



Nr. 1 • November 2006

Das Monatsmagazin von Kulturmanagement Network

Kultur und Management im Dialog

Schwerpunkt

Essen 2010

THEMEN & HINTERGRÜNDE

55 Millionen Euro für
das Museum Folkwang

• Seite 3

KM IM GESPRÄCH

mit Dr. Oliver Scheytt,
Kulturdezernent der
Stadt Essen

• Seite 5

mit Anke Meis,
Leiterin PR bei der
Philharmonie Essen

• Seite 11

VORGESTELLT ...

PACT Zollverein

• Seite 16

SEITENSPRÜNGE

• Seite 18

Liebe Leserinnen und Leser,

nach dem Motto „Alles neu macht der Herbst!“ haben wir in den letzten Wochen intensiv an der Erneuerung unseres deutschen Portals und seiner Produkte gearbeitet. Eines der Ergebnisse haben Sie nun vor den Augen: das neue Monatsmagazin KM – *Kultur und Management im Dialog*, das den Newsletter ablöst. Es trägt nicht nur den neuen Leitspruch von Kulturmanagement Network im Titel, sondern will diesen auch einlösen. So finden Sie im neuen Design gewohnte Inhalte, aber vor allem werden wir mehr Trends aufzeigen, Hintergründe im Kulturbetrieb stärker beleuchten, Interviews mit wichtigen Akteuren und Experten führen. Neue Rubriken wie *Seitensprünge*, eine auf die Inhalte des Schwerpunktthemas bezogene Linksammlung und *Ex libris* mit umfangreichen Neuvorstellungen und Kritiken zu Büchern ergänzen das Angebot. Dank Inhaltsangaben und Marginalien wird das Lesen und die Orientierung einfacher. Und dies alles natürlich weiterhin kostenfrei!

Getreu der Devise, dass man nur predigen kann, was man auch selbst lebt, haben wir uns im 10. Jubiläumsjahr umfassend mit unserer Vision, unserem Leitbild und den Zielsetzungen unserer Organisation auseinander gesetzt. Ein Prozess, den wir als Grundlage für die strategische Entwicklung jeglicher Organisationen im Kulturbetrieb wichtig finden. Zudem haben wir konsequent die Ergebnisse der Umfragen unter unseren Lesern und Nutzern aufgenommen und in der Entwicklung des neuen Kulturmanagement Network Portals berücksichtigt. Dies werden Sie sowohl am neuen Corporate Design, als auch an der Struktur und den Inhalten erkennen. So möchten wir uns an dieser Stelle schon einmal für die vielfältigen Anregungen bedanken, die wir in diesen Prozess einfließen lassen konnten.

Das Ergebnis werden Sie in den kommenden Wochen erleben, sich aber vorab schon ein Bild auf unserem Portal machen können. Natürlich freuen wir uns, wenn Sie uns schon frühzeitig Ihr Feedback geben können - und dies vielleicht sogar nach einer intensiven Beschäftigung als Testnutzer der Beta-Version. So können wir Ihnen von Anfang an die Qualität liefern, die Sie erwarten.

Schwerpunktthema der ersten Ausgabe des neuen Magazins ist die Stadt Essen. Anlass ist die Ernennung Essens und des Ruhrgebietes zur Kulturhauptstadt Europas 2010. Diese wurde neben der ungarischen Stadt Pécs und der türkischen Metropole Istanbul am 13.11.2006 vom Europarat bestätigt. KM konnte ein ausführliches Interview mit Dr. Oliver Scheytt führen, der in sei-



KM - Der Monat

THEMEN & HINTERGRÜNDE

Museen und multimediale Internetplattformen

• Seite 20

VORGESTELLT ... corpus online

• Seite 22

KONFERENZEN & TAGUNGEN

FSJ Kultur

• Seite 23

Stiftungen als 3. Ort der Kulturförderung

• Seite 25

Musisch-ästhetische Bildung in Kitas

• Seite 30

ICOM-Ceca-Tagung

• Seite 35

Kultur macht Schule

• Seite 37

Kultursponsoringgipfel

• Seite 39

World Café European Gathering Dresden 2007

• Seite 42

... Editorial

ner Funktion als Kulturdezernent der Stadt Essen und einer der entscheidenden Initiatoren der Bewerbung erste konkrete Einblicke in die Pläne für 2010 gab.

Selbstverständlich wollten wir auch gleich mit wichtigen Organisationen vor Ort ins Gespräch kommen. So besuchte KM Anke Meis von der *Philharmonie Essen* und sprach mit den Verantwortlichen des *PACT Zollverein* über ihr „Laboratorium der Moderne“. Weiter finden Sie einen Hintergrundbericht zum Museum Folkwang, das jüngst für einen Neubau 55 Millionen Euro von der *Alfried Krupp von Bohlen und Halbach-Stiftung* erhalten hat.

Neben dem Schwerpunktthema gibt es in jeder Ausgabe des Magazins genug Raum für anderen redaktionelle Beiträge. So zeigen wir in Zusammenarbeit mit unseren Korrespondenten und Gastautoren spannende Entwicklungen auf, porträtieren interessante Organisationen oder innovative Webressourcen und berichten von herausragenden Tagungen und Kongressen.

Wir wünschen Ihnen nun viel Spaß beim Lesen und Erleben der ersten Ausgabe unseres neuen Magazins! Teilen Sie mit uns Ihre ersten Eindrücke und geben Sie uns Feedback! Wir freuen uns auf Ihre Anregungen und verbleiben mit herzlichen Grüßen aus der Kulturstadt Weimar.

Ihr Dirk Heinze und Dirk Schütz

sowie die Korrespondenten und das Team von Kulturmanagement Network



Museum Folkwang

Das Museum Folkwang in Essen, einer der kulturellen Leuchttürme des Ruhrgebiets, erhielt kürzlich 55 Mill. Euro von der Alfred Krupp von Bohlen und Halbach-Stiftung. Die ungewöhnlich hohe Privatspende soll für einen notwendigen Museumsneubau verwendet werden. Die Zeit für die Umsetzung dieser ambitionierten Pläne bis 2010 ist freilich knapp bemessen ...

Ein Beitrag von Dirk Heinze, dh@kulturmanagement.net

ONLINE

museum-folkwang.de

Bereits seit vielen Jahren hat die Stiftung das namhafte Kunstmuseum mit größeren Beträgen bedacht. Museumsdirektor Dr. Hartwig Fischer würdigte in einem Gespräch mit Kulturmanagement Network die großzügige Spende der Stiftung als weitsichtig und „einzigartig in der deutschen Museumsge-schichte.“ Die Stiftung habe „die Notwendigkeit und das Zukunftspotenzial eines Neubaus und seine Bedeutung für Stadt und Region erkannt.“

Bis zum Kulturhauptstadtjahr 2010 bleibt freilich wenig Zeit, um einen Museumsbau auf einem Areal von immerhin 17.000 m² zu realisieren. Der Architekturwettbewerb ist gerade erst angelaufen. Offen ist auch die Frage, wer für die unweigerlich höheren Betriebskosten aufkommen wird, die nach der Fertigstellung das deutlich vergrößerte Museum aufzubringen hat. Fischer verwies hier auf laufende Gespräche zwischen seinem Museum, den zuständigen Stadtämtern und externen Fachleuten. Geplant ist, den in den 80er Jahren hinzugefügten, aber asbestbelasteten Anbau zu ersetzen, den Altbau aus den 50er und 60er Jahren hingegen zu erhalten und in den Neubau zu integrieren.

Fischer verspricht sich vom Ereignis im Jahr 2010 „einen nachhaltigen Wandel der Region und Anstöße zur Entwicklung einer Metropole Ruhr“. Geplant sind mehrere große und kleine Ausstellungen, gepaart mit einem reichen Angebot von Veranstaltungen und Kooperationen sowie einem „Vermittlungsprogramm für alle Gruppen der Bevölkerung und für die Gäste aus dem In- und Ausland“.

Dabei kann man durchaus auf bisherige, erfolgreiche Konzepte aufbauen. So konnte man zur Caspar-David-Friedrich-Ausstellung die stolze Zahl von 357.000 Besuchern zählen. Allein vor der Eröffnung gingen 1000 Anmeldungen von Reisegruppen ein. Lehrer, als eine der wichtigsten Zielgruppen und Multiplikatoren, erhielten entsprechendes Begleitmaterial.

Nachholbedarf besteht zweifellos beim Internetauftritt, der weder auf einen Museumsbesuch neugierig macht noch die notwendige Transparenz und Interaktivität schafft, um als Kommunikationsinstrument wirksam zu werden. Eine Herausforderung bleibt auch, die eigenen Pläne für das Jahr 2010 mit den Konzepten abzustimmen, die die in Gründung befindliche Kulturstadt-GmbH bereits ausgearbeitet hat (siehe Interview mit Oliver Scheytt).



DIRK HEINZE

ist Chefredakteur und geschäftsführender Gesellschafter von Kulturmanagement Network. Er studierte Schulmusikerziehung und Kulturmanagement an der Hochschule für Musik „Franz Liszt“ Weimar.

... Museum Folkwang

Es entstand der Eindruck, dass so manche Kultureinrichtung der Region im Vorfeld nicht so recht an die Nominierung glaubte und jetzt etwas überstürzt die eigene Programmatik mit der Gesamtkonzeption abzustimmen versucht.

Angesichts der guten Voraussetzungen, die kulturelle Leuchttürme wie das Museum Folkwang durch die großen inhaltlichen und finanziellen Potenziale mitbringen, darf man dennoch optimistisch bleiben. Hartwig Fischer gegenüber Kulturmanagement Network: „Ich habe mir vorgenommen, mit einem modernen, heutigen Ansprüchen genügenden Museum Folkwang die herrliche Sammlung erstmals umfassend zu zeigen, die Lebensqualität der Menschen in Stadt und Region wesentlich zu verbessern und die Ausstrahlung und Attraktivität der Stadt zu stärken.“ 

- Anzeige -

Neuerscheinung



Petra Schneidewind: Betriebswirtschaft für das Kulturmanagement

Das Handbuch stellt sämtliche betriebswirtschaftlichen Funktionen und ihre Rolle im Kulturbetrieb vor, wobei der Schwerpunkt auf dem Rechnungswesen liegt. Kulturbetriebe sollten betriebswirtschaftliche Instrumentarien entsprechend dem modernen Verständnis von Betriebswirtschaftslehre als Servicefunktion verstehen und nutzen. Entscheidend ist, dass man durch

den richtigen Einsatz und die optimale Vernetzung entscheidungsunterstützende Informationen gewinnt und damit zur Existenzsicherung und Zielerreichung beiträgt. Ein solches Verständnis wird im Handbuch zugeschnitten auf Kulturbetriebe dargestellt.

transcript-Verlag, Bielefeld, Oktober 2006, 204 Seiten, kartoniert

Details: www.kulturmanagement.net/Books-id-761.html



„Verständigung zwischen den Menschen mit den Mitteln der Kultur“

Interview mit Dr. Oliver Scheytt

Das Gespräch führten Dirk Heinze, Dirk Schütz und Johannes M. Schrievers



Foto: Kulturpolitische Gesellschaft e.V.

KM Magazin: Herr Dr. Scheytt, wir möchten Sie zunächst noch einmal beglückwünschen zur Ernennung Essens und dem Ruhrgebiet zur Kulturhauptstadt 2010! Was meinen Sie, hat den Ausschlag für Ihre Ernennung gegenüber Görlitz gegeben?

Dr. Oliver Scheytt: Ich glaube, wir können über den Strukturwandel einer riesigen Industrieregion viel erzählen, zudem haben wir diesen Wandel auch mit den Mitteln der Kultur vorangetrieben. Kultur als verbindendes Element zwischen den Kulturen im Ruhrgebiet - das stellt ein dringendes Thema dar. Was früher die vielen Immigranten verbunden hat, die Arbeit in den Zechen, unter Tage und in den Stahlwerken, die ist weg gefallen. Deshalb fragen wir heute danach, was die Menschen verbindet, was ist zukunftsweisend? Da hat die Kreativwirtschaft ebenso Anteil wie die Frage nach der Verständigung zwischen den Menschen über die Mittel der Kultur, sei es Musik, sei es Tanz, mit Theater oder auch mit der Lebensweise, die sich hier entwickelt hat. Es sind die Fragen nach der Historie und nach der Zukunft, mit denen sich eine Kulturhauptstadt beschäftigen und aus denen sie eine Perspektive entwickeln muss.

KM Magazin: Wie bereiten Sie sich auf dieses Ereignis vor?

Dr. Oliver Scheytt: Zunächst müssen wir eine Organisationsstruktur aufbauen. Bisher hatten wir nur ein Bewerbungsbüro mit den Mitarbeitern der Gemeinden. Im Augenblick stehen wir vor der Gründung einer GmbH, die im Januar ihre Arbeit operativ aufnehmen soll. Wir haben einen Konsens zwischen den vier Gesellschaftern geschlossen: Die Stadt Essen als Bannerträger und der Regionalverband Ruhrgebiet, ein Kommunalverband mit allen 53 Gemeinden, werden 50 % der Anteile der Gesellschaft halten. Die anderen 50 % teilen sich auf zwischen dem Land Nordrhein-Westfalen und dem Initiativkreis Ruhrgebiet. Der Initiativkreis Ruhrgebiet ist ein Zusammenschluss der 50-60 größten Unternehmen und Unternehmerpersönlichkeiten, die sich von dem Gesamtbudget von 48 Mio. Euro für 8,5 Mio. Euro stark machen werden. So wird von unserer Seite nicht unbedingt Sponsoringmanagement betrieben, sondern das wird über den Initiativkreis laufen.



**DR. OLIVER
SCHEYTT**

Jurist und Musiker, 1958 in Köln geboren, war zunächst Referent beim Deutschen Städtetag, bevor er 1993 zum Dezernenten für Kultur (später erweitert um die Bereiche Bildung und Jugend) der Stadt Essen berufen wurde. Seit 1997 ist er zudem Präsident der Kulturpolitischen Gesellschaft e.V. und seit 1998 Vorstandsmitglied des Kulturforums der Sozialdemokratie. Außerdem ist Dr. Scheytt Mitglied im Kulturausschuss des Deutschen Städtetages, nimmt Lehraufträge, Vortrags- und Gutachtertätigkeiten wahr und ist Autor zahlreicher Publikationen zu den Bereichen Kommunalpolitik, Kulturpolitik, Kulturmanagement, Kulturrecht, sowie Personal- und Organisationsentwicklung.

... Interview mit Dr. Oliver Scheytt

Zur Frage der programmatischen Gesamtkulisse erreichen uns tagtäglich Ideen: Wir haben bisher 250 Projektideen für die Kulturhauptstadt. Sobald die GmbH gegründet sein wird, wird ein künstlerisches Personal mit Kuratoren diese Ideen bearbeiten und daraus ein Gesamtprogramm stricken. Natürlich gibt es bereits Fixpunkte wie das *Twins-Projekt*: Das Ruhrgebiet hat über 150 Partnerstädte in Europa und diese waren im Februar zu einer dreitägigen Konferenz eingeladen. Es waren 102 Städte vertreten, die eine Erklärung unterzeichnet haben, sich mit uns und unseren drei Kulturstadtthemen – Identität, Urbanität und Integration – in den Partnerschaften oder den bi- oder trilateralen Beziehungen auf den Weg zu machen. Beispiel: Wie geht man mit den Themen Integrations- und Migrationshintergrund in den Städten in Frankreich, England und Deutschland um? Wie kann man dabei mit Jugendlichen umgehen? Wie kann man diese mit einbeziehen, z.B. ein gemeinsames, internationales Theaterstück inszenieren? Solche Projekte können an den Start gebracht werden, die dann 2010 sichtbar werden sollen. Dafür haben wir in diesem Jahr in unserem Budget 2,5 Mio. Euro zu vergeben. Wir haben darüber hinaus ein weiteres Projekt mit dem Titel *Melles*, das heißt zu Deutsch: Mischling – ein türkisches Wort. Im Ruhrgebiet leben ca. 560 000 Menschen ohne deutschen Pass, davon ca. 260 000 mit türkischem Pass. Istanbul ist ja ebenfalls Kulturhauptstadt 2010, die ungarische Stadt Pécs hat eine osmanische Tradition. Wir werden diese türkische Population, die türkischen Künstler besonders beleuchten. Es hat bereits letzten Oktober ein größeres Festival in der Jahrhunderthalle in Bochum gegeben, bei dem wir türkische Künstler aus dem Ruhrgebiet und Gäste auf die Bühne gebracht haben. Damit ist eine ganz neue Aufgabenstellung beschrieben, nämlich dass wir uns nicht nur in der deutschen Kultur bewegen, sondern uns fragen, wie man mit anderen Ethnien umgehen kann, auf diese einzugehen, aber auch genauer hinzusehen, was sie machen. Sich zu fragen, was sie für künstlerische und kulturelle Interessen haben.

KM Magazin: Sie haben die Gründung der GmbH erwähnt. Wird diese Gesellschaft auch das Organisationsteam stellen?

