



Schwerpunkt

Tanz

THEMEN & HINTERGRÜNDE

Menschenschutz im
Tanz

• Seite 3

Der Transitionprozess
bei Tänzern

• Seite 8

KM IM GESPRÄCH
mit Bernd Kauffmann

• Seite 11

... VORGESTELLT

Tanz im Theaterhaus
Stuttgart

• Seite 15

BERUF & KARRIERE

Studiengang
TanzKultur in Bern

• Seite 17

Palucca Schule

• Seite 20

SEITENSPRÜNGE

• Seite 24

Liebe Leserinnen und Leser,

gerade auf das junge Publikum übt der Tanz eine besondere Faszination aus. Entsprechende Performances und Festivals klagen selten über schlecht ausgelastete Vorstellungen. Insbesondere die Verbindung von Tanz und anderen künstlerischen Ausdrucksformen sind ausgesprochen beliebt, so bei den Produktionen von *Sasha Waltz & Guests* oder bei den Choreografien des 2004 verstorbenen Uwe Scholz an der *Oper Leipzig*. Nicht zu vergessen auch der Eis- und Tanz, der eine glückliche Verbindung zwischen Kunst und Sport darstellt. Während einerseits die Politik in letzter Zeit viele Tanzprojekte fördert, ist das klassische Ballett häufig von Kürzungen oder gar Auflösungen betroffen. Woran liegt das? Welche Veränderungen gab es in der Tanzszene? Gibt es eine spezielle Ausbildung, die Kulturmanager auf eine spätere Tätigkeit im Tanzbereich vorbereitet? Antworten auf diese und andere Fragen geben wir in dieser Ausgabe von KM. Wir vermitteln zahlreiche Einblicke in das heutige Tanzmanagement sowie in neueste Erkenntnisse der Tanzpädagogik. Dazu führten wir ein Interview mit Bernd Kauffmann von *movimentos* Festwochen in Wolfsburg. Dagmar Fischer beklagt in ihrem Artikel, dass es in Deutschland noch immer für jeden ohne eine nachweisbare Qualifikation möglich sei, ein Tanz- oder Ballettschule zu eröffnen und stellt Eckpunkte einer modernen Tanzpädagogik vor. Wir stellen Ihnen die Ergebnisse einer Studie von Dr. Cornelia Dümcke vor, die sich mit der sozialen Problematik des Transitionprozesses, also dem Berufswechsel nach der aktiven Tänzerkarriere, beschäftigt. Entgegen dem Trend, die Sparte Tanz aus großen Häusern zu verdrängen, hat das Theaterhaus Stuttgart neben der bereits ansässigen Schauspieltruppe ein zweites Ensemble um den jungen Balletttänzer Eric Gauthier fest an das Haus gebunden. Der Tanzcompagnie gelang es in kurzer Zeit, mit dem Projekt „Gauthier Dance Mobil“ den Tanz zu Menschen zu bringen, die nicht ins Theaterhaus kommen können oder die keinen Zugang zum Theater haben.

In der Schweizer Hauptstadt gibt es seit 2002 den einzigartigen Studiengang *TanzKultur*. Bis vor wenigen Jahren, so die Autorin Margrit Bischof in ihrem Porträt, wurde die Auseinandersetzung mit tänzerischer Bewegung innerhalb des deutschsprachigen Raumes kaum als wissenschaftlich relevant eingestuft. Mit dem Konzept an der *Universität Bern* sollte ein Umdenken in Richtung Institutionalisierung erreicht werden, dass Tanzfachleute aus der Schweiz und Europa eine Weiterbildung auf universitärem Niveau erhalten.

Nachdem die Seitensprünge den Schwerpunkt Tanz abgerundet haben, beginnt eine Zusammenstellung wichtiger Beiträge, die uns in der Redaktion



KM – der Monat

THEMEN & HINTERGRÜNDE

Das Ende eines Kartells

• Seite 25

IHS-Studie untersucht Wiener Bundestheater

• Seite 27

ICCM Salzburg

• Seite 31

EX LIBRIS

Elbphilharmonie

• Seite 33

KONFERENZEN & TAGUNGEN

Rückblick Symposium zu Freundeskreisen

• Seite 35

Rückblick Audience Development Tagung

• Seite 38

Rückblick Orchesterkonferenz in Berlin

• Seite 40

Rückblick bdpm-Bundeskongress, Kassel

• Seite 42

Rückblick 5. Kultursponsoringgipfel, Köln

• Seite 43

Rückblick IAMA-Jahrestagung, Berlin

• Seite 46

Vorschau Mai-Tagung

• Seite 48

Vorschau Kunst Werte Gesellschaft, Berlin

• Seite 48

... Editorial

erreicht haben. Es fällt gerade in diesen Wochen schwer, sich hier zu entscheiden, da geradezu täglich Meldungen und Artikel eintreffen, die zu veröffentlichen sich lohnt. Wir möchten Sie aus diesem Anlass noch einmal ermuntern, auch unser Onlineportal zu nutzen. Viele Beiträge erscheinen dort exklusiv und zeitnah. Loggen Sie sich daher regelmäßig ein und nutzen Sie dabei die zahlreichen Filterfunktionen im linken Menü, die Ihnen die zielgerichtete Recherche nach Inhalten bestimmter Sparten oder Managementbereiche ermöglichen.

In KM - der Monat zeigt Ihnen u.a. Dr. Joachim Kreuzkam im Aufsatz „Das Ende eines Kartells“ neue Perspektiven zur öffentlichen Förderung der musikalisch-ästhetischen Kinder- und Jugendbildung auf. Diese Perspektiven entstehen seiner Meinung nach dann, wenn man die bildungspolitischen Leistungen privater Musikschulen ebenso würdigt, wie dies für öffentliche Musikschulen seit Jahrzehnten gilt. Dies ergänzt in idealer Weise den Rückblick auf den Bundeskongress des Verbandes *bdpm* im April in Kassel. Dort war die frohe Kunde zu hören, dass sich immer mehr Musikschullehrer mit einer eigenen Musikschule selbstständig machen. Dies setzt meist ungeahnte Kräfte frei und ist zudem häufig die einzige Chance zur Rettung einer bisher in kommunaler Trägerschaft befindlichen Einrichtung. Uta Petersen besuchte das 3. Symposium zu Freundes- und Förderkreisen in Berlin, Thomas Mersich war für uns beim 5. *Kultursponsoringgipfel* in Köln - beide Tagungen übrigens ein voller Erfolg, wie von den Korrespondenten zu hören ist. Gastkommentator Gerald Mertens von der Zeitschrift *Das Orchester* besuchte die IAMA-Jahrestagung der internationalen Künstlermanager, und Gudrun Euler berichtet von den Ergebnissen der 1. *Orchesterkonferenz*. Eine dritte Konferenz in der deutschen Hauptstadt war die Audience Development Tagung und Messe an der *Freien Universität Berlin*, dessen Rückblick wir in dieser Ausgabe nachreichen möchten.

Vom 23. bis 26. Mai 2008 findet inzwischen das 12. Korrespondententreffen von *Kulturmanagement Network* in Kooperation mit der *Lettischen Kulturakademie* in Riga statt. Mit einem dichten Programm aus Gesprächen mit Kulturmanagern und Besuchen wichtiger Einrichtungen werden wir Gelegenheit haben, die lebendige lettische Kulturszene kennen zu lernen. Dies wird dann der Schwerpunkt der nächsten Ausgabe des KM Magazins sein. Im Juni starten wir überdies mit unserer Serie zu Berufsbildern im Kulturmanagement.

Wir beglückwünschen zum Schluss die 3 Gewinner der Verlosung zu *Trip to Asia*. Sie haben in der Zwischenzeit die CD mit Soundtrack und Bonusmaterial erhalten.

Einen erfolg- und erlebnisreichen Monat Mai wünschen Ihnen Dirk Heinze und Dirk Schütz sowie das gesamte Team von Kulturmanagement Network



DAGMAR ELLEN
FISCHER

geboren in Toronto/Kanada,
tanzpädagogische Ausbildung an der Lola Rogge-Schule Hamburg, Lehrtätigkeit im Ausbildungsbereich Moderner Tanz und Tanzgeschichte; Studium der Philosophie an der Universität Hamburg; freie Journalistin seit 1990, Publikationen für Fachzeitschriften im In- und Ausland; Redakteurin der Zeitschrift Ballett Intern seit 2003; Übersetzungen (englisch-deutsch), Projekte und Vorträge zu tanzhistorischen Themen.

Menschenschutz im Tanz

Zu den Anforderungen an eine moderne Tanzpädagogik

Einige tausend Ballettschulen leisten in Deutschland Basisarbeit, in Groß- und Kleinstädten sowie in der so genannten Provinz. Hinzu kommen unzählige frei arbeitende Tanzpädagogen, die in Vereinen, Freizeiteinrichtungen, Kulturzentren und inzwischen auch an allgemein bildenden Schulen Tanz unterrichten.

Beitrag von Dagmar E. Fischer, Hamburg

Nicht nur zukünftige professionelle Tänzer machen dort ihre ersten Schritte, die meisten Kinder und Jugendlichen tanzen aus purem Vergnügen und haben keine Ambitionen, den Tanz zu ihrem Beruf zu machen. Sie bewegen sich einfach gern und suchen nach einem individuellen Angebot zwischen HipHop und kreativem Kindertanz, zeitgenössischem Tanz, Ballett oder historischen Tänzen. Die unterschiedlichen Stilrichtungen sind kaum noch mit Anspruch auf Vollständigkeit zu nennen, aber: Je breiter das Angebot, desto größer die Chance, interessierte Schüler für eine der Bewegungs-Arten zu gewinnen. Denn sobald klar ist, dass es Tanzen (und eben nicht Sport sein soll, da wird zwar der Körper angesprochen, die Gefühlswelt indes bleiben weitgehend unberührt), geht es eigentlich nur noch darum, den passenden Stil zu finden.



Teilnehmer des von Royston Maldoom in Hamburg geleiteten Projektes CAN DO CAN DANCE, Oktober 2007, Foto: Lea Fischer



... Menschenschutz im Tanz

Seelenloses Tanzen ist unmöglich, insofern ist tänzerische Basisarbeit immer auch Menschenbildung. Entsprechend groß ist die Verantwortung jener Heranwachsende unterrichtenden Lehrer, die niemals ohne Kenntnisse bestimmter physischer und psychischer Entwicklungsprozesse bei Kindern und Jugendlichen auf Schüler losgelassen werden dürfen. Ulrich Roehm, Erster Vorsitzender des *Deutschen Berufsverbandes für Tanzpädagogik (DBfT)*, zieht einen plakativen Vergleich heran, nicht neu, aber immer wieder einleuchtend: Selbst ein miserabler Autofahrer hat die Führerschein-Prüfung abgelegt und damit eine Minimal-Qualifikation bewiesen. Auf den Tanzpädagogen übertragen hieße dies: Wie jemand unterrichte, könne man letztlich nicht kontrollieren, aber auf eine minimale Qualifikation müsse man sich hier auf jeden Fall auch einigen. Denn es könne nicht sein, so Roehm weiter, dass sich an den schwächsten Mitgliedern unserer Gesellschaft, den Kindern und Jugendlichen, im Prinzip jeder ausprobieren dürfe.

