

Schwerpunkt

Region Stuttgart

KM IM GESPRÄCH

mit Prof. Werner Heinrichs

• Seite 3

THEMEN & HINTERGRÜNDE

Theaterhaus Stuttgart

• Seite 9

VORGESTELLT ...

Linden-Museum

• Seite 15

Institut für
Kulturmanagement
Ludwigsburg

• Seite 18

EX LIBRIS

TatOrt. MedienRegion
Stuttgart:

• Seite 21

BERUF & KARRIERE

Masterclass für Film-
schaffende an der
Filmakademie BaWü

• Seite 22

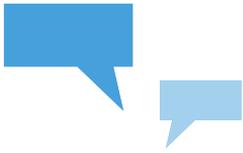
SEITENSPRÜNGE

• Seite 23

Liebe Leserinnen und Leser,

zu den wirtschaftlich erfolgreichsten Regionen in Deutschland gehört zweifellos die Region. Umso mehr interessiert uns, welche kulturelle Akzente in Stuttgart oder Ludwigsburg gesetzt werden. Im Schwerpunkt dieser Februar-Ausgabe blicken wir auf Kultureinrichtungen, die wir im Rahmen des 11. Kulturmanagement Network Treffens vom 7.-9. Dezember 2007 besuchten. So sprachen wir mit Nicole Schotters, verantwortlich für Presse und Öffentlichkeitsarbeit beim *Theaterhaus Stuttgart*. Neben den zahlreichen Informationen über die Kulturinstitution interessierte uns vor allem eines ganz besonders: der jahrelange Streit mit der Stadt, der nun zu eskalieren droht. Lesen Sie dazu den spannenden Beitrag unseres Korrespondenten Thomas Mersich. Wir interviewten Werner Heinrichs, der seit 2004 Rektor der *Staatlichen Hochschule für Musik und Darstellenden Kunst Stuttgart* ist. Zuvor war er Professor für Kulturmanagement und ist noch immer Autor zahlreicher grundlegender Publikationen zu Kulturmanagement und -politik. Interessant vor allem seine Aussage, dass es seiner Meinung nach an der richtigen Balance zwischen Kontinuität und Innovation fehle und dies die Herausforderung im Kulturbetrieb der nächsten Jahre sei. Wir blickten hinter die Kulissen der *Filmakademie Baden-Württemberg*, die u. a. eine einzigartige Masterclass für junge Filmproduzenten anbietet, die neben Ludwigsburg auch in Paris „Station“ macht. Außerdem besuchten wir das *Institut für Kulturmanagement* an der *PH Ludwigsburg*, das eines der ersten Einrichtungen dieser Art für die Ausbildung unserer Disziplin Maßstäbe setzte. Einer ihrer Absolventen, Martin Otto-Hörbrand, ist derzeit für Marketing und Öffentlichkeitsarbeit beim *Linden-Museum* verantwortlich. Diesem Museum für Völkerkunde widmet sich das ausführliche Porträt unserer Korrespondentin Eva M. Reussner. Passend zur aktuellen Berichterstattung im Bereich Kreativwirtschaft kommt die Vorstellung der Publikation „TatOrt“, die individuell und gekonnt, inzwischen sogar preisgekrönt, die Medien- und Kreativwirtschaft dieser Region vorstellt.

Ihr besonderes Augenmerk verdient das Interview mit Franz-Josef Radermacher. Der Vorstandsvorsitzender des *Forschungsinstitut für anwendungsorientierte Wissensverarbeitung* in Ulm sprach Ende November 2007 auf dem Gründungssymposium des *World Culture Forum* in Dresden zum Thema: „Wie definiert sich eine ‚Welt in Balance‘ – vom Umgang mit der Schicksalsfrage“. Im Gespräch mit KM erläutert er, wo die Verantwortung der Wirtschaft im Hinblick auf eine Neuordnung menschlichen Denkens und Handelns liegt, aber auch wie es gelingen könnte, die unterschiedlichen Kulturen auf der Welt mit einer



KM – der Monat

KM IM GESPRÄCH

mit Franz-Josef
Radermacher

• Seite 24

EX LIBRIS

Der Schirnerfolg

• Seite 30

KONFERENZEN & TAGUNGEN

Gründungssymposium
für Weltkulturgipfel
in Dresden

• Seite 32

Kulturwirtschaft aus
städtischer Perspektive
Tagung in Aachen

• Seite 34

... Editorial

solch ambitionierten Initiative auf Augenhöhe miteinander in einen Dialog zu bringen. Das Interview ist somit bestens in unserem Magazin aufgehoben, das den Dialog zwischen Kultur und Management befördern will. Die logische Konsequenz ist daraus die Medienpartnerschaft von Kulturmanagement Network mit dem World Culture Forum, was für Sie für die kommenden Monate und Jahre die Garantie für eine lebendige Berichterstattung zu diesem wichtigen, globalen Thema bedeutet.

Diese Ausgabe von KM bringt Ihnen schlußendlich auch eine ausführliche Rezension des Buchs „Der Schirnerfolg“ von Laura Gerlach, das sich mit dem Marketingkonzept der Schirn Kunsthalle in Frankfurt am Main auseinandersetzt, sowie einen Rückblick auf die Tagung zur städtischen Kulturwirtschaft, die im Dezember in Aachen stattfand und den Teilnehmern neue Erkenntnisse brachte, die wir Ihnen gern vermitteln möchten.

Nun wünschen wir Ihnen eine spannende Lektüre, und kommen Sie gestärkt durch den Monat Februar.

Ihr Dirk Schütz und Dirk Heinze

sowie das gesamte Team von Kulturmanagement Network

Püepcke
Kulturmarketing

Kulturmarketing aus Stuttgart!

Kultur kommuniziert. Immer und auf ganz unterschiedlichen Ebenen. Trotzdem überzeugen Kulturangebote nur durch ein klares Profil und hohe Qualität. Durch Werte, Bekanntheit und Vertrauen. Durch Kundenservice und Kundenbindung. Wir entwickeln Ihr Kulturangebot zu einer Kulturmarke!

Ihr Applaus ist unser Ziel.

Mehr Infos unter www.puepcke.de



**WERNER
HEINRICHS**

Jg. 1947, Verwaltungsausbildung und Studium der Philosophie, Germanistik und Skandinavistik (Dr. phil.), anschließend 12 Jahre Tätigkeit im Kulturbereich; 1990 Berufung zum Professor für Kulturwissenschaft und Kulturmanagement an der PH Ludwigsburg und Leiter des dortigen Instituts für Kulturmanagement; seit 2002 Rektor der Staatlichen Hochschule für Musik und Darstellende Kunst Stuttgart; 20 Buchveröffentlichungen und etwa 100 Aufsätze, vorwiegend zur Kulturpolitik und zum Kulturmanagement.

Aus dem kulturellen Leben der Stadt und Region nicht mehr wegzudenken

Interview mit Prof. Dr. Werner Heinrichs, Rektor der Staatlichen Musikhochschule Stuttgart

Beitrag von Dirk Heinze, dh@kulturmanagement.net

KM: Herr Professor Heinrichs, Sie leiten seit nunmehr einigen Jahren die Musikhochschule Stuttgart. Wo steht diese Institution heute, worauf können Sie stolz sein?

Prof. Werner Heinrichs: Ich denke, dass die Musikhochschule sehr gut aufgestellt ist. Zum einen verfügt die Hochschule über mehrere Alleinstellungsmerkmale wie die weltweit einzigartige Sammlung von elf Orgeln und das in Deutschland einmalige *Wilhelma-Theater*, das mit einer eigenen Intendanz und einem ganzjährigen Spielplan originärer Teil der Hochschule ist. Auf der anderen Seite haben wir aber seit meinem Dienstantritt im Jahr 2002 auch wichtige Reformen durchgeführt. So ist es uns beispielsweise gelungen, die Öffentlichkeitsarbeit und das gesamte Hochschulmarketing auf eine professionelle Ebene zu heben. Das hat sich gleich sehr deutlich in einem starken Anstieg der Bewerberzahlen manifestiert und auch in einer deutlichen Aufwertung der öffentlichen Resonanz, die wir hier in der Stadt und in der Region erfahren. Zum zweiten haben wir durch die Einführung von Fakultäten und Instituten die Strukturen innerhalb der Hochschule verbessert. Zum dritten haben wir jetzt umgestellt auf Bachelor/Master-Abschlüsse und sind damit auf dem neuesten und aktuellsten Stand. Ich denke, die Hochschule kann sich mit ihren Alleinstellungsmerkmalen und diesen Reformen auch im internationalen Vergleich durchaus sehen lassen.

KM: Ist diese Umstellung jetzt abgeschlossen oder gibt es noch Studiengänge, die sich den alten Abschlüssen zurechnen lassen?

WH: Wer bereits immatrikuliert ist, kann immer noch einen der klassischen Abschlüsse erhalten – wer sich in diesem Jahr neu immatrikuliert, wird bereits mit dem Bachelor oder Master abschließen.

KM: Inwieweit versteht sich Ihre Hochschule als Teil des Stuttgarter Kulturlebens und womit setzen Sie dort eigene Akzente?

WH: Die Musikhochschule Stuttgart liegt ja mitten in der Stadt, direkt an der so genannten Stuttgarter Kulturmeile, gegenüber der *Staatsoper* und neben der *Staatsgalerie*. Vom Bahnhof sind es fünf Minuten bis zu uns, von der



... Die Musikhochschule Stuttgart

Fußgängerzone ebenfalls. Natürlich haben wir bei dieser besonderen Lage auch eine besondere Verpflichtung, das, was wir hier in diesem Hause tun, auch der Öffentlichkeit zu präsentieren. Wir verfügen über drei Konzertsäle und das *Wilhelma-Theater*, und in diesen vier Räumen bieten wir der Bevölkerung im Jahr insgesamt etwa 400 Theater- und Konzertveranstaltungen an. Wir hatten im vergangenen Jahr 72.000 Besucher, also eine enorme Zahl, die sehr deutlich zeigt, dass wir eben nicht nur eine Bildungsinstitution sind, sondern auch eine Kulturinstitution, die aus dem kulturellen Leben der Stadt und der Region nicht mehr wegzudenken ist.

KM: Gibt es bei so vielen Veranstaltungen auch einen Konkurrenzkampf im eigenen Haus?

WH: Natürlich ist das nicht ganz einfach, dazu bedarf es eines professionellen Managements. Aber Kultur zu organisieren und sie der Öffentlichkeit zu vermitteln, das habe ich ja gelernt und selbst jahrelang gelehrt und ich denke, dass wir das hier recht professionell machen.

KM: Was macht für Sie eigentlich die Kulturregion Stuttgart so reizvoll, wie sehr nutzen Sie sie auch selbst?

WH: Das Interessante an der Kulturregion Stuttgart ist, dass sie eben nicht nur aus der Stadt besteht, sondern aus einem Ballungsraum mit insgesamt 175 Gemeinden, die fast alle ein eigenes Kulturangebot haben. Wir haben hier ein Einzugsgebiet von etwa 2,5 Millionen Einwohnern und damit natürlich ein außerordentlich lebendiges Kulturleben. Daher ist es auch sehr gut möglich, hier interessante Angebote zu platzieren, für die man auch leicht interessante Partner findet. Hinzu kommt, dass wir im Spitzenbereich, der uns als Art Elitehochschule besonders interessiert, ein phantastisches Angebot haben. Ich sagte es schon, direkt gegenüber haben wir die *Staatsoper*, die sechsmal Oper des Jahres wurde und das *Staatsschauspiel* gleich nebenan, das vor zwei Jahren Schauspielhaus des Jahres war. Wir haben vier professionelle Orchester, wovon das *Radiosinfonieorchester Stuttgart* mit Sir Roger Norrington vielleicht das bekannteste ist. Dies alles sind Institutionen, die für unsere Studentinnen und Studenten Maßstäbe setzen, die gleichzeitig aber auch interessante Partner für uns sind. So werden wir jetzt zum Beispiel mit dem *Radiosinfonieorchester Stuttgart* des SWR eine Orchesterakademie nach dem Vorbild der Orchesterakademie der *Berliner Philharmoniker* einrichten und diese Orchesterakademie wird wiederum von Stiftungen finanziert, die es hier in der Region in großer Zahl gibt. Eine wunderbare Kombination, wie ich finde.

KM: Hat sich in der Bevölkerung bereits ein Bewusstsein entwickelt, Stuttgart auch als Kultur- und nicht nur als Industriestandort wahrzunehmen?

WH: Da muss man zunächst einmal unterscheiden, wie der Raum Stuttgart und das Land Baden-Württemberg sich selbst sehen und wie sie von außen gesehen werden. Die Mentalität der Menschen hier ist sehr stark auf eine gewisse Binnensicht ausgerichtet. Man ist nicht so sehr daran interessiert,



... Die Musikhochschule Stuttgart

in Hamburg, Berlin oder Wien große Beachtung zu finden, sondern es ist wichtig, dass man selbst mit dem, was man macht, zufrieden ist. Da aber wiederum hat man sehr hohe Ansprüche, und sehr viele Menschen hier sind bereit, ihren Beitrag zu leisten, um diesen Ansprüchen gerecht werden zu können. Es gibt hier im Großraum Stuttgart wirklich eine erstaunlich hohe Anzahl an privaten Stiftungen, und diese dienen in großem Umfang auch der Kulturförderung. Das heißt, große Teile der Bevölkerung, die sich nicht selbst aktiv an der Kultur beteiligen, sind gerne bereit, sie finanziell zu unterstützen. Und dies ist meines Erachtens auch ein Grund, warum die Kultur in der Stadt und im Großraum Stuttgart ganz hervorragend funktioniert. Ich bin ja selbst nicht aus Stuttgart und habe im Lauf meines Berufslebens einige andere Landesteile Deutschlands kennen gelernt – aber ich muss sagen, eine so pulsierende Kultur wie sie Stuttgart bietet, habe ich nirgendwo sonst vorgefunden, auch wenn das von außen vielleicht so gar nicht wahrgenommen wird.