Dr. Oliver Scheytt: In dieser Gesellschaft werden wir natürlich eine Geschäftsführung haben und ein Team von ca. 20 Personen, davon sind 8 bis 10 bereits vor Ort. Die anderen 10 werden im Moment gesucht. Unter den Gesellschaftern herrscht das Einverständnis, dass ich einer der Geschäftsführer sein werde. Ich werde mein Amt hier weitgehend abgeben und mich auf die größeren Dinge, auf die Tätigkeit in der GmbH, konzentrieren.

KM Magazin: Das heißt, es wird kein Intendantenmodell mit einem Leiter von außen geben?

Dr. Oliver Scheytt: Wir benötigen auch eine künstlerische Struktur, mit der wir uns augenblicklich beschäftigen. Wir möchten Europa eine Geschichte mit allen Medien erzählen, und dazu laden wir Künstler aus ganz Europa ein, die unsere Geschichte mit- und auch weitererzählen. Natürlich nutzen wir



... Interview mit Dr. Oliver Scheytt

die Möglichkeit, dass wir das bisher existierende Kulturleben im Ruhrgebiet, mit weltweiten Statisten, nach außen kommunizieren und zeigen können, dass auch außerhalb von Berlin und München etwas passiert.

KM Magazin: Damit wird auch der Gedanke der Nachhaltigkeit einbezogen.

Dr. Oliver Scheytt: Schon während der Bewerbungsphase haben wir sehr intensiv über die Region und deren Profil nachgedacht. Es wurde sehr bewusst über das, was und wie es gemacht wird, diskutiert. Aus diesem Prozess wurden Ideen für das Jahr 2010 entwickelt. Bei Weimar z.B. wurden mit Goethe und Schiller bereits vorher weltweit und national bedeutende Formate gesetzt. Wir aber mussten sehr genau darüber nachdenken, womit wir antreten, wofür wir überhaupt stehen. Das hat dazu geführt, dass wir im Bewerbungsverfahren Ideen wie Twins und anderes entwickelt haben. Zudem kommen nun die Intendanten und Museumsdirektoren, die eigene Projekte starten wollen. Jetzt sehen wir die Defizite im Bereich der Zusammenarbeit in den Gemeinden, im Tourismus z.B. im gemeinsamen Marketing, im gemeinsamen Ticketing. Wenn es uns gelingt, die Kulturhauptstadt als Projekt zu nutzen, diese Orientierung hinzubekommen, dann haben wir einen riesigen Schritt gemacht, der uns dauerhaft nutzen wird. Und hier denke ich, ist es durchaus sinnvoll, eine Veranstaltung weniger durchzuführen und dafür den Gästen eine klare Orientierung über die Geschehnisse zu ermöglichen.

KM Magazin: Wie stellen Sie eine Nachhaltigkeit sicher?

Dr. Oliver Scheytt: Wir haben nicht nur einen Gesellschaftsvertrag entworfen, sondern auch ein Gesellschaftsprofil, in dem steht, mit welchen Zielen wir antreten. Ich denke, das ist etwas Untypisches für Kulturmanagement. Viele warten sehr lange und auf die Angaben des künstlerischen Leiters, bevor sie ein Profil entwerfen. Aber ich wollte sicherstellen, dass der künstlerische Leiter weiß, was er machen soll und ihn danach auch aussuchen. Viele Kulturinstitutionen holen sich jemanden nach dem Namen und sind dann verwundert über das, was passiert. Wir haben mit unserem Profil ein von allen Seiten überarbeitetes und genehmigtes Gerüst entwickelt, auf dessen Grundlagen nun gearbeitet werden soll. Dieses sagt zum Beispiel, dass wir kein reines Eventmanagement betreiben, sondern nachhaltige Strukturen schaffen und Entwicklungen anstoßen möchten.

KM Magazin: Das heißt also, dass die Organisationsstruktur das aufnimmt und Vorbildfunktion übernimmt?

Dr. Oliver Scheytt: Richtig. Wenn wir wissen, dass wir das Management und Marketing verbessern müssen, brauchen wir dazu die geeignete Persönlichkeit respektive wir brauchen Persönlichkeiten, die mit den zuständigen Organisationen im Ruhrgebiet so gut zusammen arbeiten, dass diese dazu gebracht werden.



... Interview mit Dr. Oliver Scheytt

KM Magazin: Essen hat sich bekanntlich stellvertretend für das Ruhrgebiet beworben - wie werden Sie die Region einbeziehen?

Dr. Oliver Scheytt: Die Region ist schon über den Regionalverband Ruhrgebiet einbezogen und das Entscheidende ist die Markentechnik: Die Gesellschaft wird den Namen Ruhr 2010 GmbH tragen. Essen kommt in diesem Namen nicht mehr vor. Es kann aber vorkommen, dass die einzelnen Städte im Titel erscheinen. Das Logo haben wir überarbeiten lassen. Nun kann der Stadtname mit Ruhr 2010 kombiniert werden. Es ist wichtig, dass diese Identifikation entstehen kann.

KM Magazin: Wie hoch ist der Etat, auf den Sie zurückgreifen können?

Dr. Oliver Scheytt: Unser Budget ist angesetzt mit 48. Mio. Euro. Das Land bringt davon 12 Mio. Euro, der Regionalverband Ruhrgebiet 12 Mio. Euro. Der Initiativkreis macht sich, wie gesagt, für 8,5 Mio. Euro stark, das heißt er gewinnt Unternehmen, deren Zuschüsse direkt in Projekte fließen. Die Stadt Essen übernimmt 6 Mio. Euro, den Bund haben wir vorsichtig mit 9 Mio. Euro angegeben und die EU steuert sage und schreibe eine halbe Million Euro bei. Wir möchten aber ein Ausbaubudget von 12 Mio. Euro erreichen, indem wir einen Matching-Fund einrichten. Dabei soll insbesondere die kulturelle Bildung in den Fokus genommen werden. Die Bundeskulturstiftung und das Land werden auf diesem Feld etwas tun. Wir denken, dass wir auch noch weitere Sponsorengelder über den Initiativkreis hinaus einwerben können. Zudem kommen natürlich noch die Budgets der einzelnen Einrichtungen hinzu.

KM Magazin: Es gab in der Vergangenheit viel Kritik an dem Festival Ruhr-Triennale, das den Anspruch einer weltweiten Ausstrahlung hat. Sind die Kritiker inzwischen verstummt?

Dr. Oliver Scheytt: Das Festival hat sich etabliert und ist sicher die Veranstaltung aus dem Ruhrgebiet, die über die Grenzen Deutschlands hinaus bekannt ist und in relativ kurzer Zeit Aufmerksamkeit erregt hat. Es gab ja Kritik daran, dass die heimischen Künstler und die Szene nicht genug eingebunden worden sei, was aber nicht stimmt, da 50% der Musiker aus der Gegend kamen. Es gibt auch momentan in der hiesigen Kulturszene keine Debatten um die Ruhr-Triennale. Sie soll auch 2010 einen gewichtigen Anteil zum Programm der Kulturhauptstadt leisten

KM Magazin: Inwieweit wird in diesem Konzept der Kulturhauptstadt das Thema Kulturwirtschaftliche Existenz, das Thema ökonomische Kompetenzen bei Künstlerinnen und Künstlern berücksichtigt? Besitzt das einen Stellenwert?

Dr. Oliver Scheytt: Vorgesehen ist ein Kongress im Herbst nächsten Jahres mit dem Thema Kulturwirtschaft. Die Veranstalter werden das Wirtschaftsministerium, die Staatskanzlei und die Ruhr 2010 GmbH sein. Davor wird es



ONLINE
ruhr2010.de
kupoge.de

... Interview mit Dr. Oliver Scheytt

natürlich noch Foren und Diskussionen zu diesem Thema geben. Allerdings stehen wir erst am Beginn der Konzeption dieses Kongresses.

KM Magazin: Sie sind ja nicht nur Kulturdezernent der Stadt Essen und Leiter der Ruhr 2010 GmbH, sondern auch Präsident der Kulturpolitischen Gesellschaft. Wo steht die Gesellschaft heute? Was haben Sie noch vor?

Dr. Oliver Scheytt: Wir haben immer noch die Aufgabe, in den neuen Bundesländern neue Mitglieder zu erreichen. Aber immerhin können wir sagen, dass wir uns in einigen Bundesländern verdoppelt haben. Der Verband hat in den letzten Jahren 400 neue Mitglieder geworben, im Augenblick haben wir 1400 aktive Mitglieder. Die Struktur ist konstant und mit einigem Wachstum versehen. Wichtig ist natürlich die Arbeit des Instituts für Kulturpolitik. Wir haben mit dem Jahrbuch Kulturpolitik dieses Jahr einen gewichtigen Beitrag geleistet, und die zweijährlichen Kongresse haben an Bedeutung zugenommen.

KM Magazin: Es gibt im Kulturbetrieb Deutschland nach unserer Ansicht einen hohen Bedarf an Reformen. Viele Veränderungsprozesse sind auch bereits in Gang gesetzt worden. Was kann die Kulturpolitische Gesellschaft tun, um diese Prozesse nicht nur zu moderieren, sondern auch Wege aufzuzeigen?

Dr. Oliver Scheytt: Die Kulturpolitische Gesellschaft ist eigentlich eine Plattform, ein Netzwerk, bei dem man sich trifft und austauscht. Unsere Stärke liegt im innerverbandlichen Diskurs, der dann auch in die Kulturpolitik auf allen Ebenen - Europäische Union, Bund und Länder - hineingetragen wird. Wir verstehen uns weniger als eine Lobbyvereinigung als viel mehr als „Verein der Köpfe“. Wir diskutieren sehr lange darüber, welche Themen wir bearbeiten sollten und müssen. Der Vorstand nimmt sich immer die Zeit, die Themen zu reflektieren, denn der Bereich der möglichen Themen ist riesengroß. Besonders im Bereich Kulturmanagement. Wir haben einen viel höheren Ausbildungsstand bei den Leuten, die sich auf dem Arbeitsmarkt bewegen. Dadurch ist auch bei der „Kupoge“ ein nur zu begrüßender Professionalisierungsgrad eingetreten.

KM Magazin: Zu wie viel Prozent sehen Sie sich als Kulturmanager und zu wie viel als Kulturpolitiker?

Dr. Oliver Scheytt: Ich bin ein Grenzgänger zwischen Verwaltung und Politik, und sehr oft hängen diese beiden Dinge zusammen. Wenn man sich über die Ziele Gedanken macht, ist das sowohl für das Management als auch für die Politik wichtig. Ich versuche, meine Vorgänge konzeptgestützt, strategisch anzugehen. Und auch Strategie hat immer etwas mit Management und Politik zu tun. Ich bin also beides: Kulturmanager und Kulturpolitiker.

KM Magazin: Herr Dr. Scheytt, wir bedanken uns für dieses Gespräch! ☺



„... zeigen, dass das Ruhrgebiet sehr spannend sein kann“

Interview mit Anke Meis, Leiterin Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Philharmonie Essen



Foto: Philharmonie Essen

Im Kulturmanagement Network kommen nicht nur Intendanten und Geschäftsführer, sondern auch Vertreter des mittleren Managements zu Wort. Anke Meis berichtete im Interview über ihre tägliche Arbeit, von konkreten Projekten im Vorfeld des Kulturhauptstadtjahres, aktive Maßnahmen in der Besucherbindung oder Problemen bei der Pressearbeit. Damit ist das Interview ein guter Praxisbericht für Kulturmanager, die im Bereich Presse- und Öffentlichkeitsarbeit tätig sind oder einmal sein wollen.

Das Gespräch führten Dirk Heinze, Dirk Schütz und Maxine Wu

KM Magazin: Zum 100-jährigen Jubiläum der Philharmonie Essen 2004 wurde das neue Gebäude eröffnet. Was für eine Bilanz ziehen Sie nach zwei Jahren? Wie hat das Publikum den Neubau angenommen?

Anke Meis: Das Publikum hat die Philharmonie Essen sehr gut angenommen. Wir haben in den ersten zwei Spielzeiten mehr als 500.000 Besucher begrüßen können. Das ist eine gute Zahl, vor allem, wenn man das umfangreiche Kulturangebot im Ruhrgebiet berücksichtigt. Das heißt nicht, dass wir uns zufrieden zurücklehnen, sondern dass wir noch mehr in die Region außerhalb von Essen, Mülheim, Oberhausen hineinwirken wollen, um auch dort mehr Publikum zu gewinnen. Aber mit dem Start sind wir schon sehr zufrieden. Der Intendant, Michael Kaufmann, hat innerhalb von wenigen Jahren ein erstklassiges Programm auf die Beine gestellt, das sowohl von den Besuchern als auch von der Politik honoriert wird. Zudem haben wir einen ausgeglichenen Haushalt, was nicht jedes Konzerthaus von sich behaupten kann.

KM Magazin: In Ihrer unmittelbaren Umgebung existiert eine hohe Dichte an Orchestern und Konzerthäusern, folglich hat Ihre Zielgruppe eine Vielzahl von Alternativen. Wie schaffen Sie sich in diesem „Konkurrenzkampf“ ein eigenes Profil?

Anke Meis: Wir haben bereits innerhalb von kürzester Zeit ein eigenes Profil gewonnen. Als erstes Konzerthaus in Deutschland haben wir ein Jazz-Abo eingeführt. Wir bieten ein ausgewähltes Jazz-Programm und sehr hochkarätige Konzerte, wie die Big Five – also Highlights, mit denen wir uns gut positionieren konnten. Herrn Kaufmann ist zudem eine Kooperation mit den Städ-



... Interview mit Anke Meis, Philharmonie Essen

ten und Orchestern der Umgebung sehr wichtig. Beispielsweise sind die Bochumer Symphoniker hier regelmäßig zu Gast und spielen einen Mahler-Zyklus. Unser Programm mit In-Residence-Künstlern wie Maurizio Kagel und Georg Rietmann schärft weiterhin unser Profil. Auch im Bereich Schulpädagogik setzt Herr Kaufmann innovative Ideen um: Zusammen mit einer Grundschule in Katernberg - einem Problemviertel im Essener Norden - führen wir gerade ein dreijähriges Schulprojekt durch. Die Grundschule hat einen Ausländeranteil von 80%, mit Kindern aus 16 Nationen. Studenten aus Salzburg kommen einmal pro Woche nach Essen und arbeiten mit den Schülern, um sie an Tanz, Bewegung und Musik heranzuführen. Das geht weit über übliche Kinder- und Jugendarbeit hinaus.

KM Magazin: Was ist die grundlegende Intention für diese Arbeit?

Anke Meis: Das Projekt wurde durch einen Artikel im Magazin *Stern* angestoßen, der von den schlimmen Zuständen in diesem Stadtteil berichtete und damit aufzeigte, dass dort dringend etwas geschehen muss. Aber es wurde auch die sehr gute Arbeit dieser Grundschule geschildert. Dieses Engagement wollte Kaufmann unterstützen, indem den Kindern Musik nahe gebracht werden soll, was bisher auf diese Weise noch nicht passiert ist. Dieses Modellprojekt soll später auch an anderen Schulen angeboten werden. Wir wollen auf die Kinder zugehen, von ihnen lernen, erfahren, welchen kulturellen Hintergrund sie mitbringen. Es sind bereits Erfolge spürbar. Einige Kinder kommen initiativ in die Philharmonie oder möchten jetzt ein Instrument lernen. Für sie ist das sozusagen der erste Kontakt mit Musik und Bewegung.

KM Magazin: Es wird ja sehr oft darüber gesprochen, Musik als ein Hilfsmittel zu nutzen, Bildung besser zu vermitteln, Probleme zu lösen oder Menschen näher aneinander zu bringen. Wird Ihr Projekt von der Kulturpolitik vor Ort registriert? Wenn ja, wie und welche Auswirkungen hat das?

Anke Meis: Es wird auf jeden Fall wahrgenommen. Der Oberbürgermeister erwähnt dieses Projekt, wenn es um kulturelle Bildung geht. Auch Oliver Scheytt, der in diesem Bereich sehr aktiv ist, stellt die Vorbildfunktion dieses Projekts heraus. Finanziell hat es sich jedoch noch nicht niedergeschlagen. Wir suchen weiterhin Sponsoren. Aber es ist gut, zu wissen, dass dieses Projekt Anerkennung erfährt.

KM Magazin: Kann man als Öffentlichkeitsarbeiterin gestaltend auf das Programm einwirken?

Anke Meis: Die programmatische Gestaltung ist nicht meine Aufgabe. Ich nehme das, was existiert und versuche, es bestmöglich zu „verkaufen“. Das hat sich wunderbar eingespielt in den letzten drei Jahren. Aber dennoch ist Herr Kaufmann für Vorschläge bezüglich des Programms immer offen.



... Interview mit Anke Meis, Philharmonie Essen

KM Magazin: Wie kann man Ihre Arbeit beschreiben? Wie ist der tägliche oder wöchentliche Arbeitsablauf? Wie sieht Öffentlichkeitsarbeit an Theatern, Konzerthäusern, Opern aus?