Die Gesetzeslage indes erlaubt es: In Deutschland darf JEDER eine Tanz- oder Ballettschule eröffnen, ein Metzger zum Beispiel, weil er sich ohnehin mit Knochen und Muskeln beschäftigt, oder eine Hausfrau mit Tanz als Hobby, die Zeit übrig und einen großen Raum zur Verfügung hat. Ob man sich auch von einem Hobby-Chirurgen operieren lassen möchte? Unter diesem Aspekt sei es beunruhigend, dass es sogar Kreise innerhalb der Tanzszene gibt, konstatiert Ulrich Roehm, die einen Berufsschutz geradezu fürchteten, weil keinerlei Qualifikation vorhanden sei.

Wie aber kann eine solche Mindest-Qualifikation aussehen? Mit dieser Fragestellung und dem sich daraus ergebenden Problem des Berufsschutzes hat sich der 1975 gegründete *DBfT* bereits in den 80er Jahren befasst – und musste seinerzeit feststellen: Tanz ist Kunst, und die Vermittlung von Kunst ist nach Artikel 5 des Grundgesetzes frei! Das heißt konkret: Es gibt keinerlei gesetzliche Grundlage, den Beruf des Tanzpädagogen auf bestimmte Inhalte festzulegen, um dadurch zu gewährleisten, dass sich nur pädagogisch geprüfte und tänzerisch qualifizierte Menschen der Ausübung dieses Berufes widmen; somit ist auch die Berufsbezeichnung „Tanzpädagoge“ nicht zu schützen. Einen Antrag auf Änderung des Grundgesetzes wollte der *DBfT* nicht anstrengen – er hätte wohl wenig Aussicht auf Erfolg gehabt. Dennoch: Selbst wenn die gesetzliche Grundlage für den Berufsschutz so nicht gegeben ist, kann man im Berufsverband bestimmte Verbindlichkeiten festlegen. Martin Puttke, Zweiter Vorsitzender des *DBfT*, zieht eine Institution wie die Architektenkammer als Vergleich heran, sie schützt den Beruf und wertet ihn durch regelmäßige Fortbildungen zusätzlich auf.

Auch im Ballett geht es um sehr viel mehr als nur die Übereinkunft, Spitzentanz niemals vor dem zehnten Lebensjahr zu unterrichten (und selbst das hat sich noch nicht einmal unter den nicht-pädagogisch Qualifizierten herum gesprochen).



... Menschenschutz im Tanz

Der enorme Erfolg des Films *Rhythm is it!*, in dem Royston Maldoom so eindrucksvoll die möglicherweise lebensverändernden Folgen der Teilnahme an einer Tanzklasse vor Augen führt, rückte Tanz mit einem Schlag ins Bewusstsein der Öffentlichkeit. Menschen jeden Alters, aber vor allem deutlich mehr Jugendliche kamen plötzlich auf die Idee zu tanzen. Der Film trat eine Lawine los, allerorten wurden Tanzprogramme eingerichtet und Projekte nach seinem Vorbild kreiert – wenn auch längst nicht immer mit Sinn, Verstand und einem gutwilligen Blick für die jeweilige Zielgruppe. Denn plötzlich waren viele Künstler-Choreografen-Pädagogen gefragt, um die inflationär aus dem Boden schießenden Tanzvorhaben anzuleiten. Royston Maldoom ist Choreograf – eine weitere Berufsbezeichnung, die sich jeder anheften kann, ohne irgendeine Konsequenz.

Den Schutz bestimmter Berufsbezeichnungen (da gäbe es jenen des Tänzers, des Tanzpädagogen und des Choreografen zu schützen) haben sich nun auch die *SK Tanz* (Ständige Konferenz Tanz, gegründet im März 2006) und der im Jahr 2007 einberufene Beirat der *Sektion Darstellende Künste und Tanz* innerhalb des Kulturrats vorgenommen. Michael Freundt (*SK Tanz* und *ITI*) sieht die geschützten Berufsbezeichnungen und die Anerkennung von Ausbildungen als einen ganzen Komplex von Themen: „Man muss hier unterscheiden: Wer darf an Hochschulen unterrichten? Wer kann eine Schule eröffnen und wer sollte Tanz an allgemeinbildenden Schulen vermitteln? Das sollte geregelt werden, der große Bereich sogenannter Kurse hingegen kann weiterhin der künstlerischen Freiheit unterliegen.“

Hans Herdlein, Präsident der *Genossenschaft Deutscher Bühnenangehöriger*, warnt indes vor allzu großen Hoffnungen auf eine baldige Veränderung der Situation. Nicht nur die im Grundgesetz verankerte Freiheit in der Vermittlung der Künste macht einen Erfolg weiterhin schwierig, auch die heute ständig steigende Vielfalt an tänzerischen Stilen sorgt dafür, dass kein klar erfassbares Berufsbild erstellt werden könnte, „fast jeder Lehrer hat doch inzwischen seinen eigenen Stil, den er natürlich für den besten hält und den er sich nicht reglementieren lassen will,“ kommentiert Hans Herdlein. Andererseits: Auch von Ski- und Gymnastiklehrern wird eine Abschlussprüfung verlangt, also warum sollte es nicht möglich sein, Grundlinien eines Ausbildungssystems auch im Tanz festzulegen und so zu einem gewissen Grad die nötige Anerkennung zu erreichen. Helfen würde dies vor allem im Hinblick auf die Einstufung durch die Bundesagentur für Arbeit: Dort gelten Arbeitslose aus künstlerischen Berufen als Ungelernte, sobald sie in ihrem Beruf nicht mehr vermittelbar sind und auf keinen anderen (gelernten) Beruf ausweichen können. Fälschlicherweise geht man in dieser Behörde immer noch einem „Menschen in Dauerbeschäftigung“ aus, treu nach dem Sozialgesetzbuch; zeitlich befristete Verträge, eine enorme Flexibilität und ständig wechselnde Arbeitsplätze – Alltag für Künstler heute – sind in der Verwaltung dort noch nicht vorgesehen. Das wirkt sich letzten Endes auch in Benachteiligungen bei der Anwendung von Hartz IV-Gesetzen auf Menschen in künstleri-



... Menschenschutz im Tanz

schen Berufen aus. Wenn es hingegen eine verbindliche Festlegung gäbe, ein Diplom nach einer Tanzfachausbildung, so spekuliert der erfahrene Herdlein, dann würde diese auch von Behörden anerkannt und könnte Möglichkeiten der Umschulung liefern. Wenn dann noch hinzu käme, dass in vielleicht einigen Städten Deutschlands in der *Bundesagentur für Arbeit* ein paar Menschen säßen, die sich im Bereich der künstlerischen Berufe tatsächlich auskennen, dann sähe es schon sehr viel besser aus.

Nicht allein unter dem Aspekt, die Heranwachsenden vor dem Zugriff der Ahnungslosen zu schützen, wäre ein gemeinsamer Nenner wünschenswert. Auch im Hinblick auf eine solide tänzerische Basis, auf der sich eine Berufsausbildung bei Begabten aufbauen ließe, ist der Berufsschutz mit Qualifikationsnachweis erstrebenswert. Lutz Förster von der Tanzabteilung der *Folkwang Hochschule* in Essen, beklagt, dass „falsch ausgebildete oder regelrecht verbildete Schüler“ immer wieder als Bewerber der Essener Studiengänge auftauchten. So wurde der Berufsschutz auch zum Thema in der *Ausbildungskonferenz Tanz*, einem Zusammenschluss der professionellen Ausbildungsinstitutionen Deutschlands. Ferner konstatiert der Tänzer und Pädagoge ein eher geringes Interesse am Studiengang Tanzpädagogik: Da es keine Verpflichtung gibt, ein Examen nachzuweisen, kann man wegen des fehlenden Berufsschutzes auch ohne Examen unterrichten, ausbilden oder eine Schule leiten.

Im Bericht der Enquete-Kommission zur *Kultur in Deutschland*, der nach vierjähriger Recherche Ende vergangenen Jahres dem *Deutschen Bundestag* übergeben wurde, sind auf rund 1000 Seiten 465 Handlungsempfehlungen formuliert. Im Bereich Tanz wurden die drei folgenden Handlungsempfehlungen aufgenommen:

1. Die Enquete-Kommission empfiehlt Bund und Ländern, Tänzer während und nach der Tanzkarriere durch die Einrichtung einer entsprechenden Stiftung „Transition“ auf der Grundlage der Ergebnisse der Arbeitsgruppe „Transition und soziale Aspekte“ zu unterstützen. (siehe Beitrag von Dr. Cornelia Dümcke in dieser Ausgabe, Anm. d. Red.)
2. Die Enquete-Kommission empfiehlt Bund und Ländern, Tanz als nachweisbaren Ausbildungsberuf anzuerkennen und das Berufsbild „Tanz- und Ballettpädagoge“ durch Regelungen zur Ausbildung und Zertifizierung zu definieren.
3. Die Enquete-Kommission empfiehlt der *Bundesagentur für Arbeit*, neben einer zentralen Anlaufstelle für Tänzer spezielle Beratungsangebote zu erarbeiten, die zu einer weiteren beruflichen Qualifizierung führen.

Punkt Nummer 2 beträfe alle 16 Bundesländer, und hier konkret die jeweiligen Finanz- und Kultusminister der Länder, also insgesamt 32 Minister, die an einer Einigung beteiligt wären. Leichter macht es die Sache nicht – Handlungsbedarf auf politischer Ebene ist angezeigt. ¶



... Anzeige Bundesakademie

Träumst Du noch oder lebst du's schon?

Sommerakademie 2008

Ideen, Profile und Methoden aus der Praxis
für die Praxis vom 23. - 27. Juni 2008

Zwischen Kunst und Gesellschaft. Zur Zukunft soziokultureller Arbeit. Tagung vom 23. - 24. Juni 2008. Die Tagung will allen Verantwortlichen, Betroffenen und Interessierten Gelegenheit geben zum gemeinsamen Nachdenken über die zukünftige Entwicklung soziokultureller Arbeit und insbesondere soziokultureller Zentren.

Ehrensache- Freiwilligenmanagement in Kultureinrichtungen
Zur Zusammenarbeit von Haupt- u. Ehrenamt vom 24. - 25. Juni 2008

Hype um kulturelle Vielfalt. Interkulturelle Öffnung, Partizipation und Chancen für Institutionsveränderungen vom 24. - 25. Juni 2008
Interkulturelles Know-how für Kulturschaffende.

