Projekt als bedeutend für den Verein.

Die **redaktionelle Arbeit** konnten wir stabil und effizient sicherstellen. Die vereinbarten **Kantonsbeiträge** setzten wir termingerecht um. Zudem konnten wir dank externer Unterstützung vielversprechende neue **Videojournalisten (VJ)** gewinnen.

Der Bereich **Social Media** entwickelte sich sehr positiv. Die Zusammenarbeit mit der verantwortlichen Mitarbeiterin Seraina Madras gestaltet sich professionell und konstruktiv.

In diesem Zusammenhang bereiteten wir ein neues Projekt mit dem Arbeitstitel **„Kulturinfluencer“** vor. Ziel wird es sein, ein bis zwei Persönlichkeiten zu finden, welche Inhalte von arttv.ch in den Sozialen Medien vermittelten oder direkt aus Kulturinstitutionen berichteten. In einem ersten Schritt strebten wir an, Mittel für die **Konzeptentwicklung** zu generieren.

Mit Viviane Barberi konnten wir nach dem Rücktritt von die Till Langschied, der sich wieder vermehrt ganz seiner künstlerischen Arbeit widmen will, eine neue Produzentin gefunden werden. Da Viviane bereitet als Videojournalistin für arttv.ch tätig war, kennt sie den Betrieb besonders gut. Gemeinsam mit Felix Schenker, entwickelte sie neue Formate, die ab 2026 zu tragen kommen sollten. Neben kulturellen Institutionen als Mitglieder prüften wir, künftig auch **Unternehmen als Presenting Partner** zu gewinnen. Dabei verfolgten wir eine lokale und kulturell affine Ausrichtung. Ein entsprechendes Kurzkonzept wurde erarbeitet und wird in der ersten Vorstandssitzung 2026 dem Vorstand vorgelegt.

Aus dem Vorstand erhielten wir eine sehr positive Rückmeldung zu unseren **E-Magazinen**. Die Inhalte wurden als qualitativ hochstehend beurteilt und lösten im Umfeld der Vorstandsmitglieder zahlreiche positive Reaktionen aus. Dank unserem neuen Distributor yumpu.com konnte die Reichweite massiv gesteigert werden (siehe Mediendaten):

Schmerzhaft und für uns auch unverständlich war der Entscheid des Bundesamt für Kultur, Sektion Film uns sämtliche Gelder für den Bereich Filmpublizistik zu streichen. Diesen Entscheid beurteilten wir als kulturpolitisch problematisch und als widersprüchlich zu den formulierten Zielen einer vielfältigen Filmpublizistik.

Im Austausch mit dem Vorstand reflektierten wir die generelle Situation im Bereich **BAK Film** kritisch. Dabei wurde insbesondere bemängelt, dass strategische Grundlagen und externe Studien die **Schweizer Verhältnisse** nur unzureichend abbildeten. Gleichzeitig hielten wir fest, dass wir bei künftigen Eingaben nicht vollständig untätig bleiben wollten.

In der Analyse unserer Nutzungszahlen stellten wir fest, dass der **Filmbereich rund 15 % des gesamten Traffic** ausmachte (Kunst 35 %, Bühne 22 %, Musik 16 %). Daraus leiteten wir ab, unsere inhaltlichen Prioritäten weiterhin differenziert zu setzen. Trotz der misslichen Lage, wurde aber entschieden, dass die deutschsprachige Filmpublizistik weiter geführt wird, während die französischsprachige Website clickcinema.ch (vorläufig) sistiert wird. In den Sozialen Medien wird clickcinema von Ondine Perrier in Lizenz weiter betrieben. Die Anstellung musste allerdings aus finanziellen Gründen aufgelöst werden. Auch bei Silvia Posavec war eine Kürzung von 10 % nötig. Da bis auf Einnahmen durch Werbebanner der Filmverleiher, rund 6000 Franken im Jahr, kaum noch Geld für den Film zur Verfügung steht, wird der Bereich wieder bei Felix Schenker angesiedelt, der diesen im Umfang seiner bestehenden Anstellung versucht umzusetzen. Um die Verwechslung der französischsprachigen Filmpublizistik mit dem deutschsprachigen E-Film-Magazin zu vermeiden, wurde beschlossen, dass das Magazin ab 2026 neu **CLICK FILM** und nicht mehr **CLICK CINEMA** heisst. Konsequenterweise wurden darum auch die anderen beiden Magazine **CLICK ART** in **CLICK KUNST** und **CLICK STAGE** in **CLICK Bühne** umbenannt. Die neuen Namen sollen auch stärker die Positionierung von arttv.ch in deutschsprachigen Raum betonen.