Anke Meis: Wir sind zu viert in der Öffentlichkeitsarbeit. Das hört sich erst mal ganz gut an, aber wir haben auch etwa 250 Konzerte pro Spielzeit. Es gibt drei Kolleginnen und Kollegen im Bereich Marketing und ich bin für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit zuständig. Die Aufgabenteilung hat sich im Laufe der Zeit ergeben. Es gibt eine Kollegin, die sich hauptsächlich um Anzeigen, Plakate und Verteilung kümmert. Ein Kollege betreut die Vorverkaufsstellen, Abonnenten, bestimmte Zielgruppen, wie Firmen und Senioren. Eine weitere Kollegin entwirft die Plakate, betreut die Internetseite und kümmert sich um Kinder- und Jugendarbeit. Ich mache hauptsächlich Pressarbeit und bin verantwortlich für die Redaktion der *Philharmonischen Blätter* und sonstiger Publikationen, einschließlich Programmhefte. Wie die tägliche Arbeit aussieht, kann man sehr schwierig beschreiben. Ich habe keinen festen Tagesablauf, ich muss meistens auf das reagieren, was passiert.

KM Magazin: Was haben Sie studiert?

Anke Meis: Ich habe Germanistik, Theater-, Film- und Fernsehwissenschaften studiert, wollte aber von Anfang an in die Praxis. Gerade bei Geisteswissenschaften muss man bereits frühzeitig wissen, in welche Richtung man gehen will. Ich habe ab dem zweiten Semester praktische Erfahrungen erworben, u.a. bei der *Westdeutschen Allgemeinen Zeitung (WAZ)* in Essen, im *Aalto-Theater*, am *Theater Dortmund*, vorwiegend in der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Nun bin ich seit drei Jahren an der *Philharmonie Essen*. Etwas anderes als Kultur hätte ich mir nie vorstellen können.

KM Magazin: Welches Problem beschäftigt Sie aktuell?

Anke Meis: Die ersten drei Jahre nach der Eröffnung waren sehr anstrengend, das kann man sich sicher vorstellen. Ich möchte diese Zeit aber auch nicht missen. Jetzt ist Normalität eingetreten. Das einzige Problem ist, dass wir Schwierigkeiten haben, in die überregionalen Medien zu kommen. Dies liegt vor allem an der Medienstruktur hier im Ruhrgebiet. Hier gibt es die *WAZ*, die *Neue Ruhr-Zeitung*, die *Ruhr Nachrichten* und die *Westfälische Rundschau*. Aber in die *Süddeutsche* oder *FAZ* zu kommen – gerade als Konzerthaus – ist sehr schwierig. Unser Publikum liest diese Zeitungen, wir finden dort aber nicht statt. Uraufführungen in Theatern und Premieren von herausragenden Regisseuren und Festivals schaffen es problemlos in die Zeitungen. Konzerthäuser, die diese Arbeit täglich und auch nicht schlechter machen, existieren einfach nicht.

KM Magazin: Vielleicht kann ja da die Kulturhauptstadtbewerbung helfen?

Anke Meis: Da bin ich mir ganz sicher.



... Interview mit Anke Meis, Philharmonie Essen

KM Magazin: Wie bereiten Sie sich jetzt darauf vor? Sie haben ja noch etwa 3 Jahre Zeit.

Anke Meis: Viel Zeit ist das nicht.

KM Magazin: Haben Sie schon Pläne für 2010?

Anke Meis: Herr Kaufmann hat bereits bestimmte Vorstellungen und es gibt verschiedene Gesprächskreise zum Programm 2010. Was zum Kulturstadtjahr außerhalb der Philharmonie passieren wird, ist ein sehr spannendes Thema. Da die Struktur der Kulturhauptstadt noch nicht endgültig geschaffen ist, steht im Augenblick vieles in den Startlöchern. Für die nächste Spielzeit plant Michael Kaufmann einen Frankreich-Schwerpunkt mit einem französischen Komponisten, der bei uns In-Residence-Künstler sein wird und möchte damit aufzeigen, wie die Kulturhauptstadt aussehen kann.

KM Magazin: Welche Erwartungen knüpfen Sie an das Kulturhauptstadtjahr – bezüglich den Besuchern etc.?

Anke Meis: Meine größte Hoffnung ist, dass viele Menschen aus Deutschland und aus dem europäischen Ausland sehen, dass das Ruhrgebiet sehr spannend sein kann. Viele denken beim Ruhrgebiet an den Pott und die schlechte Luft. Aber wir haben ein sehr vielseitiges kulturelles Angebot. Ich hoffe, dass das Publikum merkt, dass es sich lohnt, ein Wochenende in Essen – statt in Köln, in Hamburg oder Berlin – zu verbringen. Weiterhin hoffe ich, dass die überregionale Presse gut vertreten sein wird.

KM Magazin: Welche Qualifikationen und Fähigkeiten sollte ein Kulturmanager in einem Konzert- oder Opernhaus, Ihrer Meinung nach, mitbringen?

Anke Meis: Das Wichtigste ist, dass man das, was man tut, auch tatsächlich tun will - oder man kann es nicht tun. Gerade im Kulturbereich wird man relativ schlecht bezahlt und arbeitet viel. Wenn man abends im Konzert sitzt, muss man für das entschädigt werden, was man den ganzen Tag an Arbeit vollbracht hat, denn auf dem Konto schlägt sich das nicht nieder. Man muss eine offene Person sein, gut auf die Leute zugehen können, flexibel und stressresistent sein und sich auch zurücknehmen können. Als Hintergrund ist ein abgeschlossenes Studium sicher nützlich, kann jedoch die Praxis keinesfalls ersetzen.

KM Magazin: Nutzen Sie persönliche Netzwerke zu anderen Öffentlichkeitsarbeitern oder Marketing-Fachleuten?

Anke Meis: Wir kennen uns auf jeden Fall untereinander. Es gibt einen Theatermarketing-Stammtisch, bei dem sich die Presse-, Öffentlichkeitsarbeiter und Marketingleiter der Theater ein- bis zweimal im Monat treffen. Das funktioniert sehr gut. Meistens werden theaterspezifische Themen diskutiert, somit ist es für uns – als Konzerthaus – uninteressanter. Wir haben allerdings auch Kontakt zu den Kollegen der Konzerthäuser.



ONLINE
philharmonie-essen.de

... Interview mit Anke Meis, Philharmonie Essen

KM Magazin: Gibt es ein großes Ziel, das das Konzerthaus erreichen möchte? Worauf arbeiten Sie hin?

Anke Meis: Ich denke, das nächste Ziel muss jetzt erst einmal sein, mehr Publikum, mehr Besucher, mehr Abonnenten zu gewinnen – wobei wir nicht unzufrieden sind mit den Zahlen.

KM Magazin: Was machen Sie für die Besucherbindung?

Anke Meis: Da müssten wir viel mehr machen. Wir haben die Kontakte von unseren Abonnenten und müssten diese regelmäßiger pflegen: die Besucher anrufen, fragen, ob sie zufrieden sind; wenn sie kündigen, nach den Gründen fragen. Das schafft aber weder unser Abo-Büro noch wir. Wir versuchen, dass unsere Besucher regelmäßig die Philharmonischen Blätter und die Jahresvorschau bekommen, dass wir regelmäßig Mailings machen und auf besondere Konzerte hinweisen. Wir verstehen unter Kundenbindung aber auch, möglichst gute Qualität zu bieten. Die Leute, die hierher kommen, fühlen sich wohl, werden gut betreut, erleben tolle Konzerte. Wir haben durch das Restaurant und die Infrastruktur gute Chancen, dass die Leute wiederkommen. Wir bekommen sehr viele positive Reaktionen auf das Haus.

KM Magazin: Frau Meis, wir bedanken uns für das Gespräch!🙏

- Anzeige -

Kulturmanagement Stellenmarkt

- umfangreichste Auswahl an Stellenangeboten für Kulturmanager
- Ausschreibungen aus allen Tätigkeitsfeldern und kulturellen Sparten
- stets autorisierte, bestätigte Stellenanzeigen
- laufende Aktualisierung (mindestens 2x wöchentlich)
- Zeitvorteil bei der Stellensuche gegenüber anderen Medien
- kostenfreie Stellen- und Praktikumsanzeigen für Jobanbieter
- Stellenangebote aus Deutschland, Österreich und der Schweiz
- Trennung von Stellen und Praktika (Praktikumsbörse kostenfrei!)

Jetzt abonnieren: stellenmarkt.kulturmanagement.net



PACT Zollverein

Ein Laboratorium der Moderne

Kulturmanagement Network besuchte im September das Kulturzentrum PACT Zollverein in Essen und führte ein Gespräch mit dem künstlerischen Leiter Stefan Hilterhaus sowie mit Simone Doell aus dem Bereich Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Ein Porträt von Kristin Unger

KRISTIN UNGER

studiert an der Universität
Leipzig Sinologie und Kul-
turwissenschaften. Sie ab-
solvierete 2006 ein Praktikum
bei Kulturmanagement
Network in Weimar.

Innerhalb des Bewerbungskonzepts zur Kulturhauptstadt stellte die Zeche Zollverein einen wichtigen Schwerpunkt für die Stadt Essen dar. Zum einen ist geplant, auf dem Gelände das offizielle Besucherzentrum zu errichten. Zum anderen nutzt die RuhrTriennale bereits seit einigen Jahren das Gelände für spektakuläre Aufführungsorte für Musik, Theater, Literatur und Tanz. An keiner anderen Stelle in der Region wird der eingeleitete Wandel deutlicher. So sind an das Jahr 2010 große Erwartungen auf mehr Internationalität und eine touristische Belebung des Ruhrgebiets geknüpft.

1986 wurde die Zeche Zollverein und 1993 die Kokerei als letztes offenes Gebäude auf dem Gelände geschlossen. Mit dem Ende der Internationalen Bauausstellung (IBA) Emscher Park 1999 begannen Wandel und Umstrukturierung in der ganzen Region. Das Zeitalter lebendiger Industriekultur ist angebrochen. Aus Identitätsverlust und einer Ruinenlandschaft entstanden neue Impulse. Seit 2001 gehört die Zeche sogar zum UNESCO-Weltkulturerbe. Ein Jahr später nahm der PACT Zollverein auf ca. 3000 qm seine künstlerischen Aktivitäten auf. Der Verein kaufte das Gelände, vermietet es der GmbH und beauftragt diese mit dem operativen Geschäft. Die GmbH erhält Fördermittel von der Staatskanzlei Nordrhein-Westfalen und der Stadt Essen. Eine recht ungewöhnliche, aber in Realität funktionierende Konstruktion.

PACT (Performing Arts Choreographisches Zentrum NRW Tanzlandschaft Ruhr) versteht sich als „Laboratorium der Moderne“ mit interdisziplinärem Anspruch in den Bereichen Forschung, Kunst und Wissenschaft. Der PACT ist kein in sich geschlossenes statisches System, sondern lebt von Austausch und Öffentlichkeit. Theorie und Praxis sollen verknüpft werden. Im ersten Halbjahr bietet man vorwiegend Nachwuchskünstlern ein Podium, während im zweiten Halbjahr eher mit großen und altbekannte Namen Aufmerksamkeit erregt wird. So schafft man eine Balance zwischen innovativer und etablierter Kunst. 2004 wurde das Konzept „Feldstärke“ ins Leben gerufen. Junge Künstler können sich ausprobieren und verschiedene Projekte selbst kuratieren. Alle zwei Monate finden „Ateliers“ – eine Art Experimentierfeld – statt, bei denen auf einer offenen Bühne 20-Minuten-Stücke aus dem Bereich Foto, Video und Performance gezeigt werden. Künstler bekommen damit die Möglichkeit, Ausschnitte aus der eigenen Arbeit zu präsentieren und auf Publi-



ONLINE

pact-zollverein.de

... PACT Zollverein

kunsttauglichkeit zu prüfen. Darüber hinaus gibt es 30 international ausgeschriebenene „Residenzen“ - ein Arbeitsstipendium für nationale und internationale Künstler. Die „Extraschicht“, eine Lange Nacht der Industriekultur, gibt bei einem Rundgang Einblick in die Arbeit auf dem Gebiet der ehemaligen Zeche. Ganzjährig finden hochkarätige kulturelle Aktivitäten auf unterschiedlichem Niveau und aus den verschiedensten Sparten statt – u.a. Konzerte, Open Air Kino und ein so genanntes Zechenfest – immer ausgehend von der einzigartigen Wirkung des Geländes. Der PACT Zollverein hat sich damit in den letzten vier Jahren ein eigenes Profil geschaffen, mit dem er hauptsächlich junges Publikum aus Nordrhein-Westfalen anzieht, aber mit Premieren und Uraufführungen ebenso ein interessiertes Publikum aus den Nachbarländern wie Belgien und den Niederlanden erreicht. ¶

- Anzeige -





Seitensprünge

Linksammlung zum Thema Essen 2010

- Stadt Essen
<http://www.essen.de>
- Ruhr 2010 GmbH
<http://www.ruhr2010.de>
- Zeche Zollverein
<http://www.zollverein.de>
- Design Zentrum NRW / redden design award
<http://www.dznrw.com>
- PACT Zollverein
<http://www.pact-zollverein.de>
- Stellwerk Zollverein
<http://www.stellwerk-zollverein.de>
- Stiftung Industriedenkmalspflege
<http://www.industriedenkmals-stiftung.de>
- Krupp-Stiftung
<http://www.krupp-stiftung.de>
- Kulturstiftung Ruhr / Villa Hügel
<http://www.villahuegel.de>
- Philharmonie Essen
<http://www.philharmonie-essen.de>
- Museum Folkwang
<http://www.museum-folkwang.de>
- Colloseum Theater
<http://www.colloseumtheater.de>
- Klartext Verlag, Essen
<http://www.klartext-verlag.de>
- Lernwelt Essen
<http://www.lernwelt.essen.de>
- ARKA Kulturwerkstatt e.V.
<http://www.arka-kulturwerkstatt.de>
- Aalto-Theater
<http://www.theater-essen.de>
- Essener Theaterring (Besucherorganisation)
<http://www.essener-theaterring.de>
- Das kleine Theater
<http://www.kleines-theater-essen.de>
- Die Bühne - Amateurtheater
<http://www.diebuehne.com>
- Folkwang Hochschule
<http://www.folkwang-hochschule.de>
- Forum für Kunst und Architektur
<http://www.kunstvereinruhr.de>
- Arbeitsgemeinschaft der Essener Galerien
c/o Galerie KK
<http://www.galerie-kk.de>
- Kunsthaus Essen
<http://www.kunsthaus-essen.de>



Museen & multimediale Internetplattformen

Können Kultureinrichtungen von Youtube & Co. lernen?

Ein Beitrag von Lena Maculan, M.A., Korrespondentin, Berlin,
lm@kulturmanagement.net

Der Medienhype rund um Videoplattformen im Internet erreichte einen neuen Höhepunkt, als Google für rund 1,6 Milliarden US Dollar die Website YouTube kaufte. Während Museumsbesucher den Trend Fotos und Videoclips ins Netz zu stellen längst erkannt haben, gibt es kaum eine Kulturorganisation, die diese multimedialen Plattformen für sich zu nutzen weiß.

LENA MACULAN

ist freie Kunsthistorikerin und schreibt über zeitgenössische Kunst, Museen und neue Medien. Sie promoviert derzeit am Department of Museum Studies an der University of Leicester (England).

Die Erfolge von Social-Community-Sites wie YouTube, MySpace und Flickr sind unumstritten. Unter dem Titel Web 2.0 hat sich das Internet tatsächlich deutlich verändert. Im Zentrum dieser Veränderungen steht vor allem die Vernetzung, Partizipation und Kooperation zwischen den Internetnutzern. Das Netz verwandelt sich von einer Informationsressource zum Kommunikationsmedium. Die Nachfrage für Online-Videos stellt alle anderen Aspekte des Medienmarktes in den Schatten.

Laut eigener Statistik ist das meist gesehene Video des letzten Monats in YouTube ein Clip mit dem Titel Hahaha. Es zeigt ein Baby, das eine Minute lang drauflos kichert. Mehr als 2,7 Millionen Menschen haben dieses Video angeklickt. Knapp 8.000 Mal wurde das Video mit „I love it!“, „This cheers me up“, „It’s so funny!“ und ähnlichem kommentiert.

Museen haben in allen Bereichen ihrer Arbeit immer schon sehr hohe Qualitätsansprüche an sich gestellt. Was sollten Museen also mit Websites anfangen, auf der irgendwelche Leute oft sehr bizarre Fotos und Videos austauschen?

Auch nur ein kurzer Blick auf YouTube zeigt, dass es viele begeisterte Museumsbesucher gibt, die ihre Erfahrungen mit kurzen Videos dokumentieren und ins Netz stellen. Ob eine Animation einer nach Michael-Jackson-Rhythmen tanzenden griechischen Skulptur oder eine sich selbst interviewende Museumsbesucherin: unter den knapp 6.000 Videos, die mit dem Stichwort (tag) „museum“ bezeichnet sind, sind sicherlich sehr viele unsinnige Blödeleien, die auch gar keinen Bezug zur traditionellen Idee von Museen haben.