KM: Sie haben selbst viel zum Kulturmanagement publiziert, und da fiel 1993 Ihr Satz auf, ein Kulturmanager solle Kunst ermöglichen, aber selbst am künstlerischen Prozess nicht beteiligt sein. Sehen Sie das noch heute so?

WH: Ich bin ja nach wie vor selbst ein Beispiel dafür – als Germanist und promovierter Skandinavist bin ich Rektor einer Musik- und Theaterhochschule, und es ist mein Credo, dass ich mich in künstlerische Fragen nicht einmische, sondern lediglich Rahmenbedingungen schaffe, damit die Künstler und Pädagogen, die hier am Hause tätig sind, ihre Arbeit so gut wie nur eben möglich machen können. Rahmenbedingungen zu schaffen bzw. sich auf sie zu konzentrieren, gleichzeitig aber die Ziele von Kunst und Kultur im Auge zu haben, ist das Entscheidende für den Kulturmanager, wie ich denke. Als ich diesen Satz damals schrieb, geschah das auch vor dem Hintergrund, dass sehr viele Künstler das aufkommende Kulturmanagement als eine Möglichkeit der Selbstvermarktung verstanden und der Meinung waren, wenn sie bei uns in Ludwigsburg, Hamburg, Potsdam oder Hagen ein Seminar besuchen, dann könnten sie ihre Bilder besser verkaufen, sich besser auf dem Musikmarkt behaupten usw. Aber unsere Idee ging darüber hinaus, unser Ansatz bestand darin, dass es eines managerialen, nicht-künstlerischen Vermittlers bedarf, der zwischen der Kunst auf der einen und dem Publikum auf der anderen Seite tätig wird. Dieser Meinung bin ich nach wie vor.

KM: Sie haben vor zwei Jahren ein neues Buch mit dem Titel „Der Kulturbetrieb“ vorgelegt. Ist es eher eine positive oder eine negative Einschätzung des Kulturbetriebes Deutschland – wo hakt es, worauf können wir stolz sein?

WH: Stolz sein dürfen wir – das ist mir beim Schreiben dieses Buches bewusst geworden – auf die unglaubliche Vielfalt, die wir im Kulturbetrieb Deutschland haben. Ich denke, etwas Vergleichbares wird man im Ausland kaum finden. Was mir Sorgen bereitet ist, dass dieser Kulturbetrieb in seiner Vielfalt auch eine gewisse Starre entwickelt hat. Es gibt in vielen Kulturbetrieben



... Die Musikhochschule Stuttgart

eine gewisse Beamtenmentalität, wenn ich das einmal – mit einem bewusst negativen Touch – so sagen darf. Das heißt, man hält an dem fest, was man hat und lässt niemanden sonst heran. Mich beschäftigt die Frage: Wie kann es uns gelingen, den Kulturbetrieb immer wieder mit innovativen Elementen zu beleben? Wie können wir das Neue schaffen, und wie können wir uns mit einigem Anstand von dem verabschieden, was vielleicht vor zwanzig Jahren einmal aktuell war und was wir heute nicht mehr brauchen? Da haben wir noch kein richtiges System, keine richtige Methode. Es mangelt uns gleichsam an einer „Kultur des Beendens“ und an der richtigen Balance zwischen Kontinuität und Innovation. Diese zu finden, bedeutet für den Kulturbetrieb die ganz große Herausforderung der nächsten Jahre.

KM: Vielen Dank für das Gespräch, Herr Prof. Heinrichs. ¶

Nachgefasst:

Nach dem Interview mit Prof. Heinrichs, während der Vorbereitung zu dem aktuellen Schwerpunkt des Magazins, konnte die Redaktion noch einige Fragen zur Aufbauarbeit von Herrn Prof. Heinrichs für das Institut für Kulturmanagement Ludwigsburg stellen, die er per Email beantwortete.

KM: Sie haben das Institut für Kulturmanagement an der PH Ludwigsburg aufgebaut. Was waren Vorgaben, die durch die Kunstkonzeption des Landes Baden-Württemberg 1989 bzgl. Struktur und Inhalten formuliert wurden?

WH: Die Kunstkonzeption ging ursprünglich allein von den Bedürfnissen der öffentlichen Hand aus. Deshalb hatte der Studiengang auch zunächst den etwas eigenartigen Namen "Öffentliche Kulturarbeit und Kulturmanagement". Ziel war es, einerseits Studierenden mit einer geisteswissenschaftlichen Vorbildung die Grundlagen der Verwaltungslehre zu vermitteln und andererseits Absolventen der Verwaltungsfachhochschulen mit Themen von Kunst und Kultur vertraut zu machen. Folglich gab es im Curriculum zwei verschiedene Wahlpflichtbereiche. Doch da beide Studentengruppen den größten Teil des Studiums gemeinsam absolvierten, kam es zu interessanten Spannungen, aber auch zu nachhaltigen gegenseitigen Anregungen.

KM: Worauf wurde besonderer Wert bei der inhaltlichen Strukturierung der Ausbildung gelegt?

WH: Bedingt durch die Konzentration auf die "öffentliche Kulturarbeit" standen die Kulturpolitik und die öffentliche Kulturförderung lange Zeit im Vordergrund. Themen wie Betriebswirtschaftslehre oder Marketing waren zunächst von nachrangiger Bedeutung.

KM: Gab es andere nationale oder internationale Studiengänge, die genauer betrachtet und als Vorbild herangezogen wurden?

WH: Der Studiengang in Ludwigsburg wurde 1989 vom Landtag beschlossen und nahm 1990 den Betrieb auf. Die *Hochschule für Musik und Theater Hamburg*



... Die Musikhochschule Stuttgart

hatte zwei Jahre früher begonnen; die *Fernuniversität Hagen* startete nur wenige Monate vor Ludwigsburg. Insofern gab es für diese drei Anbieter keine Vorbilder, zumal sie alle je unterschiedliche Konzepte verfolgten. Das wesentlich ältere Studienangebot in Wien führte stets ein gewisses Eigenleben; die Kontakte zwischen den österreichischen Kollegen und den drei deutschen Anbietern waren sehr gering. Diese drei Anbieter waren für einige Jahre die einzigen Anbieter in Deutschland mit einem ausgebauten Curriculum und einem qualifizierten Hochschulabschluss. Da diese drei Anbieter sich in der alten Bundesrepublik den Markt geografisch aufteilten, kam es zu keiner Konkurrenz, sondern zu einer sehr kollegialen Zusammenarbeit. Jeder Dozent unterrichtete auch beim anderen Anbieter, und der regelmäßige persönliche Austausch von Kenntnissen und Erfahrungen war eine erfreuliche Selbstverständlichkeit. Erst als Mitte der neunziger Jahre neue Anbieter versuchten, die Konzepte von Hamburg, Hagen und Ludwigsburg zu kopieren, kam es zu einem spürbaren Wettbewerb.

KM: Was waren Ansprüche, die der Kulturbetrieb noch 1990 an die Ausbildung des Kulturmanagers gestellt hat? Haben diese immer noch Bestand oder sich grundlegend verändert?

WH: Zumindest für Ludwigsburg stellte sich die Politik 1990 vor, dass die Kulturverwaltungen und die kulturellen Einrichtungen der Kommunen und Länder (vor allem die Theater) besser funktionieren und wirtschaftlicher arbeiten sollten. Zudem sollten Schlagworte wie "Kultur als Wirtschaftsfaktor" oder "Kultur als Standortfaktor", die Ende der achtziger Jahre aufgekommen waren, in die öffentliche Kulturarbeit einfließen. Doch blieb es hier bei der kulturpolitischen Perspektive; dass man diese Schlagworte eigentlich ökonomisch verstehen und gebrauchen sollte, wurde damals - auch bundesweit - nicht erkannt. Damit war das Kulturmanagement der Anfangsjahre - und das galt für das Angebot von Hermann Rauhe in Hamburg und Thomas Heinze in Hagen genauso wie für das von Werner Heinrichs in Ludwigsburg - ein auf die Kulturförderung und die "Ermöglichung von Kultur" (H. Rauhe) ausgerichtetes Kulturmanagement. Die Kunst stand im Vordergrund, weshalb bei Treffen im Kollegenkreis weit mehr über Kunst als über Management gesprochen wurde.

Erst in der zweiten Hälfte der neunziger Jahre kam es allmählich zu einem Paradigmenwechsel, indem Kulturmanagement als eine Sparte der Betriebswirtschaftslehre verstanden wurde. Seitdem stehen Begriffe wie Managementlehre, Marketing, Controlling usw. im Vordergrund. Diesem Wandel hat sich auch der Ludwigsburger Studiengang nicht entzogen und deshalb schon 1993 den Namen des Studiengangs in "Kulturmanagement" umgewandelt. Seitdem ist die öffentliche Kulturarbeit auch in Ludwigsburg nur noch ein Teil der Studienthemen; der kommerzielle Kulturbetrieb mit seiner notwendigerweise betriebswirtschaftlichen Ausrichtung hat auch dort längst die Oberhand gewonnen. ¶



... Die Musikhochschule Stuttgart

Bachwoche Stuttgart 2008 –

22. Februar – 2. März



INTERNATIONALE BACHAKADEMIE STUTTART

»Messen BWV 232–236«

Samstag, 23.2., 19 Uhr | Liederhalle, Beethoven-Saal

Johann Sebastian Bach, Messe h-Moll BWV 232

Vokalsolisten, Gächinger Kantorei und Bach-Collegium Stuttgart

Masaaki Suzuki, Leitung

Dienstag, 26.2.– Freitag, 29.2., jeweils 19.30 Uhr | Stiftskirche

Gesprächskonzerte zu Bachs Messen BWV 233– 236

Kursteilnehmer, Gächinger Kantorei und Bach-Collegium Stuttgart

Helmuth Rilling, Werkeinführungen

sowie Gottesdienste | Meisterkurse | Symposium | Podiumsgespräche

Weitere Informationen: Internationale Bachakademie Stuttgart

Kartentelefon: 0711.619 21 32 und unter www.bachakademie.de



Gefährlicher Dominoeffekt?

Ein Besuch im Theaterhaus Stuttgart in turbulenten Zeiten

Seit über einem Monat steht das Theaterhaus unentwegt in den Schlagzeilen der Medien. Hinter den Kulissen tobt ein Streit zwischen den Verantwortlichen und der Landeshauptstadt. Im Dezember drosselte die Stadt den Geldfluss und sperrte 323.000 Euro der insgesamt 1,245 Mio. Euro vom jährlichen Zuschuss. Ein Fliegen der Fetzen war damit vorprogrammiert. Genau in diesen kulturpolitisch turbulenten besuchte Kulturmanagement Network das Haus und sprach mit einer optimistisch gestimmten Nicola Schotters, die für PR und Öffentlichkeitsarbeit zuständig ist.

Beitrag von Thomas Mersich, Korrespondent, tm@kulturmanagement.net

Fehlende künstlerische Qualität oder Missmanagement kann wohl nicht der Auslöser für die Reaktion der Stadt sein, denn das Haus ist mit seinem vielfältigen Programm – Theater, Kabarett, Comedy, Tanz, Musical, Show, Film, Musik von Rock und Pop über Klassik bis Jazz, Lesungen und Ausstellungen – eines der innovativsten Kulturinstitutionen Europas und wird vorbildlich und professionell geführt: Nie drängten mehr Besucher in das Theaterhaus. Über 300.000 (!) besuchten dem Haus im vergangenen Jahr einen neuen Besucherrekord und im März konnte man sogar den 1.000.000sten Besucher begrüßen. Mit über 900 Veranstaltungen pro Jahr (davon ca. 60% Eigenproduktionen) ist man das zweitgrößte Haus in Stuttgart und steht mit einer Eigendeckung von ca. 75% im europäischen Vergleich hervorragend da.

Was also ist geschehen?

Fest steht: Neu sind die Meinungsverschiedenheiten nicht, denn der Streit der Stadt mit dem Theater währt nun schon seit beinahe sechs Jahren: Im Mai 2002 stellte der Gemeinderat aufgrund der durch den Umzug des Theaterhauses von Wangen auf den Pragsattel zu erwartenden Kostensteigerungen die Weichen dafür, dass das Theaterhaus erhöhte Zuschüsse erhielt, eben jene 323.000 Euro, die jetzt eingefroren wurden. Stadt und Land knüpften ihre Zuschüsse an die Bedingung, dass die Theaterhausstiftung aufgelöst und die Immobilie – das neue Domizil auf dem Pragsattel – an die Stadt übertragen wird.

Ein Mitglied des Stiftungsvorstands, Gert Behrens, hatte jedoch die Verwaltungsgerichte angerufen und die Rechtmäßigkeit des Auflösungsbeschlusses der Stiftung in Zweifel gezogen, denn dieser geschah ohne Einhaltung von Fristen. Theaterhaus-Intendant Werner Schretzmeier unterstützte dieses Vorgehen, zudem auch klar war, dass die Stiftungsauflösung eine drohende



... Das Theaterhaus Stuttgart

Rückzahlung des Vorsteuerabzugs sowie Haftungsrisiken mit erheblichen zivilrechtlichen Konsequenzen für den Stiftungsvorstand impliziert.¹

Nach langen Querelen zwischen Theaterhaus-Verantwortlichen und der Stadt wurde die Klage kurz vor der Behandlung beim Bundesverwaltungsgericht zwar zurückgezogen, doch nach acht Arbeitssitzungen zwischen der Stadtverwaltung und dem Theaterhaus kam es Anfang Dezember zum Gesprächsabbruch im Dienstzimmer des Oberbürgermeisters Wolfgang Schuster (CDU).

