

Das Magazin von
Kultur Management Network

Nr. 131 | März 2018



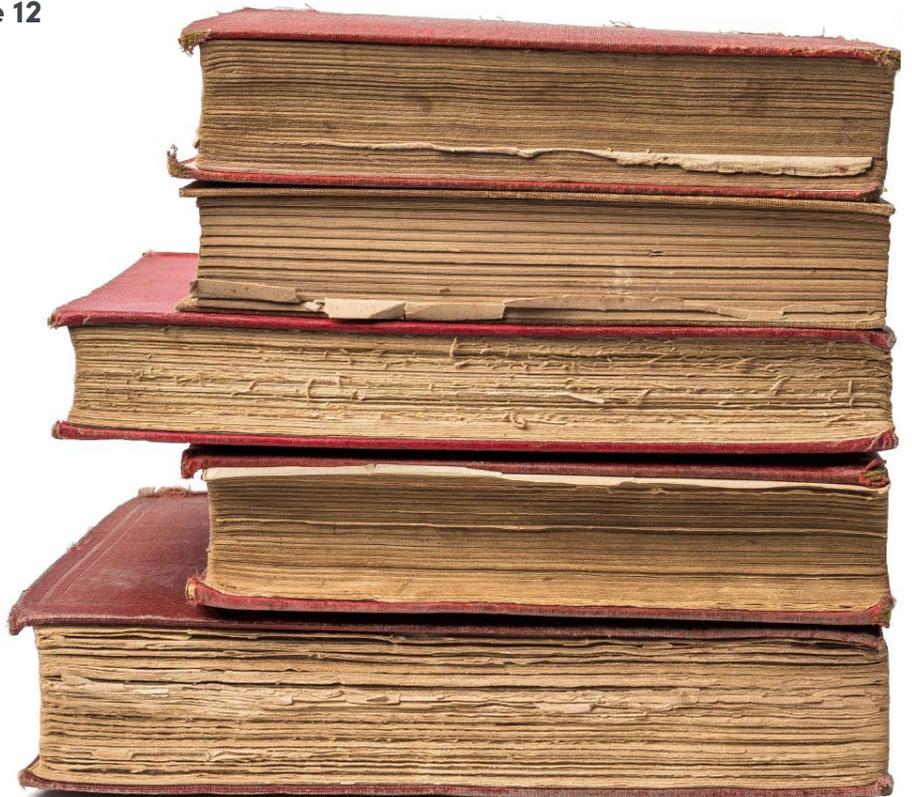
Kultur weiter denken

Erbe und Zukunft

Das Buch

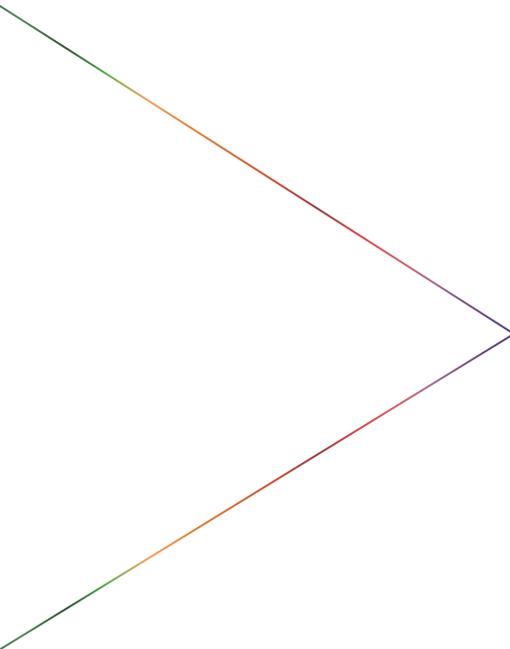
Kein anderes Kulturgut ist in einem solchen Wandel begriffen wie das Buch. Es ist eine Suche zwischen Erbe und Zukunft.

Schwerpunkt ab Seite 12



Totgeglaubte leben länger

Kaum ein Kulturgut wird seit Jahren mal mehr, mal weniger tot gesagt als das Buch. Nichtsdestotrotz hatten wir bisher selten bei einer Redaktion so schnell, so viele Ideen und spannende Ansätze beisammen. Und diese sind alles andere als retrospektiv. Also ist der Totenschein zu früh ausgestellt? Es mag sein, dass das Buch mit seinen nach UNESCO-Definition mehr als 49 physisch greifbaren, gebundenen Papierseiten durchaus bedroht ist. Die Zahlen des Buchmarkts deuten seit langem einen Abwärtstrend in den Absatzzahlen an. Aber versteht man das Buch als ein Medium, das Wissen, Erfahrungen, Gedanken, Kunst oder Fantasie transportiert, dann steht es – egal, ob es das als Papierwerk, Digitalisat oder Hörbuch tut – immer noch sehr hoch im Kurs. Vielleicht muss man einfach von diesem Kulturpessimismus Abschied nehmen und die Entwicklungen nicht als das Ende sehen, sondern als eine Suche begreifen hin zu etwas Neuem, das sich im produktiven Spannungsfeld zwischen Erbe und Zukunft entwickelt. Hier kann man bereits unheimlich viele neue Ideen und Innovationen beobachten. Nicht zu letzt auch aufgrund der Digitalisierung. Und trotzdem, bei aller Spekulation glauben wir einfach nicht, dass das schöne Buch in seiner physischen „Präsenz“ wirklich seinem Ende entgegen geht. Denn zu sehr ist es noch Teil unserer Kultur und liebevollere Begleiter, gerade auch beim Aufwachsen unserer Kinder. Wir wünschen Ihnen viel Inspiration bei einer unserer wichtigsten Kulturtechniken – dem Lesen.



Kultur weiter denken

Ihr Dirk Schütz
(Herausgeber)

Ihre Veronika Schuster
(Chefredakteurin)

Kaleidoscope

- 02 Editorial
- 04 Rundschau
- 05 Unsere Fragen an: Achim KÖnneke, neuer Referent für Kultur, Schule und Sport der Stadt Würzburg
- 07 Lesetipps: Karin Wolf
- 55 Meine Arbeitswelt: Harriet Meyer, Kunsthalle Kiel
- 77 Impressum

Schwerpunkt: Das Buch – Erbe und Zukunft

- 12 Ein Leitmedium mit Bestand – von Alexander Skipis
- 16 Von neuen Tieren, Überschuss und Nebel – von Svenja Hagenhoff
- 23 Lesen heute: Arbeit und Vergnügen – Interview mit Jost Schneider
- 27 Bücher als Kunstwerke – von Susanne Gramatzki
- 33 Der Ausstellungskatalog bleibt konkurrenzlos – Interview mit Sigrid Wollmeiner
- 37 Leporellos – von Christoph Benjamin Schulz
- 43 Mit Bibliotheken in die Zukunft – von Barbara Lison
- 48 Einmalig Schönes, Irritierendes und Originelles – Interview mit Jan Bürger
- 51 Raum für Experimente – von Ursula Steffens

... weiter denken

- 08 Kultur politisch ... Interview mit Isabell Pfeiffel-Poensgen
- 56 Kultur interdisziplinär ... Leadership neu denken – von Rüdiger Reinhardt
- 64 Kultur wissenschaftlich ... Kultur online vermitteln – von Julia Kirn
- 70 Kultur politisch ... Kulturpolitik mit der GroKo – und nun? – von Julia Jakob



Leporellos 37



Meine Arbeitswelt 55

BUCHREZENSION

Wirtschaft trifft Kunst. Warum Kunst Unternehmen gut tut

Künstlerische Interventionen gehören in Unternehmen zu den Management-Trends. Die Hoffnungen und Möglichkeiten für beide Seiten beleuchtet der Sammelband „Wirtschaft trifft Kunst“. Doch leider ist die Sammlung weder erkenntnisreich gestaltet noch hat sie eine klar definierte Zielgruppe.

von **Sophia Sprengel**

http://bit.ly/Rez_Wirtschaft_trifft_Kunst

REIHE „FÜHRUNG“



Foto: Sandra Then/ Theater Basel

„Es gibt keine Diven.“

Laura Berman ist seit 2015 Operndirektorin am Theater Basel. Im Gespräch erzählt sie, wie man als Führungsperson Künstler und Management unter einen Hut bekommt und warum Leadership im amerikanischen Kulturbereich einen so viel positiveren Ruf genießt.

von **Juliane Moghimi**

http://bit.ly/Interview_Berman_Fuehrung

NEUES AUS DEN SOZIALEN MEDIEN

KulturManagementNet @kmmweimar · 13. März
Läuft noch bis 6. Mai. Ihr wollt mitmachen, habt aber keinen eigenen Blog? Kein Problem! Meldet euch einfach bei uns. #kultourraum



Kultur hoch N @KulturHochN
#Aufruf zur #Blogparade: #KulTourRaum - #Kultur und #Kulturtourismus im ländlichen Raum
kulturhochn.de/blogparade-kul...

STELLENMARKT KULTURMANAGEMENT

Die größte Stellenauswahl für Fach- und Führungskräfte im deutschsprachigen Kulturbetrieb mit mehr als **3.000 Stellen** jährlich.

NEU AB RELAUNCH:

Börse für Jobgelegenheiten.

Finden Sie Ihre neue Stelle unter:

stellenmarkt.kulturmanagement.net

JUGENDSTUDIE 2018

Wichtige Einsichten in die Social Media-Nutzung der Generation Z

Wie nutzen Jugendliche ihr Smartphone und welche sozialen Plattformen sind dabei unverzichtbar? Die Antworten der Jugendstudie 2018 auf diese Fragen sind äußerst wertvoll, wenn Kultureinrichtungen im Internet ein junges Publikum ansprechen möchten.

<http://bit.ly/Jugendstudie2018>

BUCHREZENSION

Kulturtourismus im ländlichen Raum an ‚dritten Orten‘ der Begegnung

Im kulturellen Kontext spielt der ländliche Raum oft eine untergeordnete Rolle. Auf Basis sozialkonstruktivistischer Raumtheorien und empirischer Forschung untersucht Katja Drews, ob und wie Kulturtourismus dritte Orte der Begegnung zwischen Touristen und Einheimischen ermöglicht.

von **Verena Teissl**

http://bit.ly/Buchrezension_Kulturtourismus_laendlicher_Raum



Foto: Karlotta Könneke

UNSERE FRAGEN AN...

Achim Könneke

Ab Juli ist Achim Könneke als berufsmäßiger Stadtrat neuer Referent für Kultur, Schule und Sport der Stadt Würzburg. Nach Tätigkeiten als Journalist und Kunstkritiker, Kunstschulleiter, Referatsleiter der Kulturbehörde Hamburg und stellvertretender Kulturamtsleiter in Stuttgart ist er seit 15 Jahren Direktor des Kulturamts der Stadt Freiburg.

AUF WELCHE HERAUSFORDERUNGEN FREUEN SIE SICH BEI IHREM WECHSEL NACH WÜRZBURG? HABEN SIE BEREITS PLÄNE?

Entschieden habe ich mich, weil der Stadtrat Mut zur Zukunft bewiesen hat. Nur drei Beispiele: demnächst beginnt die Generalsanierung und Vergrößerung des Mainfranken Theaters, ein Schulentwicklungskonzept mit 300 Mio. Investitionsprogramm wurde aufgelegt und das Mainfranken Museum wurde verstaatlicht und kann nun komplett saniert und neu konzipiert werden. In eine Stadt, die ihre Kulturinstitutionen abwickelt, wäre ich nicht gegangen. Dennoch erfordern auch hier wie überall gravierende gesellschaftliche Veränderungen veränderte, neue oder zusätzliche (Infra)-Strukturen, Programme und Inhalte. Aber was nicht funktionieren würde, ist, mit einem vorab geschmiedeten Plan anzutreten.

WELCHE ERFAHRUNGEN UND STANDPUNKTE AUS IHRER LANGJÄHRIGEN ARBEIT WERDEN SIE VOR ALLEM EINBRINGEN?

Vor allem, dass Kultur in der Stadt immer mehr ist als Kultur von der Stadt. Die Künstlerinnen und Künstler, Freie Szenen und Vereine sind mindestens ebenso wichtig für eine lebendige Stadtkultur. Deshalb darf Kultur- (oder Bildungs- oder Sport-)politik nicht für scheinbar „Betroffene“, sondern muss mit den Akteuren als Beteiligte gemeinsam gestaltet werden. Unser Freiburger Kulturkonzept hat hier Pionierarbeit geleistet. Heute ist diese beteiligungsorientierte strategische Planung Standard.

WO SEHEN SIE DIE GROSSEN AUFGABEN, DIE VIELEN INTERESSEN EINER STADTGESELLSCHAFT ZU BALANCIEREN?

Zuerst ist wichtig, eben diese diversen Interessen, zwischen denen ja nicht selten Zielkonflikte bestehen, konkret kennenzulernen: also Eintauchen Teilhaben, Anschauen, Zuhören. Dabei tickt Würzburg anders als Freiburg, Stuttgart oder Hamburg. Und dann geht es immer um die zentrale Frage, in was für einer Stadt wir leben wollen und wie wir diese am konkreten Ort mit seiner spezifischen Geschichte und Identität gemeinsam gestalten können. Kulturpolitik ist für mich ein andauernder diskursiver Prozess integrierter Stadtentwicklung. Wie eine Gruppenwanderung ins Offene, bei der neue Wege entstehen, indem man sie gemeinsam geht.

Die Welt ist noch zu retten!

Arts/Cultural Management in International Contexts

*Birgit Mandel,
Olms-Weidmann Verlag 2017*

Mich verblüfft ja am Kulturmanagement immer wieder, dass die Techniken und Methoden weltweit mehr oder weniger identisch sind. Ein Projektstrukturplan, ein Veranstaltungsablauf oder Marketingkonzept kommen doch rund um den Globus zum

Einsatz? Birgit Mandel zeigt deutlich, wie sehr die politischen und gesellschaftlichen Rahmenbedingungen den Auftrag der KulturmanagerInnen prägen. Zwischen einem „Fundraiser“ und einem „Agent for change“ liegen dann vielleicht doch Welten? Und die große Herausforderung ist es, voneinander zu lernen!

Die freundliche Revolution: Wie wir gemeinsam die Demokratie retten

*Philippe Narval,
Molden Verlag 2018*

Druckfrisch und absolut empfehlenswert für alle, die nicht mehr den Kopf schütteln und sich über den Zustand der Welt wundern möchten. Philippe Narval, Leiter des Forums Alpbach, macht uns darauf aufmerksam, dass die Zivilgesellschaft abseits des Mainstreams tolle Projekte zum Empowerment und

Dialog hervorbringt. Er hat sich in Europa auf die Suche nach vorbildlichen Beispielen gemacht und Erstaunliches gefunden: einen Kindergarten, in dem die Kleinen selbst Methoden erfinden, um den Turnsaal gerecht zu nutzen oder 21.000 BürgerInnen, die gemeinsam an Gesetzen schreiben. Don't dream it – do it!

Ein Satz sagt mehr als tausend Worte

*Peter Breuer,
edition lehnen 2012*

Und wenn ich genug vom Planen und Machen habe, dann mache ich es mir gemütlich und greife zu Peter Breuers Buch. Am liebsten schlage ich es irgendwo auf und bin gleich von den aberwitzigen und grenzgenialen Assoziationen und Wortspiele gefangen. Die

alphabetische Reihenfolge der Begriffe gaukelt eine Art von Ordnung vor, doch bereits nach kurzem Lesen steht das Gehirn fröhlich Kopf. Zitat: „Genügsamkeit – Sich am allermeisten zu wünschen, nichts zu wollen, ist ein handfester Interessenskonflikt.“ Funktioniert als Stimmungsaufheller und Inspirationskick für zwischendurch oder als Lektüre, bei der man vollkommen die Zeit vergisst und sich im eigenen Kopfkino verliert.



Karin Wolf ist die Gründerin und Direktorin des Instituts für Kulturkonzepte in Wien, das ein umfangreiches Aus- und Weiterbildungsprogramm für Kulturmanagement und Kulturvermittlung anbietet.

Wir unterhalten uns mit Isabel Pfeiffer-Poensgen, die seit dem 30. Juni 2017 das Amt der Ministerin für Kultur und Wissenschaft des Landes Nordrhein-Westfalen innehat, was die großen Herausforderungen für die Landeskulturpolitik in ihrem Bundesland sind.

Prozesse anschieben

Das Gespräch führte Veronika Schuster

Sehr geehrte Frau Ministerin, wo genau greift die Landeskulturarbeit, -politik und -förderung in Ihrem Bundesland?

Traditionell ist der Kulturbetrieb in Deutschland stark kommunal organisiert. In Nordrhein-Westfalen ist das noch ausgeprägter, weil es – anders als in anderen Bundesländern – kaum höfische Kultur gab und die Kultur und deren Förderung sehr bürgerlich geprägt war. Daher befinden sich auch heute die öffentlichen Kultureinrichtungen, bis auf zwei Ausnahmen mit den Kunstsammlungen Nordrhein-Westfalen und mit 50 Prozent das Schauspielhaus Düsseldorf, in städtischer Trägerschaft. Die Landeskulturpolitik tritt im Wesentlichen nicht als Träger des Kulturangebots auf, sondern als dessen Förderer und das auf vielen verschiedenen Ebenen.

Wie ist dabei diese Förderung strukturiert? Ist sie hauptsächlich finanzieller Art?

Die finanzielle Förderung ist zwar der Kern, aber sie geht grundsätzlich immer mit programmatischen Vorschlägen einher, die im Austausch mit den Kommunen entwickelt werden. Diese Kommunikation muss – da müssen wir ehrlich sein – intensiviert werden. Das ist ein wichtiges Ziel. Stichwort sind etwa die städtischen Theater und Orchester. Hier lastete die Verantwortung allzu lang allein auf den Kommunen. Dies wird sich gemäß des Koalitionsvertrags ändern und das Land wird sich in vielen Bereichen stärker engagieren. Was aber keinen Einfluss auf die grundsätzliche Förderstruktur haben wird.

Wie ist diese Zusammenarbeit zwischen Land und Kommunen bisher organisiert?

Wenn ein Förderprogramm vorbereitet wird – wie es aktuell für den Theater- und Orchesterbereich geschieht – gibt es verschiedene wichtige Ansprechpartner. Zum einen die kommunalen Verbände, wie den NRW-Städtetag und deren Kulturdezernenten. Auf der anderen Seite sind die inhaltlich-künstlerisch arbeitenden Verbände wie der Kulturrat, der Musikrat, der Deutsche Bühnenverein usw. besonders wichtig. Zudem gibt es seit wenigen Jahren das sogenannte Landeskulturfördergesetz, das bestimmte Strukturen für einen Förderplan definiert: Diese sehen auch ein dichtes Kommunikationsnetz mit verschiedensten Kunst- und Kulturakteuren vor, das in einem intensiven Austausch die Förderschwerpunkte der nächsten Jahre festlegt. Der aktuelle Förderplan endet 2018 und wird in einem erneuten Prozess 2019 neu ausgehandelt. Hier wird nun das bisherige Förderprogramm unter die Lupe genommen und geprüft, ob die Fragen noch relevant sind oder ob sie einen neuen Fokus bekommen müssen. Es gibt also einen wichtigen Austausch der verschiedenen kulturpolitischen Ebenen. Man muss auch bedenken, wie aufwändig das in unserem großen Bundesland mit ca. 400 Kommunen ist. Das kann man nur durch einen strikt organisierten Kommunikationsprozess gestalten.

Sie sind erst seit Kurzem in dieser Position in NRW. Wie lernen Sie Ihr Bundesland aus dieser Perspektive noch besser kennen?

Für erste Informationen und Eindrücke habe ich mit einer großen Zahl an Gesprächen hier in Düsseldorf begonnen. Es wurden viele verschiedene Akteure des Kulturbetriebs gruppenweise eingeladen. Es ging sowohl um ein Kennenlernen als auch um ein Herantasten an die virulenten Themen. Im Weiteren stehen nun die Vorort-Besuche bei den Kulturakteuren an – ebenso wie jene an den Hochschulen, die ja auch zu meinem Arbeitsbereich gehören.

Wie war der Eindruck bei den ersten Gesprächen? Unterstützen die Akteure die Zusammenarbeit?

Ja, unbedingt. Es war für den Kulturbetrieb in NRW eine große Ermutigung, dass die Regierung endlich ein Amt geschaffen hat, das den Begriff Kultur vorne im Namen führt und somit Kunst und Kultur in den Fokus gerückt wurden. Auch die spürbare Erhöhung der Fördermittel wurde sehr positiv aufgenommen. Wichtig ist nun, dass wir liefern. Diese neue Haltung der Regierung und Politik muss der Kulturbetrieb auch spüren können. Wir müssen das Vertrauen dahingehend aufbauen, dass wir mit dem neuen

Kulturhaushalt nachhaltig Veränderungen schaffen wollen. Das wird eine meiner wichtigen Aufgaben in den nächsten fünf Jahren sein.

In Ihrer Rede zu den kulturpolitischen Schwerpunkten zur Wahlperiode haben Sie als Ziel deutliche Veränderung in der „Sichtbarmachung von Kultur“ beschrieben: Welche „Diagnose“ steht hinter diesem Vorhaben?

Ich versuche das vereinfacht am Beispiel der Bildenden Kunst aufzuzeigen. Gleiches gilt aber auch für die anderen Bereiche wie Theater, Tanz, freie Szene usw.: Es gibt in Nordrhein-Westfalen eine unglaublich hohe Zahl an öffentlichen Sammlungen. Diese können es mit der Reichhaltigkeit des Angebots und auch der Ausstellungsqualität mit jeder anderen Sammlung und jedem Museum in Deutschland aufnehmen. Nur wissen das zu wenige außerhalb unseres Bundeslands. Wir müssen neue Formen finden, die das Bewusstsein für diese Schätze und Kulturpfunde nach innen wie nach außen stärken. Die zentrale Frage dabei ist, wie man dieses ungeheure Angebot sichtbar macht. Damit beschäftigen wir uns im Moment sehr intensiv.

Kultur ist viel mehr als die großen Museen, Theater und Opern. Aber einfacher ist es, den Fokus auf die großen Hotspots im Kulturangebot zu legen. Wie kann und muss man Kunst und Kultur fördern, die nicht derart „offen zu Tage liegt“?

Darüber hat sich die Koalition bereits intensive Gedanken gemacht, und das, was Sie beschreiben, betrifft natürlich im besonderen Maße den ländlichen Raum. Hier geht es vor allem darum, Orte zu schaffen, an denen man sich mit Kultur auseinandersetzen kann. Und nicht nur das, sondern es müssen Orte für aktives Zusammenleben und Austausch werden. Diese sogenannten „Dritten Orte“ sind ein wichtiges Thema. Dabei liegt der Fokus auf Einrichtungen, die dafür die nötige Infrastruktur haben, auf der man aufbauen kann, wie etwa bei Bibliotheken. Es gibt natürlich bereits sehr Vieles. Aber ich denke, man kann hier intensiver unterstützen, indem man mehr Strukturen organisiert.