Das Geld liegt auf der Straße?
Vom 24. - 25. Juni 2008 - Anträge schreiben, Finanzierung klären

Gemeinsame Sache machen oder Toll, ein anderer macht's
vom 26. - 27. Juni 2008 - Teamarbeit im Kulturbetrieb

Digitales Gestalten mit InDesign vom 26. - 27. Juni 2008

Marketinggrundlagen für lokale Kultureinrichtungen
Handwerkszeug für die erfolgreiche Vermarktung kultureller Vielfalt vom 26. - 27. Juni 2008



**Bundesakademie
für kulturelle Bildung
Wolfenbüttel**

Ausführliches Programm der Sommerakademie auf der Homepage:
www.bundesakademie.de/sommer.htm
Bundesakademie Wolfenbüttel, Postfach 1140, D-38281 Wolfenbüttel
Telefon 05331.808-415, Fax 05331.808-413
post@bundesakademie.de - www.bundesakademie.de



TRANSITION Zentrum Tanz in Deutschland (TZTD)

Projektstudie zur Modellentwicklung im Auftrag der AG Transition und soziale Aspekte der Ständigen Konferenz Tanz e.V.

Die *Ständige Konferenz Tanz* ist ein gemeinsames Netzwerk von Verbänden, Vereinen, Institutionen oder Persönlichkeiten in Deutschland, deren Tätigkeit eng mit der Profession Tanz verbunden ist. Sie setzt sich auf politischer Ebene und im Verwaltungsbereich für tänzerische Anliegen ein. Ziel ist es, die Anerkennung von Tanz national und international zu verbessern, diese Kunstform für ein breites Publikum zu öffnen und somit nachhaltig in der Gesellschaft zu verankern. Die *Arbeitsgruppe Transition und Soziale Aspekte der SK-Tanz e.V.* wurde während des *Tanzkongresses* im April 2006 in Berlin gegründet und widmet sich der sozialen Problematik des Transitionprozesses, also dem Berufswechsel nach der aktiven Tänzerkarriere.

Autorin der Studie: Dr. Cornelia Dümcke, Culture Concepts, Berlin

‚Transition‘ ist im Berufsleben von Tänzern unvermeidlich. Tänzerinnen und Tänzer müssen sich, im Unterschied zu vielen anderen Berufsgruppen, nach einer relativ kurzen aktiven Zeit auf der Bühne beruflich neu orientieren. Jeder professionelle Tänzer wird daher mit Umschulung und Weiterbildung konfrontiert. Im Vergleich zu existierenden ‚Transition‘ Zentren in Holland, England, Kanada und den USA sowie jüngsten Entwicklungen in anderen Ländern steht Deutschland bei der Schaffung von Voraussetzungen für ‚Transition‘ im Tanz weit nach. Dies steht im Widerspruch zu den tanzpolitischen Initiativen – siehe Tanzplan Deutschland – sowie der aktuellen Dynamik von Tanzszene und Tanzinfrastruktur in Deutschland.

Die AG „Transition und soziale Aspekte“ der Ständigen Konferenz (SK) Tanz e.V. hat – den Bedarf erkennend – im Sommer 2007 eine Projektstudie zu ‚Transition‘ im Tanz in Deutschland in Auftrag gegeben. Die Studie wurde gefördert vom Fonds Darstellende Künste e.V. sowie von Akteuren der Tanzszene selbst. Mit der Studie wurde *Culture Concepts*, ein unabhängiges Forschungs- und Projektentwicklungsbüro in Berlin, beauftragt. Autorin der Studie ist Dr. Cornelia Dümcke.

Erstmalig werden die Rahmenbedingungen und der Handlungsbedarf zu ‚Transition‘ im Tanz in Deutschland mit einer bundesweiten Befragung im freien und festen Tanzbereich untersucht und bewertet sowie konkrete Orientierungen für die Errichtung eines *TRANSITION Zentrum TANZ in Deutschland (TZTD)* gegeben.



... TRANSITION Zentrum Tanz

Damit können zeitnah Antworten auf eine der Empfehlungen der Enquete-Kommission „Kultur in Deutschland“ gegeben werden. Die Enquete-Kommission hat in ihrem Abschlussbericht, Abschnitt „Sondersituation Tanz“, u.a. folgende Handlungsempfehlungen zu ‚Transition‘ gegeben: „Die Enquete-Kommission empfiehlt Bund und Ländern, Tänzer während und nach der Tanzkarriere durch die Einrichtung einer entsprechenden Stiftung ‚Transition‘ auf der Grundlage der Ergebnisse der Arbeitsgruppe ‚Transition und soziale Aspekte‘ zu unterstützen.“ (vgl. BT-Drucksache 16/7000, S. 317-321)

Die zentralen Ergebnisse der Projektstudie wurden im Beisein von Frau Gitta Connemann, Vorsitzende der Enquete-Kommission, am 6. März 2008 im Max-Liebermann-Haus in Berlin präsentiert.

Auszug aus dem Zusammenfassung der Projektstudie zur Modellentwicklung, 2008, S. 6 - 7

„Die folgenden Ergebnisse der Untersuchung können die kulturpolitischen Argumente schärfen und einen Beitrag zur Konzeptionsbildung für ein TZTD leisten.

- Die internationale Forschung und die Wirksamkeit der vier ‚Transition‘ Zentren im Ausland zeigen, dass der Schlüssel zu einem ‚erfolgreichen Transition‘ darin liegt, im Tanzberuf auf Veränderungen vorbereitet zu sein und vor allem begleitet zu werden. Die Ergebnisse der Befragung deuten an, dass existierende Institutionen in Deutschland zwar zersplittert Angebote unterbreiten, für Tänzer aber schwer zu identifizieren und wahrzunehmen sind.
- ‚Duale Karriereplanung‘ im Tanzberuf findet momentan keine Entsprechung in einem ganzheitlich konzipierten Modell in Deutschland, das institutionell die ‚strukturelle Lücke‘ zu ‚Transition‘ im Tanz hier schließt. Nicht einsehbar ist, warum das bei Profisportlern praktizierte Modell der ‚dualen Karriereplanung‘ nur auf den Sport beschränkt bleiben soll.
- Die Untersuchung gibt mit Daten und qualitativen Bewertungen von insgesamt 940 Tänzern und Choreografen – das sind ca. 25 % der ca. 3.800 Tanzschaffenden im freien und festen Tanzbereich in Deutschland – einen Aufschluss über die gegenwärtige Lage. Die Befunde deuten, was Einkommen, Versichertenstatus, Möglichkeiten der Vorsorge, Transparenz und Akzeptanz der bisherigen Angebote, Bewusstseinsbildung in Bezug auf ‚Transition‘ im Tanzberuf anbelangt, bislang nicht auf eine Verbesserung der Lage. Eher das Gegenteil ist der Fall. Mangel an Informationen und Zersplitterung der Szene kommen hinzu.
- Folgende Auswahl der empirischen Untersuchungsergebnisse begründet den Bedarf: Auszugehen ist nach Hochrechnungen von ca. 80 abhängig beschäftigten Tänzern sowie ca. 60 selbständigen freien Tänzern und Choreografen in Deutschland, die jährlich in ‚Transition‘ gehen. Zwei Drittel der



ONLINE

cultureconcepts.de
sk-tanz.de

... TRANSITION Zentrum Tanz

Befragten der festen Kompanien bewerten die Möglichkeiten zum Verbleib am eigenen Haus als verschlechtert. Der allgemeine Stellenabbau und die Schließung von Tanzsparten bei Intendantenwechseln wurden als Hintergründe benannt. 45 % der befragten freien Tänzer und Choreografen bewerten die Rahmenbedingungen und Hilfestellung zu ‚Transition‘ negativ, die Übrigen mit ‚ich weiß nicht‘. Zwei Bewertungen ließen sich schlussfolgern: mangelnde Aufklärung, Information und Sensibilisierung durch die gegenwärtig in Deutschland zuständigen Institutionen, aber auch eine Verdrängung der Herausforderung von ‚Transition‘, besonders in der jungen Generation von freien Tänzern und Choreografen. Gleichwohl haben alle Tänzer und Choreografen fester Kompanien sowie ca. 90 % der freien Kompanien den Bedarf für die Errichtung eines TZTD als hoch bewertet.

- Wie international die freie und feste Tanzszene in Deutschland ist, wird mit der Befragung nochmals deutlich. Ca. 75 % der befragten Tänzer in den Kompanien der Staats- und Stadttheater sind nicht deutscher Herkunft. Unterstellt man, dass ein Großteil dieser Tänzer in Deutschland verbleibt bzw. auch verbleiben kann, sollte die Schaffung verbesserter struktureller Voraussetzungen für ‚Transition‘ im Tanzberuf in Deutschland auch als ein Beitrag zur Integration gesehen werden.
- Die Studie gibt erste Orientierungen für die Errichtung eines TZTD. Das Leitbild und ein Leistungsportfolio eines TZTD, das Tänzern und Choreografen im freien und festen Bereich offen stehen soll, werden beschrieben. Für Organisation und Finanzierung werden unter einer Reihe von Annahmen Orientierungen gegeben. In Szenarien werden die ‚Eckwerte‘ einer zu errichtenden Stiftung TZTD bestimmt, um eine Vorstellung von zu erwartenden Größenordnungen zu geben. Der Klärungsbedarf zur Weiterentwicklung des Modells wird benannt sowie eine ‚Roadmap‘ für nächste Schritte vorgeschlagen.
- Die SK Tanz/AG „Transition und soziale Aspekte“ wird in Zusammenarbeit mit der BBTK, den Landesverbänden und dem Tanzplan Deutschland auch weiterhin eine zentrale Verantwortung übernehmen. Sie braucht dazu Partner sowie Freunde und Förderer innerhalb und vor allem auch außerhalb des Tanzbereichs. Die Umsetzung des ambitionierten Vorhabens der Errichtung eines „Transition Zentrum Tanz in Deutschland“ wird nicht ohne ein klares politisches Votum gelingen.“

Kontakt zum Download der Studie:

Die vollständige Studie erhalten Sie auf Anfrage bei der AG Transition: Frau Sabrina Sadowska, ballett@theater-vorpommern.de, 03834-57 22 227, oder als PDF-Download auf der Website der Ständigen Konferenz Tanz e.V. 



BERND
KAUFFMANN

Jg. 44, studierte Rechtswissenschaften und Publizistik in Berlin und Hamburg.