Die Theaterhausstiftung will nun zwar nach ordnungsgemäßer zwölfwöchiger Ladungsfrist am 29. Februar die Auflösung der Stiftung beschließen, doch die Geduld des Gemeinderats war im Dezember offenbar erschöpft. Er beschloss kurzerhand einen Teil der zugesagten Zuschüsse so lange einzubehalten, bis ein neuer Auflösungsbeschluss des Stiftungsvorstands schriftlich vorliege.

Intendant Schretzmeier spricht von einem „ungeheuerlichen Vorgang“² und von einer „Demütigung vonseiten der Stadt.“³ „Mit dieser erpresserischen Disziplinierungsmaßnahme geht es darum, nachhaltig den Betrieb und das Programm des Theaterhauses zu beschädigen. Man habe vor einer Woche dem Oberbürgermeister noch einmal schriftlich versichert, dass man die Stiftung im Februar auflösen werde. Die Entscheidung der Stadt werde auf jeden Fall Auswirkungen auf den Spielbetrieb haben.“⁴

„Mit Erpressung habe dieses Vorgehen der Stadt nichts zu tun“, sagt hingegen die Stuttgarter Kulturbürgermeisterin Susanne Eisenmann (CDU). „Die Stadt habe lediglich Mittel eingefroren, die vor Jahren unter der Voraussetzung bewilligt worden seien, dass die Stiftung Pragsattel sich auflöse.“⁵

Folgen der Streitigkeiten

Die ersten Folgen für den Spielbetrieb des Theaterhauses sind unmittelbar spürbar: Die renommierten internationalen Jazztage, die seit der Gründung des Theaterhauses vor mittlerweile 22 Jahren jährlich in der Woche vor Ostern stattfinden und eines der liebsten Kunstkinder des Intendanten sind, schießen über lange Zeit ein Opfer der Streitigkeiten zu werden und sollen nun

¹ Schunder, Josef: „Die Stadt müsste das Juwel erkennen.“ Interview mit Werner Schretzmeier und Joachim Bark, in: Stuttgarter Nachrichten 11.1.2008

² „Zeit für die Daumenschrauben. Stiftungsstreit: Stadt friert Zuschüsse an das Theaterhaus ein“, in: Stuttgarter Zeitung 13.12.2007

³ Werner, Michael: „Stille Ostern trotz Besucherrekord. Theaterhaus sagt die Jazztage ab und gibt der Stadt die Schuld“, in: Stuttgarter Zeitung 7.1.2008

⁴ „Zeit für die Daumenschrauben. Stiftungsstreit: Stadt friert Zuschüsse an das Theaterhaus ein“, in: Stuttgarter Zeitung 13.12.2007

⁵ Werner, Michael: „Stille Ostern trotz Besucherrekord. Theaterhaus sagt die Jazztage ab und gibt der Stadt die Schuld“, in: Stuttgarter Zeitung 7.1.2008



... Das Theaterhaus Stuttgart

nach langwierigen Debatten über eine Absage nun zu Weihnachten stattfinden. Schretzmeier: „Ich kann doch in dieser Situation keine Projekte machen, bei denen ich von vornherein weiß, dass ich Geld investieren muss.“⁶

Doch damit nicht genug. Weitere Höhepunkte des Theaterhaus-Programms, die zugleich kulturelle Aushängeschilder der Stadt sind, sind laut Schretzmeier wegen der eingefrorenen städtischen Zuschüsse akut gefährdet: Die erste Produktion von Gauthier Dance, des neuen Theaterhaus-Tanzensembles, hatte am 10. Januar mit „Six Pack“ Premiere. Die zweite für April geplante Produktion „Emotions“ war ebenso lange Zeit als gestrichen im Gespräch und soll voraussichtlich im Mai stattfinden. Auch das Theaterhaus-Schauspielensemble sowie der Gastspielbetrieb müsse nach Schretzmeier höchstwahrscheinlich unter der Politik des Stuttgarter Gemeinderats leiden. Ganz abgesagt hat man hingegen das Gastspiel des Living Theatre „The Brig“, die gerade in New York gespielt und in den Feuilletons allerorten gerühmt wird.

Weitere unmittelbare Folgen für das Personal des Theaterhauses schließt Schretzmeier ebenfalls nicht aus: „Sollten die 323.000 Euro wegfallen, würde das 12 der 69 Stellen gefährden.“⁷ Und weiter: „Oberste Priorität hat jetzt die Existenzsicherung für die Belegschaft. Danach ist zu klären, welche finanziellen Risiken aus Veranstaltungen wir noch eingehen können.“⁸

Kulturbürgermeisterin Susanne Eisenmann freilich beharrt weiter strikt auf der Einfrierung der Gelder (die übrigens gemeinsam mit den Stimmen der SPD und der Grünen beschlossen wurde), spricht von einem „fairen Vorgehen der Stadt“⁹ und meint zur Diskussion um die Jazztage: „Aufgrund der Rücklagen des Theaterhauses ist es nicht notwendig, irgendetwas abzusagen. Die einbehaltenen städtischen Zuschüsse mögen vorgeschobene Gründe sein, finanzielle Gründe für die Absage kann es nicht geben. Es gibt wenige, die reich sind und sich arm rechnen – das Theaterhaus gehört dazu.“¹⁰

Joachim Bark, Chef des Theaterhausvereins, sieht die Ursache aller Probleme jedoch eindeutig auf der politischen Ebene: „Es gibt starke Kräfte im Gemeinderat, die darauf hinarbeiten, dass das Theaterhaus stark gedeckelt ist. Wir haben das erschreckende Gefühl, dass seitens der Politik zwar Lippenbekenntnisse über die Bedeutung des Theaterhauses für den Kulturstandort Region Stuttgart abgegeben werden, aber insgeheim daran gearbeitet wird,

⁶ Schunder, Josef: „Priorität hat jetzt die Existenzsicherung“, Interview mit Werner Schretzmeier, in: Stuttgarter Nachrichten 7.1.2008

⁷ Schunder, Josef: „Streit um Kulturstätte verschärft sich“, in: Stuttgarter Nachrichten 12.1.2008

⁸ Schunder, Josef: „Priorität hat jetzt die Existenzsicherung“, Interview mit Werner Schretzmeier, in: Stuttgarter Nachrichten 7.1.2008

⁹ Friedl, Armin: „Faires Vorgehen mit Augenmaß“. Interview mit Susanne Eisenmann, in: Stuttgarter Nachrichten 8.1.2008

¹⁰ Werner, Michael: „Stille Ostern trotz Besucherrekord. Theaterhaus sagt die Jazztage ab und gibt der Stadt die Schuld“, in: Stuttgarter Zeitung 7.1.2008



... Das Theaterhaus Stuttgart

dass wir nicht so arbeiten können, wie wir arbeiten könnten. [...] Irgendwann müsste die Stadt erkennen, dass sie ein Juwel hat, und müsste dem Rechnung tragen.“¹¹

Gefährlicher Dominoeffekt?

Ist der Streit mit der Stadt nun bloß ein Ringen um persönliche Eitelkeiten oder steckt viel mehr dahinter? Kann sich der Streit gar als Auslöser eines gefährlichen Dominoeffekts mit schwerwiegenden Folgen für das Theaterhaus erweisen? Wie es scheint könnte die Stadt mit ihrer Entscheidung eine Lawine losgetreten haben, denn würde die Stadt nämlich, wie von Susanne Eisenmann angedroht, neben den 323.000 Euro auch noch weitere Mittel streichen, hätte dies weitreichende Konsequenzen: Sobald die Stadt nicht mehr das Doppelte des Landeszuschusses bezahlt, ist auch mit einer Reduzierung beim Land zu rechnen. Eisenmann: „Ohne Nachweis der Vorlage der Bilanz von 2006 gibt es 2008 nicht einmal reduzierte Zuschüsse.“¹²

Ein weiterer Dominoeffekt könnte auch durch die in der Öffentlichkeit spürbare starke Verunsicherung um die Jazztage eintreten: Die Jazztage sind eines der Lieblinge des Hauptsponsors des Theaterhauses, der Mercedes-Benz Bank. Neben drei großen Events im Jahr ist es vornehmlich das Jazz Festival, das die Bank unterstützt. Falls die Beziehung zum Hauptsponsor durch das Ringen um die Jazztage leiden sollte, könnte dies weitere finanzielle Probleme aufwerfen zumal die Bank auch die Sporthalle für seine Mitarbeiter und Kunden regelmäßig anmietet. Die Bank selbst hat sich dazu jedoch noch nicht geäußert.

Oder ist doch noch eine Einigung möglich?

In die verhärteten Fronten zwischen dem Theaterhaus und der Landeshauptstadt ist in den letzten Wochen anscheinend doch wieder Bewegung gekommen. Nach einer Unterredung mit Werner Schretzmeier und Joachim Bark zeigt sich der Finanzbürgermeister Michael Föll (CDU), der bisher als entschiedenster Verfechter einer harten Linie galt und die Auflösung der Stiftung zur Voraussetzung neuer Gespräche gemacht hatte, nunmehr zuversichtlich, dass bald ein Schlussstrich unter dem Streit der vergangenen Monate gezogen werden kann.

Aus dem Rathaus ist derweil zu vernehmen, dass sich die Stadt jetzt zumindest für die mildere Variante der Zuschusseinfrierung entschieden hat: Anstatt die gesperrten 323.000 Euro vom jährlichen städtischen 1,245 Millionen-Zuschuss in den ersten Monaten des Jahres komplett einzubehalten, wird monatlich der anteilige Zuschuss überwiesen.

¹¹ Schunder, Josef: „Die Stadt müsste das Juwel erkennen.“ Interview mit Werner Schretzmeier und Joachim Bark, in: Stuttgarter Nachrichten 11.1.2008

¹² Schunder, Josef: „Streit um Kulturstätte verschärft sich“, in: Stuttgarter Nachrichten 12.1.2008



... Das Theaterhaus Stuttgart

Jedoch lassen Stimmen aus einer neuen Richtung die Streitigkeiten wieder frisch aufleben. Jürgen Sauer, kulturpolitischer Sprecher der CDU-Fraktion, hat ein Papier erarbeitet, das als Quintessenz die Förderungswürdigkeit des Theaterhauses infrage stellt: „Wir werden über die Frage nach der Angemessenheit der Zuschüsse sprechen müssen. Diese Frage sind wir dem Steuerzahler ebenso schuldig wie vielen Kulturschaffenden in unserer Stadt, die mit geringeren Zuschüssen auskommen müssen, obwohl sie sich nicht annähernd in derselben komfortablen wirtschaftlichen Situation befinden.“¹³

Als schwerwiegenden Grund für seine Position sieht er die seiner Meinung nach zu starke kommerzielle Ausrichtung der Programmplanung des Theaterhauses und die Tatsache, dass sich die jährlichen Erlöse aus Eintritt, Vermietung und Vermarktung, aus denen der Zuschussbedarf Ende der neunziger Jahre in der Höhe von 1,2 Millionen Euro errechnet wurde, bis 2005 fast verdoppelt hätten, was somit einen Zuschuss in dieser Höhe nicht mehr rechtfertigen würde.

Diese Zahlen bestreitet das Theaterhaus jedoch vehement, was die CDU wiederum zu einer Drohung veranlasst: „Sollte der Theaterhaus-Intendant auf Grund der einbehaltenen Zuschüsse wie angekündigt Produktionen des hauseigenen Schauspiel- oder Tanzensembles absagen oder den Gastspielbetrieb einschränken, dann legt er die Axt an die Zuschüsse von Stadt und Land“.¹⁴

Intendant Schretzmeier bleibt jedoch gelassen: Bei den Zuschüssen handle es sich um allgemeine Betriebskostenzuschüsse, die mit dem Theaterhaus-Programm nichts zu tun hätten. Und: „Die Behauptung, ich würde die Axt anlegen, ist absoluter Quatsch.“¹⁵

Damit verdichtet sich die Befürchtung, dass die CDU trotz Finanzbürgermeister Michael Fölls nach wie vor aufgeschlossener Position nicht nur die teilweise Einfrierung der Zuschüsse fürs Theaterhaus unterstützt, bis der Streit um die Theaterhausstiftung beendet ist, sondern an eine dauerhafte Reduzierung der 2002 erhöhten Zuschüsse denkt.

Die Frage um den Ausgang des Streits um das Theaterhaus bleibt also weiter offen und spannend. Wie auch immer die Geschichte enden wird, Michael Werner von der Stuttgarter Zeitung skizziert die Situation um das Theaterhaus mit starker Kritik in Richtung Kulturpolitik und einer unmissverständlichen Anspielung an den Wilden Westen:

„Außer wechselseitigen Provokationen nach einem für Stuttgart lächerlichen Rechts-links-Schema ist seither nicht viel passiert, außer dass die Streithäh-

¹³ Werner, Michael: „Kulturkampf in Stuttgart. Schretzmeier legt die Axt an die Zuschüsse. Die CDU tut sich schwer mit dem Thema Theaterhaus“, in: Stuttgarter Zeitung 17.1.2008

¹⁴ ebd.

¹⁵ ebd.



