

Modern sein und modern scheinen

Autor(en): **Bruder, Balz**

Objektyp: **Preface**

Zeitschrift: **Aarauer Neujaarsblätter**

Band (Jahr): **79 (2005)**

PDF erstellt am: **15.08.2024**

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Vorwort von Balz Bruder

Modern sein und modern scheinen

Die Macher moderner Medien müssen sich ständig fragen: Wer sind unsere Konsumenten? Was erwarten sie von uns? Wie schaffen wir es, ihre Erwartungen zu erfüllen? Gewiss, die Fragestellungen haben ihre Berechtigung. Denn schliesslich funktionieren die meisten Medien nicht nur nach marktwirtschaftlichen Kriterien, sondern auch nach ganz spezifischen Geschäftsmodellen, die den Leser- und den Inseratemarkt gleichermaßen zu befriedigen haben. Ausnahmen bestätigen die Regel.

Das ist eine schwierige Sache – vor allem in Zeiten schwächelnder Konjunktur und tief greifender struktureller Umwälzungen in der Medienlandschaft. Die Kombination dieser beiden Phänomene – das eine eher zyklisch, das andere nachhaltig und kaum reversibel – fordert Medienhäuser heraus, solche vor allem, die historisch dem geschriebenen Wort verbunden sind. Und führt sie zu ganz neuen Strategien und Operationen, die für den Konsumenten in der Form von neuen, zunehmend multimedialen Produkten sichtbar werden.

Erscheinen die Aarauer Neujahrsblätter vor diesem Hintergrund demnächst nur noch im Inter-

net, als Audio-Kassette oder gar als DVD? Die Frage mutet scheinbar absurd an. Und ist es bei näherer Betrachtung doch nicht: Ausgerechnet die Neujahrsblätter sind als thematisch breit gefächertes Periodikum ein gutes Beispiel für die Möglichkeiten, welche die Kombination verschiedener Medien bietet. Die Auenlandschaften, die Bruno Schelbert ausbreitet, die Prosa, die Jürg Steiner niederschreibt, die Geschichte der Künstlerfamilie Guignard, die Verena Naegele nachvollzieht: Die Stoffe stünden ohne weiteres auch anderen Wegen der Vermittlung offen.

Und doch ist es vielleicht, nein, sicher gut, dass sie dem Publikum in den Aarauer Neujahrsblättern zugänglich gemacht werden. Indem die verschiedenen Stoffe im gleichen Band untergebracht werden, bekommen sie eine Dimension, die sie in einer technisch noch so ausgeklügelten Aufbereitung nie haben können. Es ist neben dem materiellen sinnlichen Erlebnis die Einheit des Produktes in seiner ganzen inhaltlichen und formalen Vielfalt. Darin, im Auftun einer stillen Welt aus Wörtern und Bildern, diesem immer wieder gelingenden Experiment, hinter der plakativen Affiche des Vordergründigen die Schichten des

Hintergründigen freizulegen, liegt das Faszinierende an einer vermeintlich aus der Mode gekommenen Publikation.

Dass der Erfolg der Beständigkeit stets von neuem erkämpft werden muss, versteht sich. Die Aarauer Neujahrsblätter brauchen inspirierte Schreiber und interessierte Leser, sie brauchen aber auch überzeugte Herausgeber und innovative Verleger. Die Publikation darf sich glücklich schätzen, dass es ihr an nichts mangelt. Und dennoch wäre Selbstgenügsamkeit fehl am Platz. Es braucht Anstrengungen, wieder mehr Aarauerinnen und Aarauer, auch solche, welche die Stadt erst kennen lernen, an die Neujahrsblätter zu binden. Nicht aus einer nostalgisch verklärten Heimatkundlichkeit, sondern aus der Überzeugung heraus, dass es sich lohnt zu wissen, was einen umgibt. Sei es historisch, sei es wirtschaftlich, sei es städtebaulich, sei es architektonisch, sei es ökologisch, sei es sprachlich, sei es künstlerisch, sei es

gesellschaftlich. Die Lebensbereiche sind schier beliebig zu erweitern, wie das Inhaltsverzeichnis zeigt.

Den Aarauerinnen und Aarauern näher bringen, was ihre Stadt ihnen bieten kann – dazu wollen die Aarauer Neujahrsblätter auch mit diesem Jahrgang einen Beitrag leisten. Beim Eintauchen in die Vergangenheit, beim Wahrnehmen der Gegenwart und beim Erahnen der Zukunft sollen ihnen alte und neue Blicke auf die eigene Umgebung gewährt werden. So, wie es moderne Medien machen – aber ohne den Voyeurismus und die Aufgeregtheit, die dem Multimedia-Zeitalter zuweilen eigen sind. Und ohne den Lärm, die permanente Geräuschkulisse, die Überreizung der Sinne auch, die unseren Alltag prägen. Die Aarauer Neujahrsblätter sollen ein stilles Vergnügen bleiben, aber ein herausforderndes. Und eines, das sich nicht, kaum dass es sich einstellt, im nächsten, flüchtigen Augenblick auflöst.