Gab es in den bisherigen Austauschprozessen mit den kommunalen Trägern Reibungspunkte? Etwa das eine andere Förderung gewünscht wird?

Natürlich gibt es dabei Reibungspunkte. Das ist ganz normal. Der Scheck ohne jede Bedingungen ist immer die nettere Aussicht. Aber das ist nicht Aufgabe der Landeskulturpolitik. Wir wollen mit den neuen Mitteln sehr gezielt die Situation verbessern. Es geht darum, Strukturen zu schaffen, die auch für andere Bereiche nutzbar gemacht werden können.

Sie kennen den Kulturbetrieb und seine AkteurInnen sehr gut und aus verschiedenen Perspektiven. Verstehen diese das politische System, die Funktionsweise, die Rädchen? Wäre hier mehr Kenntnis nötig?

Ich habe hier eine ganz andere Auffassung. Ich war selbst Kulturdezernentin und ich habe meine Aufgabe immer als Scharnier zwischen Kultur und Politik verstanden. Es ist in erster Linie die Aufgabe der Kulturpolitiker, dass sie die Brücke zwischen einem Stadt- oder Landrat und einer Kultureinrichtung oder Kunstszene bilden. Diese Mittlerfunktion ist die Kernaufgabe der Kulturpolitik. Das ist nicht sonderlich gemütlich. Aber Kultur- und Kunstschaffende müssen Raum für ihre Arbeit haben. Es ist nicht deren Aufgabe, unser komplexes, politisches System zu durchdringen. Anders ist es natürlich bei den Kulturorganisatoren, wie den Direktoren und Intendanten. Diese müssen sich natürlich darauf einlassen und hier das politische Handwerkzeug bei der Hand haben. Das ist klar.

Nichtsdestotrotz herrscht oftmals breites Unverständnis über kulturpolitische Entscheidungen.

Das ist eine Frage der Transparenz. Entscheidungen, wie etwa die Vergabe von Geldern, müssen für jeden nachvollziehbar sein. Und wenn man das auf Seiten der Politik fachlich und inhaltlich prüft, oder durch eine Jury qualitativ prüfen lässt, dann wird es auch Akzeptanz geben.



Foto: MKW/Bettina Engel-Albusfin 2017

Isabel Pfeiffer-Poensgen ist seit Juni 2017 Ministerin für Kultur und Wissenschaft des Landes Nordrhein-Westfalen. Die Volljuristin war u.a. Kanzlerin der Hochschule für Musik Köln und Beigeordnete für Kultur und Soziales der Stadt Aachen bevor sie von 2004 bis 2017 als Generalsekretärin der Kulturstiftung der Länder tätig war.



Ein Leitmedium mit Bestand

Von der Klosterstube zur Online-Buchhandlung: Bücher befördern Ideen

Ein Beitrag von Alexander Skipis

Als Johannes Gutenberg im 15. Jahrhundert die Buchdruckkunst erfand, löste er nicht nur eine mediale Revolution aus, sondern schaffte damit die Voraussetzung für die Entwicklung zu einer modernen freien Gesellschaft. Konnten Bücher und Texte früher nur durch mühsames Abschreiben in sehr begrenzten Zahlen vervielfältigt werden, waren sie jetzt breiten Bevölkerungsschichten zugänglich. Ohne diese Technik wäre die weitere Entwicklung über die Aufklärung hin zu freien Gesellschaften überhaupt nicht denkbar gewesen. Der Austausch von Wissen und Meinungen war nun (theoretisch) für alle möglich, breite Meinungsbildungsprozesse entwickelten sich dadurch zunehmend.

Bücher fördern Demokratie

Es ist gut vorstellbar, wie sich die Mönche in den Klosterstuben, die mit dem Kopieren von Büchern beschäftigt waren, gegen eine solche Entwicklung gewehrt haben mögen und wie unangenehm möglicherweise für einen kleinen Kreis Gebildeter und Herrscher die Verallgemeinerung des Wissens war. Herrscher sahen sich zunehmend in Frage gestellt. Die Nebenben der Gutenberg-Entwicklung können wir auch heute noch feststellen. Alle Despoten dieser Welt, und solche, die es gerne wären, versuchen Einfluss auf die Verbreitung ihnen unangenehmer Texte zu nehmen. Dies ist leider heute in vielen Ländern dieser Welt so, und wenn wir das Beispiel Türkei nehmen, sehen wir sehr deutlich, wie gefürchtet doch Ideen, Informationen und Transparenz sein können.

Die deutsche Buchbranche sieht den Kern ihrer Aufgabe darin, mit ihrer Arbeit einen wesentlichen Beitrag zum Gelingen einer freien, demokratischen Gesellschaft zu leisten. Autorinnen und Autoren vermitteln Wis-

sen, geben Informationen, erzählen von ihren Wünschen, Sehnsüchten, Phantasien und Visionen. Dies trifft auf ein tiefes menschliches Bedürfnis, zu erfahren, was andere denken, schafft Orientierung und Vertrauen in Fakten und prägt zugleich die kulturelle und ästhetische Entwicklung einer Gesellschaft. Dieser kommunikative, kulturelle Austausch ist der Kern unseres Seins und macht den Wert der Buchbranche aus.

Die Buchbranche als Treiber digitaler Innovation

Mit der Digitalisierung, die möglicherweise eine vergleichbare Bedeutung erlangen wird, wie die Erfindung der Buchdruckkunst durch Gutenberg, ist ein neues Zeitalter angebrochen. Es hat je nach Kulturbranche unterschiedlich lange gedauert, bis die Chancen, die in dieser Technologie stecken, erkannt worden sind. Die deutsche Buchbranche hat diese Chance genutzt, weil die Möglichkeiten, Inhalte zu den Menschen zu bringen und Inhalte neu zu gestalten, immens sind. Der Anspruch besteht sowohl darin, dem Leser im Buchhandel so komfortabel wie möglich über alle Kanäle 24 Stunden und sieben Tage die Inhalte auf jedwedem denkbaren Medium zur Verfügung zu stellen. Die große Mehrheit der Buchhandlungen verkauft ihre Bücher mittlerweile online, viele bieten E-Reader und E-Books an. Auf der anderen Seite haben Verlage erheblich investiert, um die digitalen Möglichkeiten für neue Formen von Büchern und Inhaltsgestaltung, neuen Rezeptionsprozessen bis hin zum partizipativen, kollaborativen Erstellen von Texten, zu nutzen. Sie wollen und brauchen die Digitalisierung, um ihre Aufgabe im Kontext mit den Bedürfnissen ihrer Leser zu erfüllen.

Mit Sicherheit steht die Digitalisierung im Jahre 2018 erst am Anfang.

Somit wird die Buchbranche – wie auch die anderen Bereiche der Kultur- und Kreativwirtschaft – letztendlich zum Treiber einer digitalen Innovation, weil es ihr ureigenes Interesse ist, Inhalte den Menschen zur Verfügung zu stellen. Mit Sicherheit steht die Digitalisierung im Jahre 2018 erst am Anfang. Erhebliche Umbrüche mit enormen Chancen werden folgen. Doch es begegnen uns auch Herausforderungen. Die gesellschaftlichen Veränderungen, die Digitalisierung und die damit einhergehende wachsende Medienkonkurrenz haben Einfluss auf das Kauf- und Leseverhalten. Das zeigt sich bereits heute.

Herausforderung Käuferrückgänge

Zwar ist der Umsatz der Buchbranche über die letzten zehn Jahre hinweg stabil geblieben, was angesichts des Medienwandels und der daraus erwachsenen Konkurrenz beachtlich ist. Aber die Menschen haben in den letzten Jahren weniger Bücher gekauft. Und das ist ein Umstand, den die Branche sehr ernst nimmt. Von 2013 bis 2017 hat der Publikumsmarkt über sechs Millionen Käufer verloren. Immer noch rund 30 Millionen Menschen kauften 2017 Bücher – aber rund 18 Prozent sind innerhalb von fünf Jahren verloren gegangen. Gemeinsam mit Verlagen, Buchhandlungen und Marktforschern untersuchen wir derzeit die Motive der Buchabwanderer. Warum greifen die Menschen heute weniger zum Buch, was machen sie stattdessen? Wie können wir sie für Bücher zurückgewinnen?

Das Lesen wird als Ruhepol in der Hektik des Alltags, als Zeit für sich und Balsam für die Seele empfunden.

Erste Ergebnisse von Fokusgruppen-Befragungen zeigen zweierlei. Zum einen berichten die Menschen, die heute weniger Bücher kaufen als früher, fast unisono von einer großen Zeitknappheit und Überforderung im Alltag, nicht zuletzt durch Social Media: Menschen stehen unter einem hohen Druck, ständig reagieren und dranbleiben zu müssen. Das Zeitkorsett wird enger, die Aufmerksamkeitsspanne sinkt, und so greifen die Menschen seltener zum Buch. Die befragten Menschen empfinden diese Situation mit großer Mehrheit als Belastung. Zum anderen assoziieren die Befragten durchweg sehr positive Gefühle und Erfahrungen mit dem Buchlesen. Das Lesen wird als Ruhepol in der Hektik des Alltags, als Zeit für sich und Balsam für die Seele empfunden. Darüber hinaus gilt es als zuverlässiges Medium für Information, Wissen und Bildung. Die Sehnsucht bei den Menschen nach diesen Oasen der Entschleunigung, der Ruhe und der Bereicherung ist hoch. Und darin steckt für die Branche eine große Chance. Bücher versprechen einen Ausgleich zur Hektik des Alltags. Sie bieten die Möglichkeit, für eine gewisse Zeit aus der Multi-Tasking-Gesellschaft herauszutreten, Lesen ist ein Gegenpol zur ständigen Verfügbarkeit. Wenn es der Branche gelingt, dies zu vermitteln, dann können wir auch wieder Käufer zurückgewinnen. Buchhandlungen und Verlage sind intensiv dabei, Lösungen zu entwickeln, um Käufer wieder mehr für Bücher und das Lesen zu begeistern.

An gesellschaftlicher Relevanz hat das Buch allerdings nichts verloren. Im Gegenteil: Erst jüngst hat etwa das Buch „Feuer und Zorn“ von Michael Wolff über den Weg Donald Trumps ins Weiße Haus eine Diskussion ausgelöst, wie es hunderte Tweets nicht geschafft haben. Was in Form eines Buches veröffentlicht wird, in einem abgeschlossenen, linearen Text, von renommierten Autoren recherchiert und von einem Verlag kuratiert, hat nach wie vor Autorität. Das Buch steht für Verlässlichkeit und Nachhaltigkeit. Über 500 Jahre nach der großen Medienrevolution und inmitten einer neuen, nicht weniger großen medialen Umwälzung sind Bücher noch immer ein Leitmedium mit Zukunft. Sie sind die Antwort auf ein menschliches Bedürfnis. Sie haben die Kraft, gesellschaftliche Debatten anzustoßen und mitzugestalten. Heute wie zu Gutenbergs Zeiten.



Foto: Claus Setzer

Alexander Skipis ist seit 2005 Hauptgeschäftsführer des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels. Zuvor war der Jurist u.a. Ministerialdirigent und Abteilungsleiter in der Hessischen Staatskanzlei und verantwortlich für die Steuerung und Koordinierung sämtlicher Projekte der Hessischen Landesregierung.

Von neuen Tieren, Überschusssinn und Nebel

Schon wieder tot, und diesmal ist die Digitalisierung schuld? Neue Technologien haben schon immer die etablierten Macher bekannter Medien gefordert. Dieses Mal bringt die Digitalisierung neue Möglichkeiten, mit denen gestaltet werden kann.

Ein Beitrag von Svenja Hagenhoff

„If by books you are to be understood as referring to our innumerable collections of paper, printed, sewed, and bound in a cover announcing the title of the work, I own to you frankly that I do not believe (and the progress of electricity and modern mechanism forbids me to believe) that Gutenberg’s invention can do otherwise than sooner or later fall into desuetude as a means of current interpretation of our mental products. Printing [...] is, in my opinion, threatened with death by the various devices [...] which have lately been invented, and which little by little will go on to perfection.“ Das Zitat sagt, dass neue Geräte, und gemeint sind elektronische, noch nicht ganz perfekt aber besser werdend, dazu beitragen, dass das Buch als gedruckter Codex eine Randerscheinung wird und Literatur zukünftig auf andere Art und Weise rezipiert werden könnte. Das Zitat stammt aus dem Jahr 1894. Octave Uzanne¹ hatte die Vision, dass man sich zukünftig zur Rezeption von Literatur ein Gerät um den Hals hängen würde, und mittels stethoskopartiger Stöpsel im Ohr sich den Text würde vorlesen lassen, während man im Stadtpark promenierte.

Technologische Entwicklungen haben schon immer das Etablierte, Vorhandene und Gelernte in Frage gestellt.² Die „Digitalisierung“, meistens versehen mit ideologischen Zuschreibungen von ‚neu‘ mit völlig beliebiger, wahlweise euphorischer oder dysphorischer Interpretationsmöglichkeit führt entsprechend auch zu den Fragen, was denn eigentlich

¹ Uzanne (1894)

² Hagenhoff (2017)

³ Dworschak (2014)

⁴ Kuhn und Hagenhoff (2015)

ein Buch sei, ob das Buch oder nicht gar gleich die ganze, nach einem Medium benannte Branche jetzt endgültig dem Tode geweiht sei („Buchmarkt in der Krise: rückläufige Umsätze“) oder ob durch das Eintreten branchenfremder Akteure (wie z.B. der „Datenheinis“³) nicht zu befürchten wäre, dass nun aber wirklich die Kultur untergehe („Es wird immer mehr Mist gedruckt und immer weniger gelesen!“).

Gestaltbare Artefakte zwischen physischem Format und digitaler Vernetzung

Was ist eigentlich der generische Zweck von Medien? Der generische Zweck von Medien ist es, Kommunikation über Räume (und Zeiten) hinweg zu ermöglichen. Medien als gestaltbare Artefakte sind ein Bündel von Eigenschaften⁴, die unterschiedliche, für divergente Kommunikationssituationen und -zwecke adäquate oder nicht-adäquate Ausprägungen haben können. Eine Eigenschaft ist z.B. das physische Format, das unpraktisch (zu groß im Flugzeug: „Die Zeit“) oder praktisch (besser: gedruckte Zeitung im Tabloid-Format) sein kann. Eine andere Eigenschaft ist die mögliche Vernetzung von Inhalt: Online-Medien erlauben die direkte Verlinkung zu anderen Beiträgen, Offline-Medien sind in sich abgeschlossen. Eine weitere Eigenschaft ist das Zeichensystem, mit dem Botschaften expliziert werden. Zu unterscheiden sind visuell-statische (z.B. Schrift, Noten, Zahlzeichen, Schemaskizzen, Diagramme), visuell-dynamische (Bewegtbild) und akustische (Töne) Zeichensysteme, die jeweils spezifische Leistungsfähigkeiten aufweisen: man denke an die Möglichkeiten des Querlesens von Geschriebenem oder des Ausdrückens von Abstrakta mittels statisch-visueller Zeichensysteme, oder an die akustische Darbietung von Tiergeräuschen, die schriftcodiert eingeschränkt authentisch wiedergegeben werden können (,tschilp-tschilp' oder ,muh'). Die Rezeption der verschiedenartig codierten Botschaften erfolgt durch Lesen (visuell-statisch), Gucken und/oder Hören (audio-visuell dynamisch), wobei Lesen als Kulturtechnik eine sehr anstrengende Rezeptionsform ist, die jahrelang systematisch erlernt werden muss.

Medien sollten dem Zweck und der vermuteten Rezeptionssituation entsprechend gestaltet werden. Die Digitalisierung vergrößert dabei die Möglichkeitsräume, die bewusst genutzt werden könnten.

⁵ Im Folgenden Kuhn und Hagenhoff (2017).

Was ist also nun ein Buch und wie ändert sich das im Digitalen? Etwas, was aus einem statisch-visuellen Zeichensystem besteht, welches lesend decodiert wird und in sich abgeschlossen ist? Hin und wieder aber Töne und Sequenzen von Bewegtbild enthalten kann? Und Links auf weitere Inhalte enthalten kann, wenn dies angebracht ist? Eigentlich ist das eine völlig uninteressante und wenig zielführende Frage, denn: Medien sollten dem Zweck und der vermuteten Rezeptionssituation entsprechend gestaltet werden. Die Digitalisierung vergrößert dabei die Möglichkeitsräume, die bewusst genutzt werden könnten.

Kommunikative statt objektzentrierte Gestaltung

Medien werden typischerweise als objektivierte Entitäten aufgefasst, deren Differenzierungen als singuläre und isolierbare, empirisch über Beobachtung erfassbare Merkmale erfolgt, wobei im Vordergrund historische Gestaltungsaspekte, Technologien und Medienvorstellungen stehen.⁵ Alleine aber die schriftliche Codierung von Informationen als historisch älteste Form der zeit- und raumunabhängigen Kommunikation erfolgte in einer vielseitigen Medienumgebung und unter stetiger Variation situativer und soziokultureller Kontexte sowie individueller Bedürfnisse, weshalb typisierte Gegenstände (Buch als Codex, Großdruckbuch, Folio, Einblatt-druck, Zeitung, Buch als Hörbuch) immer nur einen kleinen Teilbereich der Mediengestaltung und -nutzung erfassen können.

Ausgehend von den Möglichkeiten der lange tradierten Printkultur werden materielle Leseobjekte in Bezug auf typographische Dispositive und ihrer Navigation imitiert, es entstehen digitale Klone analoger Vorbilder.

Als Blaupause dafür, wie etwas („das Buch“) also zu sein hat, taugen objektorientierte Ansätze der Mediengestaltung nicht. Gleichwohl werden heute bei der Gestaltung digitaler (Lese-)Medien solche objektorientierten Ansätze verfolgt: Ausgehend von den Möglichkeiten der lange tradierten Printkultur werden materielle Leseobjekte in Bezug auf typographische Dispositive (z.B. „etabliertes Zeitungsdesign“) und ihrer Navigation („mit Blätterfunktion“) imitiert, es entstehen Leseobjekte in Form digitaler Klone analoger Vorbilder. Jüngst auf die Spitze getrieben wurde das Nachbauen eines gedruckten Mediums im Elektronischen durch die Firma

⁶ http://progresstech.jp/tsumikii/zenkan/index_en.html

⁷ Kuhn und Hagenhoff (2017)

⁸ Passig (2013)

Progress Technologies. Sie hat einen E-Book-Reader entwickelt, der exklusiv nur für die japanische Literaturform des Mangas genutzt werden kann. Der E-Book-Reader ist ein doppelseitiges elektronisches Gerät, das wie ein Codex-Buch aufgeklappt wird und den Lesestoff auf einer rechten und einer linken Seite präsentiert. Weiterhin wird diese E-Book-Reader-Innovation beworben mit den Worten „This dual-screen manga ebook is so booklike you can't load new content“.⁶ Das Gerät wird mit einem Bündel an vorinstallierten Geschichten und ohne Internetschnittstelle ausgeliefert. Eine potenzielle Differenzqualität zwischen Vorher und Nachher, die das Neuartige im Sinne des Andersartigen als solches überhaupt erst bestimmbar machen würde, wird hier versucht völlig zu eliminieren. Die Innovation Auto hätte vor über 100 Jahren in ähnlicher Weise so beworben werden können: Dieses Auto ist so pferdeartig, dass es niemals schneller fährt als 20 km/h. Ausgestattet mit limitierter Motorleistung, luftigem Freisitz und überschaubarem Stauraum wären uns sämtliche Besuche bei Ikea deswegen erspart geblieben, weil Ikea gar nicht erst hätte entstehen können.

Auf den ersten Blick erzeugt dieses imitierende Vorgehen für die Medienutzung Wiedererkennung und fördert habitualisierte Nutzungsweisen, tatsächlich sind diese Objekte aber häufig weder gut les- noch benutzbar.⁷ Der CEO von Hachette hat die Situation im Online-Buchreport vom 20. Februar 2018 so verdichtet: „Das E-Book ist ein dummes Produkt [...]. Wir als Verleger haben keine gute Arbeit geleistet, wenn es um die Digitalisierung geht.“

Gebrauchstauglichkeit ist nicht gleichzusetzen mit bloßer Einfachheit der Bedienbarkeit, sondern zielt auf die Nützlichkeit im Hinblick auf spezifische, kontextualisierte Aufgaben des Nutzers.

Alternativ dazu sollten digitale Medien als genuiner Möglichkeitsraum aufgefasst werden („Das Digitale ist ein neues Tier“⁸), der orientiert an der Kommunikations- und Rezeptionssituation adäquat ausgestaltet werden muss. Digitale Medien müssen einerseits ihre Rezeptionsaufgabe erfüllen und die Entnahme von Sinn durch den Rezipienten ermöglichen. Andererseits müssen sie auch ihre Nutzungsaufgabe erfüllen, bedienbar sein sowie funktionellen Anforderungen genügen.

⁹ Jakobs (2013, S. 126)

¹⁰ Im Folgenden Hagenhoff und Kuhn (2015) sowie DIN EN ISO 9241-11 1998

¹¹ <https://gi.de/grand-challenges/>

¹² Erste Ansätze z.B. bei Kunz, Pagel, und Hagenhoff (2018).