Nichtsdestotrotz ist YouTube ein Forum, in der sich Kultur in einer Form ausdrückt, die viele Häuser für zeitgenössische Kunst sehr veraltet aussehen lassen. Des weiteren gibt es viele Beispiele, die demonstrieren, dass auch qualitätsvolle Inhalte viele Seitenaufrufe bekommen. So gibt es in YouTube ein



ONLINE

flickr.com
youtube.com
myspace.com
brooklynmuseum.org

... Museen und multimediale Internetplattformen

Interview mit dem Künstler Bob Wilson, das von über 66.000 Leuten angesehen wurde!

Hat es irgendwann einmal schon ein Interview mit einem Künstler oder einen Vortrag in einem Museum gegeben, der von so vielen Leuten gesehen wurde? Wird das Web als Infrastruktur vielleicht auch für das Marketing von Museen oder gar die Vermittlung musealer Inhalte interessant? Für viele ist das sicherlich sehr weit hergeholt. Wer hätte aber Anfang der 1990er Jahre schon gedacht, dass Websites von Museen monatlich von hunderttausenden Menschen besucht werden?

Das *Brooklyn Museum* ist eines der wenigen Museen, die Fotos auf *Flickr* präsentieren. Unter anderem zeigt es eine Bilderserie zum Aufbau der Ausstellung von Ron Mueck. Dort sieht man, wie Mitarbeiter eine riesige Skulptur in der Galerie installieren.

Solche Bilder sind für Museumsfachleute wahrscheinlich ganz alltägliche Ereignisse. Für Menschen, die mit ähnlichen Situationen weniger konfrontiert sind, vielleicht aber eine spannende Art, das Museum mal von einer ganz anderen Seite aus zu sehen. Innerhalb von sieben Tagen haben sich immerhin 639 Leute diese Fotos angesehen.

Die Videoclips von Museumsbesuchern in *YouTube* und die Fotos auf *Flickr* machen deutlich: Von Seiten der Besucher gibt es ein starkes Interesse, Eindrücke von Ausstellungen in Form von Fotos und Videos zu dokumentieren und sie mit der Online-Community zu teilen. Andererseits könnten auch Museen selbst solche Kommunikationskanäle nutzen, um eigene Inhalte im Netz zu verbreiten. In jedem Falle stellt sich die Frage, wie Museen das Potenzial von multimedialen Plattformen im Web besser nutzen können, um ihre Präsenz im Web und somit ihren Bekanntheitsgrad insgesamt zu steigern. ¶



corpus online

Erstes diskursives Internetmagazin für Tanz, Choreografie und Performance in Österreich

Am 25. Oktober 2006 ging das österreichische Internetmagazin *corpus online*. *corpus* versteht sich als das einzige Magazin im deutschsprachigen Raum, das einen Konnex zu Politik und Wirtschaft herstellt und sich dabei auf einem diskursiven Niveau bewegt.

Ein Beitrag von Dr. Claudia Stemberger, MAS, cs@kulturmanagement.net

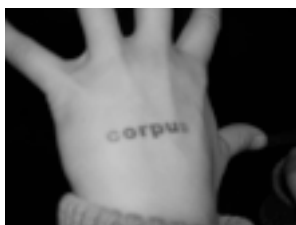


Foto: Martina Ruhsam

corpus eröffnet den institutionalisierten Performance-Diskurs

Angeregt vom Wiener Kuratorium für Off-Theater und Tanz, begann der renommierte österreichische Tanzkritiker Helmut Ploebst im Herbst 2004 mit der Vorarbeit zu *corpus*. Ursprünglich wünschte sich die Redaktion ein Printmagazin. Angesichts der hohen Kosten und der damit verbundenen Unfinanzierbarkeit, entschloss sich das Redaktionsteam jedoch zu einem Internet-auftritt. *corpus* positioniert sich bewusst nicht in Konkurrenz zu anderen Webportalen, die vornehmlich Termine und Nachrichten offerieren. In diesem Jahr erhielt das Internetmagazin schließlich die stolze Summe von 20.000€. Sämtliche Beiträge können damit finanziell honoriert werden.

Das Redaktionskollektiv vereint hochprofessionelle Figuren der Wiener Tanzszene: unter anderem der Tanzkritiker, Publizist und Performance Researcher Helmut Ploebst, die herausragende Theater-, Performance- und Tanztheoretikerin Krassimira Kruschkova, der Performer, Autor und Experimentalfilmer Jack Hauser, zusätzlich Gastautoren wie der Regisseur Rabih Mroué, der Tanzkritiker Franz Anton Cramer und der Dramaturg Peter Stamer.

Den Betreibern von *corpus* ist eigenen Angaben zufolge die Verwirklichung künstlerischer Projekte, Abenteuer und das Nachdenken im Sinne eines vernetzten Gefüges ein wichtiges Anliegen. *corpus* richtet sich an eine breite Zielgruppe: Künstler, Kulturmanager, Wissenschaftler und allgemein interessiertes Publikum. Für die Zukunft sind europäische Partnerredaktionen angedacht. Die Redaktion wünscht sich im Rahmen einer Expansion vor allem eine Erhöhung der Subvention, um die kostspieligen Honorare der Übersetzungen finanzieren zu können.

Finger – Wirbelsäule – Zunge – Schuh – Rakete

Man wolle ein vernetztes System entwickeln, um Kommunikation entstehen zu lassen, so Helmut Ploebst bei der Präsentation der Website am 25. Oktober 2006 im Wiener *depot*. So mancher geübte User mag angesichts der überraschenden Websitestruktur beim Surfen anfangs stolpern. Assoziiert mit den



DR. CLAUDIA M.
STEMBERGER,
MAS

studierte Humanmedizin
und Kulturmanagement.

Zuletzt verantwortete sie als

Produktionsleitung des

Tanzquartier Wien zusam-
men mit der künstlerischen

Intendanz die Programma-

tion und leitete das künstle-
rische Betriebsbüro. Für das

Tanzquartier Wien arbeitet

Claudia Stemberger inzwi-
schen als Performance

Scout.

... corpus online

Namen von Körperteilen wie Finger, Wirbelsäule und Zunge, aber auch mit Objekten wie Schuh und Rakete wird die Site untergliedert. *corpus* möchte seinen Status stets flexibel halten, sich mit den veränderlichen Diskursen entwickeln und bei Bedarf neue „Körperteile“ hinzufügen.

Hinter den Rubriken unterschiedlicher Körperteile verbergen sich inhaltlich ein redaktioneller Teil, ein Forum sowie ein Servicebereich:

- Finger = Theorie, Essays, Kuratierungen, Service, Forum
- Wirbelsäule = Interviews, Portraits, Archiv, Enzyklopädie
- Zunge = Themenschwerpunkte, Kritiken, Literaturtipps, Kooperationen
- Schuh = Residencies, Techné, Reflectory
- Rakete = die autonome Zone?!

Es soll Raum geschaffen werden für künstlerische Statements, gleichwertig gereiht neben publizistischen Beiträgen. Auf der Startsite setzt *corpus* wechselnde Schwerpunktthemen, zusätzlich werden Essays, Portraits, Interviews, Rezensionen und Reportagen veröffentlicht.

Da sich die langen Textbeiträge angenehmer auf dem Sofa als vor dem Computer studieren lassen, bieten die Betreiber eine durchdachte Printfunktion an. Der Serviceteil offeriert unter anderem ein Blackboard für TänzerInnen, versteht sich jedoch ausdrücklich nicht als Veranstaltungskalender.

Tanz ist Kunst am Körper

Die Identität von *corpus* lehnt sich an den „Körper des Sinns“ des französischen Philosophen Jean-Luc Nancy an. „Tanz ist Kunst am Körper“ lautet ein Slogan der Redaktion. Vor dem Hintergrund der sich rasch entwickelnden jungen Kunstsparte Zeitgenössischer Tanz möchte *corpus* Diskurse rund um den menschlichen Körper aufgreifen. Wie nie zuvor stürzen sich die Medien auf das Thema Körper, in Verbindung mit Medizin, Politik oder medialer Vermarktung. *corpus* reflektiert in diesem Zusammenhang zeitgenössische Tanzformen im weiteren Sinn, eingebettet in einen gesellschaftlichen Kontext.

Im Vergleich: Es existieren durchaus deutschsprachige Websites, die Informationen über Tanz anbieten. *corpus* möchte erstmals im Netz die Zusammenhänge zwischen Zeitgenössischem Tanz, Bildender Kunst, Gesellschaft, Körper, Theater, Performance etc. auf einem analytischen Niveau herstellen. Besonders interessant erscheint die Ansiedelung von wechselnden Theoretikern „in residence“: Zudem befindet sich eine Enzyklopädie im Aufbau, in der die Biografien der Autoren und Gastautoren (nicht jene der Nachwuchsautoren) gelistet werden.



ONLINE

corpusweb.net

tanznetz.de

dancesuisse.ch

tanz.at

k-kieser-verlag.de

ballet-tanz.de

... corpus online

Systemerhaltung ohne ironische Reflexion?

Ob *corpus* zu der von der Performance-Theoretikerin Bojana Cvejić im Forum zur Diskussion gestellten Enthierarchisierung beiträgt, oder zu einer Bühne der Selbstdarstellung von ‚Friends & Family‘ geraten mag, soll die Zukunft weisen.

Sicher ist: *corpus* leistet im Sinne eines offenen Forschungszentrums einen wesentlichen Beitrag zur Sicherung und Verbreitung des Gegenstands Tanz und Performance. Der Status quo der wissenschaftlichen, kunstbezogenen Publikationen erscheint deutlich ausbaufähig. Da bis dato dringender Informationsbedarf herrscht, sollte sich dieses Defizit dank *corpus* in Zukunft auf ein Minimum reduzieren.

Toitoitoi!



Beruf & Karriere

FSJ Kultur - das Freiwillige Soziale Jahr im Kulturbereich

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

Bereits im sechsten Jahr organisiert die *Landesvereinigung Kulturelle Jugendbildung in Niedersachsen (LKJ Niedersachsen)* ein *Freiwilliges Soziales Jahr* in kulturellen Einrichtungen für Jugendliche, eine gemeinsame Initiative mit der *Bundesvereinigung Kultureller Jugendbildung*. Mit dem *FSJ Kultur* wurde ein Bildungs- und Orientierungsjahr für Jugendliche geschaffen: ein Praxisjahr, welches direkt für die Berufsausbildung qualifiziert. Durch das *FSJ Kultur* gewinnen sie wichtige Schlüsselkompetenzen wie Team- und Kritikfähigkeit, Kreativität und Eigenständigkeit. Sie sammeln Erfahrungen, die sie durch ihr Leben begleiten – und das ist ein positives Signal! Ein Jahr werden die jungen Männer und Frauen in einer Kultureinrichtung aktiv. Sie lernen den Arbeitsalltag kennen, unterstützen die Mitarbeiter bei allen anfallenden Arbeiten und realisieren ein eigenes Projekt. So können sie beispielsweise eine Veranstaltungsreihe entwickeln, in der Jugendliche Gleichaltrige durch die Ausstellung eines großen Museums führen; sie bereiten ein kulturelles Stadtteilstück vor, realisieren ein Buchprojekt für die Bewohner eines Seniorenheims, schaffen im Rahmen von Medientagen eine Plattform für junge Leute.

In Hamburg begann im September der zweite Jahresdurchlauf. Das *FSJ Kultur* wird durch die Hamburger Kulturbehörde mit insgesamt 60.000 € unterstützt – sie hat sich für eine Förderung von insgesamt 23 Plätzen bis Ende 2007 ausgesprochen. Den Großteil der Finanzierung tragen die beteiligten Einrichtungen, ein weiterer Teil wird aus dem Bundeszuschuss gespeist. In Hamburg beteiligen sich das *Schauspiel Hamburg*, das *Thalia Theater*, das *Fundus-Kindertheater*, das *Theater Sprechwerk* und *Kampnagel*, die *Hamburger Kunsthalle*, die *Alfred Töpfer*

Stiftung, die *Staatliche Jugendmusikschule*, die *Junge Presse*, das *Festival KinderKinder e.V.*, das *Museum für Kommunikation*, die *Werkstatt 3*, das *Kulturzentrum Brakula* und die *Kulturabteilung der Residenz am Wiesenkamp*.

Die 20-jährige Katja Supyan stammt aus Stuttgart, schon vor dem Abitur hat sie sich überregional mehrfach beworben. Aus drei positiven Antworten konnte Sie auswählen und entschied sich für Hamburg. Sie arbeitet seit zwei Monaten bei der *Alfred-Toepfer-Stiftung F.V.S.* und sieht ihre berufliche Zukunft klar vor sich: ein Studium der Kultur- und Medienwissenschaft: „Ich bewege mich jetzt in den Kreisen, die mich schon immer interessiert haben. Ich glaube, es wird das schönste Jahr meines Lebens!“ Florian Emmert, 19 Jahre, ist sich noch nicht ganz so sicher. „Es ist für mich eine Orientierungsphase, ich möchte viele unterschiedliche Erfahrungen machen, bevor ich eine Berufsentscheidung fälle.“

Selbstverständlich profitieren die Einrichtungen von dem Freiwilligendienst. Sie gewinnen ganz direkt eine Unterstützung für den Arbeitsalltag und haben mit ihren freiwilligen Absolventen darüber hinaus wichtige Ansprechpartner für die jugendliche Zielgruppe. Fachlich, inhaltlich und pädagogisch werden die Jugendlichen und ihre Einsatzstellen von der *Landesvereinigung Kulturelle Jugendbildung Niedersachsen* begleitet, im Norden werden insgesamt 110 Freiwilligenplätze von der LKJ koordiniert. In 25 Bildungstagen werden die Mädchen und Jungen für ihre Arbeit im Kulturbereich weitergebildet, Regionaltage, Fachtage und Einsatzstellentreffen bieten die Möglichkeit, sich auszutauschen.

Die Bereitschaft bei den kulturellen Einrichtungen wie auch die Nachfrage durch die Jugendlichen für das freiwillige Kulturjahr ist sehr groß. Das *FSJ Kultur* findet in der Öffentlichkeit jedoch noch zu wenig Anerkennung, beispielsweise werden Wohngeldanträge der jungen Leute abgelehnt. Manche Kulturinstitutionen stellen sehr günstige Wohngelegenheiten zur Verfügung,



jedoch ist das monatliche Taschengeld von 281,21 € eben nur ein Taschengeld. Hamburgs Kultursenatorin Karin von Welck wird sich nach eigenen Aussagen dafür stark machen, die Geldeinwerbung voran zu treiben, um für die Jugendlichen finanzielle Erleichterungen zu schaffen. In wenigen Fällen hat sich das Absolvieren des FSJ Kultur bereits als vorteilhaft erwiesen: es verhalf zu einem Studienplatz im Studiengang Kultur- und Medienmanagement. Bleibt nun noch zu hoffen, dass sich der Stellenmarkt im Kulturbereich positiv entwickelt.

Die LKJ Niedersachsen unterstützt den Aufbau des FSJ Kultur in Hamburg und koordiniert die Platzvergabe. Interessenten, die zwischen 16 und 27 Jahre alt sind, können sich bewerben. Dabei spielen Schulbildung und Schulabschlüsse keine Rolle. Offizieller Bewerbungsschluss ist immer der 30. April und der 1. September.

WEITERE INFORMATIONEN

LKJ Niedersachsen, Frau Juliane von Ilten
Sedanstr. 58, 30161 Hannover
Tel: 0511-60060550

www.fsjkultur.de
www.lkjnds.de

Lernen aus erster Hand

Es war wie ein „who is who“ auf dem Kultursponsoring-Gipfel der *Europäischen Sponsoring-Börse* (ESB) anlässlich der *Art Cologne* am 2./3. November in Köln. Die Vertreter von über 160 renommierten Unternehmen und Kulturorganisationen sind sich einig: Kultursponsoring ist stark in Bewegung und hat Zukunft, wenn Sponsor und Kultur gleichwertig profitieren.

Der Kongress erwies sich als wichtiges Lernfeld für die angehenden Kulturmanager der *Reinhold-Würth-Hochschule*, die in ihrem späteren Berufsleben als Netzwerker zwischen Kultur und Wirtschaft agieren werden. „Es ist schon eine einmalige Chance, so viele Vertretern aus der Kulturbranche und Unternehmen, die Kultursponsoring betreiben, kennen zu lernen,“ meint Stephanie Gierth, eine der Masterstudentinnen auf dem Kongress. Die ersten Kontakte für eine Zusammenarbeit haben sich für die Studenten und ihre Hochschule schon ergeben. Praxisnahes Lernen und der direkte Austausch mit Experten sind feste Bestandteile des Studiencurriculums des Masterangebots *Betriebswirtschaft und Kultur-, Freizeit- und Sportmanagement* an der *Reinhold-Würth-Hochschule*.

Auch beim nächsten *Kultursponsoringgipfel* am 19./20. April 2007 in Köln, wird die neue Generation der Masterstudenten, die sich noch bis zum 15. Januar 2007 bewerben können, wieder vom Expertenaustausch profitieren.