Finanzen

Dank der beiden Projekte «Monografie Erna Schillig» und „Doppeltür“, konnten im Jahr 2025 deutlich mehr Einnahmen generiert werden. Im Gegenzug haben sich auch die Ausgaben für die Saläre entsprechend erhöht. Das Projekt Doppeltür wird 2026 abgeschlossen und kann erst dann endgültig abgerechnet werden.

2025 hat sich die finanzielle Lage von arttv.ch etwas entspannt. Dank teilweise höherer Beiträge durch die öffentliche Hand, leichten Mehreinnahmen bei Mitgliederbeiträgen und Werbung konnten höhere Einnahmen generiert werden. Leider wurde bei den Auftragsproduktionen der budgetierte Betrag erneut deutlich verfehlt.

Der Verlust hat sich im Vergleich zu 2024 zwar deutlich reduziert, beläuft sich im Jahr 2025 per 31.12.2025 aber dennoch auf 13'082.77 Franken.

Ausblick und Massnahmen 2026

Die Rahmenbedingungen für Kulturmedien bleiben herausfordernd. Während Werbeeinnahmen zunehmend zu globalen Tech-Konzernen abwandern, wird die Finanzierung qualitätsvoller Kulturvermittlung immer schwieriger. Umso unverständlicher ist für uns, wie wenig Kulturvermittlung — also die Einordnung, Sichtbarmachung und gesellschaftliche Verankerung von Kultur — in kulturpolitischen Strategien und Förderlogiken berücksichtigt wird. Erschreckend ist, dass viele staatliche Stellen aber auch Stiftungen dafür bis heute kaum geeignete Gefässe vorgesehen haben. Stattdessen wird vielerorts auf Teufel komm raus produziert, während eine breite öffentliche Auseinandersetzung mit Kultur und ihrer Wirkung zu kurz kommt. Dabei ist die Schweizer Kulturwirtschaft mit rund drei Milliarden Franken jährlich ein bedeutender gesellschaftlicher und ökonomischer Faktor. Umso erstaunlicher ist es, dass der Frage, wie diese Mittel wirken und wie sie eingesetzt werden, nicht mehr Gewicht beigemessen wird.

arttv.ch wird sich von diesen Entwicklungen jedoch nicht entmutigen lassen. 2026 wollen wir unsere Unabhängigkeit weiter stärken, indem wir gezielt neue Finanzierungswege erschliessen. Dazu gehören eine verstärkte Mitgliederwerbung, der Ausbau institutioneller Partnerschaften sowie die Entwicklung tragfähiger Kooperationsmodelle mit privatwirtschaftlichen Akteur:innen.

Besonders zentral ist dabei das Projekt Kulturinfluencer:innen. Ziel ist es, jüngere Zielgruppen dort zu erreichen, wo sie sich informieren — auf sozialen Plattformen — und zugleich eine neue, glaubwürdige Form der Kulturvermittlung zu etablieren, die journalistische Qualität mit zeitgemässen Kommunikationsformen verbindet. Damit wollen wir nicht nur die Reichweite von Kultur erhöhen, sondern auch ihre gesellschaftliche Relevanz nachhaltig stärken.