ONLINE

theaterhaus.com

... Das Theaterhaus Stuttgart

ne sich und dem Publikum das Leben zunehmend schwer machen. Derzeit aber wirkt die hiesige CDU in der Theaterhaus-Frage tatsächlich konfus, in Teilen gar zynisch: Während der CDU-Finanzbürgermeister nach der Einbehaltung von Zuschüssen und der traurigen Absage der Jazztage offenbar um Schadensbegrenzung bemüht ist, gießt der kulturpolitische Sprecher der CDU-Fraktion Öl ins Feuer und droht zur Unzeit mit Zuschusskürzungen, die für ein Flaggschiff des Kulturlebens nicht bloß nicht angebracht sind, sondern wie Hohn klingen. [...] In jedem Fall wird es höchste Zeit für den Oberbürgermeister seine zuletzt eingenommene beleidigte Haltung aufzugeben und sich für eine faire Lösung stark zu machen – jenseits von kleinlichen Befehdungen nach Feindbilderformat.“¹⁶

Quellenverzeichnis:

- Werner, Michael: „Stille Ostern trotz Besucherrekord. Theaterhaus sagt die Jazztage ab und gibt der Stadt die Schuld“, in: Stuttgarter Zeitung 7.1.2008
- Schunder, Josef: „Priorität hat jetzt die Existenzsicherung“, Interview mit Werner Schretzmeier, in: Stuttgarter Nachrichten 7.1.2008
- Werner, Michael: „Die Absage der Jazztage. Alarmstufe Rot“, in: Stuttgarter Zeitung 7.1.2008
- Friedl, Armin: „Faires Vorgehen mit Augenmaß“. Interview mit Susanne Eisenmann, in: Stuttgarter Nachrichten 8.1.2008
- Schunder, Josef: „Die Stadt müsste das Juwel erkennen“, Interview mit Werner Schretzmeier und Joachim Bark, in: Stuttgarter Nachrichten 11.1.2008
- Schunder, Josef: „Streit um Kulturstätte verschärft sich“, in: Stuttgarter Nachrichten 12.1.2008
- Zeit für die Daumenschrauben. Stiftungsstreit: Stadt friert Zuschüsse an das Theaterhaus ein“, in: Stuttgarter Zeitung 13.12.2007
- Werner, Michael: „Kulturkampf in Stuttgart. Schretzmeier legt die Axt an die Zuschüsse. Die CDU tut sich schwer mit dem Thema Theaterhaus“, in: Stuttgarter Zeitung 17.1.2008
- Werner, Michael: „Die CDU und das Theaterhaus. Wildwest?“, in: Stuttgarter Zeitung 18.1.2008

¹⁶ Werner, Michael: „Die CDU und das Theaterhaus. Wildwest?“, in: Stuttgarter Zeitung 18.1.2008



lindenmuseum.de

Ein Museum erfindet sich neu: Das Linden-Museum

Zum 1. Januar 2008 wurde das Linden-Museum in einen Landesbetrieb umgewandelt. Ein Prozess der Neuorientierung ist im Gang.

Beitrag von Eva M. Reussner, Korrespondentin, er@kulturmanagement.net

Ein Staatliches Museum für Völkerkunde, abseits der Stuttgarter "Museumsmeile" gelegen, den Sparzwängen des Landes unterworfen, mit dem Neuen Mercedes Benz Museum und großen Landesausstellungen als Konkurrenten um die Freizeit und Aufmerksamkeit des Publikums hat es wahrlich nicht leicht. Doch das *Linden-Museum* ist fest entschlossen, sich diesen Herausforderungen zu stellen, und wir sind Zeuge eines Museums im Wandel. Einen Blick hinter die Kulissen gewährte Martin Otto-Hörbrand, Absolvent des Studiengangs Kulturmanagement an der PH Ludwigsburg, der seit dem Jahr 2000 am Linden-Museum zuständig ist für Marketing und PR.

Wer das *Linden-Museum* besucht, macht einen Spaziergang rund um die Welt: durch einen Markt im nigerianischen Sahil, an der Fassade des Palastes des Königs von Oku im Kameruner Grasland vorbei, eine afghanische Bazarstraße entlang hin zu einem ostasiatischen Teehaus und Wohnraum. Aus Masken, Figuren, Mobiliar, Keramik, Kalligraphie, Architekturfragmenten und vielem mehr setzt sich ein Bild verschiedenster Kulturen in Afrika, Nord- und Südamerika, dem Orient, Ost- und Südasiens und Ozeanien zusammen. Ein tibetisches Sandmandala wurde 1992 im *Linden-Museum* gestreut und - entgegen dem Brauch - mit Erlaubnis des Dalai Lama konserviert. Das Linden-Museum besitzt die zweitgrößte Sammlung völkerkundlicher Objekte in Deutschland mit weltweit nachgefragten Spitzenobjekten, die in der Kolonialzeit, aber auch darüber hinaus bis ins späte 20. Jahrhundert gesammelt wurden. Von rund 160.000 Objekten können derzeit maximal 5 Prozent in den Ausstellungen gezeigt werden. Die Begegnung mit fremden Kulturen wird über die Ausstellung hinaus unterstützt durch vielfältige Begleitprogramme sowie Kulturreisen mit Zielen von Marokko bis nach China und Usbekistan.

Hervorgegangen ist das *Linden-Museum* aus dem 1882 gegründeten *Württembergischen Verein für Handelsgeographie und Förderung Deutscher Interessen im Ausland e.V.*, der - nun als *Gesellschaft für Erd- und Völkerkunde zu Stuttgart e.V.* - das Museum weiterhin als Förderverein eng begleitet. Der deutsche Kolonialismus blüht und die Völkerkunde hält Einzug in Universitäten und Museen, als Karl Graf von Linden 1889 den Vereinsvorsitz übernimmt. Er betreibt äußerst rege den Aufbau einer völkerkundlichen Sammlung und setzt sich ein für die Etablierung eines Museums für Länder- und Völkerkunde mit einem eigenen Museumsgebäude in Stuttgart. Als das Gebäude 1911 eingeweiht wird, macht man den im



... Das Linden-Museum

Jahr zuvor verstorbenen Grafen von Linden zum Namensgeber für sein "Archiv der Menschheitskulturen". Nach umfangreicher Zerstörung von Gebäude und Sammlungsbeständen gegen Ende des Zweiten Weltkriegs und dem rasch begonnenen Wiederaufbau mit Hilfe der Stadt Stuttgart wird das Museum 1973 verstaatlicht und seitdem von der Stadt Stuttgart und dem Land Baden-Württemberg zu gleichen Teilen getragen. Zum 1. Januar 2008 wurde das *Linden-Museum* in einen Landesbetrieb umgewandelt, ebenso wie die *Staatgalerie Stuttgart*, das *Landesmuseum Württemberg* und die *Staatliche Kunsthalle Baden-Baden*. Die Erfahrungen am *Badischen Landesmuseum*, das seit Anfang 2003 Landesbetrieb ist, bestärkten diesen Beschluss, durch strukturelle Maßnahmen die Eigenverantwortung der staatlichen Museen zu stärken und den Imperativ der Wirtschaftlichkeit zu unterstreichen.

Angesichts der Finanzsituation bleibt den Landesmuseen schon seit geraumer Zeit nichts anderes übrig, als die vorhandenen Ressourcen sehr gezielt einzusetzen. Eine überkommene Personalstruktur aus den 1970er Jahren, deren Aufgabengliederung der inzwischen so stark gewachsenen Bedeutung der Ausstellungsaufgabe und der Besucherorientierung kaum Rechnung trägt, erleichtert die Situation des *Linden-Museums* dabei nicht. Die Eigenständigkeit als Landesbetrieb soll nun eine größere Flexibilität bringen, auch hinsichtlich des Stellenplans, damit sich das Museum tatkräftig den gegenwärtigen und zukünftigen Herausforderungen stellen kann. Dazu gehört die Frage, wie es gelingen kann, bei zunehmender kultureller Konkurrenz durch die lokalen Museen und große Landesausstellungen, die Besuchszahlen zu erhöhen und ein größeres Publikum für das *Linden-Museum* zu gewinnen. Und dies in einer Zeit, da ethnologische Museen insgesamt Schwierigkeiten mit schwindenden Besuchszahlen haben. Die Randlage, eine unbefriedigende Parkplatzsituation sowie die benachbarte Großbaustelle sind für das Linden-Museum dabei schwierige Ausgangspunkte.

Um die Zukunft erfolgreich zu gestalten, durchläuft das Museum derzeit einen Prozess der Strategieentwicklung, in den Mitarbeiter aus allen Reihen bis hin zu den Aufsichten einbezogen sind. Die Neuorientierung beinhaltet die Erstellung eines neuen Leitbilds ebenso wie die Neukonzeption der Dauerausstellung, die stärker auf Familien als zentrale Zielgruppe ausgerichtet sein und zugleich mit dem Aufgreifen von Themen wie Globalisierung und interkultureller Dialog auf aktuelle gesellschaftspolitische Zeitfragen eingehen wird. Außerdem soll es mehr Raum für Sonderausstellungen geben. Erfreulich ist dabei insbesondere die Tatsache, dass der Marketing-Verantwortliche als Anwalt des Publikums in strategische Fragen wie die Planung künftiger Ausstellungsthemen einbezogen wird. In diesem Veränderungsprozess gibt sich das Museum die Chance, Publikumsbelange stärker in die Museumsarbeit einfließen zu lassen und ein neues Denken aufzubauen, bei dem gewachsene Hierarchien und Aufgabenstrukturen durch Teamorientierung und eine gemeinsam verfolgte, übergreifende Zielrichtung abgelöst werden.



... Das Linden-Museum

Und vielleicht, vielleicht wird ja die Initiative "Stuttgart 21" das Museum stärker ins (Stadt-)Zentrum rücken.

Das Linden-Museum Stuttgart zeigt noch bis 27. April 2008 die Sonderausstellung "Von Kapstadt bis Windhuk: "Hottentotten" oder Khoekhoen?".

Management – Marketing – Kommunikation für Kunst und Kultur

Modular aufgebaute berufsbegleitende Weiterbildung der FH Potsdam für Fach- und Führungskräfte sowie FreiberuflerInnen

Die Teilnehmenden erwerben spezifische Managementkenntnisse und erweitern gezielt ihre Entscheidungs-, Leitungs- und Handlungskompetenz für die kulturelle Praxis.

Teilnahmevoraussetzung: Hochschulstudium oder Berufsausbildung, Berufserfahrung

Abschluss: Hochschulzertifikat oder Teilnahmebescheinigung bei Belegung von Einzelmodulen

Start: April 2008

Ausführliche Informationen: Christa Heinrich, FH Potsdam

Tel. 030 580 24 30, E-Mail heinrich@fh-potsdam.de

Internet: www.fh-potsdam.de/weiterbildung.html



Vom kulturpolitischen Konzept zu einem Studiengang mit Profil

Das Institut für Kulturmanagement an der PH Ludwigsburg

Kunst und Kultur benötigt Vermittler, welche die Grundlagen für das Verständnis des Rezipienten für die Komplexität und Bedeutung von künstlerischen und kulturellen Konzepten bereiten – ohne dabei zu bevormunden. Ähnliche Erkenntnis hatten leitende "Kulturschaffende" bereits am Ende des 19. Jahrhunderts bzw. im frühen 20. Jahrhundert. Beispielhaft seien hierfür die Konzepte von Alfred Lichtwark in der *Hamburger Kunsthalle* oder Harry Graf Kesslers Ausstellungspraxis in Weimar genannt. Leider war dieser Anstoß fortschrittlicher Gedanken in der Nachkriegszeit, bis in die 70er Jahre hinein völlig vergessen und es verstärkten sich die heute vielfach verschmähten so genannten Elfenbeintürme. Erst mit dem Fach Kulturpädagogik (und seinen unterschiedlichen pädagogisch-methodischen Richtungen) haben diese Ideen eine grundlegende *Renovatio* erfahren - deren Notwendigkeit heute nahezu vollständig anerkannt wird.

Beitrag von Veronika Schuster, redaktion@kulturmanagement.net

In der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts allerdings ist eine neue Generation von "Vermittlern" herangewachsen, die sich als Antwort auf die wechselnden und vielschichtigen Ansprüche des Kulturbetriebes entwickelt hat: Der Kulturmanager. Er ist nicht nur "Vermittler" zwischen den anscheinend soweit auseinander klaffenden Polen Kultur und Management, sondern auch ein Indikator für Prozesse zwischen den Faktoren Kultur, Politik und Wirtschaft. Um nach Jahren des Learning-by-doing, im positiven Sinne, eine Professionalisierung dieser Arbeit zu befördern, entwickelte sich Ende der 80er Jahren das universitäre Fach Kulturmanagement⁽¹⁾. Einen der ältesten und wohl in Deutschland renommiertesten Studiengänge für das Fach Kulturmanagement findet man an der Pädagogischen Hochschule in Ludwigsburg.

Als Reaktion auf den Wandel der sozialen und kulturellen Anschauungen der Gesellschaft, einhergehend damit ein neues Bedürfnis an kultureller Bildung und freizeitkulturellen Angeboten, initiierte der damalige Ministerpräsident Lothar Späth in Kooperation mit dem *Staatsrat für Kultur*, Wolfgang Gönnewein, die *Kunstkonzeption des Landes Baden-Württemberg*, die 1989 verabschiedet wurde. Federführend von Hannes Rettich, *Koordinator für die Kunstförderung des Landes Baden-Württemberg*, wurde eine vollständige Bestandsaufnahme der Kulturlandschaft des süddeutschen Staats durchgeführt und nach seinen Potenzialen analysiert. Ziel der Kunstkonzeption war es, die vorhandene kulturelle



... Das Institut für Kulturmanagement Ludwigsburg

Infrastruktur auf den demographischen Wandel und damit auf die neue Nachfrage der vielfältigen Zielgruppen vorzubereiten. Eines der vorrangigen Vorhaben dabei war es „verstärkte Kooperationen noch auszuweiten und dichter zu verknüpfen“. Um die Dringlichkeit dieser kommissarischen Arbeit wissend und wie der Titel schon vorbereitet, beschränkte man sich nicht auf eine rein deskriptive Darstellung. Der jeweiligen Inventur des Kulturbereichs wie Musik, Literatur, Museen, aber auch Denkmalpflege, künstlerische Aus- und Fortbildung, spartenübergreifende Kunstförderungsmaßnahmen und grenzüberschreitende kulturelle Beziehungen, folgte eine Schilderung der Perspektiven, die Forderungen nach konkret beschriebenen Veränderungen bzw. nach neuen Projekte inbegriffen.