Nach Tätigkeiten als Regieassistent, Dramaturg und

Rechtsanwalt wurde er 1976

Pressereferent und später Abteilungsleiter beim Nie-

dersächsischen Kulturmi-

nisterium. Ab 1992 wurde Kauffmann Präsident der

Stiftung Weimarer Klassik und später Generalbevoll-

mächtigter der "Weimar 1999 – Kulturhauptstadt

Europas GmbH"

Seit Juni 2001 ist Bernd Kauffmann Generalbevoll-

mächtigter der Stiftung

Schloss Neuhardenberg

GmbH. Im Nebenamt ist er

seit 2003 künstlerischer

Leiter des internationalen

Festivals "movimentos" der

Autostadt Wolfsburg. Kauf-

mann erhielt mehrere Aus-

zeichnungen, u.a. die Prinzhorn-Medaille und das

Bundesverdienstkreuz.

„Das Berührtsein der Menschen sicherstellen“

Interview mit Bernd Kauffmann, künstlerischer Leiter der Festwochen *movimentos* in Wolfsburg

Das Gespräch führte Dirk Heinze, Kulturmanagement Network, dh@kulturmanagement.net

KM Magazin: Wie stellt sich die Zusammenarbeit mit der *Autostadt*, einem Tochterunternehmen von *Volkswagen*, dar? Worin liegen außer den finanziellen Anreizen die Vorteile im Zusammenwirken von Kultur und Wirtschaft, welche Risiken sehen Sie?

Bernd Kauffmann: Das Besondere ist, dass der Veranstalter – und das ist sehr selten in dieser Republik, wenn nicht gar der einzige Fall – ein Unternehmen ist. Die *Autostadt* ist nicht mit einer anderen Stadt vergleichbar, sondern es handelt sich um eine Gesellschaft, die von einem Weltunternehmen getragen wird. Deshalb könnte man auf die Idee kommen, dass dort anders als bei anderen Festivals, auch ein besonderes unternehmerisches Interesse zu Grunde liegt.

Es ist immer etwas von beidem. Zum einen ist der Veranstalter bzw. die Trägerschaft eigentlich eine Gesellschaft, die besonderes Interesse daran hat, das Unternehmen *Volkswagen Gruppe* zu präsentieren. Wenn man nun den Schluss daraus zieht, dass z. B. diese *movimentos* künstlerisch dem Unternehmen dienen und die Repräsentation nur verstärken soll, dann ist es ebenso richtig, wie es auch falsch ist. Die künstlerische Freiheit im Rahmen dieser *movimentos* ein Programm zu gestalten, ist unbegrenzt. Das Besondere für mich ist: Ich habe selten eine so gute, vertrauensvolle und so freie Zusammenarbeit erlebt wie mit dem Geschäftsführer der *Autostadt*, Otto Ferdinand Wachs, der Kreativdirektorin, Dr. Maria Schneider und mir. Wenn ich das mit der Arbeit im staatlichen Bereich vergleiche, bei der die vielen Beiräte, Kuratorien und Verwaltungsräte etc. beteiligt werden müssen, bevor man ein Programm plant und realisiert, so ist die Arbeit hier von extremen Vertrauen, Freiheit und Schnelligkeit geprägt. Natürlich ist die *Autostadt* daran interessiert (wer ist das nicht), dass deutlich wird, dass sie etwas für Kultur und das „gute Image“ des Unternehmens tut. Insofern sind die Chancen, dass mit einer höheren, unternehmerischen Flexibilität schneller etwas kreiert werden kann, viel größer als im staatlichen Bereich. Die Risiken dagegen hängen immer an jenen, die es ausführen und wie diese sich verstehen.



... Interview mit Bernd Kauffmann

KM: Wie können Sie sich dann erklären, dass Kulturschaffende im Zweifel eher die Liaison mit der Politik eingehen, häufig aber noch immer Vorbehalte gegenüber Unternehmen pflegen?

BK: Wenn Sie sich die Republik vor und nach der Wende ansehen, ist es noch ein Ausdruck der 60er, 70er und 80er Jahre, dass man meint, Unternehmen hätten immer ein Primärinteresse. Auf der anderen Seite: Gehen sie doch heute durch die Republik und schauen Sie sich beispielsweise die Ausstellungskataloge oder Programmhefte an: darin stehen unendlich viele Logos, ob es die *Kulturstiftung des Bundes* oder die Firma XY ist. Die Besonderheit dieser *movimentos* ist, dass die Autostadt nicht nur fördert, sondern den qualitativen Sprung vollzieht und es selber macht.

KM: Mit welchen Zielen sind Sie als künstlerischer Leiter nach Wolfsburg gekommen?

BK: Es ging mir zum einen um die Schaffung einer künstlerischen Suggestion in Verbindung mit einem unglaublichen Raumgefüge. Wir haben vor Ort einen unbehausten, großartigen architektonischen Raum, der mit einer hohen, sehr expressiven Kraft gefüllt werden muss. Und mein Gedanke war, dass die nur mit dem großen Tanztheater funktioniert. Zum anderen bin ich der Überzeugung, dass Tanz in einer globalen Welt das Einzige ist, das die Menschen nonverbal berührt. Es ist das am meisten geeignete Mittel, in einer Region Wurzeln zu schlagen und Menschen zu begeistern. Und das ist uns aus dem Stand gelungen. Wir haben uns, wie kein anderes Festival in Deutschland, das Ziel gesetzt, die großen, internationalen Companies bei einem internationalen Festival ständig zu präsentieren. Es ging darum, ganz im Sinne des Werbeslogans der *Autostadt*, zu zeigen, was Menschen bewegen kann. Tanz hat hierfür eine besondere Kraft.

KM: Im sechsten Jahr des Festivals könnte man bereits zurückblicken und ein vorläufiges Fazit ziehen. Welchen Erfolg können Sie für sich und die Festwochen generell beschreiben?

BK: Ich glaube, dass diese *movimentos* vom ersten Tag an, ein künstlerischer aber auch ein Besuchererfolg gewesen sind. Eigentlich ist dieses Festival ein Festival des ständigen „Ausverkauft“. Es macht deutlich, dass Berührung, Begeisterung und Nachdenklichkeit die Dinge sind, die wir hier verwirklicht haben. Wir sind relativ zügig in die Akzeptanz und Beachtung der deutschlandweiten Öffentlichkeit geraten. Es ist uns dabei gelungen, Gefühl und Vernunft zueinander zu bringen – nicht nur den kalten Intellekt, sondern auch das Berührtsein der Menschen sicher zu stellen.

KM: Die sich anschließende Frage ist natürlich, wo Sie noch hin wollen?

BK: Nirgends, man soll da sein, wo man ist.

KM: ... im Sinne, wie sich die Festwochen *movimentos* weiterentwickeln sollen? Wo werden neue Akzente gesetzt?



... Interview mit Bernd Kauffmann

BK: Es hat etwas mit den Themensetzungen zu tun. Wir versuchen unter thematischen Blöcken auch das Tanzprogramm zu konzipieren.

KM: Was waren die Gründe, das zu Beginn reine Tanzfestival mit Veranstaltungen der klassischen Musik, szenischen Lesungen, Gesprächen und Workshops zu erweitern?

BK: Es signalisiert das „Vertrauen“ mit der Geschäftsführung und der Kreativdirektorin. Als wir gesehen haben, wie unglaublich dieser Erfolg ist, haben wir versucht, wenn es kooperiert, thematische Verbindungen zu „Vertrauen“, „Heimat“ etc. in anderen künstlerischen Ausdrucksformen zu etablieren. Dabei kamen wir sehr schnell zu szenischen Lesungen, die solche Themen ja besonders artikulieren. Die Workshops sind eine Referenz an die Region: Hier entwickeln sich unendlich viele Jugend- und Kindertanzcompanies, die auch mit den Choreographen von *movimentos* zusammenarbeiten. Es ist sozusagen der Atem des Festivals, der in die Region greift.



KM: Wie erklären Sie sich die Faszination des Tanzes insbesondere bei dem jüngeren Publikum? Warum wird gerade diese Sparte besonders häufig an den etablierten Häusern infrage gestellt?

BK: Ich kann es Ihnen nicht erklären. Die Faszination der Jugendlichen an Tanz besteht darin, dass sie häufig so etwas zum ersten Mal sehen. Ich denke, es wird in Deutschland zu wenig die Arbeit der Companies gesehen und berücksichtigt.



... Interview mit Bernd Kauffmann

KM: Kulturmanagement und Tanz wird selten im Zusammenhang thematisiert. Welche Ansprüche stellt ein Tanzfestival an sein Management und Marketing?

BK: Ich kann Ihnen zu Management allgemein etwas sagen: Ich war Abteilungsleiter im *Niedersächsischen Kultusministerium* und entschied gegen die Ausbildung eines Kulturmanagers an einer Hochschule. „Managen“ können sie nur tun, wenn sie zur Hälfte ihres Seins absolut kenntnisreich und kompetent in Inhalten sind. Beim Management ist es doch vielfach so, dass gesagt wird, Kultur sei egal – es muss nur umgesetzt werden. Der entscheidende Faktor ist aber das inhaltliche Kennen und die inhaltliche Substanz der Dinge, die man realisiert. Ein Kulturmanager ist dann ein Kulturmanager, wenn er inhaltlich hohe Kompetenz und gleichzeitig eine Realisierungskompetenz besitzt. Und vielleicht liegt es daran, dass der Kulturmanager in Sachen Tanz so selten anzutreffen ist, weil der Tanz in Deutschland meistens jenseits der kleinen feinen Gruppen, in der Regel an den großen Häusern praktiziert wird und zwischen Leben und Sterben hin und her taumelt. Weitgehend ist der Tanz in der Hand von staatlichen Institutionen, die dann von Theatern etc. fast wie ein Stiefkind behandelt wird. Und die kleine Anzahl an hoch engagierten Gruppen kann sich gar keinen Kulturmanager leisten.

KM: Herr Kauffmann, vielen Dank für dieses Gespräch! 

- Anzeige -



EUROPA - UNIVERSITÄT VIADRINA FRANKFURT (ODER)

Kulturmanagement und Kulturtourismus (M.A.)

- > Erwerben Sie fundierte Managementkompetenz durch ein berufsbegleitendes, praxisorientiertes Masterstudium an einer traditionsreichen Uni mit modernster Ausstattung
- > Wir bieten Module an zu Kulturmarketing, Eventmanagement, Public Relations, Recht, Tourismus, Kulturfinanzierung, Kulturpolitik, Existenzgründung u.a.

Information: Europa-Universität Viadrina Frankfurt (Oder)
master-kuma@euv-frankfurt-o.de
<http://kulturmanagement.euv-frankfurt-o.de/>

Details: <http://kulturmanagement.euv-frankfurt-o.de>



Tanz im Theaterhaus Stuttgart

Vom Gastspiel zum festen Ensemble

Das *Theaterhaus Stuttgart* begann im ersten Jahr seiner Existenz -1985- mit der Programmsparte Tanztheater.