WEITERE INFORMATIONEN

www.hs-heilbronn.de

Lesen Sie zum 3. Kultursponsoringgipfel auch den ausführlichen Rückblick auf Seite 39.



Der Wert der Kultur

Stiftungen als „3. Ort“ der Kulturförderung

Zu einer Informations- und Diskussionsveranstaltung unter der Fragestellung „Kultur aus der Mitte der Gesellschaft – Was ist uns Kultur wert?“ hat der Bundesverband Deutscher Stiftungen am 19. und 20. Oktober in die Villa von Heyd nach Berlin eingeladen.

Ein Bericht von Birgit Lengers und Wigbert Böll, Korrespondenten, Berlin
bl@kulturmanagement.net und wb@kulturmanagement.net



Foto „Stiften gehen“
Quelle: Landeshauptstadt
Hannover

Vor dem Hintergrund sozialer Desintegrationserscheinungen und zunehmender Kürzungen öffentlicher Mittel geht der Arbeitskreis Kunst und Kultur in seiner 8. Tagung mit Vorträgen und Präsentationen guter Stiftungspraxis gezielt der Frage nach dem (Stellen-)Wert von Kunst und Kultur in unserer Gesellschaft nach. Auch stellt sich die Frage nach der besonderen Verantwortung und der konkreten Rolle, die den Stiftungen durch die gesellschaftlichen Herausforderungen zukommen.

Stiftungsboom, Stiftungsdichte und Stiftungsrecht

Vom Vorsitzenden des Bundesverbandes, Dr.-Ing. E.h. Fritz Brickwedde, gibt es zur Begrüßung zunächst Positives zu vermelden: Mit 880 Neugründungen (3% mehr als 2004) war 2005 ein Rekordjahr. Ein Viertel der neu gegründeten Stiftungen hat sich satzungsgemäß der Förderung von Kunst und Kultur verschrieben. Damit gibt es derzeit 13.490 bürgerlich-rechtliche Stiftungen in Deutschland. Als direkte Folge einer Reform des Stiftung- und Steuerrechts 2000 kam es in den folgenden 5 Jahren zu einem regelrechten Gründungsboom, in dem mehr als ein Drittel der heute bestehenden Stiftungen gegründet wurden.

Weniger erfreulich ist, dass aufgrund der steuerrechtlichen Rahmenbedingungen, das Stiftungsvolumen von € 300.000 zumeist nicht überschritten wird. Zudem sind in der Stiftungsdichte regional erhebliche Unterschiede zu bemerken.

Im Städteranking liegen Hamburg mit 54 Stiftungen pro 100.000 Einwohner und Frankfurt mit 52 vorn. Eine regional niedrige Stiftungsdichte weisen neben den neuen Ländern auch das Ruhrgebiet auf: 14 der letzten 22 Plätzen werden von Städten aus dieser Region belegt. Die Schlusslichter bilden Hagen, Chemnitz, Herne und Gera.

Es gilt nun, so der Bundesverband, von politischer Seite die Rahmenbedingungen für Stiftungen durch weiterreichende Reformierung des Steuer- und Gemeinnützigkeitsrechts zu verbessern. Da diesbezüglich auf politischer Ebene alsbald maßgebliche Entscheidungen getroffen werden, hatte man den Präsidenten des Bundestages, Dr. Norbert Lammert, der an der Reform



... Stiftungen als „3. Ort“ der Kulturförderung

BIRGIT

LENGERS

ist freie Theaterdramaturgin und -dozentin. Zur Zeit arbeitet sie für das German Theatre Abroad in Berlin und New York.

WIGBERT BÖLL

ist Unternehmens- und Kulturbereater in New York und Berlin.



2000 entscheidend beteiligt war, nicht nur als Redner, sondern auch als Hörer und potentiell Verbündeten der politischen Lobbyarbeit eingeladen.

Kultur: wertvoll und relativ günstig

Wie schon sein Vorredner, der Leiter des Arbeitskreises Dr. Dominik König, spricht sich Lammert gegen Instrumentalisierung und „Beauftragung“ von Kultur aus. Gesellschaftliche und damit instrumentelle Ziele kann nur die Kulturvermittlung verfolgen. Zur Aufgabe und Aufstellung der Stiftungen in der föderalen Konstellation der Kulturförderung betonen beide, dass Stiftungsgelder nicht Kompensator öffentlicher Förderung sein sollen, sondern dass diese vielmehr die Voraussetzung für Stiftungsarbeit ist. Aber: „Es kann nur vermittelt werden, was vorhanden ist.“ (König).

Zur Legitimierung von öffentlicher Kulturförderung und zur zentralen Frage nach dem Stellenwert der Kultur, wird Lammert grund(ge)sätzlich: Laut Artikel 20. Absatz 1 des Grundgesetzes ist die Bundesrepublik Deutschland ein demokratischer und sozialer Bundesstaat, von „Kulturstaat“ sei dort nicht die Rede. De facto ist die Förderung der Kultur dem deutschen Staat jährlich ca. 11 Mrd. Euro wert. Damit werden 90% der Ausgaben für Kultur aus öffentlichen Mitteln bestritten - in den USA sei das genau umgekehrt.

Die ca. 8 Mrd. Euro von Gemeinden, Bund und Ländern plus 1,5 Mrd. Euro Steuervergünstigungen und 1 Mrd. Kulturförderung im Ausland machen jedoch lediglich 0,4% des Bruttoinlandsprodukts und 1,75% des Gesamtvolumen der öffentlichen Aufwendungen aus. Außerdem rechne sich Kultur über die



... Stiftungen als „3. Ort“ der Kulturförderung

Umwegrentabilität volkswirtschaftlich, d.h. die Kulturwirtschaft fristet auch ökonomisch kein Nischendasein. Ein Trugschluss sei jedoch Kulturförderung als besondere Form der Wirtschaftsförderung zu begreifen. Mit diesen Zahlen und Argumenten macht Lammert unmissverständlich deutlich, dass Sparmaßnahmen an Kulturretats wenig Sinn machen, da die Bedeutung zu groß und die Etats zu klein sind: „Kultur ist nicht nur lieb, sondern auch teuer, aber sie ist alle mal mehr wert, als sie kostet.“ (Lammert).

Stiftungsarbeit: Suche nach dem „3. Ort“

In der anschließenden Podiumsdiskussion wurde der Kulturbegriff und das Thema Partizipation u.a. von Adrienne Goehler, Dr. Susanne Keuchel und Christian Petry noch einmal grundsätzlich diskutiert. Ist Kultur Matrix mit Integrationsaufforderung oder Identifikationsangebot einer pluralistischen Gesellschaft? Findet derzeit eher eine Politisierung (Stichwort: „Kampf der Kulturen“) oder eine Ökonomisierung (Stichwort: „Verwertbarkeitsdruck“) des Begriffs statt? Goehler spricht von einer fatalen ideellen „Überfrachtung“. Von der Kultur und Kulturschaffenden wird erwartet diverse Sinnlücken zu schließen, ohne sie mittels entsprechenden Instrumentariums und Infrastruktur faktisch dazu zu ermächtigen.

Für Jugendliche – die, wie Keuchel anhand der Ergebnisse des *Jugendkulturbarometers* herausstellt, einen anderen Kulturbegriff haben als Erwachsene, der sich weniger auf Kulturinstitutionen wie Theater und Museum bezieht, als auf kulturelle Identität – geht es primär darum Zugangsmöglichkeiten zu schaffen. In Bezug auf die im Augenblick viel diskutierten Modellprojekte im Rahmen von *Kultur macht Schule* und *Künstler in die Schule* wurde die Chance für Kinder und Jugendliche betont, sich jenseits von Eltern und Lehrern und dem rigiden Zeitrhythmus der Schule künstlerisch (d.h. auch nonverbal) zu artikulieren. Künstler könnten dabei als Kommunikationsprofis unterschiedlicher kreativer Sprachen entsprechende Räume schaffen und Situationen „sprachfähig“ (Goehler) machen.

Für die Initiatoren der Tagung, die Stiftungen, wird die Herausforderung und Chance gesehen, interdisziplinär und vor allem intersektorial (zwischen Kultur- und Kultusministerium) zu arbeiten, d.h. über die Zuständigkeiten einzelner Verwaltungen Verantwortung zu übernehmen und – anders als Sponsoren, die eine zeitlich nahe Gegenleistung erwarten – mit längerem Atem auf Nachhaltigkeit zu achten.

Stiftungen können als „3. Ort“, als „nomadischer Ort“ neben und zwischen den Institutionen und auch zwischen den Generationen wirksam werden. An diesem „3. Ort“, der nicht als „Schleifenabteilung“ (Goehler) schon Anerkanntes erneut prämiert, kann Stiftungsarbeit mit Ideen, Zeit (Ehrenamt) und Geld „Innovationslücken staatlichen Handelns schließen“, wie Christian Petry, Geschäftsführer der *Freudenberg Stiftung* formulierte.



... Stiftungen als „3. Ort“ der Kulturförderung Präsentationen guter Stiftungspraxis

Nach den grundsätzlichen Vorträgen und Diskussionen am Vortag konzentriert sich der zweite Tag der Konferenz auf die konkrete Darstellung erfolgreicher Arbeit, die zeigt, wie auch mit knappen Mitteln nachhaltig kulturelle Förderung geleistet werden kann. Das Motto des Tages *Präsentationen guter Stiftungspraxis* wird dabei von allen fünf Vorträgen erfüllt und es zeigte sich, dass es bereits „3. Orte“ gibt, die beispielhaft in der Einbeziehung von Jugendlichen und Kinder erschaffen werden.

*Jbach Denk-Mal-Stiftung
aus Bamberg*

Zunächst beschreibt Frau Heide Jbach von der *Jbach Denk-Mal-Stiftung*, wie mit Begeisterung und Durchhaltevermögen selbst mit kleinen Ideen große Wirkung erzielt werden kann. Für die Restaurierung u.a. des Kreuzwegs in Bamberg gewann Frau Jbach die Unterstützung von Schülern des *Kaiser-Heinrich-Gymnasium*. „Kultur praktisch erfahrbar zu machen“ war die zweite Zielsetzung neben der vordringlich notwendigen Restaurierung von Denkmälern. Durch die Zusammenarbeit wurden die Schüler vielfältig in den Prozess der Denkmalpflege eingebunden. Neben der inhaltlichen Auseinandersetzung konnten sie finanzielle Aspekte der Arbeit kennen lernen und selbst aktiv beim Spenden sammeln (Fundraising) mithelfen.

Nach der anfänglichen Skepsis verschiedener Lehrer nahmen am Schluss fast alle Fachlehrer des Gymnasiums an dem Projekt teil. Wichtigster Lernerfolg war aber für die Schüler, dass sich „auch ehrenamtliches Engagement (Volunteering) auszahlt!“. Inzwischen ist aus dem Projekt eine unabhängige Bewegung in Bamberg geworden, die man im Internet anschauen kann. Die *Jbach-Denk-mal-Stiftung* arbeitet bereits mit einer Schule in Pirna zusammen und plant eine Kooperation mit einer Görlitzer Grundschule.

*Mobiles Atelier aus
Hannover- Kinder an
Kunst heranführen*

Die kulturelle Zusammenarbeit mit Kindergärten ist Thema der nächsten Erfolgsgeschichte. Frau Römisch von der *Stiftung KulturRegion Hannover* stellt ihr Projekt *Mobiles Atelier* vor. Für jeweils eine Woche wurden 4 Kindergärten in der Region zu mobilen Ateliers umgebaut, in denen 4 Künstlerinnen Kinder an Kunst heranführten. Die viel beschworene ‚Nachhaltigkeit‘ wurde durch Einbeziehung der Erzieherinnen gewährleistet. Das Projekt begeisterte die Kinder und war insgesamt sehr erfolgreich, so dass eine Erzieherin schwärmt: „Diese Form von Kunst ist wie angelernte Freiheit.“

Allerdings sind 45.000 Euro Kosten für die Stiftung voraussichtlich nicht als Dauerprojekt finanzierbar. Der Effekt ist trotzdem weitreichend, da das Training der Erzieherinnen ein wichtiger Teilaspekt des Projekts war.

*Literarisches Tandem der
Stiftung Brandenburger Tor*

Prof. Hans-Joachim Neubauer erläutert anschließend seine Arbeit mit dem *Literarischen Tandem der Stiftung Brandenburger Tor*, das seit 2002 in einer neuen Art und Weise den Deutsch-Osteuropäischen Austausch von (meist jungen) Schriftstellern fördert. Für jeweils zwei Monate werden die Schriftsteller nach Berlin eingeladen und dort von je einem deutschen Schriftsteller beglei-



... Stiftungen als „3. Ort“ der Kulturförderung

tet, der dann umgekehrt für 2 Monate in die jeweilige Heimatstadt des Gastes reist. Auf diese Art und Weise sind bereits unmittelbare Begegnungen mit Vilnius, Warschau, Bukarest, Sarajevo, Prag, etc. entstanden.

Einen ersten Einblick in die Arbeit kann der interessierte Leser in einem Sonderband der Zeitschrift *Sprache im technischen Zeitalter* mit dem Titel *Offenbar Europa* erhalten, oder live bei den Lesungen der *Tandems* im Max-Liebermann-Haus neben dem Brandenburger Tor gewinnen. Für Prof. Neubauer ist dieses Projekt eine „durch Kulturaustausch geförderte Integration“.

Eine ganz andere Art von Förderung stellt Dr. Silke Neysters aus Düsseldorf vor. Die Leiterin der Abteilung Bildung & Pädagogik bei der *Stiftung Museum Kunst Palast* beschreibt das Projekt *Modell Keywork*, bei dem so genannte „Erwachsene im nachberuflichen Leben“ (neu-deutsch für Senioren) in die aktive Museumsarbeit eingebunden werden sollen. Ganz gezielt wird dabei auf die Mitarbeit von Männern Wert gelegt. Durch eine Stellenausschreibung wurde eine Großzahl von Interessenten für dieses unbezahlte Ehrenamt gefunden, die seit 2005 als so genannte „Netzwerker“ in monatlichen Arbeitstreffen Aktionen und Programme planen und durchführen und somit erfolgreich die „aktive Darstellung von Kultur in der Mitte der Gesellschaft“ fördern. Vom Auslegen der Museumsbroschüren in Wartezimmern von Arzt-Praxen bis zum Besuch in Kindergärten und Heimen – die Netzwerker sind inzwischen integrierter Bestandteil der Museumskommunikation.

Zum Abschluss der Präsentationsreihe wird ein Projekt vorgestellt, das die Annäherung von Jugendlichen und Museen fördert. Anka Bolduan, Projektleiterin von FIES (*Forschen in eigener Sache*) des *Übersee-Museums* in Bremen legte gemeinsam mit beteiligten Schülern dar, wie Jugendliche zwischen 14 und 20 selbstständig ein Thema (z.B. „Werte“, „verliebt sein in anderen Kulturen“, „Kochbuch der Welt“) recherchieren, um es dann - begleitet von einem Künstler – anschaulich zu präsentieren. Lernen durch Forschen hat erwiesenermaßen den größten nachhaltigen Lerneffekt und so freute sich dann auch einer der anwesenden Schüler über seinen größten Erfolg, gelernt zu haben sich „neuen Dingen zu öffnen“.

Insgesamt wurde an diesem Tag deutlich, dass es für die Stiftungen wichtig ist, nicht nur „anzustiften“ (Dr. König), sondern dass Kulturvermittlung durch die Einbeziehung von Bildungsinstitutionen größere Wirkung und Nachhaltigkeit erreichen kann. ¶

Die neue Ausgabe der *Stiftungswelt* mit dem Schwerpunkt "Gute Stiftungspraxis" ist erschienen. Probeexemplar: <http://www.Stiftungen.org/verlag>

Modell Keywork aus Düsseldorf: Einbindung von Senioren in die aktive Museumsarbeit

Projekt FIES am Bremer Übersee-Museum



Musisch-ästhetische Bildung in Kitas

Musikschulaufgaben im 21. Jahrhundert

Gedanken zu einer Fachtagung in Köthen

Beitrag von Dr. Joachim Kreutzkam, jkreutzkam@gmx.de

DR. JOACHIM
KREUTZKAM

ist Geschäftsführer der
Akademie Gesellschaft und
Wissenschaft (AGW) in
Bad Harzburg und Vorsit-
zender des Beirats der
Landesmusikakademie
Sachsen-Anhalt

Ganz offensichtlich stehen die Menschen in Sachsen-Anhalt - ihrem Landesmotto folgend - wirklich früher auf. Wie anders ist es zu erklären, dass die Abgeordneten im Landtag einer bildungspolitischen Novität zustimmten? Einstimmig haben sie in diesem Jahr ein Musikschulgesetz verabschiedet, das richtungsweisende und in seiner Klarheit so noch nicht formulierte Akzente für die zukünftige Aufgabenstellung der Musikschule setzt: klare Zuordnung der Musikschule zum Bildungssystem, Betonung des Landesinteresses an der Zusammenarbeit der Musikschulen mit den Kindertagesstätten und allgemeinbildenden Schulen, um Chancengerechtigkeit für alle Kinder zu gewährleisten, sowie unverkrampfte Einstellung zur Wahl der Trägerform, die auch die so genannten privaten Musikschulen nicht ausklammert, sondern als musikpädagogische Unternehmungen bewusst mit einbezieht.