Dem nachhaltigen Wandel des Kulturbetriebs stand ein hoher Bedarf nach umfassender Ausbildung von "Kulturvermittlern und Kulturadministratoren" gegenüber. Der konkrete Vorschlag der Konzeption bestand in der Schaffung eines eigenen Studiengangs, der künstlerische, kulturpädagogische und administrative Fähigkeiten vermitteln sollte. Bereits in der Konzeption wird die Integration dieses Studiengangs Kulturmanagement in die Pädagogische Hochschule Ludwigsburg fokussiert und in seiner geplanten Struktur vorgestellt. Die Gründe für die Wahl des Standortes sah man in der lokalen Nähe der Pädagogischen Hochschule zu den Fachhochschulen für öffentliche Verwaltung, der Finanzen, für Bibliothekswesen, zur Theaterakademie, sowie zur Staatsgalerie und Musikhochschule u.a. und die dadurch möglichen Synergien.

Nachdem 1989 der Studiengang "Öffentliche Kulturarbeit und Kulturmanagement" vom Landtag beschlossen wurde, nahm man 1990 mit Dr. Dr. Hannes Rettich als Gründungsprofessor den Betrieb auf. Der strukturelle und inhaltliche Aufbau wurde von dem ehemaligen Ludwigsburger Kulturamtsleiter, Professor Dr. Werner Heinrichs, organisiert, wobei "durch die Konzentration auf die 'öffentliche Kulturarbeit' die Kulturpolitik und die öffentliche Kulturförderung lange Zeit im Vordergrund standen."⁽²⁾ Ziel des Studienangebotes war es, Akademikern mit einem geisteswissenschaftlichen Studium "Verwaltungslehre zu vermitteln und andererseits Absolventen der Verwaltungsfachhochschule mit Themen von Kunst und Kultur vertraut zu machen." Dabei konnte man auf keine deutschsprachigen Vorbilder zurückgreifen, da die damals bestehenden Studiengänge in Hamburg und Hagen selber noch in den Kinderschuhen steckten. "Das wesentlich ältere Studienangebot in Wien führte stets ein gewisses Eigenleben; die Kontakte zwischen den österreichischen Kollegen und den drei deutschen Anbietern waren sehr gering." so Werner Heinrichs. Die Strukturierung von Seiten der Kulturpolitik gab ein Aufbaustudium mit dem Abschluss eines Magister Artium vor, bei dem die inhaltlich notwendige Kombination von Kulturmanagement und Kulturwissenschaften als zwei Hauptfächer gesichert wurde. Zuvor wurde das Kontaktstudium gestartet, bei dem sich Berufspraktiker in Kompaktseminaren kulturwissenschaftliche Grundlagen sowie aktuelle Methoden des



... Das Institut für Kulturmanagement Ludwigsburg

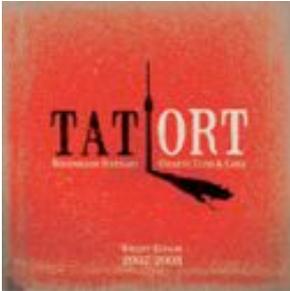
Kulturmanagements aneignen können. Seit 2000 kann an dem Institut ebenso ein Master-Studium als Aufbaustudium begonnen werden. Diese Fortbildungsmöglichkeit Kulturmanagement mit diesen drei Varianten bietet derzeit einzig Ludwigsburg an.

Die politischen Vorgaben, für den öffentlichen Kulturbetrieb auszubilden, mussten jedoch bald durch eine vertiefte Ausbildung in den Bereichen Betriebswirtschaftslehre und Marketing ergänzt werden. Armin Klein, derzeit einer von zwei Professoren des Studiengangs, weist zudem auf die zusätzlich nötige Ausrichtung auf den kommerziellen und Dritten Sektor hin. „Auch der technologische Wandel (Neue Medien, Internet, Web 2.0) und die Prozesse der Europäisierung/Globalisierung spielen eine immer größere Rolle, und wir müssen mit entsprechenden Angeboten hierauf reagieren (Internationales/Europäisches Kulturmanagement im Vergleich, Netzwerkbildung etc.).“

Die Zahl der Anbieter für die Ausbildung im Kulturmanagement ist sowohl an Hochschulen wie auch von privaten Instituten enorm gestiegen. Der Wettbewerb hat sich spürbar verstärkt. Die Angebote weisen facettenreiche Studieninhalte mit der Suche nach einem eigenen Profil auf. Armin Klein ist der Überzeugung: „Überleben und Durchsetzen werden sich langfristig diejenigen mit der besten Reputation.“ Dieses Umstands ist man sich in Ludwigsburg bewusst, dennoch müsste man sich hierüber erstmal keine Sorgen machen: Kein anderer Studiengang in Deutschland kann eine so rege Forschungs- und Publikationsliste vorweisen. Nahezu jedes Standardwerk für Kulturmanagement - das von einer Hochschule bzw. einem Hochschullehrenden herausgegeben bzw. geschrieben wurde, stammt von einem aktuellen oder ehemaligen Lehrenden des Ludwigsburger Instituts. Begonnen mit dem Deutschen Jahrbuch für Kulturmanagement, dem Handbuch für Kulturmanagement von A-Z (Hg. Armin Klein und Werner Heinrichs) bis hin zu den neueren Publikationen wie dem Kompendium für Kulturmanagement (Hg. Armin Klein), Der Kulturbetrieb (Werner Heinrichs) oder Arbeiten von u.a. Thomas Knubben, Petra Schneidewind, Ekkehard Jürgens.

Auf Grundlage eines kulturpolitischen Konzepts gestartet, hat es das Institut für Kulturmanagement erreicht, mit seinen renommierten Mitarbeiter, der nachhaltigen und zukunftsorientierten Forschung, deren Veröffentlichung, sowie mit flexiblen, an den Bedürfnissen des Kulturbetriebs orientierten Lehrinhalten dauerhaft einen der vorderen Spitzenplätze unter den Anbietern einzunehmen.¶

(1)Die fortschreitende Entwicklung des Bedarfs an professionellen Kulturschaffenden ist besonders eindrücklich an dem Studienangebot der Hochschulen zu beobachten: So kann man an deutschen Universitäten zwischen einer Vielzahl an Studienfächern mit verschiedensten Kultur-Schwerpunkten wählen, mitunter sehr illustre Bezeichnungen wie Kulturarbeit, Kulturwirt, Kulturgestaltung, Kulturinformatik, Kulturjournalismus, Kulturtourismus, Kulturgeographie, Cultural Engineering - hinzukommen Fächerkombinationen mit Medien-, Geistes- und Sozialwissenschaften. (2) Die ausführlichen Antworten von Werner Heinrichs können Sie dem Interview in diesem Magazin entnehmen.



AUTOREN

Walter Rogg, Bettina Klett (Hrsg.)

VERLAG

Wirtschaftsförderung Region Stuttgart GmbH

Tatort MedienRegion Stuttgart

Creative Clues & Cases

Unter dem Motto „TatOrt MedienRegion Stuttgart – Creative Clues and Cases“ liefern die Medien- und Kreativschaffenden der Region Stuttgart unwiederbringliche Beweise für ihren Tatendrang.

Der elfte Kreativ-Katalog der Wirtschaftsförderung Region Stuttgart GmbH (WRS) ist Branchenbuch der Kreativwirtschaft, Nachschlagewerk und Marketinginstrument für die MedienRegion Stuttgart. Er präsentiert über 100 Unternehmen mit ihren herausragenden Projekten. „Die MedienRegion Stuttgart ist ein Ort, an dem hervorragende Ideen überzeugend in die Tat umgesetzt werden. Die Anzahl der Arbeitsplätze in der Film- und Musikwirtschaft, bei Verlagen, in Design- und Architekturbüros und bei Werbe- und PR-Agenturen steigt stetig. Auch in den nächsten Jahren bleibt die Kreativwirtschaft eine der wichtigsten Wachstumsbranchen“, unterstreicht Walter Rogg, Geschäftsführer der WRS. Der Kreativ-Katalog nimmt Unternehmer, Auftraggeber, potenzielle Mitarbeiter, Kooperationspartner, Journalisten und Politiker mit auf eine Spurensuche in sechs Landkreise und 179 Kommunen. Bettina Klett, Leiterin Geschäftsbereich Kreativwirtschaft bei der WRS: „Der Kreativ-Katalog hat sich immer wieder bewährt und trifft seit Jahren auf interessierte und begeisterte Leser. Er ist neben Websites, Newsletter und Messen ein wichtiges Marketinginstrument für die MedienRegion Stuttgart.“ Das quadratische, über 250 Seiten starke Buch illustriert im redaktionellen Teil die Region Stuttgart und ihre kreativen Brennpunkte. Im Kalender sind die wichtigsten Medien- und Kulturereignisse bis Juni 2008 verzeichnet. Mit dabei ist dieses Jahr wieder eine Liste mit Angaben zu den 438 Meinungsmachern im Netzwerk MedienInitiative Region Stuttgart. Neu sind Klebeblock und Bleistift. „Damit sind die Leser optimal ausgerüstet, um in der Ermittlungsakte Kreativ-Katalog zu stöbern und die Fahndung aufzunehmen“, kommentiert die gestaltende Agentur Kunstwerk.

Der Kreativ-Katalog der MedienRegion Stuttgart hat beim Wettbewerb „Gute Gestaltung 08“ die Jury überzeugt und vom Deutschen Designer Club einen Award in der Kategorie Print erhalten. Für Dr. Walter Rogg bestätigt die Auszeichnung die Qualität der kreativen Leistungen am Standort. ¶

DETAILS UND BESTELLEN

medien.region-stuttgart.de

Kontakt: bettina.klett@region-stuttgart.de



Beruf & Karriere

Filmakademie Baden-Württemberg bietet einzigartige Masterclass für Filmschaffende

Seit ihrer Gründung 1991 hat sich die Filmakademie Baden-Württemberg in die Liga weltweit renommierter Filmhochschulen gespielt. Dazu hat nicht zuletzt das projektorientierte Lehrkonzept „learning by doing“ beigetragen. Betreut werden die Studierenden von über 300 hochkarätigen Fachleuten aus der Film- und Medienbranche. In Teams von Studierenden der verschiedenen Studiengänge entstehen jährlich über 250 Filme aller Genres, die auf Filmfestivals regelmäßig Preise gewinnen.

Die internationale Ausrichtung der Filmakademie wird stark vorangetrieben. Dabei kommt den Austauschprogrammen mit Partnerschulen in Kanada, Polen und Kuba ebenso große Bedeutung zu wie der **Masterclass Ludwigsburg/Paris**.

Die Masterclass ist ein einjähriges Weiterbildungsprogramm für Produktion, Stoffentwicklung, Finanzierung und Verleih für den europäischen Filmmarkt, das gemeinsam von der *Filmakademie Baden-Württemberg* und der *Filmhochschule La fémis* in Paris organisiert wird.

Der Kurs richtet sich an Absolvent/innen von Filmhochschulen oder Universitäten sowie an junge Mitarbeiter/innen der Filmindustrie, deren Ziel es ist, in internationalen Produktionen, im Verleih, in Redaktionen oder europäischen Filminstitutionen zu arbeiten.

Es werden maximal 18 Teilnehmer/innen ausgewählt. Bewerber/innen sollen nicht älter als 30 Jahre sein.

Das Programm beginnt im Oktober und endet im August des folgenden Jahres. Es besteht aus Workshops, Seminaren, Fallstudien und Projektarbeit. Die Seminare und Workshops werden von Referenten aus der Praxis geleitet. Die Kurse finden in Ludwigsburg, Paris und Berlin statt. Außerdem

besuchen die Teilnehmer/innen die Filmfestivals von Angers, Berlin und Cannes. Im Anschluss an das Kursprogramm produzieren sie im Juni/Juli/August in Zweiertteams je einen Kurzfilm in Kooperation mit ARTE.

Die Masterclass steht unter der Leitung von Dr. Peter Sehr, Prof. Jan Schütte auf der deutschen sowie Marc Nicolas und Christine Ghazarian auf der französischen Seite. Koordinatorin ist Julie Halten. Die Kursgebühr beträgt 1.200 Euro. ¶

WEITERE INFORMATIONEN

www.cinemasterclass.org

www.filmakademie.de

- Anzeige -

KULTURMANAGEMENT STELLENMARKT

- umfangreichste Auswahl an Stellenanzeigen in allen Sparten
- autorisierte, d.h. von den Firmen bestätigte Ausschreibungen
- laufende Aktualisierung (mindestens 3x wöchentlich)
- Zeitvorteil bei der Stellensuche gegenüber anderen Medien, Zeitersparnis durch komfortable und umfassende Suchfunktion
- kostenlose Veröffentlichung von Stellen- und Praktikumsanzeigen für Anbieter
- Trennung von Stellen und Praktika (Praktikumsbörse kostenfrei!)
- Stellenanzeigen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz

Jetzt abonnieren:

stellenmarkt.kulturmanagement.net



Seitensprünge

Linksammlung zum Thema *Region Stuttgart*

Region Stuttgart

- Offizielle Seite der Stadt Stuttgart
www.stuttgart.de
- Stuttgart Marketing GmbH
www.stuttgart-tourist.de
- Stuttgart Information
www.stgt.com
- Stadt Ludwigsburg
www.ludwigsburg.de

Musik

- Musikhochschule Stuttgart
www.mh-stuttgart.de
- RSO afterWork - Klassik ohne Frack
www.swr.de/rso
- Kultur in der Vesperkirche
www.versperkirche.de
- 5. Stuttgarter Musikfest für Kinder & Jugendliche
www.stuttgarter-musikfest.de
- ECLAT - Festival für Neue Musik Stuttgart
www.eclat.org
- Musikpodium Stuttgart
www.musikpodium.com

Theater (Auswahl)

- Staatstheater Stuttgart
www.staatstheater.stuttgart.de
- Theaterhaus
www.theaterhaus.com
- Forum Theater Stuttgart
www.forum-theater.de
- Studio Theater Stuttgart
www.studiotheater.de

Museen (Auswahl)

- Staatsgalerie Stuttgart
www.staatsgalerie.de
- Landesmuseum Baden-Württemberg
www.landmuseum-stuttgart.de
- Staatliches Museum für Völkerkunde
www.lindenmuseum.de
- Schloss Solitude
www.schloss-solitude.de
- weitere Museen in Stuttgart, Umgebung und Baden-Württemberg
www.netmuseum.de

Film

- Filmakademie Ludwigsburg
www.filmakademie.de
- Internationales Trickfilm Festival Stuttgart
www.qb-ware.eu/352

Kunst

- Sonnendeck - Stuttgarter Kunstnotizen
www.sonnendeck-stuttgart.de



FRANZ-JOSEF
RADERMACHER

Seit 1987/2005 Leiter des
Forschungsinstituts für
anwendungsorientierte
Wissensverarbeitung (FAW)
in Ulm (seit 2005 FAW/n).
Gleichzeitig C4-Professor
für „Datenbanken und
Künstliche Intelligenz“ an
der Universität Ulm.
Jahrgang 1950, promovierter
Mathematiker und Wirt-
schaftswissenschaftler,
1983-1987 Professor für
Angewandte Informatik an
der Universität Passau.
U.a. 2002 Mitglied im Club
of Rome, 2007 Preisträger
des „Vision Award 2007“ des
Global Economic Network.