Beispielsweise müssen beim wissenschaftlichen Arbeiten Anstreichungen und Annotationen auf dem digitalen Schriftwerk möglich sein, was mitnichten eine selbstverständlich vorhandene Funktion in PDF-Dokumenten wissenschaftlicher Verlage ist. Leser möchten gegebenenfalls Zitate exportieren und per Mail versenden oder in ihrem Evernote-Zettelkasten (digitaler Schuhkarton) hinzufügen, was beispielsweise bei etlichen digitalen Angeboten von Zeitungsverlagen oder auch in Leseapps für E-Books nicht oder nur schlecht funktioniert. Jakobs hat für diesen Zugang den Begriff der „Kommunikativen Usability“ geprägt: „Kommunikative Usability wird definiert als Qualität der sprachlich-kommunikativen Gestaltung von Inhalten [...] wie auch der sogenannten Benutzerschnittstelle und ergänzender Teile [...]“⁹ Usability oder Gebrauchstauglichkeit wird dabei definiert als ein gewünschtes Maß in dem ein Produkt durch bestimmte Benutzung in einem bestimmten Nutzungskontext genutzt werden kann, um bestimmte Ziele effektiv, effizient und zufriedenstellend zu erreichen.¹⁰ Die Gebrauchstauglichkeit ist kein objektives Faktum, sondern wird durch den situativen Kontext der Nutzung und des Nutzers bestimmt. Sie ist nicht gleichzusetzen mit bloßer Einfachheit der Bedienbarkeit, sondern zielt auf die Nützlichkeit im Hinblick auf spezifische, kontextualisierte Aufgaben des Nutzers. Die Gebrauchstauglichkeit einer Benutzungsschnittstelle eines digitalen Lesemediums wird in dieser Perspektive zu einem von Lesern erwarteten und positiv bewerteten Qualitätsmerkmal und muss sich auf spezifische Lesemotivationen und Lesestrategien beziehen. Auf die Bedeutung von Benutzungsschnittstellen verweist auch die Gesellschaft für Informatik. Sie bezeichnet die Allgegenwärtige Mensch-Computer-Interaktion als eine von fünf Grand Challenges in der digitalisierten Welt.¹¹ Anbieter von digitalen Medien täten gut daran, sich mit der Gestaltung dieser Oberflächen zu beschäftigen, und auch die Disziplinen der Medien- und Kommunikationsforschung sind gefordert, diesen Aspekt zu berücksichtigen.¹²

Abarbeiten am Überschusssinn

Das was „das Digitale“ mit „dem Buch“ (oder allgemeiner: mit Lesemedien) macht, ob das Ergebnis sinnvoll oder weniger sinnvoll ist, liegt auch in der Hand derer, die „Medien machen“ oder „Bereitstellen von Lesestoff“ als ihr Kerngeschäft verstehen und mit dem Digitalen eine neue Technik gewonnen haben. Nach Luhmann enthalten neue Techniken häufig Überschusssinn: oft ist zunächst unbekannt, wie das Neue sinnvoll zu nutzen sei, das bisher Bekannte und Gelernte wird somit zunächst in seiner Ord-

¹³ Stefan von Holtzbrinck in der Süddeutschen Zeitung vom 22. Januar 2018

¹⁴ Frohmann (2014)

nung bedroht, in Konsequenz bedarf es gesellschaftlicher Aushandlungs- sowie Aneignungsprozesse, um den Überschusssinn gegebenenfalls in einer neuen Ordnung aufzufangen. Dieses geschieht durch das ‚Machen mit Technik‘, also die instrumentelle Nutzung und Interaktivität verbunden mit der tatsächlichen Entwicklung und Durchsetzung von Nutzungspraktiken, kultureller Deutungen oder Umdeutungen implizierten Sinns. An diesem Prozess sind konkurrierende gesellschaftliche Gruppen beteiligt, die Leistungskriterien, Nutzungsvisionen und Anwendungsmöglichkeiten definieren und aushandeln.

Das Bekannte und Gelernte wird in seiner Ordnung bedroht, in Konsequenz bedarf es gesellschaftlicher Aushandlungs- sowie Aneignungsprozesse, um den Überschusssinn gegebenenfalls in einer neuen Ordnung aufzufangen.

Möglich ist auch die schlussendliche Ablehnung neuer Techniken, wenn sich neue Ordnungen, Deutungen oder Praktiken nicht verhandeln lassen. Sehr große Widerstände gegenüber etwas Neuartigem muss man allerdings wohl haben, wenn man sich wie der Holtzbrinck-Geschäftsführer Stefan von Holtzbrinck über abnehmendes Umsatzwachstum in eigenen Geschäftszweigen freut, obwohl man für die Gehaltszahlungen für 4.000 Mitarbeiter verantwortlich ist: „Der Markt für elektronische Bücher wächst ja schon seit Längerem nicht mehr. Das ist eine gute Nachricht, für den Buchhandel, aber auch für die Lesekultur.“¹³ Die Verlegerin Christiane Frohmann spricht von „Denknebel“¹⁴, der sich aus dem jahrhundertlang Gelernten über die aktuellen gestalterischen Optionen legt. Mehr Visionen eines Octave Uzanne anstelle nostalgischer Sehnsüchte nach dem Verlorenen würden vielleicht beim Entnebeln verschiedener Köpfe helfen.

LITERATUR

Dworschak, M. (2014): *Bestseller aus der Retorte. Der Spiegel.* (12), 108.

Frohmann, C. (2014): *Digitales Publizieren sollte sich von der klassischen Buchkultur emanzipieren: Interviewt von Djordjevic, Valie.* <https://irights.info/artikel/christiane-frohmann-digitales-publizieren-sollte-sich-von-der-klassischen-buchkultur-emanzipieren/23423>

Hagenhoff, S. (2017): *Medieninnovationen und Medienrevolutionen: Von Gutenberg zu Berners Lee.* In J. Krone & T. Pellegrini (Hrsg.), *Handbuch Medienökonomie (Online first).* Berlin: Springer.

Hagenhoff, S., & Kuhn, A. (2015): Klickst Du noch oder liest Du schon? Softwarebasierte Benutzungsschnittstellen als Chance und Risiko digitaler Buch-, Zeitschriften- und Zeitungsangebote. In S. Pagel (Hrsg.), *Schnittstellen (in) der Medienökonomie – Interaktion mit Medienpolitik, Medienrezeption und Medientechnologie* (S. 217–239). Baden-Baden: Nomos.

Jakobs, E.-M. (2013): Kommunikative Usability. In K. Marx & M. Schwarz-Friesel (Hrsg.), *Age of access? – Grundfragen der Informationsgesellschaft; Vol. 2. Sprache und Kommunikation im technischen Zeitalter. Wieviel Internet (v)erträgt unsere Gesellschaft?* (S. 119–142). Berlin: de Gruyter Saur.

Kuhn, A., & Hagenhoff, S. (2015): Digitale Lesemedien. In U. Rautenberg & U. Schneider (Hrsg.), *Lesen – Ein interdisziplinäres Handbuch* (S. 361–380). Berlin: de Gruyter.

Kuhn, A., & Hagenhoff, S. (2017): Kommunikative statt objektzentrierte Gestaltung: Zur Notwendigkeit veränderter Lesekonzepte und Leseforschung für digitale Lesemedien. In S. Böck, J. Ingelmann, Matuszkiewicz, Kai, & F. Schruhl (Hrsg.), *digit. Literatur und Literaturvermittlung im Zeitalter der Digitalisierung. Lesen X.0. Rezeptionsprozesse in der digitalen Gegenwart* (S. 27–45). Göttingen: V&R Unipress.

Kunz, S., Pagel, S., & Hagenhoff, S. (2018): Zur Usability Digitaler Lesemedien – Forschungsdesiderat und Untersuchungsansätze. *Multikonferenz Wirtschaftsinformatik (MKWI), Lüneburg.*

Passig, K. (2013, July 1): Das Digitale ist ein neues Tier. *Die Zeit.* <http://www.zeit.de/digital/internet/2013-07/>



Foto: Glasow Fotografie Erlangen

Prof. Dr. Svenja Hagenhoff hat die Professur für E-Publishing und Digitale Märkte im Institut für Buchwissenschaft der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg (FAU) inne. Ihre Kernarbeitsgebiete sind die Medienwirtschaft mit Fokus auf Schrift- und Lesemedien sowie anwendungsbezogene Technologieaspekte in dieser Domäne.

Spricht man über die Entwicklungen des Buches, muss man den Blick ebenso auf das Lesen richten. Wir unterhalten uns mit dem Philologen Prof. Dr. Jost Schneider, wie sich das Lesen verändert hat und immer noch verändert.

Lesen heute: Arbeit und Vergnügen

Das Gespräch führte Veronika Schuster

Herr Prof. Dr. Schneider, viel wird aktuell über die Entwicklungen des Buches diskutiert. Ebenso intensiv setzt man sich mit dem Thema Lesen auseinander. Wie steht es um das Lesen in Deutschland?

Generell kann die Situation als sehr positiv bezeichnet werden, aber es ist erforderlich, hierbei zwischen quantitativer und qualitativer Dimension zu unterscheiden. In quantitativer Hinsicht dürfte aktuell so viel gelesen werden wie niemals zuvor. Smartphone, Tablet, E-Book usw. werden ausgesprochen häufig, ja von manchen Benutzergruppen in fast suchtartiger Weise permanent genutzt. In Pausen-, Warte-, Transport- und Erholungszeiten greifen viele quasi automatisch zum Smartphone und lesen (Kurz-)Nachrichten, Chats, Blogs usw. Viele zigtausend E-Books stehen im Internet jedermann zum kostenlosen Download zur Verfügung. In qualitativer Hinsicht fällt besonders der Trend zu Kurzformaten und zu diagonalisierender Lektüre ins Auge. Einen längeren Text Wort für Wort sorgsam durchzustudieren, stellt eine besondere Kulturleistung dar; häufig wird ein Text aber nur überflogen, um die Stellen herauszupicken, die zur Befriedigung des jeweiligen Unterhaltungs- oder Informationsbedürfnisses geeignet sind. Ob dies besser oder schlechter als die akkurate Wort-für-Wort-Lektüre ist, lässt sich nicht pauschal sagen. Ein gewiefter Leser muss und soll beide Rezeptionstechniken beherrschen, um sich unter den Bedingungen eines Überangebotes an permanent verfügbaren Lektüremöglichkeiten orientieren zu können. Die Kunst besteht darin, an der richtigen Stelle die richtige Rezeptionstechnik zu verwenden.

Lesen wir dabei heute anders als in den vergangenen Zeiten? Was hat darauf Einfluss genommen?

Es gab in früheren Zeiten kein Überangebot an Lektüremöglichkeiten. Erst seit dem späten 19. Jahrhundert verfügt die Mehrheit der Bevölkerung über genug Zeit, Geld und Bildung, um regelmäßig lesen zu können. Die Vollarphabetisierung wurde erst um 1900 erreicht, und die Buchpreise sanken erst im Verlauf des 19. Jahrhunderts so weit ab, dass quasi jedermann ein Buch kaufen und lesen konnte. Bis zum 18. Jahrhundert waren Bücher ein teures Luxusgut, das sich nur die Angehörigen der obersten Gesellschaftsschichten leisten konnten. Die literarische Kultur der Unterschichten war mündlich (Märchen, Lieder, Sagen, Witze usw.). Bis zum 18. Jahrhundert waren Bücher keine Wegwerfartikel, die man nach einmaliger Lektüre achtlos ins Regal stellte, sondern kostbare Besitztümer, die in Nachlassverzeichnissen einzeln aufgelistet wurden und die man wieder und wieder las und durchstudierte (intensive Mehrfachlektüre). Selbst die Angehörigen der oberen Bildungs- und Gesellschaftsschichten besaßen – wenn überhaupt – häufig nur einige Dutzend Bücher. Auch Zeitschriften erzielten erst im 19. Jahrhundert Auflagen, die es rechtfertigen, von einem Massenmedium zu sprechen.

Welchen Unterschied macht es nun, ob man ein Buch oder eben auf dem Tablet, Smartphone oder PC einen Text liest?

Nach UNESCO-Definition ist ein Buch eine nichtperiodische Publikation mit einem Umfang von mindestens 49 Seiten. Ob ein solches Buch auf Papier gedruckt, auf einem Monitor abgebildet, an eine Wand geschrieben oder sonstwie zugänglich gemacht wird, spielt für die Definition keine Rolle. Auch ein entsprechend umfangreicher Text in einem E-Book wird also als ‚Buch‘ bezeichnet. Was die Unterschiede in der Rezeptionsweise betrifft, kommt es hauptsächlich darauf an, dass das Individuum eine Form der Textpräsentation wählt, die seinen persönlichen Lektüreeanforderungen und -bedingungen gerecht wird. Dabei spielen Schriftgröße, Schriftart, Kontrast/Helligkeit, Gewicht und Format des Mediums sowie in manchen Rezeptionssituationen auch Nebenaspekte wie Geruch, Haptik, Anmutungsqualität oder Einbandgestaltung eine Rolle. E-Book, Tablet usw. ermöglichen die individuelle Anpassung einiger dieser Parameter (z. B. Schriftgröße) und verfügen über Speicherkapazitäten, die selbst eine wirkliche ‚Leseratte‘ niemals ausschöpfen könnte. Klassische gedruckte Bücher sind demgegenüber häufig sperriger und beinhalten vergleichsweise geringe Textmengen. Die früher oft als Vorteil des gedruckten Buches hervorgehobene Möglichkeit, Texte

durch Markierungen, Anstreichungen, Randnotizen usw. zu bearbeiten, besteht seit einiger Zeit auch im Falle des elektronischen Buches, das zudem in aller Regel die außerordentlich hilfreiche Funktion der Volltextsuche bietet. Wie schon bei den Übergängen vom Pergament zur Schriftrolle und dann zum Kodex kommt es auch beim Wechsel vom gedruckten Buch zum E-Book zu Verzögerungen und Ungleichzeitigkeiten. Es gibt einige Technikpioniere, die sich neugierig auf alle Innovationen stürzen, einige Technikverweigerer, die beharrlich auf das vertraute alte Medium fixiert bleiben, und dazwischen die große Mehrheit der Durchschnittskonsumenten, die nach und nach umschwenken, d.h. immer weniger gedruckte Bücher und immer mehr E-Books lesen. Dabei wird die Einführung des E-Books durch den Umstand verzögert, dass heutzutage ein beträchtlicher Teil der Bücher nicht vom Käufer selbst gelesen, sondern als Geschenk verwendet wird. Ein E-Book zu verschenken, ist ein im Vergleich komplizierterer und durch die technische Komponente unpersönlicher wirkender Vorgang, weshalb aktuell noch mehr gedruckte Bücher als E-Books verschenkt werden.

Hat sich durch den „physischen“ Medienwandel auch das Vorgehen beim Texterschließen verändert?

Wir unterscheiden zwischen einer alltäglichen (freizeitmäßigen) und einer professionellen (schulischen/beruflichen/wissenschaftlichen) Praxis der Texterschließung. Bei der alltäglichen Freizeitlektüre stehen in der Regel Unterhaltungsaspekte im Vordergrund, d.h. die Lektüre dient hauptsächlich der Entspannung und dem Vergnügen. Das hat oftmals zur Folge, dass die Lektüre abgekürzt wird, wenn das gewählte Buch die aktuellen Lesebedürfnisse nicht zu befriedigen scheint. Wenn sie langweilig oder unverständlich zu sein scheinen, werden dann einzelne Textabschnitte nur kurz überflogen oder sogar ganz übersprungen. Besonders davon betroffen sind Deskriptionssequenzen („langatmige“ Beschreibungen) und Reflexionssequenzen („theoretische“ Erörterungen), während Aktionssequenzen und Dialogsequenzen, wie sie insbesondere im Kriminalroman dominieren, in der Regel vollständig rezipiert werden. Da das elektronische Buch aufgrund seiner enormen Speicherkapazität eine nahezu unendliche Textmenge enthält, kann der unterhaltungsorientierte Leser, für den das Lesen nicht in Arbeit ausarten darf, immer wählerischer werden: Wenn das begonnene Buch nach 10 oder 20 Seiten nicht ‚in Fahrt gekommen‘ ist, wird die Lektüre abgebrochen und per Knopfdruck ein anderer Text geladen, der vielleicht interessanter/zugänglicher ist. Die Freizeitlektüre kann demnach bei

der Nutzung von E-Books stärker als bisher von den in vielen anderen Wirtschaftssektoren schon seit langem sichtbaren Begleiterscheinungen der Überflussgesellschaft (Gratisangebote, Wegwerfmentalität) geprägt werden. Bei der professionellen Lektüre wird dagegen die den Text konstituierende Zeichensequenz sorgfältig studiert, es werden Unterstreichungen und Randnotizen eingefügt, unbekannte Begriffe nachgeschlagen, schwierige Passagen mehrfach studiert und kurz: der Text mühsam durchgearbeitet. In der Regel gibt es hierbei sehr starke extrinsische und/oder intrinsische Motivationen, um genau diesen speziellen Text intensiv zu studieren (z.B. Prüfungsvorbereitung, objektiver Informationsbedarf, subjektiver Erkenntnisdrang). Die Verlockungen des Überangebotes an Büchern entfalten deshalb bei der professionellen Lektüre eine geringere Wirkung, wengleich damit zu rechnen ist, dass im Falle rein extrinsischer Motivation nicht selten die mühevoll e eigenständige Texterschließung z.B. durch die Rezeption eines kurzweiligen Youtube-Tutorials – partiell oder sogar komplett – ersetzt wird.



Prof. Dr. Jost Schneider unterrichtet Deutsche Philologie an der Ruhr-Universität Bochum und ist Leiter des Querenburg-Institutes (www.querenburg-institut.de). Zu seinen wichtigsten Publikationen gehören die ‚Sozialgeschichte des Lesens‘ (2004), die ‚Methodengeschichte der Germanistik‘ (2009) und die ‚Einführung in die Roman-Analyse‘ (4. Auflage 2016).

Bücher als Kunstwerke

Ein Beitrag von Susanne Gramatzki

„Künstlerbücher“: Auf den ersten Blick ein scheinbar einfaches Kompositum, das aber doch grundsätzliche Fragen aufwirft, zunächst einmal die Frage, ob es sich dabei um Bücher über Künstler oder um Bücher von Künstlern handelt. Schnell ist man dann auch bei dem Problem, wer denn nun ein Künstler oder eine Künstlerin ist und was sein bzw. ihr Tun als Kunst qualifiziert ...

Die Forschung ist sich über die genaue Definition des Künstlerbuchs längst noch nicht einig;¹ hier ist auch nicht der Ort, diese Diskussion fortzusetzen. Stattdessen soll versucht werden, einen Überblick über das spannende Phänomen zu geben, in dem Bewusstsein, dass die Forschungsansätze im Einzelnen divergieren mögen.

Buchgestaltung als Teil der Botschaft

Zunächst kann „Künstlerbuch“ als Oberbegriff für alle künstlerisch gestalteten Bücher verstanden werden, für Bücher also, deren Herstellung sich von der zu ihrer Zeit gängigen Produktionsweise abhebt und/oder nach besonderen ästhetischen Maßgaben erfolgt. Dieser weiten Definition des Künstlerbuches lassen sich drei prägnante Erscheinungsformen zuordnen: das Malerbuch, das Künstlerbuch im engeren Sinne („artist’s book“) und das Objektbuch. Ein umfassender, epochenübergreifend gedachter Begriff des Künstlerbuches lässt sich dadurch rechtfertigen, dass sich aufwendig gestaltete Bücher quer durch alle Jahrhunderte finden lassen. Als Offenbarungs- und Buchreligion initiierte etwa das Christentum eine Fülle von Beispielen in Gestalt prachtvoll illuminiertes und kostbar eingebundener Stundenbücher, Psalter und Evangeliare (Abb. 1). Daneben finden sich in der Buchgeschichte auch Riesenbibeln (wie der zu Beginn des 13. Jahrhunderts entstandene „Codex Gigas“), herzförmige Bücher (wie der im 15. Jahrhundert angefertigte „Chansonier Cordiforme“ mit Liebesliedern) und Miniaturbücher (wie die 1882 auf Birkenrinde gedruckten

¹ Zur Forschungsdiskussion vgl. insbesondere Anne Mœglin-Delcroix: *Livres d'artistes*. Paris 1985; dies.: *Sur le livre d'artiste. Articles et écrits de circonstance 1981–2005*. Marseille 2006; Johanna Drucker: *The Century of Artists' Books*. New York 1994.

² Auch pragmatische Erfordernisse können zu ungewöhnlichen Buchformen führen, vgl. etwa die mittelalterlichen Ketten- oder Beutelbücher, die dann im 20. Jahrhundert wiederum neo-avantgardistischen Künstlern, z. B. Konrad Balder Schüffelen, als kreative Anregung dienen.

„Birch Bark Poems“ von Charles F. Lummis) – auch diese außergewöhnlichen Formen sind Beispiele für Bücher, die nicht nur als bloße Container für Texte und Bilder fungieren, sondern in ihrer konkreten Objekthaftigkeit selber zum Teil der Botschaft werden.²

Ein eigenes Genre entsteht

Die eigentliche Traditionslinie des Künstlerbuches als historisch bestimmbares Genre beginnt in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts und erklärt sich aus dem Bedürfnis ambitionierter Verleger, Drucker und Künstler, dem industriell hergestellten Buch, das ihrer Ansicht nach zur seelenlosen Massenware herabgesunken war, traditionell gefertigte, ästhetisch anspruchsvolle Bücher entgegenzusetzen. Eine Vorreiterrolle spielte die Arts and Crafts-Bewegung in Großbritannien: Während der Kunsthistoriker John Ruskin die theoretischen Grundlagen einer Ästhetisierung des Alltags formulierte, gründete der Maler William Morris seine Privatdruckerei Kelmscott Press, in der er Bücher auf handgeschöpftem Papier, mit selbst entworfenen Schriften und aufwendigen Illustrationen auf der Handpresse drucken ließ. Ästhetisch orientierte sich Morris an der mittelalterlichen Manuskriptkultur und den Wiegendrucken der Renaissance (Abb. 2). Seit der Jahrhundertwende waren es dann vor allem französische Kunsthändler und Galeristen wie Ambroise Vollard oder Daniel-Henry Kahnweiler, die die Sehnsucht nach dem schönen Buch aufgriffen und mit bibliophilen Editionen gleichermaßen beförderten wie befriedigten. Es entstand das Malerbuch (‘livre de peintre’), dessen Idealtypus aus der Zusammenarbeit eines kunstinteressierten Verlegers mit einem Maler besteht, der ein (bekanntes) literarisches Werk illustriert. Als Prototyp gilt der Gedichtband „Parallèlement“ von Paul Verlaine, den Pierre Bonnard im Auftrag von Vollard mit Lithografien versah.



Abb. 1: Clarence-Stundenbuch (um 1428); Abb. 2: William Morris: *The Works of Geoffrey Chaucer* (1896)

Links: aus Viola Hildebrand-Schat: *Kunst verbucht. Handschriften und frühe Drucke als Quellen der Inspiration für das Künstlerbuch*. Berlin 2015, S. 24.; rechts: aus Linda Parry (Hg.): *William Morris*. London 1996, S. 331.

Mit großem Gespür für die besondere ‚Tonalität‘ der Textvorlage schuf Bonnard sinnlich-schwelgerische Illustrationen, die, auf den Seiten nahezu verschwebend, die erotischen Verse ‚des poète maudit‘ harmonisch umspielen und begleiten. Da Bonnard seine Zeichnungen frei auf den Seiten platzieren konnte, ergibt sich bei jedem Umblättern ein neues Zusammenspiel von Bild und Text, ohne dass sich ein Element auf Kosten des anderen in den Vordergrund drängen würde (Abb. 3).