Der Landesverband der Musikschulen in Sachsen-Anhalt begleitet und unterstützt die Musikschulen deshalb nicht nur bei der Anpassung an vermeintlich Unvermeidliches, was die katastrophale Situation der öffentlichen Haushalte betrifft. Er betreibt nicht nur fachliche Kosmetik am inhaltlichen Programm. Er kümmert sich nicht nur um das Image seiner Musikschulen, um Musikschule als *Brand*, als Marke, und sucht auch nicht nur nach ergänzenden Programm bezogenen Ausrichtungen.

Gemeinsam mit seinen Mitgliedern, den Musikschulträgern, mit den Musikschulleitern und -lehrern sowie mit Eltern und Schülern hat der Verband damit begonnen, sehr vorsichtig eine Neubestimmung der bildungspolitischen Rolle der Musikschulen im 21. Jahrhundert vorzunehmen.

In welche Richtung die Veränderungen in den Musikschulen - sowie in allen anderen Kultur- und Bildungseinrichtungen eines Landes - im 21. Jahrhundert gehen könnten und wohl auch gehen werden, wurde in der Fachtagung *Musisch-ästhetische Bildung in Kitas* (MäBi Kita) im September 2006 im Köthener Schloss deutlich angesprochen.

Die gut besuchte Tagung - eine Informationsveranstaltung für Eltern, Erzieher, Musikpädagogen, Kulturpolitiker, Kulturadministratoren und für die interessierte Öffentlichkeit - wurde vom Landesverband der Musikschulen in Sachsen-Anhalt mit Unterstützung des Kultusministeriums sowie der Kommune - Landkreis und Stadt Köthen - organisiert.



... Musisch-ästhetische Bildung in Kitas

Ganz im Sinne des Musikschulgesetzes, das mit Nachdruck auf die änderungsbedürftige Gemeinwohl orientierte Allokation öffentlicher Mittel hinweist, richtete sich das Augenmerk der Fachtagung auf die Herausforderung, allen Kindern und Jugendlichen einer Kommune so früh wie möglich einen Zugang zur *musikalischen Grundbildung* – oder *Musisch-ästhetischen Bildung (MäBi)*, wie der Landesverband diesen Bildungsbereich nennt - zu ermöglichen.

Es ging um nicht mehr - aber auch um nicht weniger - als um eine erste Verständigung über den gemeinsamen Weg von Musikschulen und Kindertagesstätten hin zu einer gemeinsamen Weiterentwicklung der Musikalischen Früherziehung der Musikschulen einerseits und des sachsen-anhaltischen Bildungsprogramms *Bildung:elementar* für Erzieherinnen in Kitas andererseits.

Wir sind mit unserem Bildungssystem „Weltmeister der sozialen Selektion“

In der Fachtagung wurde eines deutlich: Die Bedeutung des Themas *Musisch-ästhetische Bildung* kann nicht überschätzt werden. Schon angesichts der demographischen Entwicklung müssen unsere Bildungsanstrengungen der Förderung aller Kinder gelten: Die Anzahl der Geburten hat sich in Sachsen-Anhalt in den vergangenen 15 Jahren halbiert - von ca. 34.000 auf ca. 17.000. Hinzu kommt die allmählich wachsende Kinderarmut, der wir nur mit kompensatorischen Angeboten im Bildungsbereich begegnen können, begegnen müssen. Wir sind mit unserem Bildungssystem „Weltmeister der sozialen Selektion“.

Angesichts der komplexen und nicht voneinander zu trennenden Probleme der demographischen Entwicklung, der oft zu monetär konzipierten und gestalteten Familienpolitik, der Entwicklung der Staatsfinanzen, der Kinderarmut, der schwierigen Ausländerintegration, der instabilen sozialen Sicherungssysteme, des miserablen Arbeitsmarktes, der wirtschaftlichen und kulturellen Globalisierung usw. ist die musisch-ästhetische Bildung - gemeinsam mit elementarer ethisch-religiöser und elementarer intellektuell-wissenschaftlicher Allgemeinbildung - Kern erfolgreicher Zukunftsgestaltung in Familien, Kitas, Schulen und beruflichen Bildungsstätten.

Wir werden die genannten gesellschaftlichen Probleme nur lösen, wenn sich unser Bildungssystem qualitativ und quantitativ zutiefst ändert, indem es verbessert wird.

„Noch zu viele Rundfunk- und Fernsehsender verdienen mit Niveauelosigkeiten und dummdreisten Spaßmüllhalden...“

Ohne einen nachhaltigen Wandel im Bildungssystem, der die Förderung der Allgemeinbildung auf allen gesellschaftspolitisch relevanten Feldern und angepasst an die jeweilige Entwicklungsstufe der Kinder, Jugendlichen und Erwachsenen gemeinsam mit anspruchsvollen Medien vorantreibt, werden wir das derzeitige weit verbreitete kulturelle Analphabetentum nicht abbauen können. Noch zu viele Rundfunk- und Fernsehsender und Printmedien verdienen mit Niveauelosigkeiten und dummdreisten Spaßmüllhalden, die der bildungsbewusste Zuhörer und Zuschauer wider seinen Willen auch noch über die Rundfunkgebühren oder über die Preise der beworbenen Konsumgüter mitfinanzieren muss.



Im Juni 2007 soll in Köthen erstmals Rechenschaft über die Projektentwicklung von MäBi Kita gegeben werden.

Musikschulen und Kita werden ihre jeweilige spezifische Kompetenz zusammentun

... Musisch-ästhetische Bildung in Kitas

Wie die – bewusst oder unbewusst – im alten Trott verharrenden Veränderungswiderstände in der Gesellschaft durch größere Bildungsbemühungen – vor allem auch in der frühen Kindheit – verdrängt werden können, dazu haben die Referenten während der Tagung und unter intelligenter, umsichtiger, charmanter und humorvoller Moderation von Antonia Bongartz vom *Mitteldeutschen Rundfunk* (MDR) wichtige Beiträge geleistet. Sie alle sollen jetzt in das Projekt *MäBi Kita*, das wegen seines wohl einmaligen Ansatzes einen Modellcharakter – nein besser: Vorbildcharakter – bekommen könnte, einfließen und weiterentwickelt werden. Und im Juni nächsten Jahres – wiederum in Köthen – soll erstmals Rechenschaft über die Projektentwicklung gegeben werden.

In einem kurzen Einführungsvortrag beschrieb die Initiatorin des Projekts, Elke Brommer – seit Februar 2005 Geschäftsführerin des Landesverbandes in Sachsen-Anhalt –, Entstehungsgeschichte und Zielrichtung des Projekts *MäBi Kita*: Die Prinzipien der Chancengerechtigkeit und Gleichbehandlung aller Kinder, wie sie in Kitas aus gesellschafts- und bildungspolitischen Gründen berücksichtigt werden müssen, kollidieren mit den Angeboten der *Musikalischen Früherziehung* (MFE) der Musikschulen, die immer nur für einige wenige Kinder – und dann noch in den Stammzeiten am Vormittag – als Vorstufen der musikalischen Bildungsbiographie in Frage kommen.

Beiden Seiten war zwar die Notwendigkeit einer professionell geleiteten musisch-ästhetischen Bildung für alle Kinder im Kita-Alter einleuchtend, allein es fehlte noch die zündende Idee für ein entsprechendes Angebot. Diese Idee tauchte im Zusammenhang mit einem Impuls-Workshop im März 2006 auf: Beide Seiten – Musikschule und Kita – werden ihre je spezifische professionelle Kompetenz zusammentun und sich in gemeinsamen Weiterbildungen mit der Konzeption einer breiten musisch-ästhetischen Bildung – mit Hilfe der Primärmedien Musik und Bewegung – und mit den Chancen und Strukturen einer gemeinsamen konkreten Umsetzung von *MäBi Kita* aus ihrer je spezifischen Sicht befassen.

Seitdem hatten sich die beiden Vertreterinnen der Musikschule wie der Kita in Köthen, Regina Baufeld, Diplom-Musikpädagogin an der *Kreismusikschule „Johann Sebastian Bach“*, und Silke Stimm, Leiterin des *Kompetenzzentrums Kita Pinocchio*, gemeinsam mit ihrem kommunalen Träger und ihren Kolleginnen und Kollegen Gedanken zu *MäBi* gemacht und die Ergebnisse ihrer praxisbezogenen Überlegungen auf der Fachtagung vorgetragen. Sie wurden im Anschluss daran sozusagen multi- und transdisziplinär aus der Sicht der Erziehungswissenschaft und Soziologie, der Neurobiologie und Medizin und der Musikpädagogik beleuchtet und unterstützt.

Die Kernaussagen der drei Fachreferate lassen sich so zusammenfassen: Jedes Kind hat seine eigene Bildungsbiographie, die sich aus seinen genetischen Anlagen und vor allem aus der individuellen neuronalen Verarbeitung der Anregungen im Austausch mit seinem jeweiligen Lebensumfeld ergibt.



Erwerb und Stabilisierung von Metakompetenzen

... Musisch-ästhetische Bildung in Kitas

Die Intensität der Lernprozesse im Kind – Entwicklung von Neugier, Verarbeitung von Erfahrungen und Wissen, Wahrnehmungsfähigkeit und Motorik – ist abhängig von der emotionalen Sicherheit des Kindes, von der Intensität seiner Bindungserfahrung im Umgang mit den es begleitenden Menschen. Musikhören und Musikmachen als Bildungsmedium fördern – starke Bindung und hohe emotionale Sicherheit des Kindes vorausgesetzt – den Erwerb und die Stabilisierung von „Metakompetenzen“ (Gerald Hüther), die man nicht lehren kann, die das Kind vielmehr vorbildhaft erleben können muß, um sie sich anzueignen – Metakompetenzen wie Selbstwirksamkeit, Handlungsplanung, Selbstwahrnehmung, Selbstregulation, Kreativität und Einfühlungsvermögen.

Musisch-ästhetische Bildung ist für alle Kinder und Jugendlichen unverzichtbar. *MäBi* als Wahrnehmungsschulung, als elementare kulturelle Bildung gehört zwingend in das Aufgabenportfolio der Musikschulen, Kindertagesstätten und Schulen.

„Rhythm is it!“ – Musik als elementare Bildung in Kitas Sachsen-Anhalts“

In ihrem Referat „*Rhythm is it!*“ – *Musik als elementare Bildung in Kitas Sachsen-Anhalts*“ erläuterte Ursula Rabe-Kleberg, Professorin für Erziehungswissenschaft und Soziologie der Bildung und Erziehung an der *Universität Halle-Wittenberg*, die Strukturen frühkindlicher Bildungsprozesse. Sie verwies – für das Gelingen dieser Prozesse – sehr eindringlich auf die Relevanz vielfältiger musisch-ästhetischer Bildungsgelegenheiten, die Musikpädagogen und Erzieherinnen in den Kindertagesstätten gemeinsam herstellen. Die dafür erforderliche zusätzliche Professionalität auf beiden Seiten könnten Musikpädagoge und Erzieherin – ergänzend zum und aufbauend auf dem Bildungsprogramm *Bildung:elementar* für Erzieherinnen in Sachsen-Anhalt – in gemeinsamen Weiterbildungen erwerben.

Musik ist Doping für die Kindergehirne

„Für die Erziehung eines Kindes braucht man ein ganzes Dorf.“ Dieses afrikanische Sprichwort beschreibt sehr bildhaft den Ansatz des weithin bekannten Sachbuchautors Gerald Hüther, Professor für Neurobiologie und Direktor der *Abteilung für neurobiologische Grundlagenforschung* an der Psychiatrischen Klinik der *Universität Göttingen*. In seinem Referat *Musik ist Doping für die Kindergehirne: Die Bedeutung aktiver und passiver Musikerfahrungen für die Verankerung von Metakompetenzen im Frontalhirn* wies er sehr anschaulich und überzeugend nach, dass unser alltäglicher Begriff von Bildung noch immer weitgehend – und in der Regel ganz unbewusst – dem Maschinenzeitalter verhaftet ist. Noch immer stellen wir uns Bildung als ein Verfahren mit dem Nürnberger Trichter vor: In manch einer der modernsten Säuglingsabteilungen werden Säuglinge heute – wir sahen ein eindrucksvolles Bild – über Kopfhörer mit Musik beschallt, ohne irgendeinen Kontakt zu einem Menschen zu haben, der ihnen Wärme und emotionale Sicherheit vermitteln könnte. Solche Kinder erfahren Musik zwangsläufig als etwas Seelenloses.

Bildung ist, wie wir heute wissen, kein lineares, sondern ein dynamisches Geschehen komplexer neuronaler Verschaltungen und Vernetzungen, die



„Vom Erlebnis zum Ergebnis“ –
Musik Lernen im
Spannungsfeld von
prozess- und produkt-
orientiertem Handeln

... Musisch-ästhetische Bildung in Kitas

sich in dem Maße im Kind und Jugendlichen herausbilden, wie sie in starken menschlichen Beziehungen genutzt werden. Je vielfältiger und häufiger sie in starken Bindungen zu Eltern, Freunden, Lehrern genutzt werden, desto breiter und intensiver sind die kindlichen Bildungsprozesse, die „Bahnungen“ im Gehirn. Die wichtigsten Bildungsprozesse führen zu den erwähnten „Metakompetenzen“, die für die gelingende Bewältigung des Lebens unverzichtbar sind. Dass passive wie aktive Musikerfahrungen hierbei eine herausragende Rolle spielen, ist inzwischen hinlänglich bekannt.

Im abschließenden Referat *„Vom Erlebnis zum Ergebnis“ – Musik Lernen im Spannungsfeld von prozess- und produktorientiertem Handeln* bestätigte Werner Beidinger, Professor für Elementare Musikpädagogik und Geschäftsführender Leiter des *Instituts für Musik und Musikpädagogik der Universität Potsdam*, die Erkenntnisse der Neurobiologie aus der Sicht der Elementaren Musikpädagogik. Sein Ansatz einer „allgemeinen Musikalisierung“ aller Kinder zielt gerade nicht auf gute bis solistische vokale oder instrumentale Leistungen weniger Kinder, sondern auf frühkindliche Bildungsprozesse, in denen sich alle Kinder und Jugendlichen körperlich, sprachlich, musikalisch und motorisch besser auszudrücken lernen.

In der abschließenden Diskussion wurde deutlich: Für die Musikschulen eröffnet sich mit der Musisch-ästhetischen Bildung zukünftig ein weites Wirkungsfeld in Kitas und Schulen mit pädagogischen Strukturen, die vor allem von der neu konzipierten alten Idee des Vorbilds leben. „Bildung braucht Vorbilder! Bildung lebt davon, dass Menschen sich am guten Beispiel anderer orientieren, dass sie sich begeistern und mitnehmen lassen. Jeder kann ein Vorbild sein: Eltern, Nachbarn, Trainer, Lehrer, Klassenkameraden.“ (Horst Köhler)

Alle Kinder müssen in Zukunft von einem Bildungssystem erreicht werden, das verhindert, dass - wie im vergangenen Jahr in Deutschland - 80.000 Jungen und Mädchen ohne Schulabschluss von der Schule entlassen werden. Mit ihrem insofern präventiven Angebot *Musisch-ästhetischer Bildung* für alle Kinder und Jugendlichen fangen die Musikschulen in Sachsen-Anhalt – alle Musikschulen und ihr gesamtes musikpädagogisches Umfeld - in ihrem jeweiligen Einflussbereich entschlossen an. ¶

HINWEIS

Am 13./14. Januar 2007 findet in der *Landesmusikakademie Sachsen-Anhalt*, Kloster Michaelstein, Blankenburg (Harz), ein Workshop mit Dr. Joachim Kreutzkamp statt. Das Thema lautet: *Musikschule im 21. Jahrhundert - Quo vadis? Bildungskonzept - Aufgabenportfolio - Qualitätsmanagement.*



Rückblick

ICOM-Ceca-Konferenz

„Thinking, evaluating, re-thinking“

Ein Beitrag von Eva Reussner, Korrespondentin,
Tübingen/Karlsruhe, er@kulturmanagement.net

In der ersten Oktoberwoche 2006 brachte die diesjährige ICOM-Ceca-Konferenz in Rom ein an Museumspädagogik interessiertes Publikum zusammen zu der Frage, wie die vermittlungsorientierte Seite der Museumsarbeit reflektiert, bewertet und neu durchdacht werden kann. Es war ein bedeutender Schritt, dass nun zum ersten Mal in der Konferenzreihe die Evaluation der museumspädagogischen Arbeit thematisiert wurde.