Ein Beitrag von Werner Schretzmeier, Theaterhausleitung

Ismael Ivo, der brasilianische Tanzstar, in Berlin ansässig, stellte seine Solo-Produktion *Phoenix* mit vier Auftritten vor und hatte auf Antrieb, im ballettbe- rauschten Stuttgart - Namen wie Cranko, Neumeier, Haydee, Madsen, Cra- gun, Keil, Malakov pflastern die Stuttgarter Ballettherrlichkeit - einen nachhaltigen Erfolg. Von diesem Zeitpunkt ab war Ismael Ivo fester Pro- grammbestandteil im Theaterhaus. Weitere Soloprojekte folgten, das *Theater- haus* begann mitzuproduzieren. Die Tanzkunst in Stuttgart hatte Ende der 80er Jahre plötzlich zwei Adressen: *Staatstheater* und *Theaterhaus*. Ivos Pläne und die des *Theaterhauses* wurden immer ehrgeiziger. Der vorläufige Höhe- punkt kam 1993 mit der ersten Mehrpersonenproduktion „Francis Bacon“. Die Idee stammt von Ivo, die choreographische Realisation übernahm der Tanztheaterer neuerer Hans Kresnik. Die Produktion war national und inter- national ein großer Erfolg. Das *Theaterhaus* war zum Tanztheaterproduzenten geworden. 1995 folgte die Ensembleproduktion „Othello“ wieder in der Regie von Hans Kresnik. Weltweite Einladungen folgten. Ismael Ivo und das *Thea- terhaus* waren ganz oben angekommen. Es fehlte nur noch ein festes *Theater- haus*-Tanzensemble unter der Leitung von Ismael Ivo. Das Land Baden-Würt- temberg stellte jährlich eine Viertelmillion D-Mark in Aussicht, allein die politischen Verantwortlichen der Stadt Stuttgart konnten sich zu keiner Fi- nanzierung durchringen, die Tänzer der Othello-Produktion gingen ausei- nander, Ismael Ivo verließ enttäuscht Stuttgart und wurde Tanzchef beim *Nationaltheater Weimar*. Später haben wir erfahren, dass wichtige kulturpoliti- sche Strippenzieher Stuttgarts diese erfolgreiche Entwicklung des *Theaterhau- ses* als zu große Konkurrenz für das schwächelnde *Stuttgarter Ballett* angesehen haben und auf die Bremse traten. C'est la vie!

Ende der 90er Jahre gab es einen nochmaligen Versuch von Ismael Ivo und dem *Theaterhaus*, dem Tanztheater ein kontinuierliches Gesicht zu geben. Keine geringere als Marcia Haydee wurde Ivos Partnerin, aber auch die gro- ßen Erfolge der Beiden wie z.B. „Tristan & Isolde“ oder „Maria Callas“ oder „Oedipus“ in der Regie von George Tabori, reichten nicht aus, dass Stuttgarts Kulturpolitik zur Finanzierung und zu einer festen Einrichtung bereit war. Ein zweiter Fehlschlag, der die Einen zum endgültigen Aufgeben veranlasst und wenige Andere weiterhin nicht ruhen lässt. Die zweite Sorte sind die



ONLINE

theaterhaus.com

... Tanz am Theaterhaus Stuttgart

Theaterhausverantwortlichen, so dass das Jahr 2007 kommen musste und mit ihm der wunderbare junge Ballettstar des international wieder hoch gehandelten *Stuttgarter Balletts*, Eric Gauthier. Er wollte nach 11 Jahren Balletttanz, einen neuen Abschnitt in seinem Künstlerdasein beginnen: eine eigene Tanztheatercompagnie! Und wer ist da die geeignetste Adresse? Das *Theaterhaus Stuttgart*. Eric Gauthier hatte aber noch eine weitere Idee: den Tanz zu Menschen zu bringen, die nicht ins *Theaterhaus* kommen können oder die keinen Zugang zum Theater haben, also Kranke, alte Menschen, Behinderte und ganz junge, die wegen ihrer Herkunft nie an einen Theaterbesuch denken würden. Die Idee hieß „Gauthier Dance Mobil“. Diese beiden Bereiche, die eher konventionelle Bühnenpräsenz und die mobile Tanzperformance in improvisierten Räumen, sind das innovative künstlerische Paket das Eric Gauthier und seine Tanzcompagnie so einmalig macht und die Verantwortliche des *Theaterhauses* letztlich überzeugt hat, das Risiko eines zweiten festen Ensembles einzugehen. Das seit 1990 bestehende Schauspielensemble mit neun fest angestellten Schauspielerinnen und Schauspielern und das 7-köpfige Tanzensemble bilden nun den Kern, die Identifikation, die Seele des Hauses. Gerade in einem Haus, das so reichhaltig Gastspiele in den Bereichen Klassik, Neue Musik, Rock, Pop, Jazz, Comedy, Literatur, Entertainment anbietet (im Jahr 2007 wurden insgesamt 907 Vorstellungen bzw. Veranstaltungen angeboten, davon 225 des Ensembles) ist die Eigenproduktion der geistige Zusammenhalt der *Theaterhaus*-Belegschaft. Aber auch das Publikum genießt die Mischung aus Produktion und Reproduktion. Das Tanzensemble ist auch ein Zeichen an die Menschen der Region Stuttgart, dass Kultur, wenn sie sich weiterentwickelt, spannend und attraktiv bleibt. Diese Merkmale braucht ein so großer Kulturbetrieb, der im Augenblick 78% seines Jahresetats selbst einspielen muss. Natürlich ist die Finanzierung 10 neuer Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern des Tanzbereiches zunächst einmal eine penible Rechenaufgabe – schließlich verfügt der Jahresetat über eine Haushaltsposition mit dem Titel Produktionen. Alles muss sich selbst tragen bzw. mehr einspielen, damit schwierige Programmpunkte finanziert werden können. Die Investition, die bisher in das neue Tanzensemble des *Theaterhauses* getätigt wurden, sind bis dato voll aufgegangen, was nicht so selbstverständlich war. Der Erfolg der Tanzcompagnie hat das *Grand Theatre de Luxembourg* ermutigt, ab sofort als Co-Produzent mitzuwirken. Die Stadt Stuttgart erklärt in der Zwischenzeit ihrer Absicht, das „Mobil“ Konzept des Tanzensembles finanziell zu fördern. Mit dem Hinzufügen der Tanzsparte erhält das *Theaterhaus* neue Partner, neue Ressourcen, neue Synergien. Der nächste Weiterentwicklungsschritt des Theaterhauses wird nicht lange auf sich warten lassen. ¶



TanzKultur

Ein einzigartiges Studienangebot an der Universität Bern

Der Tanz schafft sich eine eigene nonverbale, körpersprachliche Welt – und setzt sich dabei mit seinem Umfeld, mit sozialer und kultureller Realität auseinander. Das Weiterbildungsprogramm TanzKultur an der Universität Bern macht die kulturelle Verflochtenheit des Tanzes zu seinem Hauptthema.

MARGRIT BISCHOF

Ein Porträt von Margrit Bischof, Universität Bern

ist Dozentin für Tanz am Institut für Sportwissenschaft der Universität Bern. Sie ist verantwortlich für die Lehre in Grundlagen des Tanzes sowie für deren Vertiefung mit tanzwissenschaftlichen Zugängen. Sie publiziert im bildungskulturellen Bereich des Tanzes. Im universitären Rahmen ist sie massgeblich beteiligt am Aufbau und der Weiterentwicklung des Konzepts des universitären Weiterbildungsangebotes TanzKultur an der Universität Bern und seit 2002 deren Studienleiterin.

Die Universität tanzt

Die Neue Zürcher Zeitung schrieb im März 2003: „Tanzt neustens die Universität? Ja, sie tanzt. Ganz dem Trend gemäß hat die Universität Bern am 14. Oktober 2002 einen zweijährigen Nachdiplomstudiengang ins Programm aufgenommen, aber neu ist sein Inhalt: TanzKultur“.

Seit dem Start sind sechs Jahre vergangen und der Studiengang geht im September 2008 in die vierte Runde. Was macht das Einmalige dieses Studienganges aus und wer sind die Teilnehmenden? Welche Bedeutung kommt dem (Kultur-)Management zu?

Bis vor wenigen Jahren wurde die Auseinandersetzung mit tänzerischer Bewegung innerhalb des deutschsprachigen Raumes kaum als wissenschaftlich relevant eingestuft. Diese marginale Position sollte sich mit dem neu eröffneten Studiengang und seiner ganzheitlichen Ausrichtung verbessern. Mit seinem Konzept sollte ein Umdenken in Richtung Institutionalisierung angestrebt werden: eine breit angelegte Sicht und ein möglichst umfassendes Verständnis von Tanz in unserer Gesellschaft, ein neues Selbstbewusstsein bei all jenen, die sich für Tanz engagieren. Tanz möchte als gesellschaftliches und kulturelles Phänomen verstanden werden und da sich Tanzkultur derart komplex darstellt, sollten nicht allein die künstlerischen Fähigkeiten, sondern auch jene zur wissenschaftlichen Auseinandersetzung gefördert werden.

Der erste Nachdiplomstudiengang TanzKultur an der Universität Bern wurde aus dem Bedürfnis heraus entwickelt, Tanzfachleuten aus der Schweiz und Europa eine Weiterbildung auf universitärem Niveau anzubieten. Die Suche nach einem Konzept hat dabei erneut deutlich gemacht, wie sehr der Tanz mit seiner kulturellen Umgebung verflochten ist und sich mit ihr auseinandersetzt. Dieser Realität wurde bei der Konzeption des Studiengangs Rechnung getragen.



... Studiengang TanzKultur

Ein einzigartiger Studiengang

Heute befindet sich die Tanzwissenschaft an deutschsprachigen Universitäten im Aufwind. Berlin, Hamburg, Salzburg bieten reguläre und äusserst attraktive Studiengänge oder Teilstudiengänge an. Seit kurzem kann Tanzwissenschaft auch als MA innerhalb der Theaterwissenschaft an der Universität Bern studiert werden.

Und doch weist der Berner Studiengang *TanzKultur* ein unverwechselbares Gepräge auf: Er wendet sich dem Tanz als soziales und kulturelles Phänomen zu. Er ist berufsbegleitend konzipiert, in den Themen breit angelegt und verbindet das Wissen mit der praktischen Erfahrung: Tanz wird in seinen kulturellen, historischen, soziologischen oder genderspezifischen Kontexten diskutiert, der Forschung zugänglich gemacht wie auch durchaus exemplarisch praktisch erfahren. Denn Tanz ist primär eine körperliche Erfahrung, die sich intuitiv zu vermitteln versucht. Dieser Intuition eine wissenschaftliche Basis zu geben ist die Herausforderung, der sich Dozierende und Studierende gleichermaßen stellen. Im Zusammenhang mit der *Bologna*-Reform der europäischen Universitäten wurde der Studiengang *TanzKultur* zu einem Diploma of Advanced Studies (DAS *TanzKultur*) weiterentwickelt. Ein Master of Advanced Studies (MAS *TanzKultur*) ist bereits in Planung.