Der Wandel zur konzeptuellen Buchkunst und Objektkunst

Vielfach werden unter dem Begriff ‚Künstlerbücher‘ im engeren Sinn nur jene Bücher verstanden, die seit den 1960er Jahren im Zusammenhang mit der Konzeptkunst entstanden sind, welche die Idee des Kunstwerks über seine tatsächliche Ausführung stellt. Die Konzeptkünstler postulierten, dass die Realisierung eines künstlerischen Entwurfes mit einfachsten Materialien erfolgen oder sogar ganz unterbleiben kann. Das traditionelle, auf auratische Einmaligkeit zielende Werkverständnis sollte unterlaufen werden, was durch den bewussten Einsatz gängiger, ‚entindividualisierter‘ Reproduktionsmittel und -verfahren gelang: normales Papier, Fotografien, Offsetdruck (also gewissermaßen das Gegenprogramm zum bibliophilen Malerbuch). Zu den frühesten und prägendsten Beispielen der konzeptuellen Buchkunst gehören Edward Ruschas Fotobücher. Der 1963 veröffentlichte Band „Twenty-six Gasoline Stations“ besteht aus 26 kommentarlos aneinandergereihten Schwarzweiß-Fotografien von Tankstellen, die lediglich mit dem Namen des Bundesstaates, der Stadt und der Benzinmarke versehen sind (Abb. 4). Die minimalistische Ästhetik ist nicht nur typisch für Ruschas weitere Bücher, die ebenfalls dem Prinzip der Serialität folgen, sie prägt auch die Bucharbeiten anderer Künstler wie Dieter Roth oder

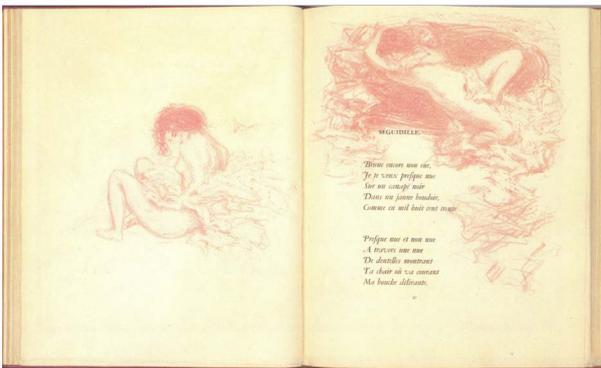


Abb. 3: Paul Verlaine / Pierre Bonnard: *Parallèlement* (1900) und Detail.

aus Riva Castleman: *A Century of Artists Books*. New York 1994, S. 86.

³ Bekannt wurde es unter dem französischen Titel: *La Confession coupée, ou la Methode facile pour se préparer aux confessions particulieres & générales* [...], Verfasser war Christophe Leutbreyer.

Christian Boltanski. Mit der Erfindung des vollautomatischen Fotokopierers Xerox-914 entstanden ganze Bücher auch mittels Fotokopien, die es den Künstlern erlaubten, ohne großen technischen Aufwand alle Arbeitsschritte vom ersten Entwurf bis zum fertigen Werk selbstständig durchführen zu können, genannt sei Seth Siegelaubs Projekt „Xerox Book“ (1968). Der geringe Materialaufwand und die einfache Herstellungsweise vieler konzeptueller Werke verliehen der Kunst neue gesellschaftliche Relevanz: Sie konnte sich von den Vermarktungskanälen des etablierten Kunstbetriebs lösen und zu gesellschaftspolitischen Fragen schnell und unmittelbar Stellung beziehen.

Neben dem bibliophilen ‚livre de peintre‘ und dem in künstlerischer Eigenregie verantworteten ‚artist’s book‘ ist als dritte Kategorie des Künstlerbuches das Objektbuch zu nennen, das die Zweidimensionalität ‚normal‘ bedruckter Buchseiten durch unterschiedliche Eingriffe aufzuheben versucht, etwa durch Ausstanzungen, Perforationen oder Einschnitte wie in Raymond Queneaus „Cent Mille Millards de Poèmes“ (1961), einem Band mit zehn Sonetten, die versweise in Streifen geschnitten sind, sodass die Leser die einzelnen Verse zu hunderttausend Milliarden Gedichten kombinieren können. Dass bereits 1682 ein Beichtbuch mit dem Prinzip zerschnittener Seiten veröffentlicht wurde,³ ist wiederum Indiz für einen spielerisch-provokanten Umgang mit der Buchform noch vor dem ‚eigentlichen‘ Künstlerbuch.

Zahlreiche Ausstanzungen, die den Durchblick auf die darunterliegenden Seiten freigeben und das Buch zur fragilen Papierskulptur machen, prägen den Roman „Tree of Codes“ (2010) des Bestsellerautors Jonathan Safran Foer (Abb. 5). Zu weiteren künstlerisch gestalteten Büchern, die ganz nor-



Links: aus Riva Castleman: *A Century of Artists Books*, New York 1994, S. 167; rechts: aus Viola Hildebrand-Schat: *Kunst verbucht. Handschriften und frühe Drucke als Quellen der Inspiration für das Künstlerbuch*. Berlin 2015, S. 36.

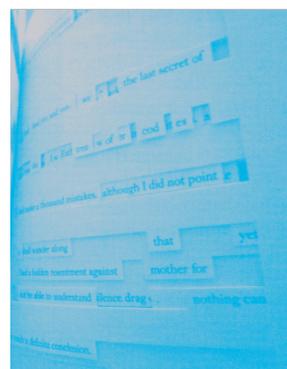


Abb. 4: Edward Ruscha: *Twentysix Gasoline Stations* (1963); Abb. 5: Jonathan Safran Foer: *Tree of Codes* (2011)

mal im Buchhandel erhältlich sind, zählen Mark Z. Danielewskis Roman „House of Leaves“ (2000), der mit unterschiedlichen Schrifttypen, Farben und Leserichtungen arbeitet, und das Buch „Ship of Theseus“ (2013) von J. J. Abrams und Doug Dorst, das mit (scheinbar) handschriftlichen Randnotizen und einer Fülle (fiktiver) dokumentarischer Beilagen augenzwinkernd die elektronischen Bücher zu verspotten scheint.

Das Buch bleibt kulturelles Gedächtnis und ästhetisches Objekt

Zum Abschluss sei darauf hingewiesen, dass die Grenze zwischen dem Objektbuch, das auf optische Verfremdung und haptische Effekte setzt, aber dennoch ein lesbares Buch bleibt, und dem Buchobjekt, das nur seiner Form nach an ein Buch erinnert, fließend ist, zumal viele künstlerische Buchobjekte ihren Ausgang von realen Büchern nehmen, die massiv bearbeitet, etwa verschnürt, verklebt oder einbetoniert, werden.

Man sieht, das Phänomen ‚Künstlerbuch‘ besitzt eine enorme Spannweite und reicht mit seinen Wurzeln tief in die Geschichte des Buches hinein – und scheint heute lebendiger denn je, bedenkt man die kaum noch zu überblickende Zahl neuer Künstlerbücher. Lassen sich daraus eventuell Hinweise auf die Zukunft des Buches ableiten?

In der Form des Kodex ist das Buch seit der Spätantike ein vertrauter Anblick. Die Einführung des Letterndrucks machte es zum Massenmedium mit langfristigen Auswirkungen auf die Entwicklung von Sprache, Kultur, Wissen und Gesellschaft, doch diese von Marshall McLuhan sogenannte Gutenberg-Galaxis scheint nun ihrem Ende zuzugehen: Die Möglichkeiten des elektronischen multimedialen Publizierens stellen eine große Herausforderung für das Buch als materielles und statisches Objekt dar. Doch abgesehen davon, dass sich auch die Ablösung der Manuskriptkultur durch das gedruckte Buch über Jahrhunderte erstreckte, mit einem schnellen Verschwinden des konventionellen Buches also nicht zu rechnen ist, liegt gerade in der Materialität des Buches seine Zukunft: Es mag seinen Status als vorrangiges Medium der Speicherung und Weitergabe von Informationen verlieren – als konkreter Gegenstand, kulturelles Gedächtnis und ästhetisches Objekt wird es seine Bedeutung behalten und wohl noch steigern.

LITERATUR

Drucker, Johanna: *The Century of Artists' Books*. New York 1994.

Ernst, Ulrich / Gramatzki, Susanne (Hg.): *Paradigmata zum Künstlerbuch. Gattungen und Werke von der Klassischen Moderne bis zur Gegenwart*. Berlin 2015.

Hildebrand-Schat, Viola: *Die Kunst schlägt zu Buche. Das Künstlerbuch als Grenzphänomen*. Lindlar 2013.

Mæglin-Delcroix, Anne: *Livres d'artistes*. Paris 1985.

Mæglin-Delcroix, Anne: *Sur le livre d'artiste. Articles et écrits de circonstance 1981-2005*. Marseille 2006.

Schmitz-Emans, Monika / Bachmann, Christian A. (Hg.): *Bücher als Kunstwerke. Von der Literatur zum Künstlerbuch*. Essen 2013.



Dr. Susanne Gramatzki ist Literaturwissenschaftlerin. Einen ihrer Forschungsschwerpunkte bilden die Beziehungen zwischen Literatur und Bildender Kunst. Zur Zeit arbeitet sie in dem DFG-Forschungsprojekt „Das Künstlerbuch als ästhetisches Experiment: Geschichte und Poetik einer hybriden Gattung“ an der Bergischen Universität Wuppertal.

Anzeige

WIR FINDEN DAS PERSONAL,
DAS PERFEKT ZU IHNEN PASST.

**KULTUR
PERSONAL**

WWW.KULTURPERSONAL.DE

Alles wird digital im Kulturbetrieb – fast alles. Unverwüstlich scheint der klassische Ausstellungskatalog Bestand zu haben. Doch auch hier hat sich bereits vieles verändert. Darüber sprechen wir mit Dr. Sigrid Wollmeiner von den Staatlichen Museen zu Berlin.

Der Ausstellungskatalog bleibt konkurrenzlos

Das Gespräch führte Veronika Schuster

Frau Dr. Wollmeiner, welche Rolle spielen heute gedruckte Publikationen verschiedener Art für die Arbeit von Museen?

Bei den Staatlichen Museen zu Berlin sind die Ausstellungskataloge immer noch das wichtigste gedruckte Medium. Vor allem, wenn es darum geht, das was in der Ausstellung gezeigt wird, für die BesucherInnen kontextuell zugänglich zu machen. Eine inhaltliche Vermittlung ist in den Ausstellungsräumen nur im begrenzten Rahmen möglich und der Katalog liefert die Möglichkeit, darüber hinaus Informationen aufzunehmen. Das betrifft etwa den aktuellen Forschungsstand, der dort wesentlich tiefer wiedergegeben werden kann. Aber sie bieten auch die Möglichkeit Sammlungsbestände, die nicht ausgestellt werden können, oder Leihgaben, die nur temporär in diesem Kontext zur Verfügung stehen, auf Dauer sichtbar zu machen. Ein Ausstellungskatalog geht weit über die temporäre Darstellung hinaus und ist vor allem für die BesucherInnen gedacht, die nach mehr Information suchen, oder auch für jene, die keine Zeit hatten, die Ausstellung vor Ort zu besuchen. Natürlich gibt es noch eine Vielzahl anderer Publikationen wie Kurzführer für den schnellen Einblick in unsere Sammlungen oder Meisterwerke-Bände, die die Highlights der verschiedenen Häuser und Sammlungen beleuchten. Darüber hinaus gibt es Prachtbände zu den großen Bauten, etwa jenen auf der Museumsinsel, oder Forschungspublikationen und Bestandskataloge, die sich intensiv Einzelthemen oder weniger präsenten, aber nicht weniger bedeutenden Beständen widmen. Auch Kinderbücher gehören zum Sortiment. Es ist

also eine Mischung aus unterschiedlichen Publikationen, die sich sowohl an ein breites Publikum als auch an ein Fachpublikum richten. Wir veröffentlichen ca. 60 Publikationen pro Jahr, was durchaus der Größe eines mittelgroßen Verlags entspricht.

Mit welchen Auflagenhöhen arbeiten Sie bei den Staatlichen Museen? Ausstellungskataloge haben oftmals relativ kleine Auflagenhöhen, spricht eine eher kleine Reichweite...

Das kommt darauf an. Für unsere „Blockbuster“-Ausstellungen beginnen die Auflagenzahlen bei etwa 3.000 Exemplaren, bei sehr prominenten Themen kann die Auflagenhöhe auch in den zweistelligen Tausenderbereich steigen. Also eine sehr gute Reichweite. Bei kleineren Ausstellungen sind es in der Tat geringere Auflagenhöhen von etwa 800 bis 1.000 Katalogen. Die Auflagenhöhe richtet sich dabei nach der Laufzeit der Ausstellung, dem Thema und der Besucher-Prognose.

Ausstellungen sind heute mit unglaublich vielen Informationen bestückt: Tafeln, Flyern, Audioguides usw. Warum ist der Ausstellungskatalog heute dennoch so wichtig für eine Ausstellung?

Es ist nicht zu unterschätzen, dass ein Ausstellungskatalog immer auch ein Souvenir im eigentlichen Sinne ist. Es geht darum nochmals Revue passieren zu lassen was man gesehen hat, man will sich nochmals erinnern oder etwas detaillierter und in Ruhe nachlesen. Der Katalog ist so etwas wie die Verlängerung des Ausstellungsbesuchs. Und das Buch und das damit verbundene haptische Erlebnis sind immer noch die beliebteste Art und Weise, dies zu tun.

Wie muss heute ein Ausstellungskatalog sein? Hat sich das in den letzten Jahren verändert?

Unbedingt. Ausstellungskataloge müssen heute noch mehr mit Bildern arbeiten und den Text deutlich reduziert halten. Sie müssen eine ansprechende, nahezu künstlerische Gestaltung haben. Ebenso wichtig ist, dass die Textbeiträge nicht zu wissenschaftlich, sondern allgemein verständlich und anschaulich verfasst sind. Auch der Umfang der Kataloge hat sich drastisch verändert. Eine Seitenzahl von 400 bis 500 war früher keine Seltenheit, wir nennen solche Kataloge „Backsteine“, die die BesucherInnen noch nie gern nach Hause tragen wollten. Das funktioniert heute nicht mehr. Eine große Rolle hierbei spielen auch die veränderten Reisemöglichkeiten. Es ist durchaus üblich im „Billigflieger“ nur mit Handgepäck zu reisen. Der Berlin-Tourist hat also einfach weniger Platz

im Gepäck. Formatgröße und Umschlag, Broschurbindung statt Hardcover, aber auch der Umfang mit rund 200 Seiten müssen angepasst werden.

Also nicht mehr die Selbstverwirklichung des wissenschaftlichen Personals in einem Mammutwerk, wie es durchaus unterstellt wird?

Natürlich bleibt die hohe inhaltliche Qualität, hier machen wir keine Abstriche. Aber die fachlichen Inhalte müssen heute anders aufbereitet werden. Da spielt das schreiberische Können der MitarbeiterInnen eine große Rolle. Sie müssen das Wesentliche kurz, knapp und klar vermitteln. Dahingehend hat sich in den vergangenen Jahren vieles getan und es gibt sogar Fortbildungsmöglichkeiten in dieser Richtung für Wissenschaftler, Kuratoren usw.

Nimmt Ihre Abteilung auch das Lektorat vor, greifen Sie ein, wenn es nötig wird?

Das übernehmen meistens die Verlage, mit denen wir bei unseren Publikationsvorhaben eng zusammenarbeiten, ebenso wie die Gestaltung, Übersetzung, usw. Bei dem sehr engen Zeit- und Finanzrahmen, in dem Museen heute agieren, ist das auch nicht anders möglich. Wir haben nicht die Ressourcen, um das leisten zu können.

Wie sieht bei Ihnen der Vertrieb der Publikationen aus?

Wir haben einen Online-Shop, der von unserem Generalanbieter Walther König betrieben wird. Der Vertrieb im Buchhandel ist ein weiterer Grund, weshalb wir eng mit Verlagen zusammenarbeiten. Sie übernehmen unsere Publikationen in ihre Vorschau und bringen mit ihren Vertretern die Bücher in den stationären Handel. Wir selbst haben keine eigene Auslieferung. Aber der größte Teil unserer Kataloge wird während der Ausstellungen in unseren Häusern verkauft. Deshalb ist auch die wirklich wichtigste Prämisse unter der wir arbeiten, dass ein Ausstellungskatalog unbedingt zur Eröffnung fertig sein muss. Wenn er sich verspätet, spüren wir das direkt an den Verkaufszahlen. Die Konkurrenz auf dem Kunstbuch-Markt ist derart gigantisch, dass es nur in dieser einmaligen Kombination von Katalog und Ausstellung wirklich gut funktioniert.

Wie nutzen Sie bei Ihrer Arbeit die digitalen Publikationsmöglichkeiten?

Da gibt es verschiedene Ansatzpunkte. Wir haben bereits online publiziert. Etwa bei sehr speziellen Themen, die eventuell nur eine kleine Zielgruppe haben. Dabei war es uns wichtig, die Inhalte nicht einfach eins-zu-eins als PDF-Dokument zu publizieren, sondern die Möglichkeiten der neuen

Medien z. B. durch interaktive Features zu nutzen. Zum anderen spielen vor allem die digitalen Datenbanken, wie z. B. SMB-digital, über die die Bestände eine ganz andere Zugänglichkeit erhalten, eine große Rolle. Auf diesem Weg sind Werke für die Öffentlichkeit verfügbar, die so eventuell nicht ausgestellt sind, vielleicht auch aus konservatorischen Gründen nicht verfügbar sind. Wir arbeiten außerdem mit dem Google Art-Project daran unsere Bestände online erfahrbar zu machen. Im Online-Bereich spielt allerdings das Thema der Bild- und Urheberrechte eine wichtige Rolle, gerade für die zeitgenössische und moderne Kunst. Vieles ist deshalb noch gar nicht möglich. Aber trotz der bisherigen Möglichkeiten, die sicher mit der Zeit mehr Raum einnehmen werden, ist der klassische Ausstellungskatalog bisher konkurrenzlos. Das haptische Erlebnis, das in die Hand nehmen, das Betrachten der Kunst in schöner Atmosphäre auf dem Sofa, die hohe Farbqualität und und und ...können ein Computerbildschirm oder ein Tablet nicht adäquat ersetzen. Letztlich ist ein toll gemachtes Kunstbuch selbst ein Kunstwerk, mit dem man sich einfach gerne umgibt.



Dr. Sigrid Wollmeiner ist Kunsthistorikerin. Nach dem Studium in Bonn war sie zunächst journalistisch tätig, bevor sie in die Verlagsbranche wechselte. Seit 2008 ist sie bei den Staatlichen Museen zu Berlin und leitet dort seit 2014 das Referat Publikationen und Merchandising.

Leporellos

Zur Geschichte einer kaum bekannten Buchform

Ein Beitrag von Christoph Benjamin Schulz

Die Digitalisierung der Buchkultur, des Buchmarkts und des Literaturbetriebs hat nicht nur Fragen und Probleme hinsichtlich der Entmaterialisierung von Wissenskulturen und der Literatur aufgeworfen, sondern auch ein neues Bewusstsein für ungewöhnliche und aufwändig gemachte Bücher entstehen lassen: Sowohl in der aktuellen Buchproduktion wie auch mit Blick auf historische Phänomene der Buchgeschichte.

Eine in diesem Zusammenhang besonders bemerkenswerte Buchform ist das Leporello. Mit seiner materiellen Anlage stellt es einen Hybrid zwischen der Buchrolle und dem gebundenen Buch dar, das diese in der Spätantike abzulösen begann. Ein Leporello lässt sich sowohl partiell oder in Gänze entfalten als auch sequenziell betrachten. Auch wenn die Vermutung, es handele sich um eine Art Übergangsstadium von der einen Buchform zur anderen, zunächst plausibel sein mag, lässt sich dies nicht nachweisen. Die Struktur der Faltungen legt es dabei nahe, von einer Untergliederung in Segmente zu sprechen – im Unterschied zu den Seiten als strukturellen Einheiten des gebundenen Buches.

Ein Medium für vielschichtige Erzählungen

Es ist erstaunlich, dass über diese spezifische Buchform in okzidentalischen Kulturen bisher wenig mehr bekannt ist, als dass es sie gibt. Aus der jüngeren Kulturgeschichte ist sie vor allem als Postkartenbuch in Erinnerung geblieben, wie es bis in die 1950er Jahre verbreitet war. Doch das Potenzial gefalteter Bücher geht weit über das Aneinanderreihen von Ansichten bekannter Städte, beliebter Ausflugsziele und Urlaubsorte hinaus. Seine expansive, den Buchkorpus auflösende Struktur bietet Raum für originelle und innovative künstlerische und literarische Inszenierungen. Gerade für Verbindungen von Text und Bild eröffnen sie Möglichkeiten des intermedialen Erzählens, die sich in konventionellen Büchern nicht realisieren lassen.

Die deutschsprachige Bezeichnung ‚Leporello‘, inspiriert von dem gleichnamigen Protagonisten aus Mozarts Oper „Don Giovanni“ (1787), ist vergleichsweise jung. Als Don Giovannis Diener führt Leporello Buch über die amourösen Abenteuer seines Herrn und notiert die Namen seiner Errungenschaften als Liste in ein Buch – eine Art Buchführung der Leidenschaft. Im Englischen und Französischen ist neben dem Begriff ‚accordion book‘ respektive ‚livre accordéon‘ auch ‚concertina‘ geläufig, im Italienischen ‚libretto a fisarmonica‘. Während eine Referenz an die Musik durch die Bezugnahme auf ein Instrument, nämlich das Akkordeon, also auch in einigen anderen Sprachen gegeben ist, fällt die Assoziation mit dem Protagonisten aus Mozarts Oper weg.

Das Phänomen des auf für Leporellos charakteristische Weise gefalteten Papiers ist jedoch weit älter als die Opernfigur und geht der Entlehnung ihres Namens für die Bezeichnung einer Buchform um viele Jahrhunderte voraus. Viele Bücher der frühen südamerikanischen Hochkulturen weisen eine entsprechend gefaltete Form auf, wie Faltbilder und Bücher gerade in fernöstlichen Kulturen, vor allem in China, Japan und Korea, ebenfalls weit in die Geschichte zurückzuverfolgen sind: In China bis in die Tang-Dynastie (618–908 n. Chr.), in Japan bis in die Heian-Periode (794–1185 n. Chr.). In den südamerikanischen Kulturen scheint diese Buchform noch deutlich früher nachweisbar zu sein (Abb. 1).



Abb. 1: Faksimiles präkolumbianischer Kodizes in Leporello-Form in der Ausstellung „Leporellos Erben“ in der Bibliothek der Ruhr-Universität Bochum.



Abb. 2: Entfaltbare Seitenfolge aus Johannes Helffrichs Reisebeschreibung "Kurtzer und warhafftiger Bericht, Von der Reiß aus Wenedig (...)" aus dem Jahr 1582.