PRODUKTION

Würdigung der Videoproduktionen 2025

Die Videoproduktionen des vergangenen Jahres zeigen eindrücklich, welches qualitative Niveau mit sehr begrenzten Mitteln erreicht werden kann, wenn **redaktionelle Klarheit, inhaltliche Präzision und visuelles Denken** zusammenkommen. Keiner der entstandenen Beiträge wirkt improvisiert oder beiläufig – im Gegenteil: Die Filme sind ruhig, konzentriert und konsequent auf ihren jeweiligen Gegenstand ausgerichtet.

Besonders überzeugend sind jene Arbeiten, in denen **Ort, Objekt oder Tätigkeit** das Erzählen übernehmen. Museums-, Sammlungs- und Handwerksbeiträge wie *Altes Handwerk Einsiedeln*, *Eiszeit Kreuzlingen*, *Holztypen im Bellpark*, *Sandsteinmuseum Staffelbach* oder *Handeln, Sammeln, Entdecken* zeigen, wie stark Video als Medium wirken kann, wenn Bilder nicht bloss illustrieren, sondern Bedeutung tragen. Hier entstehen Rhythmus, Struktur und Erkenntnis aus dem Gesehenen selbst – ruhig, präzise und nachhaltig.

Auch die **Institutions- und Porträtbeiträge** überzeugen durch Seriosität und Haltung. Filme zur Stiftung Capauliana, zur Fondation Suiça oder Porträts wie jenes von Mirjam Skal und Veri verzichten bewusst auf Effekthascherei und stellen die Menschen, ihre Arbeit und ihre Gedanken ins Zentrum. Diese Zurückhaltung ist keine Schwäche, sondern Ausdruck redaktioneller Disziplin: Die Beiträge nehmen ihre Protagonist:innen ernst und schaffen Vertrauen durch Klarheit und Konzentration.

Bemerkenswert ist zudem, dass selbst Formate mit minimalen oder gar keinen Produktionsmitteln – wie das Gesprächsinterview mit Roman Walker – eine professionelle, ruhige und glaubwürdige Wirkung entfalten. Das spricht nicht nur für handwerkliche Sorgfalt, sondern auch für eine klare Haltung: Inhalt wird nicht durch formale Mittel überdeckt, sondern bewusst freigestellt.

In ihrer Gesamtheit zeigen die Videoproduktionen des Jahres eine **klare Linie**: Sie setzen auf Beobachtung statt Behauptung, auf Sehen statt Erklären und auf Nachhaltigkeit statt kurzfristige Effekte. Damit leisten sie einen wichtigen Beitrag zur kulturellen Vermittlung und dokumentieren zugleich den Anspruch von arttv.ch, Kultur nicht nur zu begleiten, sondern sichtbar zu machen.

Diese Arbeiten machen deutlich, dass Qualität nicht primär eine Frage des Budgets ist, sondern der **Entscheidungen vor und hinter der Kamera**. Sie bilden eine solide Grundlage für die Weiterentwicklung der Videoformate und bestätigen den eingeschlagenen Weg einer ruhigen, inhaltlich fundierten und visuell eigenständigen Kulturberichterstattung.

DER VEREIN

arttv.ch ist als gemeinnütziger und nicht gewinnorientierter Verein organisiert. Unser Ziel ist es, Schweizer Kultur, mit dem Schwerpunkt deutschsprachige Schweiz, multimedial und online zu vermitteln. arttv.ch wurde 2004 von Felix Schenker gegründet.

Vorstand

Der Vorstand setzte sich Ende 2025 wie folgt zusammen: Jean-Pierre Hoby (Präsident), Gabriela Bussmann (Vizepräsidentin) Andrea von Kaenel, Gesa Schneider, als Nachfolgerin von Heidi Huber wurde Marie-Françoise Ruesch angefragt. Sie ist ausserhalb von arttv.ch seit vielen Jahren im kulturellen, gesellschaftlichen und organisatorischen Umfeld tätig. Sie verfügt über Erfahrung in Vernetzungsarbeit, Projektbegleitung und strategischen Fragestellungen an der Schnittstelle von Kultur, Öffentlichkeit und Institutionen. Es freut uns, dass Marie-Françoise Ruesch die Aufgaben übernommen hat.