Die Tanz-Studierenden

Das DAS *TanzKultur* ist als berufsbegleitende Weiterbildung konzipiert; eine intensive Auseinandersetzung mit dem Tanz in Beruf oder Freizeit ist Voraussetzung für dieses Studium. Angesprochen sind darum z. B. Kulturmanager, Journalistinnen, Filme- oder Videomacher, Ethnologen und Soziologinnen, Tänzerinnen, Choreografinnen und Dramaturgen, Tanzlehrerinnen, Bühnenbildner, Lichtdesigner, aber auch weitere interessierte Personen. Während des ganzen Studiengangs wird auf den direkten Bezug zu einem möglichen Berufsalltag geachtet.

Es geht um Weiterbildung von Berufsleuten, die ihre eigene Erfahrung mit- und einbringen. Sie sollen ein wissenschaftlich geschärftes Bewusstsein für die Tanzkultur entwickeln, ein Kulturbewusstsein für Tanz als Orientierungshilfe in der unglaublichen Vielfalt, das Motivator für kreatives Handeln sein kann.

Das Konzept sucht dabei nicht eine Spezialisierung, sondern vermittelt eine breit angelegte Sicht und initiiert ein möglichst umfassendes Verständnis von Tanz in unserer Gesellschaft. Dozentinnen und Dozenten aus dem deutschsprachigen Raum Europas lassen ihre Forschungsergebnisse und ihre wissenschaftlichen und künstlerischen Sichtweisen in den Studiengang einfließen und lösen in der gewollt vielfältigen Studiengruppe ergiebige Diskussionen aus.



ONLINE

tanzkultur.unibe.ch

... Studiengang TanzKultur

Konzept des Studiengangs

Das Weiterbildungsprogramm *TanzKultur* gliedert sich in vier wissenschaftliche Bereiche: es findet eine kulturgeschichtliche, bildungskulturelle, soziologische und publizistische Betrachtung des Tanzes statt. Daneben stehen gleichberechtigt die fünf Handlungsebenen tanzen, konzipieren und choreografieren, lehren und lernen, projektieren / managen sowie rezipieren / medialisieren. Voraussetzung dafür, dass Tanz in der Gesamtkultur wahrgenommen wird, ist eine effiziente Organisation der Tanzkultur. Dies gilt sowohl für die Organisation einzelner Anlässe wie auch für Grossprojekte.

Der Studiengang geht in einem Modul den Grundlagen des Managements im Bereich der Tanzkultur nach und konfrontiert die Teilnehmenden mit Grundlagen und verschiedenen Formen des Kulturmanagements. Anhand von praktischen Beispielen wird das Projektmanagement als strategisches und operatives Planungsinstrument theoretisch vorgestellt (Festivalorganisation, Organisation einer freien Gruppe und Organisation eines spezifischen Tanzkulturanlasses). Die Teilnehmenden werden dadurch vertraut mit Grundsätzen des Managements und des Sponsorings und lernen Lösungsansätze für effiziente und kulturbewusste Organisation im Bereich der Tanzkultur kennen. In einer Modularbeit zum Thema Projektmanagement eines tanzkulturellen Anlasses erproben die Studierenden ihr Wissen und erschliessen sich dadurch einen Weg ins eigene Praxisfeld.

Der enge Zeitrahmen, in dem Organisation meist abläuft, macht diesen Bereich besonders anfällig für Stresserscheinungen, besonders im Tanzbereich, da meist verschiedene Aufgaben und Rollen selber übernommen werden müssen. Im Hinblick auf eine erfreuliche Beziehungs-Atmosphäre und effiziente Arbeit ist es darum wichtig, Stress-Situationen zu entschärfen und Stress-Erleben aufzufangen. Im Studiengang werden individuell nutzbare Strategien aufgezeigt und somit ein Selbstmanagement ermöglicht.

Über Tanz sprechen lernen

Die Stärke dieses Studienganges besteht vor allem in der Chance, in konzentrierter Form WissenschaftlerInnen und Tanzfachleuten zu begegnen und in der diskursiven Auseinandersetzung eine Sprache entwickeln zu können, die es ermöglicht, über Tanz zu reden. Denn wer sich heute Gehör verschaffen will, muss über Tanz reden können und über ein allseits überzeugendes Vokabular verfügen – dazu trägt der Studiengang bei.

Der vierte Studiengang beginnt am 10.09.2008, umfasst drei Semester Lehrveranstaltungen und ein viertes Semester, in dem schriftliche Arbeiten (Modularbeiten, Diplomarbeit) verfasst werden. Die Durchführung erfolgt einmal pro Monat in Kursblöcken von 2-3 Tagen und zwei Blockwochen. Anmeldeschluss ist der 15. Mai 2008. ¶



Gefragte Tanzpädagogen - ausgebildet in Dresden

Ein Beitrag von Gabriele Gorgas, Dresden

Die Palucca Schule Dresden als einzige eigenständige Tanzhochschule Deutschlands bildet in zwei unterschiedlichen Studiengängen Tanzpädagogen aus.

Es gehört zur besonderen Tradition der 1925 von Gret Palucca begründeten Tanzschule in Dresden, dass an dieser Stätte immer auch Tanzpädagogen ausgebildet wurden. Nicht zu jeder Zeit in einer Grundlagenausbildung, aber doch zumindest in speziellen Sommerkursen, die Zusatzqualifikationen ermöglichten. Überhaupt bot Dresden vor allem in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts mit einer Reihe international bekannter Bildungsstätten zahlreiche Möglichkeiten, sich in Bewegungs- und Tanzfächern aus- und weiterzubilden zu lassen. Dazu gehörten auch pädagogische Befähigungen beispielsweise in rhythmischer Gymnastik. Mit dem Diplom der Bildungsanstalt von Emile Jaques-Dalcroze – für den Schweizer Musikpädagogen entstand 1911/12 eine repräsentative Ausbildungs- und Aufführungsstätte in Dresden-Hellerau – unterrichteten Absolventen in vielen Ländern. Auch Mary Wigman war Dalcroze-Schülerin in Hellerau, bevor sie zu Rudolf von Laban nach Monte Veritas wechselte. Die bekannteste Vertreterin der deutschen Tanzmoderne unterhielt in Dresden von 1920 bis 1942 ihre erste Tanzschule, und Palucca gehörte zu ihren Schülern.

Im Jahre 1949 erhielt die bislang privat geführte Schule von Palucca den Status einer Staatlichen Fachschule für künstlerischen Tanz, und ab 1960 wurde daselbst auch eine dreijährige Ausbildung von Tanzpädagogen für das Laientanzschaffen eingeführt. Diese konzentrierte sich in der praktischen Ausbildung auf den klassischen Tanz und den Volkstanz, „aber“ - so hieß es in einer damaligen Veröffentlichung - „auch dem Neuen Künstlerischen Tanz wird Berechtigung zugestanden“. Bereits mit Studienbeginn 1963/64 wurde auf Beschluss des *Ministeriums für Kultur der DDR* die Tanzpädagogenausbildung an die Musikhochschule Leipzig verlegt. Und erst 1998 kamen die an der *Hochschule für Musik und Theater „Felix Mendelssohn Bartholdy“ Leipzig* etablierten Studiengänge Bühnentanzpädagogik, Tanzpädagogik und Choreografie wieder zur Palucca Schule Dresden, die 1999 mit der Neufassung des Sächsischen Hochschulgesetzes den Status einer Hochschule für Tanz erhielt. Nach wie vor ist sie die einzige eigenständige Tanzhochschule Deutschlands, und ein großzügiger Neubau unter Einbeziehung der rekonstruierten alten Schulgebäude ermöglicht es, dass nun alle Ausbildungsformen wieder unmittelbar in Dresden ansässig sind.



Gefragte Tanzpädagogen

Für Tanzpädagogen gibt es an der *Palucca Schule Dresden – Hochschule für Tanz* zwei unterschiedliche Studiemöglichkeiten. Zum einen den **grundständigen Diplomstudiengang Tanzpädagogik**. Er bietet tanzbegabten Abiturienten, die eine sehr gute tänzerische Vorbildung nachweisen können, die Möglichkeit einer tanzpädagogischen Ausbildung auf Hochschulebene. Die Studierenden werden befähigt, Kinder, Jugendliche und Erwachsene im künstlerischen Tanz zu unterrichten. Die beruflichen Einsatzgebiete der Absolventen umfassen Tätigkeiten als Tanzpädagogen in der tänzerischen Früherziehung sowie Lehr- und Unterrichtstätigkeiten an Tanz-, Ballett- oder Musikschulen. Das Studium beinhaltet acht Semester im Direktstudium und führt zum berufsqualifizierenden Hochschulabschluss "Diplom Tanzpädagogin"/ „Diplom-Tanzpädagogin“.

Zum anderen gibt es den **Ergänzungsstudiengang Tanzpädagogik**. Dieser bietet Tänzerinnen und Tänzern, welche bereits ein Bühnentanzstudium absolviert haben oder einen gleichwertigen Abschluss nachweisen können und über eine mehrjährige Berufserfahrung verfügen, die Möglichkeit einer tanzpädagogischen Ausbildung auf Hochschulebene. Auch sie werden befähigt, Kinder, Jugendliche und Erwachsene im künstlerischen Tanz zu unterrichten. Die Studierenden gewinnen innerhalb der ersten zwei Semester einen Einblick in die Technik und Methodik der Fächer Klassischer Tanz, Moderner/Zeitgenössischer Tanz, Jazztanz und Kindertanz und haben dann die Möglichkeit, sich durch Abwahl von ein bis zwei Fächern auf ihr Interessengebiet zu spezialisieren. Die beruflichen Einsatzgebiete der Absolventen umfassen Tätigkeiten als Tanzpädagogen in der tänzerischen Früherziehung sowie Lehr- und Unterrichtstätigkeiten in professionellen Ensembles, an Tanz-, Ballett- oder Musikschulen. Das Studium beinhaltet vier Semester Direktstudium und endet mit dem berufsqualifizierenden Hochschulabschluss "Diplom-Tanzpädagogin"/"Diplom-Tanzpädagoge".