Eine vielseitige Spielform des Buches

In den okzidentalen Kulturen ist das Leporello im Kontext einer an formalen und gestalterischen Extravaganzen reichen Buchgeschichte zu betrachten. Die Bandbreite ästhetischer Spielformen des Buches – die immer auch als Reflexionen über die Konventionalität des Buches als etabliertem Speicher- und Distributionsmedium von Texten verstanden werden können – reicht von Beutelbüchern, Riesen- und Miniaturbüchern, zu aus mehreren Büchern zusammengebundenen Mehrlingsbüchern und Mehrfachbänden bis hin zu Vexierbüchern und ‚faux livres‘.

Ausfaltbare Seitenfolgen wurden insbesondere zu dem Zweck eingesetzt, großformatige Darstellungen auf das Format eines Buches zu reduzieren – somit eher aus praktischen als aus ästhetischen Gründen. Dies gilt insbesondere für Landkarten, alle Arten komplexer schematischer Schautafeln, für Chronologien und für panoramatisch-geographische Darstellungen. Eine beeindruckende entfaltbare Seitenfolge befindet sich in Johannes Helffrichs Reisebeschreibung „Kurtzer und warhafftiger Bericht, Von der Reiß aus Wenedig nach Hierusalem Von dannen in Aegypten, auf den Berg Sinai, Alcair, Alexandria, und folgend widerumb gen Venedig“ (Leipzig 1582). Das Buch enthält neben sieben kleineren gefalteten Holzschnitttafeln auch eine auf 115 cm Länge entfaltbare Darstellung einer islamischen Prozession anlässlich der Feier zu einer Beschneidung (Abb. 2).

Besonders bemerkenswert ist mit Blick auf entfaltbare Seitenfolgen auch ein als Leporello gefalteter Totentanz aus dem Jahr 1546, der aus der Züricher Offizin Augustin Fries(s) stammt und in eine Luther-Ausgabe eingebunden war, die sich in der Sammlung der Herzog August Bibliothek in Wolfenbüttel befindet. Er gehört zu den frühesten deutschsprachigen Drucken mit Illustrationen nach Hans Holbeins „Imagines Mortis“.

Aber nicht nur als entfaltbare Seiten, sondern auch in der Form, wie wir es heute kennen – also als ‚eigenständige Buchform‘ – weist das Leporello in



Abb. 3: Niederländisches Miniaturleprello mit kalligraphischem Alphabet aus dem 18. Jahrhundert (Zwiggelaar Auctions).

der okzidentalen Buchgeschichte eine bis in die Frühe Neuzeit zurückzufolgende Geschichte auf. In der Universitätsbibliothek in Leiden wird ein Manuskript mit der Betitelung „Canones et carmina sacra quae ‚Sticher‘ dicuntur – Kalendaria II“ aus dem 14. Jahrhundert verwahrt, das – ohne einen stabilisierenden Rahmen und ohne Bindung – aus einem auf die charakteristische Weise gefalteten 375 cm langen Streifen Pergament besteht. Es enthält Liedtexte sowie einen Kalender. Die königliche Bibliothek in Kopenhagen hat einen handschriftlichen und illustrierten ewigen Kalender aus dem Jahr 1513 in ihrer Sammlung, der in gefaltetem Zustand nicht viel größer als eine Streichholzschachtel ist, sich durch das Entfalten aber auf das Vielfache seines Formats vergrößert. Und das Kunsthistorische Museum in Wien besitzt das sogenannte „Wiener Musterbuch“ eines unbekanntenen Meisters (Böhmen, 1410–20), das auf 14 klapp- und faltbaren Ahorntäfelchen 56 typisierte Köpfe von Menschen, Phantasiewesen und Tieren zeigt, die vermutlich als Vorlagen für Miniaturen in illuminierten Büchern gedient haben. Aus dem 18. Jahrhundert sind Miniaturleprellos erhalten geblieben, wie beispielsweise ein ABC-Buch, das auf seinen Segmenten die großen und kleinen Buchstaben des lateinischen Alphabets zeigt (Abb. 3).

Manche Leporellos sind also Bestandteil eines Kodex und als ausfaltbare Seitenfolgen in einen Buchkorpus eingebunden, manche sind, so der Terminus der Buchbinderei, ‚rückenfrei‘ zwischen zwei unverbundene Buchdeckel eingeklebt und somit deutlich fragilerer Natur. Manche werden in Boxen verwahrt und manche liegen tatsächlich nur als gefaltete Papierbahnen ohne einen stabilisierenden und schützenden materiellen Rahmen vor. Manche sind horizontal und manche vertikal angelegt. Was den Umfang angeht, reicht das Spektrum von wenigen Segmenten mit einer entsprechend geringen Anzahl an Faltungen bis hin zu einer Länge von mehreren Metern.

Beweglich, animiert, interaktiv

In Europa und Nordamerika erlebte das Leporello im Kontext der facettenreichen Buchkultur des 19. Jahrhunderts eine erste Blütezeit. Zu denken ist hier an die sogenannten Movable Books, zu denen die große Vielfalt von Spielbilderbüchern mit beweglichen Teilen gehören, wie unter anderem Aufstell- und Pop-Up-Bücher, solche mit Zieh- oder Drehanimationen

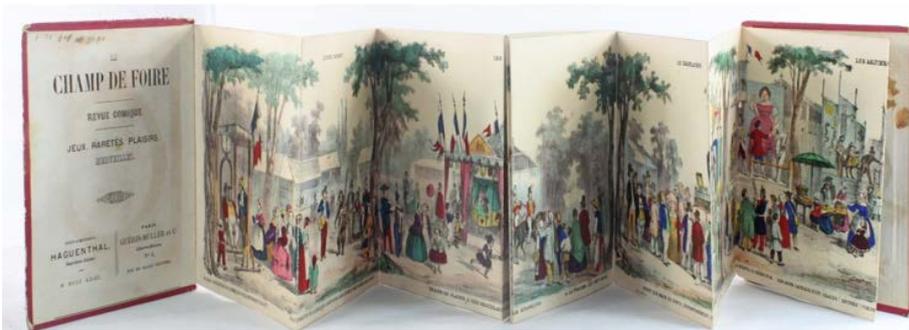


Abb. 4: Élie Haguenthals Panorama eines Jahrmarkts „Champ de Foire“ (Pont-à-Mousson ca. 1840).

und nicht zuletzt auch Daumenkinos. Die Möglichkeit, das Buch interaktiv und auf unkonventionelle Weise betrachten und es sich auf verschiedenen Wegen aneignen zu können, legt einen Bezug zu den Philosophical Toys nahe, wie man sie aus der Vorgeschichte des Films kennt: Das ästhetische Gefallen war eng verknüpft mit dem aus der haptischen Erfahrung resultierenden Erkenntnisgewinn.

Hier kristallisieren sich Traditionslinien des Leporellos heraus: gefaltete Panoramen (Abb. 4) und Chronologien, Darstellungen von Umzügen und Prozessionen sowie Bildergalerien, die die Segmente wie die Wände eines Papier- oder Buchmuseums bespielen, aber vor allem in England auch gesellschaftskritische und satirische Leporellos. Gleichzeitig waren Leporellos nicht nur künstlerische Buchprojekte, sondern auch als Kinderbücher beliebt (Abb. 5): Der legendäre Buchgestalter Lothar Meggendorfer entwickelte etwa 20 verschiedene Leporellos für eine junge Leserschaft.

Eine zweite Renaissance erlebten Leporellos im 20. Jahrhundert vor dem Hintergrund des ‚Artists‘ Books‘ als Werkform der bildenden Kunst. Auch hier ist die Liste lang und reicht von klangvollen Namen wie Sonia Delaunay, die bereits 1913 zusammen mit Blaise Cendrars das entfaltbare ‚livre simultané‘ „La Prose du Transsibérien et de la Petite Jehanne de France“ entwickelte, Joseph Cornell, Andy Warhol, Yoko Ono oder James Lee Byars

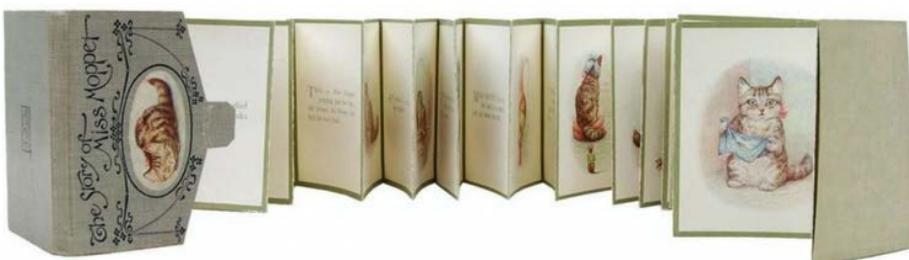


Abb. 5: Originalausgabe von Beatrix Potters Geschichte „The Story of Miss Moppet“ (London 1906).

bis hin zu (fast) in Vergessenheit geratenen Künstlern wie der großartigen Schweizer Graphikerin und Illustratorin Warja Lavater, deren Leporellos unter anderen von dem legendären Pariser Verleger Adrian Maeght herausgegeben wurden, dessen Rolle für die künstlerische Druckgraphik seit der klassischen Moderne kaum überschätzt werden kann. Tatsächlich nutzen auch Schriftsteller das Leporello als Buchform: Hierzu gehören nicht nur Octavio Paz, dessen Gedicht „Blanco“ 1967 als Leporello erschien, sondern rezent auch Anne Carsons „Nox“ (New York 2010) und „Correspondences“ von der Autorin Anne Michaels und der Illustratorin Bernice Eisenstein (New York 2013).

Die Geschichte gefalteter Bücher wartet mit einer komplexen Entwicklung auf, die in vielerlei Hinsicht an aktuelle Diskurse anschlussfähig ist: an solche über intermediale narrative Strategien und Werkformen, die Semantiken der Materialität von Büchern und literarischen Texten sowie an Reflexionen über das Verhältnis von Text und Bild in Literaturwissenschaft, Medienwissenschaft und Kunstgeschichte.

VORANKÜNDIGUNG

Im Frühjahr 2018 erscheint von Christoph Schulz das Buch „Die Geschichte(n) gefalteter Bücher. Leporellos, Folded Panoramas, Livres-accordéons in Literatur und bildender Kunst“ im Olms Verlag. Der Sammelband stellt auf über 500 Seiten und mit 150 Abbildungen erstmalig die Entwicklung gefalteter Bücher in 18 Beiträgen von Autoren aus Amerika, Dänemark, Deutschland, England, Frankreich, Österreich, Polen und der Schweiz vor.



Dr. Christoph Benjamin Schulz ist Literaturwissenschaftler und Kunsthistoriker. Vor diesem Hintergrund wirft er seit vielen Jahren einen disziplinenübergreifenden Blick auf die aktuelle Buchproduktion und die Buchgeschichte. Zuletzt erschien sein Buch „Poetiken des Blätterns“, eine Kulturgeschichte des Blätterns, im Olms Verlag.

Mit Bibliotheken in die Zukunft

Chance für Innovation und Integration

Ein Beitrag von Barbara Lison

Anfang März dieses Jahres fand unter dem Titel „Zugang und Teilhabe im Digitalen Wandel“ der erste Bibliothekspolitische Bundeskongress des Deutschen Bibliotheksverbandes statt, auf dem zum ersten Mal ein öffentlicher umfassender Austausch und Diskurs mit Verantwortlichen aus Politik und Verwaltung organisiert wurde. Diese Veranstaltung sollte alle Politikebenen unseres föderalen Staatsaufbaus und möglichst viele Politikbereiche mit den relevanten Themen bibliothekarischen Handels bekannt machen und somit die Bibliotheken als wichtige Akteure sowohl unserer Zivilgesellschaft und der Wissenschaftslandschaft als auch der „Bildungsrepublik Deutschland“ (Kanzlerin Merkel, Juni 2008) präsentieren.

Anerkennung für wichtige Leistungen erreichen

Warum ist ein Kongress dieser Art notwendig, und warum hat nicht schon früher eine solche Veranstaltung stattgefunden? Nun ja, Bibliothekarinnen und Bibliothekare ergaben sich lange Zeit der Hoffnung, dass ihre – tatsächlich! – gute Arbeit für Wissenschaft und Gesellschaft ausreichend gewürdigt werden und auf dieser Basis mit den notwendigen Ressourcen ausgestattet werden würde. Mit dem Aufkommen und dem vollständigen Anbruch des Digitalen Zeitalters und der damit einhergehenden Transformationen in so vielen Lebensbereichen sahen sich die Verantwortlichen in den Bibliotheken allerdings einem zunehmenden Legitimierungszwang gegenüber, dem sie sich nun selbstbewusst, konstruktiv und konsequent stellen. Das heißt, sie arbeiten seit Jahren eben nicht nur an der fachlichen Innovation zur Modernisierung ihrer Dienstleistungen, sondern sie suchen auch verstärkt den Dialog mit der Öffentlichkeit und ihren Auftraggebern. Ziel ist es, die Anerkennung ihrer wichtigen Leistungen zu erreichen, gepaart mit der finanziellen und politischen Unterstützung,

¹ „Wir werden uns dafür einsetzen, dass Bibliotheksnutzern unter Wahrung der Vertragsfreiheit ein noch besserer Zugang zum Repertoire von E-Books ermöglicht wird.“ (Koalitionsvertrag zwischen CDU, CSU und SPD – 19. Legislaturperiode, S. 165)

die für die effektive Erfüllung ihrer Aufgaben notwendig sind bzw. immer notwendiger werden.

Bibliotheken als wichtiger Ort für gesellschaftliche Entwicklungen

Dass dieser Weg ein langer ist und manchmal an die Geschichte von Sysiphos erinnert, konnten die Bibliotheken in den vergangenen Jahren immer wieder erleben. Ein Vergleich der Wahlprüfsteine des Deutschen Bibliotheksverbandes zur Bundestagswahl 2013 mit denen zur Bundestagswahl 2017 zeigt, dass hier im Wesentlichen dieselben Themen angeschnitten wurden. Es hat sich bis auf das gerade noch am Ende der letzten Legislaturperiode beschlossene Urheberrechts-Wissengesellschafts-Gesetz – UrhWissG –, das am 1. März 2018 in Kraft trat, für die Bibliotheken nicht viel Neues ergeben in der letzten Bundestagswahlperiode. Beim schnellen Studium des neuen Koalitionsvertrages kann aber festgestellt werden, dass hier an mehreren (wenigstens sechs!) Stellen Bibliotheken direkt adressiert werden, und zwar im Zusammenhang mit den weiteren Entwicklungen des Urheberrechts¹, mit dem Programm des Bundesministeriums für Bildung und Wissenschaft „Kultur macht stark“, im Zusammenhang mit einem Bekenntnis zur Bundesförderung sowohl der Deutschen Digitalen Bibliothek als auch von Programmen zum Erhalt des schriftlichen Kulturguts. Des Weiteren finden Bibliotheken Erwähnung im Kapitel „Demokratie beleben“, in dem „Mehr Unterstützung für Bibliotheken und Stadtteilkulturzentren“ versprochen wird.

Wichtig für Bibliotheken ist die mit substanziellen finanziellen Mitteln unterlegte geplante Strategie für die Zukunft von Kultureinrichtungen und derer digitalen Transformation.

Besonders erfreulich ist, dass geprüft werden soll, „wie der Bund zum Erhalt der vielfältigen Bibliothekslandschaft und ihrer zunehmend gesellschaftlichen Bedeutung beitragen kann. Bibliotheken sollten auch im digitalen Zeitalter ihre zentralen Funktionen für Bildung und Kultur erfüllen können,“ so der Text im Koalitionsvertrag weiter. Und wenn es dort heißt, dass ein gesamtstaatliches Bündnis für kulturelle Bildung und Vermittlung sowie Medienkompetenz geschlossen werden soll, um den Zugang zu Kunst, Kultur, Bildung und Medien zu stärken, dann fühlen

sich die Verantwortlichen in den Bibliotheken natürlich ebenfalls direkt angesprochen. Das gleiche gilt für die geplante Entwicklung einer nationalen Open-Access-Strategie und einer nationalen Forschungsdaten-Infrastruktur sowie für eine umfassende nationale Digitalisierungsstrategie des Bundes. Wichtig für Bibliotheken ist auch die mit substanziellen finanziellen Mitteln unterlegte geplante Strategie für die Zukunft von Kultureinrichtungen und derer digitalen Transformation. In diesem Zusammenhang fordert der Deutsche Bibliotheksverband schon länger, dass auch Bibliotheken als wichtige außerschulische Bildungseinrichtungen in den vorgesehenen Digitalpakt für Bildung einbezogen werden oder es einen entsprechenden Ergänzungspakt gibt.

Sich den vielfältigen Veränderungen stellen

Damit kommen wir zur Betrachtung der aktuellen wichtigsten Herausforderungen, denen sich die deutschen Bibliotheken, und hier beziehe ich mich auf die Öffentlichen Bibliotheken, stellen müssen. Diese Herausforderungen sind zum einen externer Natur, zum anderen gibt es aber auch Herausforderungen, die sich aus der internen Verfasstheit der Institutionen und der dort angesiedelten Berufe ergeben.

In Deutschland – wie in vielen anderen Ländern auch – sind Öffentliche Bibliotheken die am meisten besuchten Kultureinrichtungen.

Doch, bevor wir uns den Herausforderungen widmen, noch ein Blick auf die aktuellen Leistungen der Bibliotheken: Bibliotheken sind weiterhin Akteure für einen nicht-kommerziellen und datenschutzkonformen Zugang zu Information, Wissen, Bildung und Kultur. In Deutschland – wie in vielen anderen Ländern auch – sind Öffentliche Bibliotheken z. B. die am meisten besuchten Kultureinrichtungen². Dabei sind die Motivationen der Bibliothekskunden ganz unterschiedlich: Sie nutzen die Bibliothek als Lernort für Schule, Ausbildung und Beruf, indem sie nicht nur auf die dort vorhandenen Materialien und digitalen Dienstleistungen zugreifen, sondern sich auch in deren Räumlichkeiten zum Zwecke des Lernens oder des gemeinsamen Arbeitens aufhalten. Die meisten Öffentlichen Bibliotheken sind niedrighschwellige Einrichtungen ohne Konsum- und Legitimationszwang. Mit ihren nichtkommerziellen digitalen Angeboten

² Jedes Jahr verzeichnen allein die Öffentlichen Bibliotheken rund 125 Millionen Besuche in ihren Räumlichkeiten und fast 22 Millionen Besuche bei den Angeboten auf ihren Webseiten. Die Ausleihstatistiken haben weiterhin eine Tendenz nach oben.

³ Personenbezogene Nutzungsprofile oder gar Ausleihdaten werden in datenschutzrechtlich abgesicherten Verfahren bearbeitet. Die jüngsten Darstellungen u.a. bei FAZ Online (<http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/buecher/themen/datenschutz-in-bibliotheken-sie-nennen-es-service-dabei-ist-es-torheit-12659003.html>) und Focus Online (http://www.focus.de/politik/gastkolumnen/rehlaender/datenbanken-von-bibliotheken-was-spionewissen-koennten-wenn-sie-ein-buch-ausleihen_aid_1158412.html?google_editors_picks=true) dazu sind undifferenziert und zu pauschal.

stellen Bibliotheken auch eine Alternative zu den im Internet agierenden Wirtschaftsunternehmen dar. Und Bibliotheken sind als öffentliche Einrichtungen den staatlichen Datenschutzgesetzen verpflichtet; das bedeutet, dass sie grundsätzlich keine unzulässige Speicherung oder Weitergabe von Personendaten praktizieren und höchst sensibel mit diesen Daten umgehen.³

Die wichtigste Herausforderung für alle Bibliotheken ist, sich mit den technischen, sozialen und kulturellen Veränderungen auseinanderzusetzen sowie sich auf dieser Grundlage weiterzuentwickeln und die digitalen Transformation auch für ihre Angebote und Dienstleistungen zu realisieren. Zudem müssen die Bibliotheken dazu beitragen, dass die Menschen in Deutschland, unabhängig von Alter oder sozialer Herkunft, dazu befähigt werden, die neuen Medien kompetent zu nutzen. Die Vermittlung von Informationskompetenz gehört somit zu den wichtigsten Aufgaben von Bibliotheken. Diese Aufgabe ist weitaus breiter als die Vermittlung der reinen Medienkompetenz, also der Beherrschung der technischen Handhabung der unterschiedlichen Geräte wie Tablets, Smartphone, E-Reader etc.

Weitere Herausforderungen, denen sich die deutschen Bibliotheken möglichst proaktiv stellen müssen, sind aktuelle, konkrete gesellschaftliche und politische Entwicklungen. Die wichtigsten Stichworte in diesem Zusammenhang sind für Öffentliche Bibliotheken: Migration, Integration der Flüchtlinge, Inklusion, Demographischer Wandel, Nachhaltigkeit, Spaltung der Gesellschaft, Ausprägung neuer Lebensstile, Konvergenz von Lernen und Unterhaltung, Neue Formen der Aneignung von Information und Wissen. Diese Herausforderungen sind im Wesentlichen identisch mit den aktuellen Herausforderungen, denen sich auch die Politik stellen muss. Hier liegt also eine Kongruenz der Agenden und der Zielrichtung vor.

Wichtige Orte für die Gestaltung des gesellschaftlichen Wandels

Die Antworten und Strategien der Öffentlichen Bibliotheken darauf liegen in der spezifischen Ausrichtung ihrer Dienstleistungen auf diese Herausforderungen, insbesondere in der weiteren Intensivierung ihrer Funktion als innerstädtische Lernorte bzw. als sogenannte Dritte Orte und auch als Einrichtungen des kommunalen Bürgerservice, zum Beispiel nach dä-

nischem Vorbild. Der niedrigschwellige nichtkommerzielle Zugang zu verlässlichen Informationen und qualitätsorientierter Kultur wird die Arbeit der Öffentlichen Bibliotheken ebenso weiter prägen. Die Entscheidenden in Politik und Verwaltung haben in den Bibliotheken eine Infrastruktur, die dazu beitragen kann, die aktuellen politischen Herausforderungen zu bewältigen. Wenn sie sich noch klarer zu dieser wichtigen Rolle der Bibliotheken bekennen und diesen in Konsequenz die notwendigen Ressourcen zur Verfügung stellen, dann kann unsere Gesellschaft davon nur profitieren. Denn in der Tat: Gute Bibliotheken bieten Chancen für Integration und Innovation!



Foto: OCLC, Carey Shampoox

Barbara Lison ist Direktorin der Stadtbibliothek Bremen und seit 2016 Bundesvorsitzende des Deutschen Bibliothekenverbandes. Unter anderem ist sie Vizepräsidentin der Bundesvereinigung "Bibliothek Information Deutschland – BID" und Vorstandsmitglied International Federation of Library Associations and Institutions.

.....