Wie definiert sich eine ,Welt in Balance‘?

Prof. Dr. Dr. Franz Josef Radermacher im Gespräch mit KM

Der Vorstandsvorsitzender des Forschungsinstitut für anwendungsorientierte Wissensverarbeitung in Ulm sprach Ende November 2007 auf dem Gründungssymposium des World Culture Forum in Dresden zum Thema: „Wie definiert sich eine ‚Welt in Balance‘ – vom Umgang mit der Schicksalsfrage“. Das WCF ist eine Initiative des Forum Tiberius in Dresden. Die Gründer gehen von der Idee aus, eine Antwort auf den Weltwirtschaftsgipfel in Davos zu geben. Das nächste WC-Forum findet im Februar 2009 statt. Der angestrebte Weltkulturgipfel ist für 2010 geplant.

Beitrag von Uta Petersen, Korrespondentin, Hamburg
Email: up@kulturmanagement.net

KM: Herr Prof. Radermacher, das World Culture Forum hat sich vorgenommen, Impulse zu einer Neuordnung der Proportionen menschlichen Denkens und Handelns zu geben. Ist aus Ihrer Sicht eine Neuordnung überhaupt notwendig oder müssen wir nicht eher die alten Werte wieder stärken?

FJR: Wir brauchen dringend Impulse zu einer Neuordnung der Proportionen menschlichen Denkens und Handelns, denn wir befinden uns weltweit in einer neuen und singulären Lage. Wir müssen erstmalig den Globus als Ganzes in den Blick nehmen, stehen vor einer Klimakatastrophe und vor enormen Problemen im Energiebereich, im Ernährungsbereich und bezüglich des Wassers. Wir tun dies unter Bedingungen einer sehr asymmetrischen Machtverteilung zwischen Arm und Reich, zwischen entwickelter und nicht-entwickelter Welt. Die Konflikte sind überlagert durch kulturelle, insbesondere auch religiöse Fragen. Hier einfach auf alte Werte zurückzugreifen zu wollen, würde sofort die Frage aufwerfen, um welche alten Werte es sich handelt. Wir brauchen nicht einfach einen Rückgriff auf alte Werte, wir brauchen eine ganzheitliche Sicht auf die bestehenden, ganz neuartigen Probleme und in dieser ganzheitlichen Sicht besitzt die kulturelle Sphäre - sehr allgemein gedacht - eine wichtige Rolle.

KM: Die Wirtschaft nimmt, so klang es in Dresden, für sich in Anspruch, stärkster Teilbereich der Kultur zu sein und in immer stärkerem Maße Sinnstiftungs- und Definitionsmacht gewonnen zu haben. Herr Prof. Radermacher, Sie sagen ebenfalls ganz richtig, Wirtschaft ist Teil der Kultur und Kultur steht nicht der Wirtschaft gegenüber.

Nun entzieht ja die Wirtschaft an vielen Stellen durch unkluge Personalpolitik und fehlgeleitete Profitinteressen den Menschen die wirtschaftliche Mög-



... Franz-Josef Radermacher

lichkeit, Kultur, sprich Kultur- und Bildungsangebote wahrzunehmen oder gar weiter zu entwickeln. Auf der anderen Seite unterstützt die Wirtschaft Kultur durch Sponsoring. Wo liegt die Verantwortung der Wirtschaft im Hinblick auf eine Neuordnung menschlichen Denkens und Handelns?

FJR: Die Wirtschaft ist ohne Zweifel ein wichtiger Bereich menschlichen Tuns, aber sie ist doch letztlich nur ein Teilbereich. Für die Menschen ist das, was man die menschliche Seite des Lebens nennt, das Miteinander, die Liebe, die Familie, die Beziehungen zu anderen, letztlich wichtiger als die Ökonomie. Für die Regelung der prinzipiellen Fragen des Miteinanders sind außerdem die Machtstrukturen im politisch-gesellschaftlichen Bereich, bis hin zu Militäreinsätzen und zur Gewaltanwendung, ebenfalls sehr wichtig. Den Menschen geht es erst um Sicherheit und dann um Prosperität. Insofern ist es falsch, der Ökonomie eine zu dominante Rolle zuzuweisen, auch kann die Ökonomie, die im Wesentlichen ein leistungsfähiger Mechanismus der Steigerung der Effizienz im Umgang mit knappen Ressourcen ist, nicht für alle Lebensbereiche die entscheidenden Hinweise geben.

KM: Was ist also aus Ihrer Sicht für die Sicherstellung einer gedeihlichen Zukunft für alle Menschen notwendig?

FJR: Es ist notwendig, von einem allgemeinen Begriff der Kultur in Wechselwirkung mit Natur herkommend der Ökonomie die richtigen Grenzen zu setzen, um ihr dann innerhalb der Grenzen die ihr zustehende Rolle zu ermöglichen. Es kommt ein weiteres hinzu: Unter aktuellen weltweiten Rahmenbedingungen ist die Wirtschaft heute häufig für die Menschen in der entwickelten Welt ein „Stressprogramm“, eine die andern Dimensionen des Lebens „bedrohende“ Größe. Dies z. B. in der Folge der Verlagerung von Arbeitsplätzen und dadurch induzierte Arbeitslosigkeit bzw., auf der anderen Seite, aufgrund der Einforderung eines bedingungslosen Einsatzes im Rahmen attraktiver Aufgaben.

KM: Können Belastungen dieser Art können durch Sponsoring der Wirtschaft im kulturellen Sektor wettgemacht werden?

FJR: Nein. Die Hauptverantwortung der Wirtschaft betrifft stattdessen die Mitwirkung bei der Formulierung und Durchsetzung adäquater Rahmenbedingungen der ökonomischen Prozesse in Wechselwirkung mit der Politik. Das befördert indirekt am besten auch die Einbindung der Menschen und die Förderung der Bildungschancen.

KM: Zu den bemerkenswerten Zielen des WCF gehört es, Lösungen zu finden, die die gesamte Breite und Schönheit und Kraft aller Bereiche von Kultur in ein angemessenes und attraktives Verhältnis von Wechselbeziehungen setzen und die kulturelle Vielfalt ins öffentliche Bewusstsein einzuschreiben. Herr Prof. Radermacher, Sie beziehen sich in Ihrem Dresdener Statement auf die Formel „Die Grenzen des Wachstums, die vor 39 Jahren vom Club of Rom“ manifestiert wurde: „Wir sind zu viele (Menschen), die zu viel wollen, für das



... Franz-Josef Radermacher

was wir können und was der Globus aushält. Noch einmal die Frage: Müssen wir nach Vorne gehen oder wieder zurück? Was soll in das Bewusstsein der Menschen eingeschrieben werden? Und: In das Bewusstsein welcher Menschen?

FJR: Wir können nicht zurückgehen. Ist die *Büchse der Pandora* erst einmal geöffnet, gilt es, auf dem jeweils neuen Niveau zu operieren. Der *Club of Rome* hat mit „Grenzen des Wachstums“ vor 39 Jahren ein wichtiges Signal gesetzt. Heute müssen wir die Grenzen des Wachstums in den richtigen Bezug setzen zu technischem Fortschritt einerseits und Fortschritten in Global Governance andererseits. Global Governance ist heute das zentrale Thema und Global Governance korrespondiert zu einem geeigneten, sehr allgemeinen Kulturbegriff zur Orientierung des Lebens und des Tuns der Menschen in allen Dimensionen unserer Existenz. Dieser Kulturbegriff muss individuelle Entfaltung ermöglichen, aber ebenso vernünftige Grenzen kollektiven Tuns zum Vorteil von uns allen durchsetzen. Dahin zu kommen verlangt letztlich eine neue Aufklärung. Dies ist eine weitere Herausforderung an unsere Kultur, zugleich eine Herausforderung an die Menschen. Es geht um ein Verstehen der Verhältnisse und der Möglichkeiten unter Bedingungen der Globalisierung und der immer deutlich werdenden Ressourcenknappheit.

KM: Sie sind froh über die Initiative des WCF, weil es vor allem einen sehr allgemeinen Kulturbegriff vernünftig mit der ökonomischen Sphäre koppelt. Dazu sagen Sie, dass notwendige Mäßigung (wie sie in China und Indien durchaus auch angelegt sei) richtig verstanden gar keine Mäßigung ist, weil sie uns eine Menge Schwachsinn nimmt, unter dem heute viele leiden und uns dagegen geistig-spirituell und menschlich vieles gibt, was wir heute sehr vermissen. Herr Prof. Radermacher, würden Sie eine kurze Beschreibung einer besseren Welt wagen, wie sie mit einer vernünftigen ökologischen und ökonomischen Begrenzung für uns Westeuropäer aussehen könnte?

FJR: Die moderne westliche Ökonomie, die teilweise verbunden ist mit einem übertriebenen Materialismus und Individualismus hat Bumerang-Effekte hervorgebracht. In der Folge erweist sich vieles, was zunächst als Vorteil erscheint, auf Dauer als Nachteil. Das ist nicht immer so, aber sehr häufig so. Das muss geändert werden. Eine zukünftige Welt muss die Knappheit der Ressourcen ehrlich über Preisanpassungen in das weltökonomische System integrieren und gleichzeitig über Fördermaßnahmen und Sozialtransfers die Armut überwinden und allen Menschen die Entfaltung ihrer Potenziale ermöglichen. Gelingt das, ist eine viel bessere Welt möglich, als wir sie heute kennen. Diese Welt wird reicher sein in dem Sinne, dass sich die Potenziale von mehr Menschen entfalten. Sie kann in Frieden mit der Umwelt leben, wenn über das Setzen von Grenzen und der Inkorporierung von ehrlichen Preisen in die Weltökonomie die Knappheit von Gütern und erträglichen Umweltbelastungen adäquat in das ökonomische System inkorporiert werden.



... Franz-Josef Radermacher

Das, was dann ökonomisch einen Wert hat, ist stärker dematerialisiert als heute, ist mehr auf Zeit-für-einander und auf höhere ästhetische Wertigkeit hin ausgerichtet. Es resultiert daraus eine stärker geistig-spirituelle und in dieser Hinsicht reichere Welt, als die heutige. Aus der Sicht der heute führenden Teile der Welt hat das allerdings politisch einen Nachteil. Die anderen holen auf, so wie Spanien heute in der EU. Wir sind dann alle weltweit in einer stärker vergleichbaren Situation. Niemand kann mehr, ökonomisch betrachtet, den anderen als „Sklaven“ nutzen. Mit dem richtigen kulturell-ethischen Verständnis würde man das auch nicht wollen, so wenig wie wir heute Verhältnisse dieser Art in Europa wollen. Aber eine solche Sicht der Dinge ist weltweit noch nicht Gemeingut.

KM: Sie sprechen u. a. auch von einem globalen Kollaps, sollte die materielle Kultur des Westens voll globalisiert werden; Das Ökosystem kollabiert, Demokratien werden ausgehebelt und dann sei es vorbei mit dem was wir heute als vernünftige Verhältnisse ansehen. Dagegen stellen Sie die Vorstellung, dass wir z.B. mit der Globalisierung der Ökosozialen Marktwirtschaft einen Zustand der Balance auf dem Globus herbeiführen müssen/können. Kann und sollte es überhaupt eine kulturelle Balance geben?

FJR: Ich halte einen globalen Kollaps ebenso für eine Möglichkeit wie eine Neofeudalisierung/ Brasilianisierung des Globus. Letzteres wäre wieder eine klare Klassengesellschaft, jetzt global verwirklicht. All das kann man nicht wollen, nicht wenn man die Menschenrechte hoch hält, nicht wenn man Demokratie und Freiheit für alle als Ziel sieht. Also brauchen wir Balance. Balance ist hier verstanden als eine Balance der Menschen mit der Umwelt, ebenso eine Balance unter den Menschen im Sinne des sozialen Ausgleichs, sowie schließlich eine Balance zwischen den großen Kultursystemen.

Balance bedeutet in diesem Kontext, dass alle großen Kultursysteme eine faire Chance des Miteinanders und der Weiterentwicklung auf „gleicher Augenhöhe“ haben. Bestimmte reiche Kulturen haben dann nicht mehr wie heute die Macht, die Interessen anderer zu negieren. Eine kulturelle Balance in diesem Sinne kann es geben. Es muss sie aber auch geben, wenn wir als Menschheit friedensfähig und nachhaltig ausgerichtet sein wollen.