Neubau der Palucca Schule (Foto: Konrad Hirsch)



ONLINE

palucca.eu

chess-fever.de

Gefragte Tanzpädagogen

Studiengangsleiter Tanzpädagogik ist seit 2006 Prof. Ingo Meichsner. Von 2004 an war er als Professor für Klassischen Tanz an der *Palucca Schule* tätig, zugleich auch Prorektor für Lehre und Studium. Der in Mannheim ausgebildete Tänzer und Ballettpädagoge absolvierte Aufbaustudien in Bühnentanzpädagogik (Mannheim) und Choreografie (Berlin), arbeitete an Theatern als Tänzer und Ballettmeister, zuletzt am *Saarländischen Staatstheater Saarbrücken*. Zu seinen Aufgaben als Studiengangsleiter gehört auch, gemeinsam mit seinen Kollegen aus der Erfahrung des Lehrens und Lernens die Studienordnung weiter zu verbessern. „Wir arbeiten derzeit an einer spezielleren Fassung, besonders für den Ergänzungsstudiengang. Vor allem versuchen wir in der Ausbildung, den pädagogischen Anspruch von der wissenschaftlichen Seite her zu stärken, wie es überhaupt wichtig ist, ein ausgewogenes Verhältnis zwischen praktischer und theoretischer Arbeit zu erreichen“. Über 30 Studierende im Alter von 18 bis 42 Jahren zählen derzeit die beiden Tanzpädagogik-Studiengänge, und für die Neuaufnahmen im Studienjahr 2008/2009 gab es rund 90 Bewerber, darunter auch Interessenten aus China und Finnland.

Dass es in Deutschland ein sehr unterschiedliches Verständnis dafür gibt, wie Tanzpädagogen auszubilden sind, ließe sich gut analysieren in der Arbeitsweise jener, die in verschiedensten Formen mit Kindern, Jugendlichen und Erwachsenen auf dem Gebiet von Bewegung und Tanz arbeiten. „Die Schwachstellen“, so Prof. Meichsner, „liegen meist weniger in der Profilierung diverser Tanztechniken, sondern in der Befähigung mit fundierten pädagogischen Kenntnissen. Nicht jeder gute Tänzer ist ebenso ein guter Pädagoge, und es ist immer noch ein Irrglaube, dass sich Defizite an Erfahrung und Eignung mit der Zeit schon irgendwie ausgleichen werden“.

Ein hoher Anspruch an die Schlüsselkompetenzen in der pädagogischen Arbeit mit Bewegung und Tanz sind gewiss auch nicht davon abhängig, ob es nun um Kinder, Jugendliche oder Erwachsene geht. Und es ist hilfreich in jeder Weise, wenn beispielsweise die durch viele Impulse in Gang gesetzten Formen von „Tanz in Schulen“ mit pädagogischem Geschick und Können geleitet werden. Dass es auch immer wieder Ausnahmen gibt, sensible, fähige Tänzer ohne eine entsprechende Ausbildung dennoch hervorragende, einfühlsame pädagogische Arbeit beispielsweise mit Schülern leisten können, ist ebenso eine Tatsache. In Dresden erarbeitet Silvana Schröder, die ihre Tanzausbildung an der *Palucca Schule* erhielt, Ballettchefin in Gera war und nun als freie Choreografin tätig ist, zum Beispiel auch in Opernproduktionen, nun schon ihre zweite Produktion in Zusammenarbeit mit der Staatsoperette. Und die Ergebnisse sind verblüffend - am 8. Mai startete eine Aufführungsserie mit *Chess Fever* und 100 bestens motivierten Dresdner Schülern.

„Es gibt nichts Gutes außer man tut es“ hat Erich Kästner einst verkündet. Und das bewährt sich auch auf dem Gebiet von Tanz und Bewegung. Doch im Gegensatz dazu kann die finanzielle Situation speziell in der freien Tanzszene, das bewusste Fördern bewegungsorientierter Projekte von Kindern und



Gefragte Tanzpädagogen

Jugendlichen in keiner Weise Schritt halten mit der wachsenden öffentlichen Akzeptanz, inspiriert auch durch entsprechende Filme und Aufführungen. Die auf fünf Jahre begrenzte Bundesförderung über den Tanzplan Deutschland hat in dieser Hinsicht einiges bewirkt, aber es ist eine Katastrophe, wenn das Begonnene nicht auch als Notwendigkeit in den jeweiligen Ländern und Städten begriffen wird. Zum Beispiel in der Art, dass über die Fünfjahresgrenze hinaus finanzielle Mittel bereitgestellt werden, um die Arbeit von Tanzpädagogen in Schulen überhaupt möglich zu machen. ¶

Diesen Monat u.a. im Arts Management Network

- The US Art Museum Management Leadership Gap (James Abruzo)
- Enriching our work in culture. Human Resource Research in Canada
- Theatre Communications Group's National Conference 2008 in Denver
- Call for Papers: Cultural Activities (ESC St. Etienne, France)
- Call for Papers: Arts, Culture and the public Sphere (Venice)

Am 20.5. 2008 erscheint der nächste *Arts Management Newsletter* mit dem Schwerpunktthema Local Arts Administration.

Besuchen Sie www.artsmanagement.net

Arts Management Network - die globale Perspektive im Kulturmanagement
Ein kostenfreier Service der Kulturmanagement Network GbR, Weimar



Seitensprünge

Linksammlung zum Thema Tanz

Allgemein

- Informationsplattform Tanz
www.dance-germany.org
- Informationswebsite für zeitgenössischen Tanz
www.tanztheater.de
- Tanzplan Deutschland
www.tanzplan-deutschland.de
- International Theatre Insitute (ITI)
www.iti-worldwide.org
- Tanzportal
www.tanznetz.de
- Tanzquartier Wien
www.tqw.at
- Zeitschrift BallettTanz
www.ballett-tanz.de
- choreographiccentre linz (CCL)
www.cclinz.org
- Choreographisches Zentrum NRW
www.cznrw.de
- Dance for you - Tanzmagazin
www.danceforyou-magazine.com
- Corpus Web - Internetmagazin
www.corpusweb.net

Verbände

- Deutscher Bundesverband Tanz e.V.
www.dbt-remscheid.de
- Deutscher Berufsverband für Tanzpädagogik e.V.
www.dbft.de
- Berufsverband der Schweizer Tanzschaffende
www.dansesuisse.ch
- Bundesverband Tanz in Schulen
www.bv-tanzinschulen.de

Archive

- Deutsches Tanzarchiv Köln
www.sk-kultur.de/tanz
- Tanzarchiv Leipzig e.V.
www.tanzarchiv-leipzig.de
- Deutsches Tanzfilminstitut Bremen
www.deutsches-tanzfilminstitut.de
- Archiv Darstellende Kunst
www.adk.de
- Mimecentrum
www.mimecentrum.de

International

- Schwerpunkt Tanz im AMNL Nr. 63 (10/2006)
artsmanagement.net/downloads/nl/amnl63.pdf
- Dance/USA
www.danceusa.org
- Studiengang Tanz und Kulturmanagement
www.okcu.edu/Dance_amgt/
- Dance Web Europe
www.dancewebeurope.com
- World Dance Alliance
www.yorku.ca/wda
- Foundation for Community Dance
www.communitydance.org.uk
- National Dance Education Organization
www.ndeo.org

Sonstiges

- Internationale Tanzmesse nrw, 27-30.08.2008
www.tanzmesse-nrw.com
- Tanztheater Global -
virtuelles Tanztheaterprojekt
www.tanztheater-global.com



© Thomas Aumann -
Fotolia.com

Das Ende eines Kartells

Neue Perspektiven zur öffentlichen Förderung der musikalisch-ästhetischen Kinder- und Jugendbildung in Länder und Kommunen

Beitrag von Dr. Joachim Kreutzkam, Bad Harzburg

In meinem Leserbrief an die *Schwäbische Zeitung* vom 18. März 2008 (veröffentlicht am 22. März) habe ich der Forderung nach Gleichbehandlung bei der öffentlichen Förderung aller Musikschulen und musikschulähnlichen Unternehmungen in einer Kommune Nachdruck verliehen. Vor allem dann, wenn sie bei nachweislich gleich hohem pädagogischen Qualitätsstandard öffentliche – das heißt: gesellschaftlich im Konsens gewollte und deshalb am Gemeinwohl orientierte – Bildungsaufgaben für Kinder und Jugendliche übernehmen – ganz unabhängig von der Form ihrer Trägerschaft und den finanziellen Möglichkeiten der Eltern.

Ich habe auch daran erinnert, dass dieser Gleichbehandlungsgrundsatz für alle Trägerformen von Musikschulen zum ersten Mal im neuen Musikschulgesetz von Sachsen-Anhalt aus dem Jahr 2006 garantiert wird. In diesem Gesetz werden auch privatwirtschaftliche Musikschulen als Förderungsempfänger ausdrücklich mit eingeschlossen. In § 2 MSG heißt es unmissverständlich: "Träger von Musikschulen können Kommunen oder andere juristische Personen des öffentlichen Rechts sowie natürliche (Hervorhebung vom Vf.) oder juristische Personen des privaten Rechts sein." Das bedeutet: Auch Einzelunternehmer/innen, die privatwirtschaftlich arbeiten (müssen), um ihre Existenz zu sichern, sind eigens mit einbezogen. Kultusminister Jan-Hendrik Olbertz hat dies in Köthen im Herbst des Jahres 2006 in einer öffentlichen Diskussion, die ich aus dem Publikum mit angehört habe, eigens unterstrichen. Ein ebenfalls anwesender Beamter aus dem Kultusministerium hat mir dies bestätigt.

Die Themen Gleichbehandlung und Abbau von Wettbewerbsverzerrung werden inzwischen in mehreren Ländern und Kommunen in der Bundesrepublik Deutschland ausführlich und immer vernehmbarer diskutiert. Sehr merkwürdig liest sich in diesem Zusammenhang eine Nachricht in der *Rheinischen Post Online* vom 11. April: "Die (sog. öffentliche, d.Vf.) Musikschule muss in einem verschärften Wettbewerb mit privaten Musikschulen bestehen." Plausibel wäre -wegen der eklatanten Wettbewerbsverzerrungen - eher die umgekehrte Perspektive.

Ferner hat die *Initiative Freie, Private Musikschulen* vor einigen Monaten in München ihren neuen Internetauftritt www.musikschulmonopol.de der Öffentlichkeit vorgestellt. Außerdem wirft die freie *Bamberger Musikschule* der Stadt Bamberg in einem Rechtsstreit einen "Verstoß gegen das Wettbewerbsrecht" vor (s. *Fränkischer Tag*, 27.12.2007). Aufgrund hoher öffentlicher Zuschüsse, so



... Ende eines Kartells

wird argumentiert, seien die Gebühren der öffentlich geförderten Musikschule nicht marktgerecht.

Dagegen erhält die *Primtal-Musikschule* in Spaichingen aufgrund ihrer gemeinwohlorientierten, qualitativ hochwertigen Bildungsleistungen für Kinder und Jugendliche zu recht öffentliche Mittel und kann sich somit letztlich auch als "öffentliche" – das heißt: als "öffentlich geförderte" - Musikschule bezeichnen. Sie braucht dafür keine öffentliche oder privatgemeinnützige Trägerschaft und auch keine Mitgliedschaft in einem Verband. Sie befindet sich ja bereits in einem kommunalen Netzwerk von musikpädagogisch qualifizierten Angeboten, wie der *Heuberger Bote* dankenswerterweise recherchiert und in einer Grafik dargestellt hat.