Das veranstaltende *Committee for Education and Cultural Action* ist eines der ältesten und größten Komitees von ICOM (*International Council of Museums*) und versteht sich als professionelle Interessensgruppe für Museumspädagogik. Die Konferenz mit einem Publikum von etwa 120 Personen war sehr international geprägt, von Teilnehmern aus Australien, Neuseeland und Taiwan über den afrikanischen Kontinent mit Nigeria und Togo hin zu Süd- und Nordamerika (Brasilien, Chile, Mexico, USA, Kanada) und natürlich Europa. Zum ersten Mal war auch eine Delegation aus China vertreten, die einen seltenen Einblick in die chinesische Museumswelt gab. Gemäß der Philosophie von ICOM, in vier Weltsprachen präsent zu sein, wurden alle Beiträge simultan (!) ins Englische, Französische und Italienische übersetzt.

Gastgeber war die *Università degli studi Roma Tre*, und Hauptverantwortliche für die Organisation dieser Konferenz war Emma Nardi, Professorin am Zentrum für Museumsdidaktik der Fakultät für Bildungswissenschaften. Nardis Anliegen war es, die Bedeutung der Evaluation als Instrument zur kontinuierlichen Verbesserung der Museumsarbeit herauszustellen. Sie stellte einen Mangel an Evaluation im Bereich der Museumspädagogik fest und konstatierte, dass diesbezüglich – insbesondere im

italienischen Kontext – (noch) keine etablierten Vorgehensweisen existieren. Nardi betonte den iterativen Charakter der Evaluation anhand eines Symbols: dem Uroborus, einer Schlange, die ihren Schwanz im Maul hat. Diese mythologische Schlange, die sich erstmals auf Tutenchamuns Sarkophag findet, wird hier positiv gedeutet im Sinne eines ständigen Zyklus' der Erneuerung (die zweite Bedeutung des Symbols als Schlange des Chaos, die sich bedrohend um die geordnete Welt ringelt, blieb geflissentlich ungenannt). Um wirksam zu sein, bedürfe es geeigneter Formen der Evaluation, damit die Museumsarbeit kontinuierlich verbessert werden kann.



Foto: Eva Reussner

Leider gab es nur wenige Vorträge, die sich der Reflexion der Evaluationstätigkeit als solcher widmeten. Hier ist beispielsweise eine Studie hervorzuheben, die in Brasilien durchgeführt und von Adriana Mortara Almeida vorgestellt wurde. Sie berichtete von einer landesweiten Befragung von Museen darüber, ob sie museumspädagogische Aktivitäten durchführen, und ob und wie sie diese evaluieren. Dabei zeigte sich, dass der Großteil brasilianischer Museen museumspädagogische Aktivitäten durchführt, jedoch nur ein relativ geringer Anteil der Museen die vorhandenen Angebote auch evaluiert. Als Hauptgründe wur-



den ein Mangel an qualifiziertem Personal sowie mangelnde Kenntnisse über geeignete Methoden angegeben. Einen anderen interessanten Ansatz stellte Denise Studart vom *Museu da Vida* (Museum des Lebens) in Rio de Janeiro vor: eine Datenbank, die sowohl zur Registrierung von Informationen zu gebuchten Führungen und Programmen dient als auch die Möglichkeit zur nachherigen Reflexion dieser Aktivitäten durch die jeweiligen Museumspädagogen integriert.

Colette Dufresne-Tassé, die derzeitige *Ceca*-Vorsitzende, betonte wie Emma Nardi die Rolle der Evaluation als Instrument zur Verbesserung und Weiterentwicklung. Dies gilt ihrer Ansicht nach auch für die abschließende erfolgsbeurteilende, die summative Evaluation, deren Funktion durchaus über die reine Bewertung einer Ausstellung oder eines Programms hinausgehen kann, indem sie übertragbares, weiterverwertbares Wissen produziert. Wie sich dies in der konkreten Anwendung gestalten kann, stellte sie am Beispiel einer (fiktiven) Ausstellungsevaluation vor.

Zwei weitere Beiträge illustrierten dieses Bestreben, die Evaluation zu nutzen, um über eine konkret untersuchte Ausstellung hinaus Erkenntnisse zu gewinnen, die auf zukünftige Ausstellungen oder Aktivitäten übertragbar sind. Andrea Weltzel-Fairchild von der *Concordia University* zeigte auf, dass es nicht ausreicht, einzelne Elemente einer Ausstellung zu evaluieren, sondern diese in ihrer Gesamtstruktur und -dramaturgie betrachtet werden muss, da die einzelnen Stränge miteinander interagieren. Anne-Sophie Grassin vom *Musée National des Civilisations de l'Europe et de la Méditerranée* in Paris untersuchte das Wechselspiel zwischen Objekt und Text in einer Ausstellung und zeigte auf, welche Typen von Texten dazu beitragen, dass Exponate von Besuchern besonders intensiv betrachtet werden.

Die Mehrzahl der Beiträge betrachtete spezifische museumspädagogische Aktivitäten und Zielgruppen als Gegenstand der Evaluation. So richtete sich der Blick insbesondere auf die junge Genera-

tion: Schüler, Teenager, Studenten. Entsprechend wurde auch die Zusammenarbeit von Museen mit Schulen und Universitäten als wichtigen Partnern thematisiert. Ein in diesem Zusammenhang besonders interessantes Projekt stellt die Zusammenarbeit des *National Museum of American History* in Washington mit dem *Haus der Geschichte* in Bonn dar. Beide Institutionen haben Zugang zur schwierigen Zielgruppe der Jugendlichen gesucht und dies mittels „Jugendbeiräten“ in die Tat umgesetzt. Ein Beispiel aus Sao Paolo zeigte zudem, wie man Evaluation nutzen kann, um durch die Einbeziehung von Zielgruppen wie beispielsweise Lehrern vertiefte stabile Kontakte zu diesen aufzubauen.

Zu erwähnen sind außerdem diverse Beiträge zur Evaluation des Einsatzes neuer Medien im Museumskontext. Lynda Kelly vom *Australian Museum* in Sydney untersuchte die Internet-Nutzungsgewohnheiten von Schülern und Lehrern sowie Voraussetzungen für die Attraktivität und Bedienfreundlichkeit von bildungsbezogenen Webseiten, um das Museum in der Entwicklung von Web-Angeboten zu unterstützen. Mit ähnlicher Zielsetzung unterzog Minda Borun vom *Franklin Institute* in Philadelphia verschiedene Lernstile von Kindern und die jeweils bevorzugten Online-Lernaktivitäten einer näheren Betrachtung. Im Gegensatz zu diesen webbasierten Zugängen beschäftigte sich Wan-Chen Liu aus Taiwan mit Mobiltechnologie, und zwar dem Einsatz privater Mobiltelefone für selbstgesteuerte Führungen, welche somit als Audioguide genutzt werden können.

Die Konferenz zeigte, dass gegenwärtig ein sehr unterschiedliches und oft diffuses Verständnis von Evaluation vorherrscht. Einige Teilnehmer hatten sich von der Konferenz Praxishilfen für den Einstieg in die Evaluation erhofft. Dazu hätten insbesondere die Hauptvorträge einen stärkeren Einführungscharakter haben müssen. Während bei einzelnen Beiträgen der Bezug zum Thema der Konferenz kaum erkennbar war, wurde bei einer Reihe von Vorträgen leider nicht transparent gemacht, mit welchen Methoden man denn nun



genau evaluiert hat, welche Maßstäbe dabei angelegt wurden und wie dies dazu beigetragen hat, die Museumsarbeit zu verbessern. Oftmals wurde ein generelles Gesamturteil benannt, jedoch wurden die Gründe für diese Beurteilung nicht verfolgt, aus denen man etwas für die weitere Museumsarbeit lernen könnte. Auch kam in den Diskussionen immer mal wieder zur Sprache, dass die Implementierung von Evaluation in der Museumsarbeit schwierig ist, doch diese wichtige Frage und mögliche Lösungsansätze sind leider nicht weiter verfolgt und diskutiert worden.

Vergleicht man die Konferenz zum Thema Evaluation mit Fachkonferenzen wie beispielsweise der jährlichen *Visitor Studies Conference*, so zeigt sich, dass in diesem Gebiet noch einiges Entwicklungspotenzial steckt. Es ist jedoch zu bedenken und als Verdienst der Konferenz zu sehen, dass das Thema hier nicht ausschließlich von einem Evaluations-Fachpublikum, sondern von einer breiten Zuhörerschaft aus dem Museumsfeld erörtert wurde. Die Teilnehmerzahl wie auch die Anzahl und Breite an vorgestellten Studien zeichnen ein Bild davon, dass das Thema Evaluation stärker in das Bewusstsein und die Aktivitäten von Museen eingedrungen ist. Die Hauptbotschaft lautete: Evaluation nicht als ungeliebte Erfolgsbeurteilung, sondern als Chance zur Weiterentwicklung der Museumsarbeit sehen. An der Umsetzung dieser Idee gilt es nun weiter zu arbeiten. ¶

Rückblick

Kultur macht Schule

Workshop und Preisverleihung MIXED UP 2006

Ein Beitrag von Birgit Lengers, Korrespondentin, Berlin, bl@kulturmanagement.net

Auf Einladung der Bundesvereinigung Kulturelle Kinder- und Jugendbildung (BKJ) treffen sich am 26. Oktober Fachkräfte aus Theorie und Praxis, um der Frage nach neuen Anforderungen und „Unterstützungssystemen“ nachzugehen, die sich aus der Kooperation zwischen Trägern kultureller Jugendbildung und den Ganztagschulen ergeben. Dies ist als Reaktion auf die Chancen und Herausforderungen zu lesen, die sich im Zuge des *Investitionsprogramms Zukunft Bildung und Betreuung* (IZBB) der Bundesregierung zum Auf- und Ausbau der Ganztagschulen für die außerschulischen Kultureinrichtungen ergeben. Der Dachverband BKJ hat das auf drei Jahre (bis 31.3.2007) angelegte Projekt *Kultur macht Schule* ins Leben gerufen, um diese zahlreichen Kooperationen konzeptionell mit zu gestalten, zu dokumentieren und zu evaluieren und um die kulturellen Träger in der Praxis zu beraten und zu unterstützen. Dass die Veränderungsprozesse für die außerschulischen Einrichtungen in vielerlei Hinsicht signifikant sind, ergaben die von der BKJ erhobenen Daten: 45% der befragten Träger gaben an, dass sie es mit einer anderen Zielgruppe zu tun haben; 40%, dass sie mehr Teilnehmer haben; 38%, dass Formate und Inhalte neu sind. Durch die notwendigen curricularen Abstimmungen verändert sich das Themenspektrum; neue Kommunikationspartner wie FachlehrerInnen und schulische Kontaktpersonen verlangen ein Mehr an Zusammenarbeit; die erweiterten und heterogenen Zielgruppen fordern die Träger heraus, auch sozialpädagogisch und methodisch-didaktisch. Nicht nur die organisatorischen Bedingungen (Zeitstrukturen, Räume) sind neu, sondern auch der finanzielle und rechtliche Rahmen (Kooperationsverträge, Versicherungsschutz etc.).



Unter dem Credo „Kooperationen brauchen Unterstützung und sie brauchen Input“ zielt die Veranstaltung primär auf Austausch und Vernetzung. In diesem Sinne erscheint auch der Name des Veranstaltungsorts, das MACHmit Museum in Berlin, geradezu programmatisch: Die sehr gut besuchte Veranstaltung ist als Workshop konzipiert worden, im Zentrum stehen die Erfahrungen und Ideen der Teilnehmer. In moderierter Kleingruppenarbeit wird über mögliche und notwendige „Unterstützungssysteme“ diskutiert, um den genannten neuen Anforderungen in der Zusammenarbeit mit Schulen zu begegnen - ohne das eigene Profil als Kultureinrichtung zu verlieren. Diese Dialektik zwischen Integration und Differenz formuliert auch Prof. Dr. Wolfgang Zacharias in seinem Rück- und Ausblick: Was machen wir aus Schule? Was macht die Schule aus uns?

Dass die im Plenum gesammelten „Gelingensbedingungen“ nur z.T. die Träger selbst verantworten, versteht sich von selbst. Es kann nicht um eine Anpassung an schulische Strukturen und Anforderungen gehen, entsprechende politische und institutionelle Rahmenbedingungen müssen gegeben sein, um eine neue Lernkultur zu ermöglichen. Hier wird z.B. eine Verankerung des Rechts auf kulturelle Bildung gefordert. Weniger grund(ge)setzlich, aber elementar ist die Forderung nach einem neuen Verständnis von Schule als Bildungsort, das mit einer Flexibilisierung der Raum- und Zeitstruktur und Klassengrößen einher geht. Um auf Augenhöhe zusammenarbeiten zu können, wird an den „Kompetenznachweis Kultur“ erinnert, der schon existiert und Schlüsselkompetenzen erfassen und nachweisen soll, und eine sog. Kultur PISA ins Spiel gebracht, deren Inhalte noch zu definieren wären.

Von der Mehrheit der Beteiligten wird die „Beziehungsdimension“ als zentrales Moment genannt. Gemeinsame Fort- und Weiterbildungen können helfen, die ‚Sprache‘ des anderen kennen zu lernen, und somit als vertrauensbildende Maßnahmen wirken. Basis einer funktionierenden Zusammenarbeit bleibt es, auf sich ergänzende Kompe-

tenzen zu setzen, d.h. Lehrer werden durch die kulturellen Angebote nicht ersetzt, sie bleiben (auch körperlich) dabei.

Viel versprechend scheint die Überzeugungskraft der Selbsterfahrung: „Künstlerische Tage“ als Workshopangebot für Lehrer können diese für Kulturarbeit in der Schule gewinnen und nachhaltig ein günstiges Klima für diese schaffen.

Sinnvoll erscheint den Teilnehmern auch eine kommunale Koordinationsstelle/-agentur, die Informationen und Erfahrungen bündelt, für Übersichtlichkeit sorgt, aber auch moderierend und vermittelnd agiert. Ein solches Zentrum könnte Interessensvertretung sein und „Botschafter-Funktion“ in der lokalen Bildungslandschaft übernehmen. In diesem Sinne, als Lobbyist und Koordinator zwischen Angebot und Nachfrage, arbeitet in Berlin die Landesvereinigung Kulturelle Jugendbildung.

Beliebtes „Anerkennungsinstrument“ der Lobbyarbeit ist neben Botschaftern und Events auch der Wettbewerb. Wie die Zusammenarbeit zwischen Kultur und Schule auf hohem Qualitätsniveau in der Praxis umgesetzt werden kann, demonstrieren die vier preisgekrönten Kooperationen aus der MIXED UP Wettbewerbsrunde 2006.

Gerd Hoofe, Staatssekretär beim Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend überreicht den Gewinnern aus 80 Bewerbern ihre Anerkennungspreise im Wert von je 2.500 Euro. Prämiert werden das Stadtteilkulturzentrum KÖLIBRI/GWA St. Pauli-Süd e.V. aus Hamburg, das Kulturhaus Pusdorf aus Bremen, die Jugendkunstschule der Freien Kunstakademie Mannheim und das Berliner JugendKunst- und Kulturzentrum Schlesische 27. Jeweils im Duo, bestehend aus einer Person in Vertretung der Kultureinrichtung und einer in Vertretung der Partnerschule, berichten die Preisträger von ihrer beispielhaft gelungenen gemeinsamen Arbeit.

Gerd Hoofe zeigt sich von dem Mehrwert kultureller Bildungsangebote in allgemein bildenden Schulen überzeugt: „Bei der Bildung, Erziehung



und Betreuung der jungen Menschen müssen viele Bildungsorte und Lernwelten einbezogen werden. Tanz, Theater, Musik, Bildende Kunst, Spiel, Medien und Literatur“, so der Staatssekretär, „fördern das soziale Klima sowie das kulturelle Leben in den Schulen. Sie sollten fester Bestandteil eines jeden ganztägigen Bildungsangebotes werden!“



Preisverleihung MIXED UP (Foto: BKJ)

Der Sinn der Kooperationen steht für die eingeladenen Fachkräfte außer Frage, nun gilt es die „Unterstützungssysteme“ in die Praxis umzusetzen – und da sind nicht nur diese Fachkräfte gefragt!

WEITERE INFORMATIONEN
www.kultur-macht-schule.de

Rückblick

3. Kultursponsoringgipfel

Ein Beitrag von Dirk Heinze, Weimar
dh@kulturmanagement.net

Der Kultursponsoringgipfel, veranstaltet von der Europäischen Sponsoring-Börse (ESB) aus St. Gallen und der Agentur *kunstkommunikation* wechselte in diesem Jahr von Berlin nach Köln zur ART COLOGNE. Dieser Schritt darf als geglückt angesehen werden, schien doch die öffentliche Wahrnehmung der Veranstaltung größer als bisher.

Es wurde bereits zu Beginn der Veranstaltung deutlich, dass viel Bewegung beim Kultursponsoring herrscht. Damit die Wirtschaft mehr profitiere, sei ein **Kultursponsoring 2.0** notwendig, so Dr. Stefan Shaw von der *art matters GmbH* in seinem Eingangsreferat. Bisher habe beim Kultursponsoring vor allem die Kultur profitiert. Dies bewies jüngst eine Studie, die vom Münchner Prof. Manfred Schwaiger im Auftrag des *Arbeitskreises Kultursponsoring beim BDI* erstellt wurde. Der ernüchternde Befund aus Sicht der Sponsoren: der erhoffte Imagetransfer findet nur bei den Besuchern statt, die die gesponserte Veranstaltung tatsächlich besucht haben. Man dürfe aber das berechnete Ziel des Unternehmens nicht aus den Augen verlieren, mit jedem investierten Euro mehr Kontakte, mehr Umsatz und damit letztlich mehr Gewinn zu erzielen. Kultursponsoring kann nur als aktive und bewusste Schrittfolge verstanden werden wie jede andere Kommunikationsmaßnahme auch.