Unser literarisches Erbe ist unfassbar umfangreich und wächst stetig weiter. Ebenso wachsen die Herausforderungen, dieses zu sammeln, zu erhalten und zu vermitteln. Darüber unterhalten wir uns mit Dr. Jan Bürger vom Deutschen Literaturarchiv Marbach.

Einmalig Schönes, Irritierendes und Originelles

Das Gespräch führte Veronika Schuster

Herr Dr. Bürger, vor welchen Herausforderungen steht das Literaturarchiv Marbach bei seinen zentralen Aufgabenfeldern des Sammelns, Erforschens und Vermittelns? Wie versuchen Sie, diesen zu begegnen?

Die größte Herausforderung ist eine praktische: Dem enormen Wachstum der Bestände, rein quantitativ, entspricht kein Zuwachs an Planstellen. Kurzfristig helfen wir uns mit Projektstellen aus, aber langfristig fehlt hier eine Perspektive; auch in den Magazinen wird es eng. Ein Neubau ist nötig. Dies sind wirklich schwierige Aufgaben, die die inhaltlichen Arbeiten belasten. Inhaltlich sehe ich eine besondere (und eine besonders schöne!) Herausforderung darin, dass inzwischen nicht nur unsere Benutzerinnen und Benutzer aus allen Kontinenten stammen, sondern Mehrsprachigkeit in der Literatur selbst eine immer größere Rolle spielt. Vielleicht wird unsere Orientierung am Deutschsprachigen irgendwann weniger prägend sein als bisher. Hinzu kommen noch die digitalen Bestände und die digitale Benutzbarkeit. Davon spricht heute ja jeder. Dies allerdings scheint mir doch eher eine Selbstverständlichkeit als eine besondere Herausforderung.

Deutschland pflegt ein sehr inniges Verhältnis zu seinen großen Literaten. Gibt es dementsprechend ein besonders großes Bewusstsein für deren Nachlässe und die umfangreichen Bedürfnisse des Kulturerbes Buch und Literatur – ob nun in der Öffentlichkeit oder auch in der Kulturpolitik?

Ja, unsere Archive und Bibliotheken sind relativ gut ausgestattet, auch im internationalen Vergleich. Doch darauf sollten wir uns nicht ausruhen. Die Literatur hat im Vergleich zu anderen Künsten, denken Sie an die Bildende Kunst oder die Musik, immer eine eher schwache Position. Das liegt vielleicht daran, dass man mit Literatur eigentlich keine großen Geschäfte machen kann: Selbst die berühmtesten Schriftsteller verdienen nur ein Bruchteil dessen, was international anerkannte Maler oder Sänger verdienen. Wenn 2020 gleich drei große Jubiläen bevorstehen, es geht um die 250. Geburtstage von Hölderlin, Hegel und Beethoven, so scheint es fast selbstverständlich, dass Beethoven im Vordergrund steht. Warum eigentlich? Inhaltlich lässt sich das nicht begründen; dennoch ist es so. Ich bin mir also nicht sicher, ob ihre Beobachtung über das besonders innige Verhältnis zu den Literaten in Deutschland zutreffend ist. Mit Baudelaire oder Flaubert kann man sich in Frankreich möglicherweise doch leichter Gehör verschaffen als mit Schiller oder Celan bei uns.

Um so wichtiger ist bei einer solchen Diagnose Ihre Arbeit: Wie versuchen Sie das Bewusstsein zu wecken?

Seit den Anfängen des Schiller-Nationalmuseums gingen Sammeln und Ausstellen Hand in Hand. Das Deutsche Literaturarchiv ist mit seinen Museen ein Haus für die breitere Öffentlichkeit und die Forschung. An ein breites Publikum wenden wir uns mit Ausstellungen, Publikationen und Veranstaltungen – von Lesungen, Vorträgen, Debatten bis hin zu Konzerten. Die wissenschaftliche Öffentlichkeit erreichen wir mit Tagungen und Stipendien. Für ein so vielfältiges Programm reichen die normalen Haushaltsmittel nie. Wir sind also immer stärker auf sogenannte Drittmittel angewiesen und haben es gelernt, Mäzene zu gewinnen. Ohne das geht es nicht mehr.

Archive haben doch für viele Menschen etwas „Verschlossenes“, bei dem man sich vermeintlich langwierig anmelden muss, um in das Innere vorzudringen. Wie öffnet sich das Literaturarchiv Marbach der Öffentlichkeit?

Da wir an der Peripherie liegen, ist es wichtig, dass die Medien über uns regelmäßig berichten. Im Grunde machen wir ja ein literarisches Weltstadtprogramm in der Provinz. In dem Moment, in dem wir unsere Sammlung ins Spiel bringen, werden unsere Veranstaltungen unverwechselbar. Damit versuchen wir, ein wenig zu wuchern. Wenn zum Beispiel ein neuer Brief von Franz Kafka ins Archiv kommt, dann ist es recht einfach, ihn in einem der großen Feuilletons zu zeigen. Das wiederum schafft Auf-

merksamkeit auch für speziellere Themen. Verschlossen ist in Marbach gar nichts. Unsere Veranstaltungen sind für alle offen, und wer kostbare Originale einsehen möchte, kann auch dies tun, wenn sein Anliegen seriös ist. Vielleicht ist die Benutzerfreundlichkeit unseres Online-Katalogs noch verbesserbar. Aber wir arbeiten daran.

Welche Wege in der Öffentlichkeitsarbeit gehen Sie dabei? Wie nutzen Sie dabei die digitalen Medien?

Ich denke, im Bereich der traditionellen Medien gelingt uns die Öffentlichkeitsarbeit geradezu optimal. Das liegt auch daran, dass man in einem so großen Archiv recht oft auf bemerkenswerte Dinge stößt, auf besonders schöne, irritierende oder auch originelle Dokumente. Natürlich nutzen wir auch digitale Kanäle, aber hier könnten wir sicher noch zulegen. An diesem Punkt komme ich wieder zum Beginn unseres Gesprächs zurück: Auch für den Bereich der digitalen Medien täten neue Planstellen gut. Wenn man Neues realisieren möchte, muss man bereit sein, dafür auch zu investieren.



Foto: Chris Korner / DLA Marbach

Dr. Jan Bürger ist Literaturwissenschaftler und Schriftsteller. Zahlreiche literarische, essayistische und wissenschaftliche Veröffentlichungen seit 1992. In den Jahren 2000–2002 gehörte er zu den Gründungsredakteuren der Berliner Zeitschrift „Literaturen“. Seit Dezember 2002 wissenschaftlicher Mitarbeiter des Deutschen Literaturarchivs Marbach.



Raum für Experimente

Literaturhäuser als Orte der Literaturvermittlung

Ein Beitrag von Ursula Steffens

Ausgehend von Berlin wurden seit 1986 zunächst in den großen Städten Deutschlands, Österreichs und der Schweiz, dann schnell auch in mittelgroßen Städten dieser Länder Literaturhäuser gegründet, die sich in wenigen Jahren zu lebendigen Treffpunkten für die Literatur und das Buch der Gegenwart entwickelten und im kulturellen Leben ihrer Städte zu unverzichtbaren Einrichtungen wurden.

Katalysatoren für vielfache Anregungen

Die „Marke“ Literaturhaus ist zu einem Synonym für eine zeitgemäße, wandlungsfähige Förderung und Vermittlung von deutschsprachiger und internationaler Gegenwartsliteratur geworden, es gibt inzwischen in nahezu jeder größeren Stadt im deutschsprachigen Raum eines und auch im Ausland gibt es zahlreiche Häuser, die sich von dem Modell haben inspirieren lassen. Die Literaturhäuser arbeiten als Zentren für nicht-kommerziell ausgerichtete Veranstaltungen rund um das Buch und als Ansprechpartner für Fragen der Literatur. Schriftsteller, Verleger, Übersetzer, Lektoren, Buchhändler, Kulturschaffende, Journalisten und literaturbegeistertes Publikum begegnen sich im Gespräch und in vielfältigen Veranstaltungsformaten sowie im geselligen Rahmen in den oftmals angeschlossenen Lokalen. Die Literaturhäuser funktionieren dabei als Katalysatoren. Vielfältige Anregungen aus dem urbanen Umfeld fließen in die Programmgestaltung ein. Die Literaturhäuser spiegeln nicht nur aktuelle Strömungen, sondern haben das Ziel, selbst weitreichende kulturelle Impulse an den Kulturbetrieb und die Öffentlichkeit weiterzugeben. Sie fühlen sich programmatisch weder dem Mainstream noch einer bestimmten ästhetischen Richtung verpflichtet. Auch entlegene Themen und unbekanntere Litera-

turen finden ihren Platz im Programm der Häuser, die sich als Foren für die offene und kritische Auseinandersetzung mit Literatur und benachbarten Themen verstehen. Als nicht-kommerzielle ausgerichteter Veranstalter ist mehr als anderswo Raum für Experimente, für nicht-eingeführte Formate, nicht zuletzt auch deswegen, weil es andere Möglichkeiten der Kooperation mit Förderern, Sponsoren und anderen institutionellen Partnern gibt.

Auseinandersetzung mit dem Zeitgeist

Gegenüber Festivals haben sie zudem den Vorteil, dass sie Programmreihen über einen längeren Zeitraum fortführen können, hier wären beispielhaft das „Philosophische Café“ in Hamburg oder das „Europa der Muttersprachen“ im Literaturhaus Salzburg zu nennen. Das seit 1999 bestehende „Philosophische Café“ reagierte auf ein wachsendes Bedürfnis, sich mit Zeitgeistthemen auf lebendige Weise auseinanderzusetzen. Es geht um gemeinsame Reflexion, um den Versuch, brisante Fragestellungen einzukreisen und zu diskutieren. Und bereits seit 1995 gibt es in Salzburg jedes Jahr das Festival „Europa der Muttersprachen“: Literatur, Film, Kunst und Musik aus einem europäischen Land, einer europäischen Sprache. In etlichen Veranstaltungen und Ausstellungen werden an mehreren Tagen und Abenden europäische Geschichte & Geschichten thematisiert, denn für den Erfinder der Reihe besteht Europa nicht aus „Vaterländern“ sondern aus Muttersprachen.

Die Literaturhäuser in München und Berlin, um wiederum nur zwei zu nennen, kuratieren neben den Veranstaltungen große Ausstellungen zu literarischen Themen oder einzelnen Autoren, oftmals dann auch verbunden mit Veranstaltungsreihen. Zusammen ergeben Ausstellungen und Veranstaltungen die Möglichkeit einer intensiven Beschäftigung mit dem jeweiligen Gegenstand. Das Literaturhaus Zürich bietet Autorenresidenzen an und, nicht zu vergessen, zahlreiche Literaturhäuser bieten Programme für Kinder- und Jugendliche an, von klassischen Lesungen über Veranstaltungen zum Mitmachen wie „Philosophieren mit Kindern“ bis hin zu Veranstaltungen in Kooperation mit Schulen wie in Mecklenburg-Vorpommern, wo das Literaturhaus Rostock bis zu 300 Veranstaltungen im ganzen Bundesland organisiert.

In den meisten Häusern gibt neben den Veranstaltungsräumen auch ein Café oder Restaurant, hier ist Raum für Begegnungen und Gespräche, vor und nach, aber auch unabhängig von Veranstaltungen. Die Räumlichkeit-

en lassen sich oft auch zur Galerie, zum Musik- und Sprechtheater oder Kino umfunktionieren, in vielen Fällen ist auch eine Buchhandlung mit im Haus, so können verschiedenste Veranstaltungsformate entwickelt werden. Die Lesung aus einem unveröffentlichten Manuskript, die Vorstellung eines Bestsellers, die Kontroverse um ein brisantes politisches oder kulturelles Thema und die Darstellung einer historischen Epoche sind nur einige von vielen Möglichkeiten innerhalb eines breiten Spektrums.

Echte und authentische Begegnungen

Die immer knappen Budgets und die immer weiter zunehmende Zahl von Veranstaltern machen den Häusern ebenso Sorge wie die rückläufigen Verkaufszahlen von Büchern, die Lesung an sich aber scheint sich immer größerer Beliebtheit zu erfreuen. „Die Nachfrage auf die Begegnung mit Autoren, live oder virtuell, auf jeden Fall echt und authentisch, greifbar oder anklickbar, nimmt seit Jahren zu. Das Lesen, wie es allgemeiner Ansicht nach vor 30 Jahren war, mag an Bedeutung verloren haben. Das Vorlesen, der kollektive Austausch, wird immer wichtiger“, so der Leiter des Frankfurter Literaturhauses, Hauke Hückstädt, in der FAZ. Die Herausforderung besteht nun für die Literaturhäuser, ebenso wie für alle anderen Veranstalter, die Buchhandlungen und Bibliotheken, Museen, Festivals und Lesefeste, Theater und Kulturzentren darin, die Veranstaltungen mit Autorinnen und Autoren so zu gestalten, dass anregende Eindrücke entstehen, echte Begegnungen. Mag für den einen Autor und sein Publikum die klassische Wasserglaslesung die geeignete Form sein, ist es für andere eher das Gespräch oder auch eine choreographierte Präsentation mit slideshow und Musik. Denn, und das muss allen Beteiligten klar sein, die Ansprüche des Publikums sind gestiegen, die Heldenverehrung allein bringt sie nicht in die Veranstaltungssäle, oftmals ist es „nur“ das Interesse oder auch das angekündigte Event. Wem es gelingt, hier bleibenden Eindruck zu hinterlassen, der findet sein Publikum. Dies ist für die Autorinnen und Autoren nicht zuletzt auch deshalb von Bedeutung, weil die Lesungen wegen der rückläufigen Verkaufszahlen eine oftmals wichtige Einnahmequelle darstellen.

Die digitalen Medien spielen einerseits als Konkurrenz um die knappe Zeit des Publikums eine Rolle, gleichzeitig bieten die sozialen Medien aber auch zusätzliche Möglichkeiten der Bewerbung von Veranstaltungen, die digitale Technik ermöglicht es, einzelne Veranstaltungen zu streamen oder mindestens zu archivieren und so das Publikum zu erweitern, immer mehr Veranstalter haben Induktionsschleifen für Menschen mit Hörgeräten und

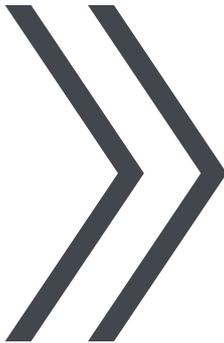
auch an neuen Präsentationsformen für fremdsprachige Lesungen wird gearbeitet. Ein Projekt wie „Fragile. Europäische Korrespondenzen“ des Netzwerks der Literaturhäuser, bei dem 26 Autorinnen und Autoren aus ganz Europa in Form von Briefen miteinander korrespondierten, welche dann unmittelbar übersetzt würden und auf einer eigenen Website nachzulesen waren, wäre ohne die neuere Technik gar nicht denkbar gewesen. Dieses Projekt beschreibt dann auch in exemplarischer Weise die besondere Funktion der Literaturhäuser im Konzert der Literaturveranstalter, nämlich kontinuierlich, spezialisiert, nicht auf Gewinn zielend die Begegnung zwischen AutorInnen und LeserInnen zu ermöglichen, dabei Entwicklungslinien im Blick zu behalten, Themen zu setzen und immer die Kommunikation in den Mittelpunkt zu stellen.



Ursula Steffens ist ausgebildete Verlagsbuchhändlerin und Literaturwissenschaftlerin. Nach Arbeit in den Verlagen Carlsen und Rowohlt, ist sie seit 2010 mit dem Büro LiteraturKommunikation freiberuflich tätig, unter anderem als Geschäftsführerin des Netzwerks der Literaturhäuser und als freie Pressereferentin.



© Kunsthalle zu Kiel, Foto: Helmut Kunde



Zeitgemäße Einblicke schaffen

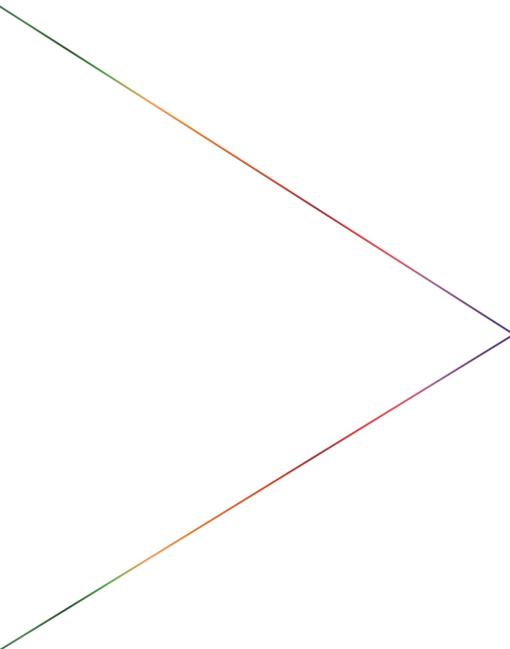
Mein aktueller Lieblingsblick: die Eingangssituation der neuen Sammlungspräsentation globalocal. 350 glitzernde Girlanden laden dazu ein, die Video-Skulptur von Mika Rottenberg zu betreten. Die künstlerische Auseinandersetzung mit politischen und gesellschaftlichen Themen der Gastkünstler Cao Fei, Hiwa K und Mika Rottenberg eröffnet eine globale Perspektive, die es auch in den Beständen der Kunsthalle zu entdecken gilt. Dieses Ausstellungskonzept zeichnet für mich zeitgemäße Museumsarbeit aus! «

Harriet Meyer verantwortet die Kommunikation und das Marketing der Kunsthalle zu Kiel. Für sie ist der Blick auf die Video-Skulptur „Minus Yiwu“ von der in New York lebenden Künstlerin Mika Rottenberg von besonderer Aktualität. Zu sehen ist das Werk in der aktuellen Ausstellung globalocal – Sammlungspräsentation mit den Gästen Cao Fei, Hiwa K und Mika Rottenberg.

Leadership neu denken

Über die innovativen Potenziale des Neuroleadership-Konzepts

Ein Beitrag von Rüdiger Reinhardt



Neuroleadership ist ein interdisziplinäres Forschungsgebiet, in dem die neuesten Erkenntnisse und Werkzeuge der Neurowissenschaften mit Theorien und Modellen aus den Bereichen Psychologie, Management und Leadership verknüpft werden. Ziel dieses Forschungsgebiets ist die Erhöhung der Mitarbeitermotivation wie auch die der Effektivität der Mitarbeiterführung und somit die Erhöhung der Organisationsleistung durch die Berücksichtigung der Neurobiologie des menschlichen Gehirns. Bei dem Ansatz des Neuroleadership geht es zusammengefasst schlicht und einfach um die Beantwortung der folgenden Frage: Was können Führungskräfte aus den Erkenntnissen der Neurowissenschaften lernen, um ihren Job noch besser als bislang zu machen?

Wie sehen die aktuellen Rahmenbedingungen für Führungskräfte aus?

„Die Zeiten der Sicherheit und verlässlichen Planbarkeit sind vorbei“ – so könnte man die Erfahrungen vieler Führungskräfte und Mitarbeiter seit geraumer Zeit beschreiben. Dies wird allgemein mit dem Akronym „VUCA“ umschrieben und verweist auf die fünf Merkmale „Volatilität“, „Unsicherheit“, „Komplexität“ und „Ambiguität“. VUCA bedeutet somit einen zunehmend ansteigenden Bedarf nach Verbesserung der Effektivität, Effizienz sowie Qualität von Führung, Führungskräften und ihrer Entwicklung. Da Führungsentscheidungen nicht nur den unternehmerischen Rahmen, in dem sie generiert werden, betreffen, sondern nachdrücklich die individuelle Lern- und Entwicklungs- und Leistungsfähigkeit der Mitarbeiter betreffen, ist es in einem ersten Schritt notwendig, etwas Licht in die „dunkle Welt von VUCA“ zu bringen. Also: Über welches Problem sprechen wir eigentlich, wenn wir genauer hinschauen? Dies

möchte ich anhand von zwei Perspektiven verdeutlichen, nämlich einer Skizze über aktuelle Führungsdefizite und einer Analyse, die uns hilft, besser zu verstehen, wie es zu diesen Defiziten kommt. Darauf aufbauend wird gezeigt, wie Neuroleadership helfen kann, dieses Problem zu vermeiden.

Betrachtet man den Status Quo von Leadership, so kann man es gar nicht vermeiden, sich mit folgenden Befunden, die exemplarisch für viele andere Ergebnisse stehen, auseinanderzusetzen.

Traditionelle Führung: Hauptbefunde

1. Schlechte Führung kostet Geld - gute Führung bringt Erträge. Bei emotional gebundenen und motivierten Mitarbeiter findet man nach (Pfeifer, 2017) folgendes

- > 37 Prozent weniger Absentismus
- > 25 Prozent weniger Fluktuation
- > 48 Prozent weniger Arbeitsunfälle
- > 41 Prozent weniger Qualitätsmängel
- > eine um 21 Prozent höhere Produktivität, und
- > eine um 22 Prozent höhere Rentabilität

2. Führungskräfte merken oftmals nicht, dass ihre Überzeugungen nicht mehr zu den Anforderungen passen (vgl. Lukas, 2013, S. 46):

- > Über Stress zu reden wird mit produktiver Arbeit verwechselt.
- > Unter Zeitdruck stehen wird als „Wichtig sein“ aufgefasst.
- > Der Umfang investierter Zeit wird als gutes Ergebnis interpretiert.
- > Unhöflichkeit wird mit Zeitdruck legitimiert.
- > Desinteresse am Mitarbeiter wird mit der Priorisierung von Aufgaben begründet.

3. Dabei gibt es einen großen blinden Fleck (vgl. Handelsblatt 2014):

- > 99 Prozent der Führungskräfte halten das Verhältnis zu ihren Mitarbeitern für gut oder sehr gut.
- > 95 Prozent der Manager für eine gute und von ihren Mitarbeitern akzeptierte Führungskraft.
- > Die Mitarbeiter teilen die Sicht ihrer Vorgesetzten nicht: 61 Prozent machen nur noch Dienst nach Vorschrift, knapp ein Viertel hat gar innerlich gekündigt.

Traditionelle Führung: Pseudo-Sicherheit durch erhöhte Kontrolle

Wie kommt es zu solchen Befunden? In hierarchischen Organisationen besteht die „Standardantwort“ auf Unsicherheit darin, die Kontrollanstrengungen zu erhöhen: Eine noch präzisere Planung, und ein noch engmaschigeres Controlling gehen mit einer Rücknahme von Handlungsspielräumen, und somit einem Autonomieverlust einher. Das bedeutet, dass Sicherheit durch eine Einschränkung von Handlungsmöglichkeiten erkaufte wird. Dies führt einerseits dazu, dass aus Organisationssicht die Wahrscheinlichkeit sinkt, die externen Herausforderungen adäquat bewältigen zu können. Aus Mitarbeitersicht hat dies zur Folge, dass das Motivationsniveau sinkt: Das Leistungsniveau nimmt ab, der Stress nimmt zu – die Gesundheitssituation verschlechtert sich.



