



Rückblick

Kultur für Alte – Kultur für Junge: Wo, wie, wann?

Bericht über die 15. Tagung Kultur und Ökonomie - am 5/6. März 2015 im Gottlieb Duttwiler Institut, Zürich

Ein Beitrag von Diana Betzler und Leticia Labaronne

Auch dieses Jahr hat das FORUM KULTUR UND ÖKONOMIE die Szene der öffentlichen und privaten Kulturförderer wieder eingeladen, um – so der Zweck des Zusammenschlusses – „das Wissen über die Wechselwirkung zwischen wirtschaftlichen und politischen Dimensionen im Kulturbereich zu vertiefen und der Kulturfinanzierung Handlungsoptionen mitzugeben“. Inhaltlich ging es um ein altes, stets wiederkehrendes Thema: Die kulturelle Teilhabe.

Namensvater des Tagungsortes Gottlieb Duttwiler hat mit der Gründung des Migros-Kulturprozent in den 1950-er Jahren schon den Grundgedanken, Kultur einer breiten Öffentlichkeit zugänglich zu machen, in der Schweiz manifestiert, führt Hedy Graber, Leiterin Direktion Kultur und Soziales, Migros-Kulturprozent und Präsidentin des Forum Kultur und Ökonomie, in ihrer Eröffnungsrede aus.

Mit der neuen Kulturbotschaft 2016-2020, so Isabelle Chassot, Direktorin des Bundesamts für Kultur (BAK), hat der Bund die Förderpolitik neben den Handlungsachsen „gesellschaftlicher Zusammenhalt“ sowie „Kreation und Innovation“, den Förderschwerpunkt „kulturelle Teilhabe“ beschlossen und ist derzeit dabei, entsprechende Umsetzungsmaßnahmen zu erarbeiten. Hierbei soll es konkret um Fragen gehen wie den Zugang zur Kultur, die Vermittlung professionellen Kunst- und Kulturschaffens, die Aktivierung durch kulturelle Bildung, die Förderung künstlerischer Betätigung sowie die Stärkung der Kompetenzen im Umgang mit den Neuen Medien.

Eine interaktive Live-Publikumsumfrage sollte die Meinung der anwesenden Tagungsteilnehmer zur

kulturellen Teilhabe präsentieren. Dieser interessante Ansatz blieb leider mangels einer geeigneten Umsetzung, durch beispielsweise eine präzise Frageformulierung, wenig wirkungsvoll.

Das britische Arts Council England hat das 10-Jahres-Förderprogramm „Achieving Great Art for Everyone – 2010 bis 2020“ verabschiedet. Die „Audience Agency“ ist eine Nonprofit Organisation, die rund 800 Kulturorganisationen bei der Umsetzung dieses Ziels unterstützt. Die Geschäftsführerin Anne Torreggiani ging auf die Relevanz von Publikumsbefragungen und -analysen ein. Das Anhören des Publikums („listening to the audience“) habe in einigen Kulturorganisationen bereits einen Wandel hin zu einem neuen Führungsstil zur Folge und führe zu einem engeren, regeren und häufigeren Publikumskontakt. Diese erfolgreichen Kulturorganisationen sollten als Best Practices registriert, weitervermittelt und speziell weiter gefördert werden. Die Agentur betreibt eine Datenbank, welche Daten zum Kulturpublikum aus verschiedenen Quellen zusammenführt (www.audiencefinder.org).

Zwei Genfer Best Practice-Projekte zeigten, dass kulturelle Teilhabe mit neuen und kreativen Formaten erreicht werden kann. Das Festival Antigael erschließt sich durch die Eroberung neuer, ungewöhnlicher Aufführungsorte in Zentrum und Peripherie von Genf neue Besuchergruppen. Die Biennale der zeitgenössischen Künste im Lebellules Quartier (BAL) ist zwei Künstlern zu verdanken, die mit viel Geduld, kreativen Ideen und Einfühlungsvermögen Menschen und Umfeld eines Randquartiers in den künstlerischen Schaffensprozess einbeziehen.

Susanne Keuchel, Direktorin der Akademie Remscheid, konnte fundierte Ergebnisse aus einer wissenschaftlichen Studie zur kulturellen Teilhabe in Deutschland präsentieren. Eine solche Studie könnte auch in der Schweiz als Ausgangspunkt für die zielgerichtete Entwicklung von Förderinstrumenten und Umsetzungsmaßnahmen dienen.