Wussten Sie schon, dass die Sparkassen etwa 1/6 der gesamten privaten Kulturförderung in Deutschland tragen? Dr. Heike Kramer vom Deutschen Sparkassen- und Giroverband konnte darstellen, in welchem großem Umfang sich die Sparkassen engagieren, ohne jedoch konkret auf die Fragen einzugehen, welche Ursachen der hohe Anteil von Banken beim Kultursponsoring eigentlich hat oder welche Zukunftserwartungen es an das Sponsoring insgesamt gibt. Deutlich wurden immerhin bei einer illustren Runde die unter-



schiedlichen Intentionen des Sponsorings im Vergleich zwischen den Sparkassen einerseits sowie *Deutscher Bank* und *HypoVereinsbank* andererseits, deren Vertreter Michael Münch und Anneliese Gferer ebenfalls als Referenten eingeladen waren. Bei der Deutschen Bank ist die Kulturförderung direkt der Vorstandsebene zugeordnet, bei der HypoVereinsbank gehört das Kultursponsoring zur Kommunikationsabteilung.



Es folgte ein von großer Fachkenntnis und reichen Erfahrungen geprägter Vortrag von Dr. Ulrich Guntram von der AXA Art. Die AXA hat allein 50 Kunsthistoriker auf der Inhaltsliste stehen. Man ist präsent in Europa, Amerika und Asien als Kata-

strophensversicherer für Kunstwerke und -schätze mit einer Deckungssumme von ca. 70 Mrd. Dr. Guntram konnte z.B. aufzeigen, wie der Anschlag auf das *World Trade Center* am 11.9.2001 auch für die Kunstversicherer zu einer der größten, von Menschenhand verursachten Katastrophen wurde. Die Bilanz: 44 Mrd. Schadensumme und der Verlust von ca. 150.000.000 \$ an Kunstobjekten im WTC und in der Nachbarschaft. Massiv war man auch durch den Hurrikan *Katrina* betroffen. Die AXA ließ durch bewaffnete Sicherheitskräfte das Museum von New Orleans schützen und organisierte Unterstützung für Transport beschädigter Kunstobjekte.

Anlässlich des Kultursponsoringgipfels wurden im September 2006 über 500 Unternehmen befragt, was die Kultursponsoren über die Rahmenbedingungen in Deutschland denken. Leider gab es nur 30 Antworten (6 %!), was die Aussagekraft der Ergebnisse stark abschwächte. 80% sind der Meinung, dass Kultursponsoring in Deutschland unter der geringen Berichterstattung in den Medien leidet. 84% sind der Meinung, dass vielen Kultureinrichtungen professionelles Marketing fehlt,

und dies die Hauptursache für die geringe Sponsoringattraktivität dieser Organisationen ist. 40 % wollen sich mehr in Kultursponsoring engagieren.

Fazit: Nahezu alle Referenten beklagten die mangelnde Präsenz des Sponsors in der Presse. Eine der möglichen Strategien, hier eine Verbesserung zu erreichen, sei es, mit dem jeweiligen Sponsoringprojekt eine Geschichte zu erzählen, die auch für Journalisten interessant ist. Hendrik Flügge von *pilot creative concepts* zeigte auf, wie man am Beispiel der *Kunsthalle Bremen* die zur Zielgruppe der Ausstellung passenden Partner und Sponsoren finden und ansprechen kann. Der Vortrag, der gemeinsam mit Miriam Höllings, der Marketingreferentin der *Kunsthalle Bremen* gehalten wurde, gehörte neben dem Referat von Dr. Ulrich Guntram zu den Höhepunkten beider Veranstaltungstage. Zu kurz kamen nach Äußerungen von Tagungsteilnehmern am Rande der Veranstaltung die Interessen der Kulturschaffenden selbst. Zum Fazit gehört auch die offenkundige Dominanz der Sponsoring-Leuchttürme. Man wünschte sich mehr Beispiele, wo auch mit geringen Budgets herausragende Ergebnisse erzielt wurden. Der kommende Kultursponsoringgipfel, der bereits wieder am 19./20. April 2007 zur nächsten ART COLOGNE stattfinden wird, könnte hier Akzente setzen und gleichzeitig neue Zielgruppen als Teilnehmer gewinnen.

WEITERE INFORMATIONEN

www.kultursponsoringgipfel.de



Arbeitstagung Kulturmanagement

Seit mehr als 15 Jahren wird im deutschsprachigen Raum Kunst- und Kulturmanagement gelehrt.

Zunächst an angelsächsische Vorbilder angelehnt ("arts administration" / "arts management") entwickelten sich in Österreich, Deutschland und der Schweiz bald eigenständige Curricula. Die Tagung Kunst- und Kulturmanagement nimmt dies zum Anlass, eine Bestandsaufnahme der Entwicklung vorzunehmen und zukünftige Perspektiven des Faches zu diskutieren. Im Mittelpunkt steht dabei zum einen die Frage der akademischen Verankerung, zum anderen die der Praxisorientierung des Faches. Während der Tagung vom 7. bis zum 9. Dezember am *Nordkolleg Rendsburg* soll zudem eine Diskussion über einen Fachverband Kulturmanagement angestoßen werden - mit der Option, diesen zu gründen.

Referenten

- Amelie Deuflhard, Künstlerische Leitung, Sophiensaele Berlin
- Prof. Dr. Andrea Hausmann, Europa-Universität Viadrina, Juniorprofessur Kulturmanagement
- Prof. Dr. Steffen Höhne, Hochschule für Musik »Franz Liszt« Weimar, Studiengang Kulturmanagement
- Florian Fischer, Zentrale Evaluations- und Akkreditierungsagentur Hannover
- Dr. Rolf Keller, Universität Basel, Studienzentrum Kulturmanagement
- Prof. Dr. Karen van den Berg, Zeppelin University, Kulturmanagement + inszenatorische Praxis
- Dr. Birgit Mandel, Institut für Kulturpolitik, Universität Hildesheim
- Prof. Dr. Hermann Rauhe, Ehrenpräsident der Hochschule für Musik und Theater Hamburg
- Dr. Martin Tröndle, Hochschule für Gestaltung und Kunst Basel, art | design & innovation
- Prof. Gerd-Theo Umberg, Hochschule für Musik und Darstellende Kunst, Frankfurt
- Prof. Dr. Hermann Voesgen, Fachhochschule Potsdam, Studiengang Kulturarbeit
- Dr. Tasos Zembylas, Universität für Musik und Darstellende Kunst Wien, Institut für Kulturmanagement und Kulturwissenschaft (IKM)

WEITERE INFORMATIONEN

www.nordkolleg.de



World Café

Neue Möglichkeiten der Zusammenarbeit zwischen Wirtschaft und Kultur

Ein Beitrag von Patricia Munro, München

Im April 2006 fand in Dresden ein Gespräch zur Förderung von Synergien zwischen Wirtschaft und Kultur statt, zu dem Mitglieder des Internationalen Forums für Wirtschaft und Kultur eingeladen waren. Die Cultural Consulting Group (CCG) hatte hierfür ein partizipatives Gesprächsformat vorgeschlagen, das auf dem World Café-Prinzip basiert. Das Forum, eine gemeinnützige Institution zur Förderung des Wechselspiels und der Zusammenarbeit zwischen Wirtschaft und Kultur, erkannte das Potenzial dieser Dialogmethode, das Blickfeld seiner regulären Mitgliederversammlungen fruchtbar zu erweitern.

PATRICIA MUNRO

ist Partnerin der Cultural Consulting Group (München - Weimar - New York) und Geschäftsführerin der Beratungsfirma zephyrus - Menschen und Ideen im Dialog (München). Sie erwarb nach ihrem Studium der Anthropologie und Archäologie am Swarthmore College einen Master of Arts in Museum Studies an der George Washington University in Washington D.C.

Da das Forum mit einem partizipativen Gesprächsformat dieser Art noch keine Erfahrung hatte, wurde sorgfältig darauf geachtet, dass das für die Gruppendiskussion ausgewählte Thema für alle Forum-Mitglieder geeignet war. Zu diesem Zweck wurden im Vorfeld mehrere Interviews mit führenden Persönlichkeiten / Stakeholders aus den Bereichen Kultur, Wirtschaft, Wissenschaft und Politik geführt, um geeignete Themen zu sondieren und eine inhaltliche Entwicklung der geplanten Diskussionsrunde – von der CCG “Kulturgespräch” benannt – zu ermöglichen.

Die Auswertung dieser Interviews durch die CCG ergab ein breites Spektrum möglicher Themen für dieses “Kulturgespräch”. Diese Themen wurden inhaltlich in verschiedene Kategorien aufgeteilt und erwiesen sich hinsichtlich des Ansatzes einer potenziellen Zusammenarbeit zwischen Wirtschaft und Kultur als zunehmend komplex. Bei der Auswertung der Interviews wurde deutlich, dass die Vertreter aus den Bereichen Wirtschaft und Kultur zweierlei Dinge erkunden müssen – was sie gemeinsam haben und auf welche Weise sie gegenseitig voneinander profitieren können. Die Wahl fiel schließlich auf die Themen “Kreativität” und “Innovation” – in der Erwartung, dass eine Diskussion über diese beiden Kernthemen es den Teilnehmern ermöglichen würde, neue Synergien zwischen Wirtschaft und Kultur im Dresdner Raum zu entdecken.

Anhand der aus den Interviews gewonnenen Ergebnisse entwickelte die CCG ein Konzept für das “Kulturgespräch”. Hierzu wurden eine Reihe von Fragestellungen formuliert, die sich auf die Aspekte Kreativität und Innovation in Wirtschaft und Kultur bezogen. Auf diesen Fragen aufbauend wurden drei Gesprächsrunden sowie eine abschließende Plenumsdiskussion geplant. Um das für das “Kulturgespräch” angesetzte Zeitfenster von 3 Stunden möglichst



... World Café

effektiv zu nutzen, wurde für jede Gesprächsrunde ein zeitliches Limit festgelegt.

An den Diskussionen nahm eine Gruppe von 24 Führungspersönlichkeiten aus dem Dresdner Wirtschafts- und Kulturbereich teil. Im Laufe der Gespräche stellte sich heraus, dass sich die in die Vorab-Interviews investierte Zeit mehr als gelohnt hatte. Anhand dieser Interviews hatte die CCG ermitteln können, von welchem Ausgangspunkt bzw. von welcher Ebene aus alle Teilnehmer gemeinsam über "Kreativität" und "Innovation" diskutieren konnten. Die Gespräche verliefen entsprechend angeregt und höchst produktiv.

Bei der Erstellung eines zusammenfassenden Berichtes über die an diesem Abend stattgefundenen Gespräche konnte die CCG eine Reihe wesentlicher Erkenntnisse festhalten, die sich aus der Diskussion herauskristallisiert hatten. Es war deutlich geworden, dass der Dialog zwischen Wirtschaft und Kultur wünschenswert ist, da ein fortlaufender Austausch es beiden Bereichen ermöglicht, im Hinblick auf Kreativität und Innovation voneinander zu lernen und zu profitieren. Ein solcher Dialog würde zudem die Gelegenheit bieten, bestimmte Themen und Projekte anzugehen, die von beidseitigem Interesse sind. Als ein unerwarteter "Bonus" des Kulturgesprächs ergab sich die Aussicht, dass das Forum als neutraler Vermittler künftig dazu beitragen könnte, Impulse für neue Projekte zwischen Wirtschaft und Kultur zu geben und somit das Image der Stadt Dresden zu heben. Die Ermittlung wichtiger Themen und Fragestellungen in Bezug auf die fortlaufende Weiterentwicklung des Forums und dessen künftige Rolle bei der Entwicklung einer Strategie für die Stadt Dresden lieferte dem Führungsgremium des Forums reichlich Stoff zum Nachdenken. Und last, but not least schlugen die Diskussions Teilnehmer selbst eine Fülle von Themen vor, die im Rahmen künftiger "Kulturgespräche" bearbeitet werden könnten.

Zur Einschätzung der Wirkung der Diskussionen wurde ein kurzer Auswertungsfragebogen erarbeitet, um Feedback darüber zu erhalten, wie die Teilnehmer die Gestaltung des Abends und die Qualität der Gespräche beurteilten und ob Bedarf besteht, Kulturgespräche in dieser partizipatorischen Form auch in Zukunft zu wiederholen. Im Ergebnis stellte sich heraus, dass die Teilnehmer das Dialogformat an diesem Abend als sehr interessant empfunden hatten und der Ansicht waren, dass die Gespräche dadurch qualitativ bereichert wurden. Der Gesamterfolg dieses Kulturgesprächs lässt sich auch an der Tatsache messen, dass die Mehrheit der Teilnehmer diesen Prozess regelmäßig in die Programme des Forums für Wirtschaft und Kultur integriert sehen möchte. ¶

WEITERE INFORMATIONEN

www.theworldcafe-europe.net ¶



Vorschau

1st World Café European Gathering

Gespräche, die sich wie Wellen ausbreiten und neue Möglichkeiten eröffnen

Das 1st World Café European Gathering findet vom 3. bis 5. Mai 2007 in Dresden statt. Mit Hilfe unterschiedlicher Kommunikationsformen wird dieses Treffen einen intensiven Wissensaustausch fördern und den Teilnehmern Gelegenheit geben, im Rahmen einer offenen Dialogkultur aktiv an Gesprächen mitzuwirken, aus denen kollektive Erkenntnisse erwachsen.

Mit diesem 1st World Café European Gathering soll ein europäisches Forum geschaffen werden, das innerhalb und zwischen Organisationen und Gemeinschaften zum Austausch kollektiver Ideen, Gespräche und Handlungsmöglichkeiten im Hinblick auf bedeutsame Fragen im gesamteuropäischen Kontext anregen soll. Zu dieser Tagung wird ein breites Spektrum von Teilnehmern eingeladen – Führungskräfte und Change Agents aus Privatunternehmen und gemeinnützigen Organisationen, Handlungsträger aus Politik und Gemeinden [Community Leaders], junge künftige Führungskräfte, Consultants und Personen, die sich engagiert für sinnvolle Veränderungen in ihrem jeweiligen Umfeld einsetzen.

Dieses 1st World Café European Gathering erhielt seinen Impuls durch das Buch *The World Café – Shaping Our Future through Conversations that Matter* (Berrett-Koehler Publishers, Inc. 2005*) von Juanita Brown und David Isaacs und ist eine von mehreren regionalen Zusammenkünften weltweit, die sich die Förderung einer offenen, fruchtbaren Gesprächskultur und eines vernetzten Wissens- und Ideenaustauschs zum Ziel gesetzt haben.

Das dreitägige 1st World Café European Gathering umfasst miteinander verknüpfte, aber in sich autonome Module: Nehmen Sie wahlweise am gesamten Treffen oder nur an einem für Sie besonders interessanten Tag teil.



Tag 1 • Lokale(s) World Café(s)

Die World Café-Gesprächsrunden am ersten Tag finden mit Vertretern aus unterschiedlichen Bereichen und mit unterschiedlichem Publikum statt und befassen sich mit Themen, die speziell für Dresden relevant sind. Die Teilnehmer erhalten dabei einen unmittelbaren Einblick in die Prinzipien und Methoden des World Café und lernen, wie dieses zur Bearbeitung von Fragestellungen aus einer lokalen Gemeinde gestaltet und durchgeführt wird.

Tag 2 • World Café

Der zweite Tag und die erste Hälfte des 3. Tages widmen sich einer europaorientierten World-Café-Gesprächsrunde zu Fragen von besonderem Interesse für jene Teilnehmer, die Veränderungsprozesse herbeiführen wollen im Wege des Dialoges sowie durch vernetzte Gespräche über wichtige Themen und Sichtbarmachung des kollektiven Wissens.

Tag 3 • Workshops zur praktischen Anwendung

In der zweiten Hälfte des dritten Tages werden parallel mehrere Workshops angeboten, die jeweils bestimmte praktische Aspekte der World Café-Methode vermitteln und es den Teilnehmern ermöglichen sollen, voneinander zu lernen und sich mit den einzelnen Aspekten dieser Großgruppenmethode vertiefter vertraut zu machen.

WEITERE INFORMATIONEN

www.theworldcafe.com



Impressum



KULTURMANAGEMENT NETWORK

Dirk Schütz & Dirk Heinze GbR

PF 1198 · D-99409 Weimar

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

TEL +49 (0) 3643.431.413 und 3643.255.328

FAX +49 (0) 3643.801.765

redaktion@kulturmanagement.net

SKYPE: kulturmanagement

Redaktion: Dirk Heinze, Veronika Schuster

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

WEITERE INFORMATIONEN

www.kulturmanagement.net