Regelkreis im Rahmen eines traditionellen, kontrollorientierten Führungsverständnisses. (c) Hochschule für Wirtschaft und Umwelt, Nürtingen-Geislingen

Warum ist es nützlich, sich mit Neuroleadership zu befassen?

Vor dem Hintergrund der oben skizzierten Rahmenbedingungen wird es zunehmend wichtiger, die wahren Treiber hinter dem Verhalten von Menschen zu verstehen. Fortschritte im Bereich der Neurowissenschaften liefern hierzu fundierte Erkenntnisse. Von besonderer Bedeutung ist hier, dass das menschliche Gehirn hauptsächlich ein soziales Gehirn ist: Soziale Interaktionen aktivieren Gehirnregionen und lösen Reaktionen aus, die mit physischen Schmerz oder Wohlbefinden vergleichbar sind. Auf einer

noch generelleren Ebene ist die Erkenntnis bedeutsam, dass das menschliche Gehirn über einen Belohnungs- bzw. einen Bedrohungsmechanismus verfügt:

- > Wird der Belohnungsmechanismus aktiviert, z.B. durch Neugier oder Interesse, so führt dies zu einer Aktivität in Richtung des Reizes, der diese Belohnung ausgelöst hat.
- > Umgekehrt führt eine Aktivierung des Bedrohungsmechanismus zu einer „Wegbewegung“ – dies kann beispielsweise durch Angst oder Ärger ausgelöst werden. Für Führungskräfte ist bedeutsam, dass diese „Hin- bzw. Wegbewegung“ nicht notwendigerweise physisch, also beobachtbar sein muss, sondern in der Regel psychisch-emotional, also (zunächst) unsichtbar ist.

Neuroleadership basiert somit auf der Bereitschaft und Fähigkeit von Führungskräften, den Belohnungsmechanismus des Mitarbeiter-Gehirns zu aktivieren und auf eine Aktivierung des Bedrohungsmechanismus zu verzichten. Mit der Einnahme einer neurobiologischen Perspektive wird letztlich die Diskussion um die „richtige“ Motivationstheorie (und die „richtigen“ Anreizsysteme) überflüssig: Genauso wie Gravitation wirkt – unabhängig davon, ob ich an die Gravitationskraft glaube, wirkt das Belohnungs- und Bedrohungssystem im menschlichen Gehirn – unabhängig davon, ob ich als Führungskraft daran glaube oder nicht.

Einflussfaktoren auf das Belohnungs- bzw. Bedrohungssystem

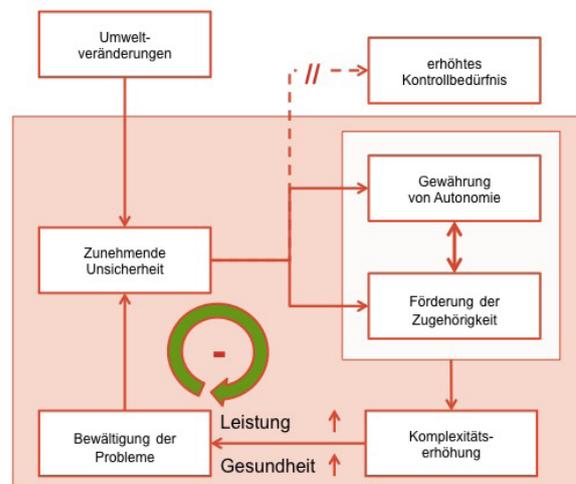
In der Literatur wurden fünf Einflussfaktoren identifiziert, mit deren Hilfe es gelingen kann, den Belohnungs- bzw. Bedrohungsmechanismus zu beeinflussen (vgl. Rock, 2008):

- > **Status** – das Bedürfnis, im Vergleich zu anderen Menschen bedeutsam zu sein
- > **Certainty** – das Bedürfnis zu wissen und zu verstehen, was in Zukunft auf mich zu kommt
- > **Autonomy** – das Bedürfnis, Kontrolle über die Umwelt ausüben zu können bzw. die Wahl zwischen Alternativen zu haben
- > **Relatedness** – das Bedürfnis, sich mit anderen Organisationsmitgliedern verbunden zu fühlen bzw. sich mit der Organisation zu identifizieren
- > **Fairness** – das Bedürfnis, selbst genauso wie die anderen behandelt zu werden.

Neuroleadership: Alternative Betrachtungen zum Thema „Unsicherheit“

Was bedeutet „Unsicherheit“, wenn man genauer hinsieht? Das Erleben von Unsicherheit bedeutet aus neurobiologischer Sicht, dass unser „Bedrohungssystem“ aktiviert wird: Wir fühlen uns schlecht und haben das Bedürfnis, dieses Unsicherheitserleben zu verringern: Wir wollen Kontrolle über unsere Gefühle wieder erlangen. So weit die „natürliche“ Reaktion unseres Gehirns auf Unsicherheit. Was bedeutet dies für Führung – für Führungskräfte? Wie sieht die „gehirngerechte“ Antwort auf VUCA aus? Unser Gehirn verfügt über einen weiteren Mechanismus, mit Unsicherheit umgehen zu können: Wir können unser Unsicherheitsgefühl dadurch kompensieren, dass wir uns in tragfähigen Beziehungen eingebettet wissen – dass wir anderen Menschen vertrauen können. Dies bedeutet des Weiteren, dass wir – als Führungskräfte – zudem in der Lage sind, die Handlungsspielräume unserer Mitarbeiter zu erweitern: wir gewähren ihnen die Autonomie, die sie benötigen, um auf die vielfältigen Herausforderungen adäquat reagieren zu können.

Dies führt einerseits dazu, dass aus Organisationssicht die Wahrscheinlichkeit steigt, die externen Herausforderungen adäquat bewältigen zu können. Aus Mitarbeitersicht hat dies zur Folge, dass das Motivationsniveau steigt: Das Leistungsniveau wird erhöht, der Stress nimmt ab – die Gesundheitssituation verbessert sich.



Regelkreis im Rahmen eines „gehirngerechten“ Führungsverständnisses (c) Hochschule für Wirtschaft und Umwelt, Nürtingen-Geislingen

Kurz: Neuroleadership basiert darauf, die Unsicherheitsbalance durch Zugehörigkeit und Autonomie zu gestalten – und dem Reflex nach der Erhöhung von Kontrolle zu widerstehen.

Überlegungen für das operative Führungsgeschäft

Die folgenden Tabellen geben einige Hinweise in Bezug auf die fünf Einflussfaktoren unseres neuronalen Belohnungs- bzw. Bedrohungssystems (vgl. Reinhardt, 2014).

<p>STATUS – das Bedürfnis, im Vergleich zu anderen Menschen bedeutsam zu sein > Leitfrage: Wie kann ich sicherstellen, dass meine MA verstehen, dass ihre Bedürfnisse für mich bedeutsam sind?</p>	
<p>Sorgen Sie für</p> <ul style="list-style-type: none"> – Erfahrungen, die Ihre Mitarbeiter stolz machen – positives Feedback / Lob und Anerkennung (für Engagement, Fortschritte, „vorbildliches Change-Verhalten“) 	<p>Vermeiden Sie es,</p> <ul style="list-style-type: none"> – mangelnde Geltung durch Bonuszahlungen aufwiegen zu wollen – Wettbewerbssituationen zu erzeugen, bei denen es Verlierer gibt
<p>CERTAINTY – das Bedürfnis zu wissen und zu verstehen, was in Zukunft auf mich zu kommt > Leitfrage: Wie kann ich sicherstellen, dass meine MA in der Lage sind, zukünftige Entwicklungen bzgl. ihrer Tätigkeit vorherzusagen?</p>	
<p>Sorgen Sie für</p> <ul style="list-style-type: none"> – klare Erwartungen und Ziele – eine offene Kommunikationskultur und umfassende Informationen 	<p>Vermeiden Sie</p> <ul style="list-style-type: none"> – mehrdeutige Informationen – Zynismus und Ironie
<p>AUTONOMY – das Bedürfnis, Kontrolle über die Umwelt ausüben zu können bzw. die Wahl zwischen Alternativen zu haben > Leitfrage: Wie kann ich sicherstellen, dass meine MA in der Lage sind, zwischen Alternativen wählen zu können?</p>	
<p>Sorgen Sie für</p> <ul style="list-style-type: none"> – Freiräume und Selbstbestimmung – Einbeziehung von Mitarbeitern in Entscheidungsprozesse 	<p>Vermeiden Sie</p> <ul style="list-style-type: none"> – eine Reduktion bisheriger Spielräume – Situationen, die zu Eindrücken von Kontrollverlust führen können
<p>RELATEDNESS – das Bedürfnis, sich mit anderen Organisationsmitgliedern verbunden zu fühlen bzw. sich mit der Organisation zu identifizieren > Leitfrage: Wie kann ich sicherstellen, dass sich das Zusammenhörigkeitsgefühl in meiner Mannschaft erhöht?</p>	
<p>Sorgen Sie für</p> <ul style="list-style-type: none"> – Teambuildingprozesse bei den Projektteams – Vorbildverhalten bei den Führungskräften 	<p>Vermeiden Sie</p> <ul style="list-style-type: none"> – ungünstige Teamzusammensetzungen – Überheblichkeit bei den Führungskräften
<p>FAIRNESS – das Bedürfnis, selbst genauso wie die anderen behandelt zu werden > Leitfrage: Wie kann ich sicherstellen, dass sich meine MA fair und gerecht behandelt fühlen?</p>	
<p>Sorgen Sie für</p> <ul style="list-style-type: none"> – gleiche Chancen für alle – leistungsgerechte Honorierungen 	<p>Vermeiden Sie</p> <ul style="list-style-type: none"> – Bevorzugung Einzelner – alle Formen von Ausgrenzung

Ein letzter Hinweis: „Nicht geschimpft ist gelobt genug“ funktioniert nicht!

Diese weit verbreiteten Grundhaltung soll abschließend als eine Art zusammenfassender Hinweis verstanden werden. Führungskräfte sollten verstehen, dass negative Erlebnisse grundsätzlich stärker als positive wirken: Menschen nehmen Bedrohungen sofort wahr und beschäftigen sich länger damit als mit „positiven“ Angelegenheiten. Menschen sind mit einem sensiblen Sensor für Gefahren, Risiken und alle Arten von schädlichen oder bedrohlichen Ereignissen ausgestattet. Dies lässt sich wie folgt erklären: Das Gehirn verfügt mit der Amygdala über einen direkten Zugang zum Hirnstamm, der die „Kampf- oder Flucht-Reaktion“ auslöst, also eine Art „Alarmstufe Rot“-System. Allerdings verfügt unser Gehirn nicht über eine Art „Alarmstufe Grün“-System. Führungskräfte sollten also aktiv dafür sorgen, dass das Belohnungssystem der Mitarbeiter angesprochen wird – nur das Aktivieren des Bedrohungssystems passiert automatisch.

INFORMATIONEN ZUM STUDIENGANG „WIRTSCHAFTSPSYCHOLOGIE & LEADERSHIP“

Der weiterbildende Masterstudiengang „Wirtschaftspsychologie & Leadership (M.Sc.)“ der Hochschule für Wirtschaft und Umwelt Nürtingen-Geislingen stellt ein innovatives Angebot für Berufstätige dar, die verstanden haben, dass sowohl der Erfolg von Unternehmen wie auch der eigene Erfolg maßgeblich davon abhängt, Beziehungen zu Menschen – seien es Mitarbeiter, Chefs, Kunden oder Lieferanten – konstruktiv und wertschätzend gestalten zu können.

Besonders attraktiv ist die Ausrichtung des Studiums auf die Bedürfnisse von Berufstätigen: Das Studium benötigt nur 3 Semester (90 ECTS-Punkte – erweiterbar auf 120 ECTS-Punkte als Voraussetzung für ein späteres Promotionsstudium). Das Prinzip des Studiengangs folgt dem eines „selbstgesteuerten“ Fernstudiums, mit zwei Präsenzwochenenden im Semester sowie der Unterstützung von Lern- und Entwicklungsprozessen durch die Nutzung innovativer 3-D-Lern- und Arbeitswelten.

Formale Voraussetzungen sind ein erster berufsqualifizierender Studienabschluss sowie eine mindestens einjährige qualifizierter Berufserfahrung.

Weitere Informationen zum Studium:

<https://www.wirtschaftspsychologie-leadership.de>

und zu den Bewerbungsmodalitäten unter:

<https://www.wirtschaftspsychologie-leadership.de/anmeldung-kontakt/>

LITERATUR

Handelsblatt (2014): Der ungeliebte Chef. Download vom 02.03.2018: <https://www.deutschland-made-by-mittelstand.de/mittelstandskampagne/newsticker/artikel/9419>

Lukas, A. (2013): Abschied von der Top-Down-Kultur: Verantwortungsbewusst führen, besser miteinander umgehen. Gabler.

Pfeifer, R. (2017): [http://pressemitteilung.ws/Gallup Engagement Index 2016: Schlechte Chefs kosten deutsche Volkswirtschaft bis zu 105 Milliarden Euro jährlich](http://pressemitteilung.ws/Gallup_Engagement_Index_2016_Schlechte_Chefs_kosten_deutsche_Volkswirtschaft_bis_zu_105_Milliarden_Euro_jaehrlich). Download vom 02.03.2018: <http://pressemitteilung.ws/node/709630>

Reinhardt, R. (Hrsg.) (2014): Neuroleadership: Empirische Überprüfung und Nutzenpotenziale für die Praxis. München: DeGruyter.

Rock, D. (2008): SCARF: A brain-based model for collaborating with and influencing others. In: NeuroLeadership Journal, Issue One 2008



Prof. Dr. Rüdiger Reinhardt ist Professor für Wirtschaftspsychologie und Empirische Forschung (HfWU), Leiter des Masterstudiengangs „Unternehmensführung (M.Sc.)“ sowie Akademischer Leiter des Masterstudiengangs „Wirtschaftspsychologie & Leadership (M.Sc.)“ an der Hochschule für Wirtschaft und Umwelt Nürtingen-Geislingen. Kontakt: ruediger.reinhardt@hfwu.de

Kultur online vermitteln

Soziale Medien nutzen – junge Zielgruppen erreichen?

Ein Beitrag von Julia Kirn

Sind Jugendliche die „Horrorzielgruppe“ für klassische Musik? Laut einer repräsentativen Studie aus dem Jahr 2016 sind tatsächlich nur etwa vier Prozent der befragten Klassikfans unter 19 Jahre alt (Concerti Media GmbH, 2016, S. 14). Welche innovativen Ansätze können hier fruchtbar gemacht werden, um insbesondere Jugendliche und junge Erwachsene in Konzert, Oper und Co. zu locken und von klassischer Musik zu begeistern? Dieser Beitrag beschreibt die Genese des Vereins „Kultur-Netzwerker“ und die Ergebnisse einer Studie zur Pilotphase des Projekts, das musikalische und mediale Ansatzpunkte der Sozialisation Jugendlicher und junger Erwachsener in Einklang bringt (vgl. Kirn, 2016). Denn Lebenswelten Jugendlicher sind heutzutage in der Regel auch Medienwelten, die sinnvoll auch in die musikalische Sozialisation eingebunden werden können.

Ausgangspunkt der Forschung

In einer qualitativ angelegten Grundlagenstudie zu klassischer Musik in den Lebenswelten Jugendlicher und junger Erwachsener wurden zunächst anhand von problemzentrierten Leitfadeninterviews nach Witzel (1982; 1985) zwölf Jugendliche und junge Erwachsene zwischen 16 und 24 Jahren befragt. Mithilfe eines theoretischen Samplings wurden dafür Probanden ausgewählt, die ein unterschiedlich starkes Interesse an klassischer Musik mitbrachten und sich auch hinsichtlich ihrer soziodemografischen Merkmale unterschieden (vgl. Kirn, 2016, S. 118 ff.). Ziel war die Analyse und Systematisierung zentraler Schlüsselfaktoren für ein gesteigertes, nachhaltiges Interesse an klassischer Musik. Die Auswertung der Interviews machte deutlich, dass insbesondere Schlüsselfiguren – innerhalb wie außerhalb der Familie – die relevanteste Bezugsgröße sind, um ein nachhaltiges Interesse für klassische Musik zu entwickeln. Schlüsselfiguren zeichnen sich dabei

durch zwei wesentliche Eigenschaften aus: Sie besitzen (1) eine hohe Glaubwürdigkeit für das Thema klassische Musik und (2) geben ihre Begeisterung für das Thema auf Augenhöhe gerne weiter. In der Realität sind Schlüsselpersonen – so zentral ihre Rolle auch ist – in der Regel zufällige Begegnungen im familiären oder schulischen Umfeld, teilweise auch im Freundeskreis. Was aber, wenn sich im Umfeld keine potenzielle Schlüsselfigur befindet, man aber prinzipiell offen und interessiert an einem Kulturbesuch wäre und nur nicht weiß, welche Angebote sich eignen, welcher Dresscode angemessen ist oder auch wie z.B. Studierende an ermäßigte Tickets kommen?

„Seitdem ich jetzt so begeistert bin, dass ich öfters mal in die Oper gegangen bin, habe ich schon vielen davon erzählt, und letztens habe ich auch eine Freundin [...] mitgenommen und sie war auch ganz begeistert.“

Miriam, Studentin, 22 Jahre

Aus dieser Überlegung heraus und aus der Tatsache, dass durchweg alle Befragten ihre eigene Begeisterung an klassischer Musik gerne weitergeben entstand die Idee, potenzielle Schlüsselfiguren systematisch über eine möglichst reichweitenstarke Plattform zu vermitteln. Und zwar auf Wegen, die von Jugendlichen und jungen Erwachsenen als besonders natürlich und einfach wahrgenommen werden: online über Soziale Medien. Der kommunikative und soziale Austausch findet häufig in diesem Rahmen statt: „Medien werden mehr und mehr zu Schauplätzen des sozialen und politischen Lebens. Sie bieten nicht einfach nur Bühnen, sie verschmelzen inzwischen vielfach mit Prozessen der Meinungsbildung, des kommunikativen Austausches und der politischen Willensbildung“ (Lüddemann, 2015, S. 3). Auch kulturelle Bildung verlagert sich in diesen Kontext, der von Kultureinrichtungen identifiziert und genutzt werden kann.

Aus dieser Erkenntnis der qualitativ angelegten Grundlagenstudie entstand das Konzept des gemeinnützigen Vereins „Kultur-Netzwerker“ in den drei Sparten Musik, Theater und Bildende Kunst. Ziel des Vereins ist die systematische Vermittlung von kulturrainen Schlüsselpersonen in Form von „Kultur-Scouts“ an sogenannte Kultur-Newcomer über Soziale Medien. Im Anschluss an die Pilotphase des Projekts zwischen Oktober 2013 und März 2015 wurden die teilnehmenden Scouts und Newcomer (n=61) zu ihren Erfahrungen mit dem Verein befragt.

Konzept des Vereins „Kultur-Netzwerker“ und zentrale Ergebnisse

Seit 2012 als gemeinnütziger Verein aktiv, bringen die „Kultur-Netzwerker“ Kultur-Scouts mit sogenannten Newcomern zusammen, die einen Einstieg in kulturelle Themen suchen (Kultur-Netzwerker, 2018). In kleinen Gruppen finden Kulturbesuche statt, wofür die Kultur-Scouts den Newcomern im Vorfeld und während der Veranstaltung für Fragen zur Verfügung stehen. Von „Was ziehe ich an?“ bis hin zu „Wie funktioniert ein Symphonieorchester?“ können sich Newcomer über alle Fragen informieren, die vor und während einer Kulturveranstaltung aufkommen. Gleichzeitig fördert das Projekt den interdisziplinären Austausch zwischen unterschiedlichen kulturellen Sparten wie Musik, Theater, Tanz, Literatur und Kunst. Musik profitiert auf diese Weise von Kunst, Theater von Oper. Kooperationen mit Kultureinrichtungen ermöglichen zudem günstige Preise für Veranstaltungsbesuche, die Schülern, Studierenden und Berufsanfängern gleichermaßen die Teilhabe an einem Kulturbesuch ermöglichen. Denn finanzielle Hürden gelten laut der ARD-E-Musikstudie als einer der relevantesten Hinderungsgründe für einen Kulturbesuch (vgl. Eckhardt, Pawlitza & Windgasse, 2006, S. 281). Institutionen wie die Münchner Philharmoniker, die Kammerspiele und zahlreiche Münchner Galerien stellen dafür günstige Tickets bereit, die sich an Kosten für einen Kinobesuch orientieren.

Hinsichtlich der konkreten Besuche von Veranstaltungen zeigt sich, dass ein positiver Effekt auf die Motivation für Kulturbesuche messbar ist.

Die Vermittlung der Veranstaltungen findet über Facebook statt, das trotz sinkender aktiver Nutzerzahlen in jüngeren Zielgruppen nach wie vor das größte „Massenmedium“ auch in jüngeren Zielgruppen bis 29 Jahren darstellt (vgl. Statista, 2017). Diese Herangehensweise an die Vermittlung von Tickets für Veranstaltungen entspricht auch hier einer allgemeinen Richtung der kommunikativen Auseinandersetzung Jugendlicher und junger Erwachsener, denn „Kommunikation und Kontakt definieren sich heute weitgehend als medial vermittelte Phänomene“ (Lüddemann, 2015, S. 3).