KM: Sie zitieren in Ihrem bejubelten Statement den belgisch-schweizerischen Philosophen Jacques Neiryneck (geb. 1931), Autor des Buches „Der göttliche Ingenieur“ und Entdecker des Bumerang Effektes. Demnach siegen wir Menschen uns durch ständige Weiterentwicklung von Problemlösungen und neuen Errungenschaften zu Tode. Wie könnte ein Weltkulturgipfel diesem fragwürdigen Siegen entgegenwirken?

FJR: Mir sind in diesem Kontext die Überlegungen von Jacques Neiryneck zum Thema des Bumerang-Effektes besonders wichtig. Technischer Fortschritt ergibt neue Optionen, löst aber nicht unbedingt die Probleme der Menschheit, nämlich dann nicht, wenn er nicht mit der Durchsetzung von Grenzen ver-



... Franz-Josef Radermacher

bunden wird. Der technische Fortschritt optimiert pro Einheit. Wenn aber die Anzahl der Einheiten zu schnell wächst, wird die Umwelt- und Ressourcenbelastung mit immer besserer Technik in der Summe schlechter statt besser. An dem Setzen von Grenzen führt im Letzten kein Weg vorbei. Wo die Natur die Grenzen nicht setzt, müssen wir sie uns selber setzen, und wenn das nicht gelingt, werden wir mit Kollaps oder Brasilianisierung für unser Unvermögen zahlen. Also geht es letztlich um das Setzen von Grenzen. Kultur im allgemeinen Sinne hatte schon immer genau diese Funktion – das Setzen von Grenzen. Beispielsweise durch das Durchsetzen eines arbeitsfreien Sonntags. Wir brauchen den geeigneten Kulturbegriff, um die Dinge des Lebens von der Kultur herkommend adäquat und zukunftsfähig zu organisieren. Hier spielt der Bezug zur Ethik eine wichtige Rolle. Setzen wir, von einem geeigneten Kulturbegriff herkommend, mit der richtigen Governance, Grenzen durch und ermöglichen wir, stärker von der Kultur herkommend, ein ausreichendes Maß an Innovation, dann ist eine Zukunft in Balance denkbar.

KM: Sie haben in Ihrem Statement deutlich gemacht, dass Kultur der Oberbegriff ist für alles, was der Mensch macht. Also nicht nur bevorzugte Bereiche wie Hochkultur, Sport, Religion usw. sondern alles. Dazu gehören dann aber auch negative Dinge. Wie, glauben Sie, sollte/müsste der geplante Weltkulturgipfel 2010 in Dresden strukturiert sein, ohne einen Bereich auszuschließen?

FJR: Der Weltkulturgipfel in 2010 muss weltweit organisiert sein. Er muss Vertreter der verschiedenen großen Kulturbereiche der Welt zusammen bringen. Jeder dieser Kulturbereiche stellt letztlich eine Antwort auf die Herausforderungen an Menschen in Großsystemen in ihrer Gesamtheit dar, und das umschließt mindestens die kulturell-ökologische und die sozial-wirtschaftliche Sphäre. Damit werden implizit auch die wissenschaftliche Sphäre, die Religionen und natürlich die Kunst im engeren Sinne adressiert.

Man sollte also versuchen, auf diesem Gipfel von diesen verschiedenen Sichten herkommend die gemeinsamen Kernforderungen aller Weltkulturen an ein universell akzeptables Minimum an kulturellen Standards durchzusetzen. Gleichzeitig sollte man überlegen, wie diese gemeinsame Basis an kultureller Sicht in zukunftsfähige Regelungen der unterschiedlichsten gesellschaftlichen Lebensbereiche, darunter ganz besonders auch der Ökonomie, der Politik, der Sphäre der Reproduktion und der Sphäre der Macht übersetzt werden können. Es geht um das große Bild. Der Name „Weltkulturgipfel“ kann in seinem Anspruch nur eingelöst werden, wenn die entsprechenden Kategorien des Denkens zu diesem Thema, die es rund um den Globus gibt, in wesentlichen Teilen auf dem Gipfel vertreten sind.

KM: Herr Prof. Radermacher, ich bedanke mich für Ihre Antworten. ¶



... Franz-Josef Radermacher

Forschungsinstitut für anwendungsorientierte Wissensverarbeitung/n
(FAW/n)

Rechtsfähige gemeinnützige Stiftung bürgerlichen Rechts mit den folgenden Stiftern: AL-KO Kober AG, Deutscher Sparkassen Verlag, Müller Weingarten AG, M+W Zander Holding GmbH, Verband der Sparda-Banken e.V., Stadt Ulm, Stadtparkasse Köln, UNiQUARE Financial Solutions, Zwick-Roell GmbH & Co. KG. Das Institut betreibt Forschung und Entwicklung auf dem Gebiet der anwendungsorientierten Wissensverarbeitung mit Bezug zu Unternehmen und Wirtschaft. Dies geschieht vor dem Hintergrund der Themen Globalisierung, Nachhaltige Entwicklung, Weltbevölkerungsentwicklung, interkultureller Dialog, Umweltschutz, soziale Fragen, Wertschöpfungsmaximierung, Funktion und Struktur von Märkten, Welthandel, Funktion des Staates, Global Governance und dem Weg in die weltweite Informations- und Wissensgesellschaft.

www.faw-neu-ulm.de

Club of Rome Eine Vereinigung von VertreterInnen aus Wissenschaft, Kultur, Wirtschaft und Politik aus allen Regionen unserer Erde

www.clubofrome.de

- Anzeige -

Neuerscheinung

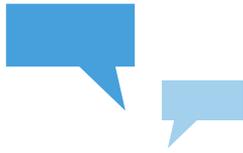


Museen neu denken – Dieser Band will das Bewusstsein dafür schärfen, dass eine ständige Erweiterung und Steigerung der Angebote nicht zwangsläufig zu mehr Besuchern, zur Erschließung neuer Publikumssegmente und zur Stärkung des "Standings" der Museen bei Trägern und Öffentlichkeit führt. Vielmehr erscheint es heute notwendig, intensiv den kulturellen Auftrag eines Museums und seine "raison d'être" in der Gesellschaft zu reflektieren, um langfristig erfolgreich sein zu können.

Das Buch stellt Museen in Deutschland, Großbritannien, den Niederlanden und der Schweiz vor, die ihre Arbeit zielgruppenbewusst an den Themen kulturelle Kompetenz und Bildung, informelles, ganzheitliches lebensbegleitendes Lernen, Erwachsenenbildung und "lernbasierte Erlebniswelten" ausgerichtet haben.

282 S., kart., Januar 2008, 26,80 €, ISBN: 978-3-89942-802-5

Details und Bestellung: www.transcript-verlag.de/ts802/ts802.htm

**AUTOREN**

Laura J Gerlach

VERLAGtranscript
Bielefeld 2007**ISBN**

3899427696

Der SchirnerfolgDie „Schirn Kunsthalle Frankfurt“ als Modell innovativen Kunstmarketings
Konzepte - Strategien - WirkungenRezension von Veronika Schuster, Email: redaktion@kulturmanagement.net

Deutsche Museen sehen sich zu Recht seit einigen Jahren mit der massiven Forderung konfrontiert, ihren Hauptaufgaben Sammeln, Forschen, Bewahren und Vermitteln ein professionelles Management mit all seinen komplexen Prozessen zu Grunde zu legen. Darunter ist Marketing für, von und in Museen nicht erst seit gestern ein viel diskutiertes Thema in der deutschen Museumslandschaft. Dem Marketing und auch der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit kommen eminent wichtige Rollen zu, da sie ein inhaltlich unveränderliches Produkt an eine Vielzahl von unterschiedlichen Interessengruppen vermitteln und in seiner Attraktivität für diese steigern soll - oft ein Tanz auf dem heißen Vulkan. Seit der sehr erfolgreichen MoMA-Marketingstrategie, die immer wieder gerne - ob sinnvoll oder nicht - als Vorbild herangezogen wird, ist der Druck auf die Museen enorm gestiegen. Das hierfür meist ungenügend ausgebildete Museumspersonal musste sich, häufig ohne oder nur mit einem unwesentlich höheren Budget oder Personalaufkommen ausgestattet, auf diesen öffentlichen und kulturpolitischen Anspruch einstellen.

Nun wurde bei *transcript* das Buch *Der Schirnerfolg* von Laura J Gerlach veröffentlicht. Man freut sich beim Lesen des Titels unweigerlich darüber, endlich einen Beitrag über eine Kunstinstitution zu erhalten, die mit jahrelanger, konsequenter Arbeit wieder einen internationalen Ruf erlangt hat: Fakt ist, die *Schirn* zählt im Augenblick zu den erfolgreichsten Kunsthallen in Deutschland - sie konnte allein im Jahr 2006 über 320.000 Besucher in ihre Ausstellungen locken und damit die Zahl gegenüber dem Jahr 2001 mehr als verdoppeln. Fakt ist, sie wagt sich an unkonventionelle Themen heran. Fakt ist auch, dass Max Hollein als Direktor beispielhaft Sponsoren an seine Arbeit gebunden und die Kulturpolitik der Stadt Frankfurt von seiner Kompetenz als Museumsdirektor überzeugt hat. Fakt ist leider auch, dass Laura J Gerlach es nicht schafft, das von ihr als modellhaft postulierte Marketing hinter dem Schirnerfolg überzeugend darzulegen.

Jedoch von Beginn: Laura J Gerlach startet mit einem Profil der *Schirn Kunsthalle*, von seinen Anfängen unter Hilmar Hoffmann, seinem Höhepunkt unter der Leitung des erfahrenen Kuratoren Christoph Vitali und seinen ersten tiefgreifenden Schwierigkeiten während der Direktion von Hellmut Seemann. Der Schilderung der organisatorischen und finanziellen Struktur (50% öffentliche, 50% zu erwirtschaftende Mittel inkl. Sponsoring usw.) folgt die Darlegung des künstlerischen Konzepts und der Strategien. Bis dahin ist für den Leser nichts Neues oder Einmaliges zu entdecken. In den nächsten 100 Seiten beschäftigt sich die Autorin mit dem Begriff Marketing im Kunstbetrieb und dem Versuch einer Darstellung des Schirnmarketings im Besonderen. Gerlach exerziert das Marketing mit all seinen Aspekten am Beispiel der



... Der Schirnerfolg

Schirn, verwendet hierbei die Resultate aus ihrer Analyse der Produkte, der Konkurrenz und der Zielgruppen. Sie erstellt ein genaues Profil der Corporate Identity. Besonderen Wert legt die Autorin dabei auf das Corporate Design, dessen Bedeutung nicht nur für die Herstellung aller Werbeträger von ihr in steter Wiederholung aufgezeigt wird, sondern auch für die architektonische Ausstattung z.B. des Foyers der Kunsthalle. Sie vergisst nicht, die Marketinginstrumente und deren Anwendung in der *Schirn* zu beschreiben. Dabei werden richtigerweise die Pressearbeit, der Besucherservice und die museumspädagogischen Angebote als essentielle Bestandteile verstanden. Bei der Beurteilung des von der *Schirn* angebotenen, vielseitigen Rahmenprogramms wagt sich die Autorin allerdings sehr weit vor, wenn sie den Mangel an vergleichbaren Beispielen in der Museums- und Kunsthallenlandschaft beklagt (S. 119). Denn wenn sie schon von einem internationalen Standing der *Schirn* schreibt, sollte sie die unzähligen Vergleichsmöglichkeiten mit z.B. anglo-amerikanischen Institutionen nicht scheuen! Das letzte Viertel des Buches widmet sich der Messbarkeit des Erfolgsfaktors „Resonanz in der Öffentlichkeit“ (Publikum und Medien) und der „Definition des Schirnerfolgs“ (u. a. Die Marke Hollein). Sie stellt dabei die nötigen Instrumente eines Marketingcontrollings wie z. B. Besucherbefragung und Sponsorenverhalten vor. Die Person des Direktors, sein Charakter, sein Wissen und ganz besonders seine Kontakte, nimmt gerade im öffentlichen Auftreten des Kulturbetriebs eine immer wichtigere Rolle ein. Das hat Gerlach richtig erkannt, dennoch die Konsequenzen daraus für die Arbeit der *Schirn* nur marginal thematisiert. Es muss betont werden, dass die Autorin den professionellen Marketingprozess ausführlich und richtig in seiner Bedeutung für die heutige Museumsarbeit darlegt. Nur ist das alles nicht neu und in unzähliger Literatur von wissenschaftlicher sowie von berufspraktischer Seite bereits beschrieben worden. Ein besonderes Verdienst der *Schirn Kunsthalle* und seines Direktors Max Hollein, nach dem immerhin schon eine Ära benannt ist, wird bei der lehrbuchhaften Darstellung nicht erkennbar. Das, was den Schirnerfolg im Marketing zwischen den Zeilen gelesen ausmacht, nämlich das facettenreiche Konzept, die kluge Kombination der Marketingmittel, die konsequente Einhaltung der aufgestellten Regeln, verbunden mit einer flexiblen Reaktionsfähigkeit auf Veränderungen und vor allem die unerschrockene Wahl der Ausstellungsthemen, hätten der eigentliche Ansatz dieses Buches werden können. Durch das Einpressen des Schirnmarketings in herkömmliche Muster fehlt dieser Arbeit sowohl die Zuspitzung auf den im Titel versprochenen Erfolg, als auch die eindeutige Herausarbeitung der Alleinstellungsmerkmale sowie die innovative Vorbildfunktion der Kunsthalle. Das Buch dient mit seiner ausführlichsten Detailbeschreibung sicher demjenigen als Leitfaden, der mit Marketing seine erste Erfahrungen macht. Es bringt aber dem versierten Praktiker keinen Erkenntnisgewinn. ¶

DETAILS UND BESTELLEN

www.kulturmanagement.net



Weltkulturgipfel nimmt erste Etappe

Das Gründungssymposium des World Culture Forum in Dresden

Es ist ein ambitioniertes Ziel, das sich das Forum Tiberius in Dresden vorgenommen hat. Nichts weniger als die kulturelle Antwort auf den Weltwirtschaftsgipfel im schweizerischen Davos will man künftig vom sächsischen Dresden aus geben. Die Qualität und Auswahl der Referenten und die leidenschaftlichen Plädoyers für eine stärkere Verankerung der Kultur in der Gesellschaft lösten aber berechtigte Hoffnungen aus, das dies gelingen kann.