Wir danken Heidi Huber, die auf die Jahresversammlung 2025, ihr Amt als Fizepräsidentin abgab für ihre engagierte Arbeit im Verein. Bei arttv.ch brachte sie ihre Kompetenzen insbesondere in den Bereichen **Partnerschaften, Struktur- und Finanzierungsfragen sowie bei der Entwicklung neuer Projekte** ein. Mit ihrem analytischen Blick und ihrer vermittelnden Haltung leistete sie einen wichtigen Beitrag zur Weiterentwicklung des Vereins.

Patronatskomitee

Das Patronatskomitee von arttv.ch bestand 2025 aus: This Brunner, Dieter Meier, Noëmi Nadelmann, Pipilotti Rist, Madeleine Schuppli, Emil Steinberger, Gilles Tschudi und Stina Werenfels. Das Vorstandsmitglied Marie-Françoise Ruesch hat sich bereit erklärt, sich dem Patronatskomitee anzunehmen und dieses durch neue Mitglieder zu erweitern. und zu verjüngen.

Operatives Team

Felix Schenker (CEO Geschäftsstelle und Chefredaktion), Georg Kling (Geschäftsleitung, Kooperationen öffentliche Hand, Redaktion), Silvia Posavec (Redaktion), Till Langschieb (bis Ende Juli 2025) und Viviane Barbieri (ab August 2025) (Auftragsproduktionen), Rolf Frey (sen. Producer Auftragsproduktionen), Sylvia Wettstein (Mitgliedschaften, Werbung), Marco Heiniger (Technik, Archiv, Koordination VJs), Charlotte Jacober (Lektorat), Patricia Glauser Edreira (Webmaster), Marc Zwysig (Buchhaltung und Rechnungswesen), Ondine Perier (clickcinema.ch), Seraina Madras (Soziale Medien) sowie rund 20 Videojournalist:innen.

CLUB arttv.ch

Der Verein zählte Ende Berichtsjahr 545 Mitglieder – davon 23 Gönner:innen und 3 Institutionen mit je 1000 Franken Jahresbeitrag. Die Mitgliederversammlung 2025 fand im ehemaligen Kino Frame (heute KinoKoni) statt. Unsere Mitglieder hatten anschliessend die Möglichkeit, einen Film ihrer Wahl zu besuchen.

Mitglieder-Aktionen von arttv.ch

Die Club-Mitglieder und Gönner:innen kamen in den Genuss von 14 kostenlosen Einladungen:

RANKING MITGLIEDER-EINLADUNG 2025

Dies waren die TOP 5 der Einladungen 2025, was die Beliebtheit bei unseren Mitgliedern anbelangt.

FOTOKUNSTMESSE: PHOTO BASEL | Basel | 16. - 22. Juni 2025

AUSSTELLUNG | KANDINSKY, PICASSO, MIRÓ et al. zurück in Luzern | Kunstmuseum Luzern | Juli - November 2025

AUSSTELLUNG: BLUMEN FÜR DIE KUNST | Aargauer Kunsthaus | Aarau | 4.- 9. März 2025

RETROSPEKTIVEN | NICOLE KIDMAN + HISTORIA PRESENTE - LATEINAMERIKA & SEINE GESCHICHTE., Kino Xenix | Zürich | Dezember/Januar 2025/26

SHOW | BRIC BRAC | CIRCUS MONTI | Bern | 8. Oktober 2025

arttv.ch dankt all seinen treuen Mitgliedern. Ohne diese wäre arttv.ch nicht da, wo wir heute sind.