Über Facebook halten die Kultur-Netzwerker alle Interessierten über das Kulturleben in München auf dem Laufenden. Quelle: <https://de-de.facebook.com/Kultur-Netzwerker/>

Grundlage der Studie ist eine Befragung der Teilnehmenden am Pilotprojekt der interdisziplinären digitalen Vermittlung von Kulturveranstaltungen „Kultur-Netzwerker“ im Münchner Raum. Betrachtet man die Teilnehmenden hinsichtlich ihres Geschlechts, sind die „Kultur-Netzwerker“ eindeutig weiblich: Frauen sind mit mehr als zwei Dritteln der Teilnehmenden (69 Prozent) gegenüber Männern deutlich überrepräsentiert (Kirn, 2016, S. 191). Hinsichtlich der konkreten Besuche von Veranstaltungen zeigt sich, dass ein positiver Effekt auf die Motivation für Kulturbesuche messbar ist. Zwar beurteilten die Teilnehmenden ambivalent, einen tatsächlichen Einstieg in kulturelle Themen durch einen Kulturscout zu bekommen zu haben: diese Erwartung erfüllte sich für knapp die Hälfte der befragten Newcomer (46 %), für ein Fünftel (20 %) der Befragten trat dies nicht ein (ebd., S. 160). Zwei Drittel der Befragten gaben aber hinsichtlich einer Initialzündung an, entweder „sehr zufrieden“ oder „zufrieden“ mit neu gewonnener Motivation durch den begleiteten Besuch einer Kulturveranstaltung gekommen zu sein. Mit 84 Prozent gab darüber hinaus eine große Mehrheit der Befragten Newcomer an, weitere Angebote des Vereins nutzen zu wollen (ebd., S. 195). Die Untersuchung hat ebenso eindeutige Belege zum Stellenwert persönlicher Empfehlungen aufgezeigt. Ob in der persönlichen Begegnung oder im Social Web – persönliche Empfehlungen bleiben der treibende Faktor, um überhaupt mit dem Verein „Kultur-Netzwerker“ in Berührung zu kommen und letztendlich auch eine Veranstaltung zu besuchen. Nahezu die Hälfte der Befragten (47 Prozent), sowohl Scouts als

auch Newcomer, wurden über einen „realen“ persönlichen Kontakt auf die Initiative aufmerksam, gut 40 Prozent über die Plattform Facebook. Dennoch ist auch der Weg über Facebook von persönlichen Kontakten geprägt: „Deutlich über die Hälfte (61 %) derjenigen, bei denen ein Erstkontakt über Facebook stattfand, wurde durch die Empfehlung von Freunden auf Veranstaltungen oder den Verein an sich aufmerksam“ (Kirn, 2016, S. 169). Diese starke Tendenz spiegelt auch die Nielsen Global Trust in Advertising Survey wider, nach der 83 Prozent der Konsumenten Empfehlungen persönlicher Kontakte vertrauen (The Nielsen Company, 2015, S. 4).

Durch die Vermittlung von Ansprechpartnern auf Augenhöhe wird Anschlusskommunikation über das Erlebte in der digitalen und realen Welt möglich.

Ausblick

Die digitale Transformation bietet der Kulturvermittlung große Chancen für neue, interdisziplinär angelegte Wege. Gleichzeitig bleibt aber nach wie vor der persönliche Kontakt – online wie offline – entscheidend. Auch wenn in gewissen Bereichen ein Umdenken gefordert ist, begünstigen digitale Plattformen die Bündelung von personellen und finanziellen Ressourcen, die eine spartenübergreifende, einfache und effiziente Zusammenarbeit für digitale Kulturvermittlung ermöglicht. Viel mehr noch: Durch die Vermittlung von Ansprechpartnern auf Augenhöhe wird Anschlusskommunikation über das Erlebte in der digitalen und realen Welt möglich. Dies bildet eine Möglichkeit ab, die Stigmatisierung zum Beispiel des Themas „klassische Musik“ in den Lebens- und damit Kommunikationswelten Jugendlicher und junger Erwachsener zu überwinden.

Langfristig wäre sicherlich zu prüfen, ob Angebote stärker kanalspezifisch auch über andere Plattformen wie Instagram oder Snapchat ausgespielt werden sollten, um spitzere Zielgruppen im Jugendalter zu erreichen. Denn während die Zahl der Snapchat-Nutzer nicht mit dem Wachstum von Instagram zu vergleichen sind, zeichnen sich Snapchat-Nutzer durch ihr besonders junges Alter und Exklusivität aus: 49 Prozent der aktiven Snapchat-Nutzer sind keine aktiven Facebook-Nutzer, sogar 93 Prozent sind nicht in gleichem Maße wie auf Snapchat auf Twitter aktiv (Futurebiz, 2017).

LITERATUR

Concerti Media GmbH. (2016): »Typisch Klassik!«: Concerti Klassikstudie 2016, <http://media.concerti.de/concerti-klassik-studie-jetzt-veroeffentlicht/> [12.02.2018]

Eckhardt, Josef, Pawlitza, Erik & Windgasse, Thomas (2006): Besucherpotenzial von Opernaufführungen und Konzerten der klassischen Musik: Ergebnisse der ARD-E-Musikstudie 2005. *MediaPerspektiven*, 5, 273–282

Futurebiz (2017): Exklusivität: 49 % der aktiven Snapchat Nutzer sind nicht auf Facebook aktiv. Verfügbar unter <http://www.futurebiz.de/artikel/snapchat-nutzer-exklusivitaet/> [12.02.2018]

Kirn, J. (2016): *Klassische Musik in den Lebenswelten Jugendlicher und junger Erwachsener. Die Bedeutung von sozialen Einflussfaktoren, medialen Inhalten und motivationalen Bedürfnissen.* München: Allitera

Kultur-Netzwerker. (2018): Webseite. Verfügbar unter <http://www.kultur-netzwerker.de/> [12.02.2018]

Lüddemann, S. (2015): *Kulturjournalismus. Medien, Themen, Praktiken.* Wiesbaden: Springer

Statista. (2017): Anteil der Befragten, die Facebook mindestens selten nutzen in Deutschland vom 1. Quartal 2015 bis 2. Quartal 2017. Verfügbar unter <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/543410/umfrage/reichweite-von-facebook-in-deutschland/> [12.02.2018].

The Nielsen Company (2015): *Global Trust in Advertising. Winning Strategies for an evolving Media Landscape.* Verfügbar unter <https://www.nielsen.com/content/dam/niensenglobal/apac/docs/reports/2015/nielsen-global-trust-in-advertising-report-september-2015.pdf> [12.02.2018]

Witzel, Andreas (1982): *Verfahren der qualitativen Sozialforschung.* Frankfurt a. M.: Campus

Witzel, Andreas (1985): Das problemzentrierte Interview. In Gerd Jüttemann (Hrsg.), *Qualitative Forschung in der Psychologie: Grundfragen, Verfahrensweisen, Anwendungsfelder* (S. 227–255). Weinheim: Beltz

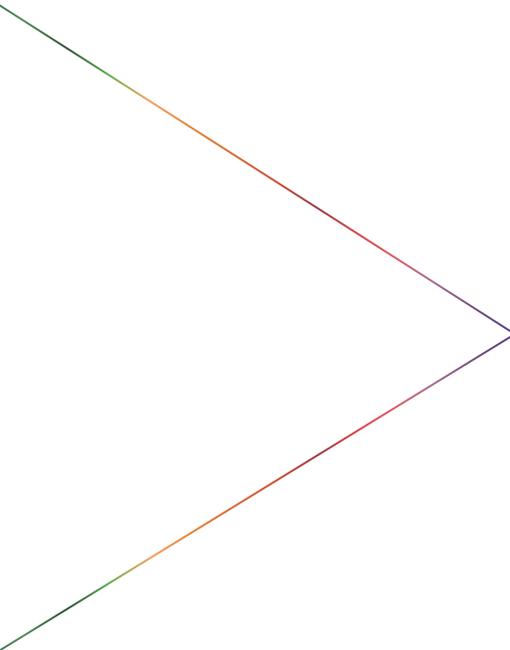


Dr. Julia Kirn ist Hochschuldozentin für Unternehmens- und Kulturkommunikation an der Hochschule Fresenius München. Sie ist studierte Kommunikationswissenschaftlerin und Violinistin. Nach Stationen beim Münchner Rundfunkorchester und der Bayerischen Staatsoper als Musikerin war sie bis September 2017 Pressesprecherin der Tonhalle Düsseldorf.

Kulturpolitik mit der GroKo – und nun?

In unserer Reihe „Wahlkultur 2017“ haben wir die Kulturprogramme der Parteien vorgestellt und zentrale Punkte verglichen. Mit der neuen GroKo ist es nun an der Zeit, zu schauen, welche Pläne die Kulturpolitik der nächsten Jahre bestimmen werden.

Ein Beitrag von Julia Jakob



Wie bereits in den Parteiprogrammen sowie im Koalitionsvertrag von 2013 werden Kultur- und Medienpolitik im Koalitionsvertrag weiterhin zusammen gedacht, ohne jedoch diese Zusammengehörigkeit genauer zu erklären. Mit der Zuordnung zum Kapitel „Zusammenhalt und Erneuerung – Demokratie beleben“ wird der Kulturpolitik allerdings eine neue, wichtige Rolle zuteil, die vor allem von der SPD geprägt ist. Dabei werden kulturelle Vielfalt und gesellschaftlicher Zusammenhalt als einander bedingende und zusammengehörige Elemente gesehen, die zum Erhalt der Demokratie beitragen: Diskriminierung, Integration oder Populismus sollen nun mit kulturellen Mitteln angegangen werden. Ebenso ist hervorzuheben, dass der traditionell ästhetische Kulturbegriff von einem sozialen und wirtschaftlichen abgelöst wurde. Hinzu kommen wie 2013 Aspekte zum Urheberrecht, zur Absicherung von Künstlern und Digitalisierung. Wenngleich der Kulturpolitik damit eine große Wichtigkeit beigemessen wird, nehmen die kulturpolitischen Themen im Koalitionsvertrag – wie schon in den Parteiprogrammen – mit 7 von 179 Seiten nur einen geringen Teil ein.

Betonte Inhalte im kulturpolitischen Programm

Die besonders betonten kulturpolitischen Inhalte des Koalitionsvertrags sind ein guter Mix beider Parteiprogramme zugunsten der Kul-

tur. Viele Punkte wurden dabei bereits 2013 genannt. Ab 2018 ist nun folgendes geplant:

- > Verstärkung der Abstimmung der Kulturförderung zwischen Bund und Ländern im Sinne eines kooperativen Kulturförderalismus
- > Ausbau der Geschlechtergerechtigkeit durch Mentoring-Programme und geschlechterunabhängige Honorare
- > Stärkung und Modernisierung der kulturellen Infrastruktur, um „Kultur für alle“ gewährleisten zu können
- > Entwicklung einer umfassenden Digitalisierungsstrategie des Bundes für die Weiterentwicklung von Kultureinrichtungen und ihre digitale Transformationen. Daran knüpft eine Stärkung der Medienbildung und engere Verzahnung der kulturellen Bildung mit dieser an.
- > Verbesserung der sozialen Absicherung von Kulturschaffenden
- > Weitere Förderung der Erinnerungskultur an den Nationalsozialismus und die SED-Diktatur sowie neu an die deutsche Kolonialvergangenheit und positive Demokratiegeschichte
- > Bewahrung des kulturellen Erbes und Ausbau der Provenienzenforschung, insbesondere des Deutschen Zentrums für Kulturgutverluste
- > Weiterentwicklung und Ausbau der Fördermöglichkeiten für die Kultur- und Kreativwirtschaft auf nationaler und internationaler Ebene

Kulturpolitik und gesellschaftliche Kontexte

Im Koalitionsvertrag sind wie bereits in den Parteiprogrammen von SPD und CDU Kulturpolitik und gesellschaftliche Kontexte eng miteinander verzahnt. Dabei wurden vor allem die Forderungen der SPD zu diesem Thema festgehalten. Kunst und Kultur werden darin vor allem als Stein des Anstoßes, gesellschaftlichen Diskurses und der Verständigung über das Zusammenleben gesehen. In diesem Zusammenhang ist eine „Agenda für Kultur und Zukunft“ zusammen mit Ländern, Kommunen und Zivilgesellschaft geplant, um die gesellschaftlichen Herausforderungen der Kulturförderung und den Erhalt und die Stärkung der Demokratie zu bewältigen.

Angesichts des gesellschaftlichen Wandels soll die kulturelle Infrastruktur in Deutschland mittels einer verstärkten Zusammenarbeit von Bund und Ländern an neue Herausforderungen angepasst werden.

Der kulturellen Bildung wird dabei eine wichtige Bedeutung beigemessen. Sie soll stärker mit der politischen Bildung verbunden werden. Dabei will die Koalition ein „gesamtstaatliches Bündnis für kulturelle Bildung und Vermittlung sowie Medienkompetenz schließen, um den Zugang zu Kunst, Kultur, Bildung und Medien zu stärken.“ Dieses sollte mit den angedachten Aktivitäten der digitalen Bildungsoffensive zusammengedacht werden. Ebenso scheint es, als würden kulturelle Bildung und Kulturvermittlung nun als Kernaufgaben von vom Bund geförderten Einrichtungen verstanden werden. Das wird nicht nur mit der Abschaffung des Kooperationsverbots für den Bildungssektor deutlich. Auch ist geplant, „Kultur für alle“ zu gewährleisten, in dem vom Bund geförderte Kultureinrichtungen vermehrt und regelmäßig freien Eintritt anbieten.

Darüber hinaus spielen auch Gleichstellung und Geschlechtergerechtigkeit eine wichtige Rolle, etwa bei der Besetzung von Jurys oder der Vergabe von. Zudem wollen die Regierungsparteien „Maßnahmen für ein diskriminierungs- und gewaltfreies Arbeitsumfeld für Künstlerinnen und Künstler“ unterstützen. Spezielle Mentoring-Programme sollen außerdem für mehr Frauen in Führungspositionen sorgen. In diesem Zusammenhang kann auch die Erneuerung des „Professorinnenprogramms“ gesehen werden.

Gestaltung des Verhältnisses zwischen Bund, Ländern und Gemeinden

Wie bereits 2013 haben sich CDU und SPD auf einen kooperativen Kulturförderalismus geeinigt, in dem Kunst- und Kulturförderung eine gemeinsame dialogische und systematische Aufgabe von Bund, Ländern und Kommunen ist. Im Bereich der Bildung wurde das Kooperationsverbot bereits gelockert. Das Ziel ist die Stärkung der kulturellen Teilhabe auch im ländlichen und strukturschwachen Raum. In diesem Zusammenhang ist auch das Vorhaben der einer umfassenden Digitalisierungsstrategie des Bundes für Kultureinrichtungen zu sehen. Ebenso soll das Investitionsprogramm für Kultureinrichtungen in Ostdeutschland „Invest Ost“ auf ganz Deutschland ausgeweitet werden. Darüber hinaus ist „für eine zeitgemäße und auf die Bedarfe der Kul-

turszene ausgerichtete Zuwendungspraxis (...) eine Vereinfachung und Entbürokratisierung“ geplant.

Ziele für den wachsenden Stellenwert der Kultur- und Kreativwirtschaft im Wirtschaftsspektrum

Im Vergleich zum Koalitionsvertrag von 2013 wird 2018 erstmals nicht mehr nur von Kultureinrichtungen gesprochen, sondern die Kultur- und Kreativwirtschaft erhält einen eigenen Unterpunkt. Diese wird dabei als „Impulsgeber für gesellschaftliche Erneuerung und zukünftige Entwicklungen in unserer Arbeitswelt, Wirtschaft, Kultur, Bildung und Gesellschaft“ gesehen. Um dem Stellenwert der Kultur- und Kreativwirtschaft in Zukunft gerecht zu werden, verfolgt die GroKo folgende Ziele:

- > Stärkung der Kultur- und Kreativwirtschaft, Erweiterung der Innovations- und Außenwirtschaftsförderung sowie Weiterentwicklung von Finanzierungs- und Förderinstrumenten für inhaltsbezogene und immaterielle Innovationen, Leistungen und Produkte der Kreativwirtschaft
- > Verbesserung der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen für künstlerisches und kreatives Schaffen im Urheberrecht
- > Verbindung kultureller Angebote mit der Kreativwirtschaft, um Städte und Regionen attraktiver zu machen

Auch zur Gründerszene gab es bereits in beiden Parteiprogrammen Ziele, die im Koalitionsvertrag wiederzufinden sind und für die Kultur- und Kreativwirtschaft von Bedeutung sein können:

- > Vereinfachung von Unternehmensgründungen durch die Reduzierung des Bürokratieaufwands
- > Öffnung bestehender Finanzierungsinstrumente für Nicht-Akademiker, um jungen Unternehmern einen leichteren Zugang zu Kapital zu verschaffen
- > Maßnahmen zur Vereinfachung von Gründungen aus dem Job heraus, wie die Schaffung einer „Gründerzeit“, die an der Familienpflegezeit orientiert ist
- > Schaffung von Investitionsanreizen für private und institutionelle Anleger
- > Weiterentwicklung und Ausbau der bestehenden Unterstützungsmaßnahmen für Gründerinnen und Unternehmerinnen

Potenziale der Kultur- und Kreativwirtschaft werden insbesondere im Bereich der Computerspiele-Entwicklung gesehen. Seitens des Bundes ist dafür eine Förderung vorgesehen, um den Entwicklerstandort Deutschland zu stärken.

Strukturveränderungen im Kulturbereich

Um die „besondere soziale Schutzbedürftigkeit“ Kulturschaffender zu gewährleisten, ist im Koalitionsvertrag eine Verbesserung der sozialen Absicherung vorgesehen:

- > noch 2018 eine dauerhafte Einführung einer Anschlussregelung beim Arbeitslosengeld für überwiegend kurzfristig Beschäftigte, vor allem für Beschäftigte in der Kultur
- > Anpassung der Künstlersozialversicherung an den wechselnden Erwerbsstatus der Versicherten und Erweiterung der Abgabepflicht um digitale Plattformen, die eine kommerzielle Verwertung künstlerischer Leistungen ermöglichen
- > Einführung einer gründerfreundlichen Altersvorsorgepflicht für Selbstständige
- > Reduzierung der Mindestversicherungsbeiträge für Kranken- und Rentenversicherung für kleine Selbstständige

Darüber hinaus sind für den Kulturbereich auch weitere Ziele der GroKo relevant, die sich wie schon 2013 im Unterkapitel „Gute Arbeit“ zu neuen Arbeitsmodellen finden. Um den Wandel der Arbeitswelt zu gestalten, will die Koalition:

- > staatliche Zuschüsse für digitale Weiterbildungen einführen
- > einen Rechtsrahmen für mobiles Arbeiten von zu Hause oder unterwegs erarbeiten
- > flexiblere Arbeitsmodelle und ein Recht auf befristete Teilzeit ermöglichen, das allerdings zahlreichen Einschränkungen unterliegt, wodurch diese Regelung an vielen Beschäftigten komplett vorbei gehen wird
- > sachgrundlos befristete Arbeitsverträge auf eineinhalb Jahre begrenzen und die sogenannte endlose Kettenbefristung abschaffen

Des Weiteren sieht die im Koalitionsvertrag geplante Stiftungsreform eine umfassende Modernisierung des Stiftungsrechts vor. Diese hat mehr Rechtsklarheit, Flexibilität und Transparenz für die deutschen Stiftungen zum Ziel.

Zukunft der Digitalisierung im Bereich der Vermittlung und neuer Arbeitsmodelle

Wie bereits erwähnt, spielt die Digitalisierung vor allem im gesellschaftlichen Kontext der Kulturpolitik eine wichtige Rolle im Koalitionsvertrag. Dieses Ziel war ein wichtiges Vorhaben im Parteiprogramm der SPD. Um es zu erreichen, sind die Schaffung flächendeckender Breitbandnetze und eine möglichst unbürokratische Skalierung digitaler Geschäftsmodelle vorgesehen. Der Ausbau des Breitbandinternets war schon 2013 ein wichtiges Vorhaben, das aber nicht zufriedenstellend und umfassend umgesetzt wurde. Von 2025 an soll das Recht auf schnelles Internet gesetzlich verankert sein, ebenso soll die digitale Ausstattung von Schulen und Berufsschulen ausgebaut werden. Für Kulturschaffende sollen die flexiblen Spielräume der digital vernetzten Arbeit besser genutzt werden können.

Europäische Kulturpolitik und –förderung

Die auswärtige Kulturpolitik der GroKo verfolgt 2018 erstmals im europäischen Kontext ähnliche Ziele wie auf nationaler Ebene. Dabei stehen vor allem die Stärkung und der Ausbau des interkulturellen Austauschs im Vordergrund. Hinzu kommen Politikfelder wie Urheberrecht, Handelspolitik, Sozial-, Bildungs- und Jugendpolitik sowie die Kreativwirtschaft. Dabei soll in der deutschen EU-Ratspräsidentschaft in der zweiten Jahreshälfte des Jahres 2020 „Kultur und Bildung als Motor des zusammenwachsenden Europas“ ein besonderes Augenmerk gewidmet werden. Als ein weiteres wichtiges Ziel kann die geplante Erhöhung des Etats der Deutschen Welle auf dem Niveau vergleichbarer europäischer Sender genannt werden. Darüber hinaus wird sich laut Koalitionsvertrag hinsichtlich des Urheberrechts für die durchaus umstrittene und in Deutschland bisher weitgehend nicht-umsetzbare Verlegerbeteiligung eingesetzt. Ebenso plädiert die GroKo für eine einheitliche StartUp-Definition in den europäischen Mitgliedsstaaten, um gezielte Fördermaßnahmen aus dem EU-Topf zu ermöglichen.

Fazit

Insgesamt decken die kulturpolitischen Vorhaben der GroKo viele wichtige Punkte ab, vor allem aus dem Parteiprogramm der SPD. Hervorzuheben ist dabei auch die Ablösung des traditionell ästhetischen von einem sozialen und wirtschaftlichen Kulturbegriffs. Damit werden der Kultur sowohl innerpolitisch als auch in der auswärtigen Politik mehr gesellschaftliche Aufgaben zuteil. In diesem Zusammenhang könnten auch mit der geplanten Ehrenamtsreform wichtige Grundlagen für die Kulturarbeit geschaffen werden.

Wie viele dieser Ziele aber tatsächlich umgesetzt werden, bleibt abzuwarten, denn eine Vielzahl der aktuellen Vorhaben waren in ähnlicher Form bereits 2013 Bestandteil des Koalitionsvertrags. Dass aber zahlreiche andere Ziele des vorhergehenden Koalitionsvertrages umgesetzt wurden, lässt die Tatsache etwas verschwimmen, dass konkreter formulierte Handlungsziele auch diesmal weitgehend rar sind.



Julia Jakob studierte Musikwissenschaft und Kulturmanagement an der Hochschule für Musik Franz Liszt Weimar und hat Anfang März ihren Master beendet. Seit Januar 2017 unterstützt sie unsere Online-Redaktion und beginnt im April bei uns ihr Volontariat.

KM Kulturmanagement Network GmbH

Postfach 1198, D-99409 Weimar

Postanschrift: Bauhausstr 7 c, D-99423 Weimar

Telefon: +49 (0) 3643 / 7402 612

Fax: +49 (0) 3643 / 7402 614

E-Mail: office@kulturmanagement.net

Geschäftsführer: Dirk Schütz

Sitz und Registrierung: Firmensitz Weimar,

Amtsgericht Jena, HRB 506939

Herausgeber: Dirk Schütz

Chefredakteurin: Veronika Schuster (V.i.S.d. § 55 RStV)

Kontakt: v.schuster@kulturmanagement.net

Abonnenten: ca. 21.000

Mediadaten und Werbepreise:

<http://werbung.kulturmanagement.net>

Layout: Maja Krzanowski

Satz: Veronika Schuster

Coverbild: Andrew Draper, Unsplash

Weitere Informationen

www.kulturmanagement.net

twitter.com/kmnweimar

twitter.com/km_stellenmarkt

facebook.com/Kulturmanagement.Network

ISSN 1610-2371