Beitrag von Dirk Heinze, Chefredakteur

Email: redaktion@kulturmanagement.net

Schauplatz der Veranstaltung war hauptsächlich die Gläserne Manufaktur von VW und damit ausgerechnet ein Aushängeschild der Wirtschaft. Und dort sollte nun der entscheidende Impuls für die Etablierung eines Weltkulturgipfels gelegt werden? Zweifel waren berechtigt. Ausgangspunkt der Überlegungen für ein *World Culture Forum* ist unter anderem, mit der Reflexion über die Kultur ein lobbyistisches Instrument zu schaffen: "Unter anderem möchten wir aufzeigen, dass Kunst wirtschaftlich erfolgreich ist und gleichzeitig für den geistigen Zusammenhalt einer Gesellschaft sorgt", sagt Hans-Joachim Frey. Was diesem Anliegen besonderen Nachdruck verlieh, waren die ebenso klugen wie glaubwürdigen Ausführungen von Meinhard Miegel und Josef Rademacher. Während wir Prof. Rademacher direkt in einem Interview in dieser Ausgabe von KM zu Wort kommen lassen, möchten wir an dieser Stelle auf einige Gedanken von Prof. Miegel eingehen. Aus seiner Sicht ist es „eine der größten Schwächen und Gefährdungen unserer Zeit und Zivilisation“, die Kultur im Sinne eines Orientierungsgerüsts oder Gesellschaftsentwurfs aus den Augen verloren zu haben. In der Verengung der Kultur auf die Kunst laufe man Gefahr, die Kunst auf einen beliebigen Bereich im gesellschaftlichen Leben zu reduzieren. „Kultur hingegen verbindet sich mit vielen: mit der Wirtschaft zur Wirtschaftskultur, mit dem Recht zur Rechtskultur, mit der Politik zur politischen Kultur und selbst mit so prosaischen Dingen wie Essen und Trinken zur Esskultur.“ Die Frage erhebt sich dann schnell, wer sich um die Kultur als Ganzes kümmere. Zu wenige, so Miegel. Und dann schlägt er einen Bogen von den Errungenschaften und dem Wohlstand der westlichen Kultur, der hohen Lebenserwartung, um dann folgerichtig den Kausalzusammenhang mit den Zerstörungen der materiellen Grundlagen für die Existenz aufzuzeigen. „Innerhalb von 200 Jahren die fossilen Energievorräte, deren Entstehung 200 Millionen Jahre gedauert hat, zu verbrauchen“, sei alles andere als eine auf Nachhaltigkeit gerichtete Lebensweise. In den derzeitigen Krisensymptomen der westlichen Industriestaaten



ONLINE

wcf-dresden.com

... Gründungssymposium für World Culture Forum

wie dem Bevölkerungsschwund, nachlassenden familiären Bindungen oder übermäßiger Medienkonsum sieht Miegel nicht einzelne Ausreißer, sondern „integrale Bestandteile dieser, unserer Kultur“. Fazit: „Eine Kultur, die ein solches Stadium erreicht hat, bedarf dringend der Erneuerung.“ Insofern nahm Prof. Miegel eine Schlüsselrolle für die Bewertung der Ausgangslage und der Annäherung an einen Gegenentwurf für ein Weltkulturgipfel ein.

Was der Veranstaltung zu einem Drahtseilakt werden ließ, war einerseits die im Hintergrund laufende Produktion einer Luxuslimousine, andererseits der Einbezug von Referenten wie des *Mediamarkt*-Gründers Walter Gunz, der vor dem Hintergrund einer „Geiz ist geil“ oder „Ich bin doch nicht blöd“-Kampagne aus unserer Sicht weniger glaubhaft eine solche Initiative vertreten kann. Wobei das Engagement von VW durchaus eine Anerkennung wert ist. Die „Gläserne Manufaktur selbst repräsentiert den Geist dessen, wofür das *World Culture Forum* eine Diskussionsplattform sein will: Wirtschaft und die Gesetzmäßigkeiten der Ökonomie müssen keinen Gegensatz zu Kultur und dem Menschen selbst darstellen“, sagte Stefan Schulte, Geschäftsführer der *Automobilmanufaktur Dresden GmbH*, der ebenfalls dem Gründerkreis des Weltkulturgipfels angehört. Der Europäische Kongress für ein *World Culture Forum* wird vom 26. Februar bis zum 01. März 2009 in Dresden stattfinden. 

- Anzeige -



das Orchester

Magazin für Musiker und Management

- > 11 x im Jahr
- > in über 40 Ländern
- > größter Stellenmarkt für Musiker weltweit

Abonnieren Sie jetzt!

- > www.dasorchester.de
- > Tel. 061 31 / 246857
- > zeitschriften.leserservice@schott-music.com

Details: www.dasorchester.de



Rückblick

Die städtische Perspektive der Kulturwirtschaft - Tagung in Aachen

Beitrag von Dirk Heinze, Chefredakteur
Email: dh@kulturmanagement.net

Anknüpfend an das Thema eines Workshops vor etwa 2 Jahren in Zürich widmete sich nun eine Tagung unmittelbar der städtischen Perspektive der Kulturwirtschaft. Wobei anzumerken ist, dass gerade die Städte die größten Profiteure dieser Entwicklung sind und man sich eher in ländlichen Regionen Sorgen sollte, was den unaufhaltsam scheinenden Zuzug der kreativen Klasse in urbane Metropolen betrifft. Hier konnte die Tagung am 12. Dezember in Aachen wichtige Erkenntnisse liefern. Man kann beispielsweise inzwischen von einem Bewusstsein der Menschen für die *Euregio Maas-Rhein* sprechen, die neben der Region Aachen die Provinzen Limburg (Niederlande + Belgien), Lüttich sowie die deutschsprachige Gemeinschaft Belgiens umfasst. Bereits vor 20 Jahren begann somit ein technologie- und kulturorientierter Strukturwandel im Herzen der Europäischen Union, wie Aachens Oberbürgermeister Dr. Jürgen Linden unterstrich. So arbeiten viele Orchester und Museen der *Euregio* länderübergreifend. Besondere Aufmerksamkeit erregte jüngst Aachen mit dem ersten Kreativwirtschaftsbericht einer Stadt. Der Anfang ist also gemacht - Ergebnisse und die Frage, ob sich auch das künstlerisch-kreative sowie wissenschaftliche Potenzial dieser Region richtig entfalten kann, wird man nach Meinung von Dr. Linden wohl erst in 10 oder 15 Jahren einschätzen können.

Für den Vorsitzenden der *Euregio Maas-Rhein*, Léon Frissen, ist es vor allem eine Herausforderung, in diesem Prozess zwischen dem Wunsch nach Nonkonformität seitens der Vertreter der Creative Industries und dem Bedarf an Steuerung und damit Regelungen auf politischer Ebene zu vermitteln. Er verwies auf die sehr hohe Lebensqualität der Region, räumte aber auch ein, trotz Wunsch nach

grenzübergreifender Zusammenarbeit noch immer an bürokratische Grenzen zu stoßen. Die Abgeordnete der Provinz Limburg, Odile Wolf, stellte fest, dass auf dem Weg zu einer Kreativwirtschaft ein Mentalitätswandel sowohl in der Wirtschaft als auch in der Kultur einsetzen müsse.

Michael Söndermann knüpfte an den erwähnten Kulturwirtschaftsbericht Aachens an und begrüßte die vom Oberbürgermeister angekündigte Zusammenarbeit mit der Wissenschaft. Noch immer würde zu wenig in die Ideen- und Konzeptentwicklung von Menschen investiert und zu viel in Immobilien. Söndermann brachte Licht ins Dunkel der Definitionen von Kulturwirtschaft, Kreativwirtschaft und kreativer Ökonomie, gab aber zu, die überstarke Differenzierung in den Begrifflichkeiten führe dazu, dass die Antwort auf die richtige Abgrenzung weiter offen bleibt. Die populärwissenschaftlichen Ansätze eines Richard Floridas wären allerdings nicht 1 zu 1 auf die europäische Situation zu übertragen. Die Kreativbranchen betonen in Ergänzung zur Kulturwirtschaft den Aspekt der Innovation (beispielsweise in den derzeitigen Ansätzen Großbritanniens oder Dänemarks), d.h. solche Bereiche wie Software, Computer, Design, Druck, Rundfunk, Kunst, Werbung oder Kunsthandwerk treten zum traditionellen Begriff der Kulturwirtschaft hinzu. Die kreativen Ökonomien, wie sie jüngst erst wieder von Nordrhein-Westfalens Ministerpräsidenten Jürgen Rüttgers angeführt wurden, beziehen dann sogar die Copyright-Industrien ein bis hin zur Vorstellung, dass der „Sound“ einer schließenden Autotür ebenfalls zur kreativen Produktion gehöre. Für Söndermann sei bei dem derzeitigen Diskurs zu diesen Themen wichtig, die kulturpolitische Sicht deutlich zu machen. Hier dürfte sicher die Tagung in Loccum im Februar neue Erkenntnisse und Standpunkte bringen. Zudem machte Söndermann deutlich, dass die Kulturwirtschaft nicht nur in urbanen Räumen funktioniere - ländliche Regionen hätten seiner Meinung nach ähnliche Potenziale. Er bezog am Schluss auf Nachfrage von Kulturmanagement Network Stellung gegen den



Versuch einiger Bundesländer, die unbestrittene ökonomische Relevanz des Kulturtourismus für eine künstliche Aufwertung ihrer kulturwirtschaftlichen Bilanz und Potenziale zu missbrauchen. Letztendlich besteht die Gefahr, den Kulturbetrieb als Annex zu instrumentalisieren.

Weitere erhellende Fakten und Standpunkte konnte danach Christoph Backes vermitteln, der mit den Ideenlotsen zurzeit erfolgreich jungen Unternehmen der Kreativwirtschaft berät. Was eine lebendige Gründerszene allerdings brauche, seien Bürgschaften, Gründerprogramme, Plattformen zu Koordination, „Market Making“, um Zugänge zu schaffen, sowie eine leistungsfähige Infrastruktur. Er nannte das Beispiel der *International Culture Industry Fair* in China, einer Kulturwirtschaftsmesse, die seit 2004 mit etwa 7000 Ausstellern auf sage und schreibe 1 Mill. qm Fläche inzwischen einen Milliardenumsatz erziele. Sein Fazit: kaum ein Politikfeld könne heute ohne Kulturwirtschaft auskommen. An die Adresse der Kulturpolitik richtete er die Hoffnung, dass sie aufzeigen könne, dass Kulturwirtschaft durchaus auch für gesellschaftspolitische Ziele nutzbar ist. Sie müsse ihren Blick stärker auf Kulturberufe und künstlerische Aktivitäten werfen. Zum Teil mangle es an der Identifikation der Akteure in der Kulturwirtschaft. Die Politik habe so keine direkten Ansprechpartner, was angesichts der Ressortstruktur zu Zuständigkeitsproblemen führe. Noch immer herrschen Vorbehalte und Unkenntnis seitens der Akteure gegenüber Förderinstitutionen und Beratungsprogramme der Wirtschaft. Projektorientierte Förderung nehme zu. Ungenutzte Potenziale sieht Backes in der Nutzung von Technologien im Kultur- und Kreativbereich. Kreativwirtschaft habe sich im übrigen auch ohne Politik 20 Jahre gut entwickelt, was insofern wichtig sei zu wissen, da der derzeitige Hype um den Begriff Kulturwirtschaft auch einmal vorbeiginge.

Wie die Kreativen neue Impulse für Regionen schaffen können, die in einer Wirtschafts- und damit auch Identitätskrise lägen, zeigte der Vertreter von *Koekoek BV* ((sprich: Kuckuck Bee Vee,

www.koekoek.de) aus der Stadt Venlo (NL). Koekoek ist eine Kreativinitiative mit einer ungewöhnlichen Mischung der Bereiche Kunst, Mode, Software und Video. Es gelang ihr innerhalb kurzer Zeit, die Atmosphäre in der Stadt merklich zu verändern und den Braindrain, also den Wegzug junger Menschen und von Eliten zu stoppen. Inzwischen erhält man selbst Anfragen aus Amsterdam. Aber wichtig ist vor allem der Austausch zwischen den Akteuren unterschiedlicher Sparten wie z.B. der Designer, die nun auch für die Bühnengestaltung des Theaters arbeiten.

Wieder einmal zeigte sich auf einer Tagung die starke Wirkung der kreativen Akteure selbst für die Erkenntnis, wie Kultur- und Kreativwirtschaft tatsächlich funktioniert. Das macht Mut und entschädigt für manche Durststrecken, sowohl die bei den allzu theoretisierenden politischen Statements als auch die praktischen Durststrecken, die man durchleben muss, bis das eigene Projekt erfolgreich ist. Es bleibt also spannend bei der Entwicklung von Kreativwirtschaft und neuem Kulturunternehmertum. ¶

WEITERE INFORMATIONEN

www.kulturunternehmen.info



Impressum



KULTURMANAGEMENT NETWORK

Dirk Schütz & Dirk Heinze GbR

PF 1198 · D-99409 Weimar

Paul-Schneider-Str. 17 · D-99423 Weimar

TEL +49 (0) 3643.255.328

FAX +49 (0) 3643.801.765

redaktion@kulturmanagement.net

V.i.S.d.P.: Dirk Heinze

Redaktion: Veronika Schuster

Abonnenten: ca. 17.000

Mediadaten und Werbepreise: <http://werbung.kulturmanagement.net>

WEITERE INFORMATIONEN

www.kulturmanagement.net