Als Tagesabschluss diskutierten Peter Haerle, Direktor des Kulturamts der Stadt Zürich, Hans Ulrich Glarner, Vorsteher des Amtes für Kultur Kanton Bern, und Tom Rieder, Chef Sponsoring Swisscom, lebhaft zur Frage, ob es einen Paradigmenwechsel in der Kulturförderung gibt oder geben solle. Glarner begrüßt die neue Handlungsachse des BAK zur Förderung der kulturellen Teilhabe und sieht die Möglichkeiten von Veränderung vor allem innerhalb der bestehenden Institutionen (Beispiel: „Tierbar“ im naturhistorischen Museum Bern), und einer proaktiven, anreizorientierten Kulturförderpraxis. Haerle sieht wenig Handlungsspielräume seitens der städtischen Kulturförderung, da ein Großteil der Gelder mit mittel- und langfristigen Verträgen gebunden seien. Jedoch sei die Entwicklung neuer Formen und Ideen immens wichtig. Kulturelle Teilhabe sei nicht erzwingbar und könne nur durch langwierige Überzeugungsprozesse und permanente gesellschaftliche Auseinandersetzung umgesetzt werden. Tom Rieder sieht noch Platz für „Kommerzialisierung“ und neue Formen der Kulturfinanzierung (Stichwort: Crowdfunding) und verweist auf die Chancen und Grenzen des Firmensponsoring, welches eine ergänzende Funktion ausfüllt. Die Swisscom fokussiert beispielsweise die „digital natives“, die „Teens bis 27 Jahre“ als zukünftigen Kundenkreis; eine Zielgruppe, die durch die öffentliche (Hoch-)Kulturförderung schwer zu erreichen ist.

Einstiegsreferentin am Freitag war die junge Journalistin und Absolventin des Bachelor-Studiengangs Communications & Cultural Management an der Zeppelin University Hannah Bahl, die über das Verhalten der Generation Y reflektierte. Die ständige Infragestellung, die Krise als Normalität, die Selbstreflexion und -verwirklichung sowie der endlose Prozess des Suchens prägten die junge Generation. Damit seien (etablierte) Kulturinstitutionen konfrontiert, wenn diese als Besucher - oder gar als Mitarbeitende - gewonnen werden wollen. Im Anschluss wurde die Begegnung von Menschen unterschiedlicher Generationen thematisiert. Jessica Schnelle, Leiterin des Pro-

gramms „Generationen“ bei der Abteilung Soziales des Migros-Kulturprozent, zeigte ein interdisziplinäres Projekt auf, welches das Ziel verfolgt, verschiedene Generationsgruppen miteinander in Kontakt und vermehrt ins Museum zu bringen. Junge und Alte erarbeiten etwas gemeinsam; nur so findet ein Austausch auf Augenhöhe statt und somit entstehen auch im Museum soziale Mehrwerte und nicht zuletzt die Möglichkeit, neue Publikumsgruppen zu erschließen.

Marc-Oliver Wahler, Direktor und Gründer der Chalet Society, thematisierte die (Un-)Flexibilität von Kunstinstitutionen und nahm dabei die Sprache als Ausgangspunkt, etablierte Strukturen und Formate (z.B. Ausstellungen) zu hinterfragen. Mit einer gelungenen Analogie über die Merkmale und den Zusammenhang von Hardware und Software reflektierte Wahler den Bedarf, Identität zu bewahren und gleichzeitig flexibel und innovativ zu bleiben. Es braucht keine Institutionen (Hardware) mehr, sondern mehr Raum (im breiten Sinne), neue Software zu entwickeln und zu testen. Paul Dujardin, Direktor Palais des Beaux-Arts in Brüssel, nahm in seinem ausführlichen Referat über die Bedeutung des Palais des Beaux-Arts eher eine historisch-politische Perspektive ein und ging auf die Herausforderungen ein, Neues innerhalb eines alten, denkmalgeschützten Gebäudes zu entwickeln.

Der zweite Tag schloss mit einer von Sylvie Reinhard moderierten Diskussion, in der die letzten beiden Referenten sowie Christian Jankowski, Chief Curator der Manifesta 11, sich über Impulse zur Erneuerung austauschten. Wie schafft man innovative Ansätze: Durch cultural hacking? Neue Software in etablierte Hardware bringen, wie Wahlers Chalet Society ins Opernhaus? Die Diskussion über Innovation war spannend, insbesondere die Ideen der Manifesta für Zürich 2016. Es fanden sich in dieser Diskussion jedoch nur bedingt Rückschlüsse auf die Herausforderungen der kulturellen Teilhabe.



Insgesamt war es wieder eine gelungene Veranstaltung, inspiriert durch die Geschichte des Tagungsortes, die einen offenen Dialog zwischen den Akteuren ermöglicht hat. Die nächste Tagung wird voraussichtlich in Lausanne zum Thema Kommerzialisierung der Kultur stattfinden. ¶

WEITERE INFORMATIONEN

www.kulturundoeconomie.ch

DIE AUTORINNEN

Diana Betzler, Dr., Projektleitung Forschung und Dienstleistung ZHAW Zentrum für Kulturmanagement, Dozentin in der Weiterbildung

Leticia Labaronne, MSc BA, Wissenschaftliche Mitarbeiterin ZHAW Zentrum für Kulturmanagement, Studienleitung Masterprogram Arts Management