Die - über alle Bundesländer verstreuten - privatwirtschaftlichen Musikschulen sind Teil der "bürgerschaftlichen Selbstverwaltung", die eine Gemeinde "zum gemeinsamen Wohl ihrer Einwohner" zu organisieren und zu fördern gehalten ist, wie z.B. die Gemeindeordnung Baden-Württembergs (§ 1) unmissverständlich formuliert. Musikschulen sind Teil eines "CulturNetzwerkes©", wobei ich – neben Kunst – auch Wissenschaft und Religion dem kulturellen Orientierungssystem in unserer Gesellschaft zurechne...¹

Download des vollständigen Beitrags:

www.kulturmanagement.net/downloads/kreutzkam-endekartell.pdf

- Anzeige -

Das Museum als Marke

Die Beiträge dieses Bandes verdeutlichen, wie Museen ein Markenprofil entwickeln und nutzen können: Sie zeigen, wie die Marke einem Museum helfen kann, Qualitäts- und Erfolgsvorstellungen, Leistungsversprechen und Vertrauen in den Köpfen der Nutzer und potenziellen Besucher zu verankern. Das Buch will Museen zu Überlegungen und Planungen für eine konsistente 'Markenpolitik' sensibilisieren und ermutigen. Es legt dar, mit welchen Instrumenten eines strategischen Museumsmanagements Besucher wirkungsvoll gewonnen und gebunden werden können.



Herausgeber: Hartmut John / Bernd Günter

200 Seiten, kartoniert, November 2007, 26,80 €, ISBN: 978-3899425680

Details und Bestellung: www.transcript-verlag.de/ts568/ts568.htm



DR. ISABELLA
URBAN

MAS, studierte Rechtswissenschaften in Wien und Paris und absolvierte ein Post Graduate in Kultur- und Medienmanagement am ICCM Salzburg. Seit 2004 leitet sie die Interne Revision der Bundestheater-Holding in Wien. Sie ist seit 2003 Korrespondentin für die Bereiche Finanzen und Recht.

IHS-Studie untersucht Wiener Bundestheater

Der Bundestheater-Konzern mit seinen sechs Gesellschaften – Bundestheater-Holding GmbH, Burgtheater GmbH, Wiener Staatsoper GmbH, Volksoper Wien GmbH, Theaterservice GmbH und ART FOR ART Kreativwerkstätten GmbH – und sieben regelmäßig bespielten Bühnen ist nicht nur der größte Theaterkonzern der Welt und damit nicht nur kulturell, sondern auch wirtschaftlich ein maßgeblicher Faktor. Das Ausmaß seiner Bedeutung für die Wirtschaftskraft in Wien und Gesamtösterreich untersuchte das Institut für Höhere Studien (IHS) im Auftrag der Wirtschaftskammer Wien. Danach löst der Betrieb der Bundestheater gesamtökonomische Wirkungen von 432,64 Mio EUR aus.

Beitrag von Dr. Isabella Urban, Korrespondentin, Wien
Email: iu@kulturmanagement.net

Wirtschaftliche Effekte

Die Studie untersuchte für jede der Bundestheater-Gesellschaften einzeln sowie für den Konzern als Gesamtheit die fiskalischen, Wertschöpfungs- und Beschäftigungseffekte sowie die Kaufkraft für die Saison 2005/06.

Der Bundestheater-Konzern ist Arbeitgeber von **2.500 Mitarbeiter/innen** und zieht mit seinen **1.500 Vorstellungen** jährlich **1,3 Millionen Besucher/innen** an. Der Personalaufwand des Bundestheater-Konzerns beträgt 149 Millionen EUR jährlich, 24 Millionen EUR werden für Investitionen aufgewendet. Weitere 40 Millionen EUR sind Sachausgaben. Für die Erfüllung des im Bundestheaterorganisationsgesetz festgeschriebenen kulturpolitischen Auftrages und zur Teilfinanzierung der genannten Ausgaben erhält der Bundestheater-Konzern jährlich 133,645 Millionen EUR (ab 2008: 138,645 Millionen EUR). Dieser Basisabgeltung aus öffentlichen Geldern steht ein Rückfluss von 73,8 Millionen EUR an Steuereinnahmen und 57 Millionen EUR an die Sozialversicherung gegenüber – in Summe somit **fiskalische Effekte von 130,8 Millionen EUR**, die direkt wieder **an die öffentliche Hand zurückfließen**.

Der **Wertschöpfungseffekt** erfasst die wirtschaftliche Leistung der einzelnen Wirtschaftszweige und ist ein Maß für den Mehrwert, der durch eine wirtschaftliche – oder im Falle der Bundestheater – durch eine kulturelle Leistung erzielt wird. Insgesamt erreicht der Bundestheater-Konzern eine Wertschöpfung von **304,5 Millionen EUR**.

Der **Beschäftigungseffekt** zeigt auf, wie viele Arbeitsplätze – in der Statistik gemessen in **Vollzeitäquivalenten**, das sind ganzjährig vollzeitbeschäftigte Personen –, bedingt durch den Bundestheater-Konzern entstehen. Neben den im Bundestheater-Konzern beschäftigten Personen werden durch wirtschaftliche Verflechtungen und durch Konsum induzierte weitere Arbeitsplätze



... IHS-Studie zu Wiener Bundestheatern

geschaffen, die in die Betrachtung einfließen. Der durch die Tätigkeit der Bundestheater bedingte Beschäftigungseffekt kann zu einer Absicherung bestehender Arbeitsplätze oder – bei 100%ige Auslastung – zu einer Aufstockung der Kapazitäten führen. Der Bundestheater-Konzern schafft durch seine Tätigkeit insgesamt **4.444 Arbeitsplätze**. Das bedeutet, dass die Bundestheater neben den bei den Bundestheatern beschäftigten Personen noch weitere rund 1.950 Vollzeit Arbeitsplätze in Zuliefererbetrieben oder in Betrieben, in denen Mitarbeiter/innen der Bundestheater Ausgaben tätigen, sichern.

Der **Kaufkrafteffekt** wird durch die Nettoeinkommen (abzüglich Ersparnisse und Ausgaben im Ausland), die von den Beschäftigten erwirtschaftet und nachfragewirksam werden, ausgelöst. Der durch die Bundestheater induzierte Kaufkrafteffekt liegt bei **79,3 Millionen EUR**, d. h. dieser Betrag wird von den Beschäftigten direkt für Konsumausgaben verwendet. Der Großteil der wirtschaftlichen Effekte kommt dem Standort der Bundestheater, Wien, zugute.

Zusammenfassung der wirtschaftlichen Effekte durch die Tätigkeit der Bundestheater

	Holding	BURG	STOP	VOP	ThSG	ART FOR ART	Konzern*
Wertschöpfung	10490000	80600000	138300000	62800000	53000000	923000	304500000
Beschäftigungseffekt (VZÄ)	181	1149	1912	935	900	16	4444
Kaufkraft	2246000	20400000	34800000	16400000	11300000	159000	79300000
Steuern und Abgaben	3162000	29200000	57400000	27000000	18500000	253000	130800000
davon Sozialversicherung	1780000	14200000	27800000	13000000	9000000	126000	63000000
davon Steuern	1382000	15000000	29600000	14000000	9500000	127000	67000000

*Die Konzerndaten entsprechen nicht der Summe der Werte der einzelnen Gesellschaften. Die Konzerndaten wurden um die Werte der konzerninternen Leistungen bereinigt.

Externe Effekte

Zusätzlich zu den wirtschaftlichen Effekten bewirkt die Tätigkeit der Bundestheater externe Effekte, die über die wirtschaftlichen Effekte hinausgehen, diese zum Teil aber bedingen und verstärken. So werden durch die kulturellen Leistungen der Bundestheater unter anderem der **Imagewert Österreichs** und der Landeshauptstadt Wien gesteigert und die **Lebensqualität** in der Stadt erhöht. Diese Wirkung hat unmittelbaren Einfluss auf den **Tourismus**, der als ökonomischer Aspekt besondere Beachtung in der Studie des IHS fand.

Reisende wählen die Destination Wien mit einer überwältigenden Mehrheit von **83%** wegen des **Kunst- und Kulturangebotes**. **60%** kommen, um **Veranstaltungen und Events** zu besuchen. **13% bzw. 12%** der jährlich rund **3,7 Mil-**

**... IHS-Studie zu Wiener Bundestheatern**

lionen Touristen/innen besuchen zumindest eine **Oper/Operette bzw. ein Sprechtheater**.

Zwischen **30% und 50% der Besucher/innen** der Bundestheater sind aufgrund einer Kundenanalyse, die die Bundestheater im Jahr 2005 durchgeführt haben, **nicht aus Wien** und bis zu **30%** sind aus dem **Ausland**.

Ein Besuch in Wien bringt zahlreiche Folgeausgaben mit sich - für Beherbergung, Verpflegung und sonstige Aktivitäten. Soweit Besucher/innen speziell für eine Aufführung der Bundestheater nach Wien kommen, sind die Bundestheater ursächlich für die genannten Folgeausgaben.

Die durchschnittlichen **Tagesausgaben** eines Wiener Touristen betragen **148,8 EUR**, worin Verpflegung, Unterkunft und Nebenausgaben enthalten sind. Aufgrund der durchschnittlichen **Aufenthaltsdauer** von **2,5 Tagen** eines Touristen in Wien ergibt sich ein Gesamtvolumen an **Umsatzeffekten** von ca. 117 Millionen EUR für die touristischen Kunden der *Wiener Staatsoper GmbH*, 45 Millionen EUR für touristische Kunden der *Volksoper Wien GmbH* und 30 Millionen EUR für touristische Kunden der *Burgtheater GmbH*. In Summe somit 192 Millionen EUR. Aus den Umsatzeffekten des Kulturtourismus resultieren zusammenfassend folgende wirtschaftliche Effekte, wobei diese Effekte sowohl in Österreich als auch im Ausland generiert werden:

Zusammenfassung ökonomischer Wirkung durch Kulturtourist/innen

	BURG	STOP	VOP	Konzern
Wertschöpfung	29800000 €	115500000 €	44100000 €	189400000 €
Beschäftigungseffekt (VZÄ)	566	2190	837	3594
Kaufkraft	5000000 €	19400000 €	7400000 €	31800000 €
Steuern und Abgaben	13100000 €	50900000 €	19400000 €	83500000 €
davon Sozialversicherung	4000000 €	15600000 €	5900000 €	25500000 €
davon Steuern	12700000 €	35300000 €	13500000 €	58000000 €

Branchen-Gewinner

Die Studie untersuchte auch, welche Branchen am meisten von der Tätigkeit der Bundestheater profitierten. Den mit Abstand höchsten **Wertschöpfungseffekt** weist der Sektor der **Kultur-, Sport- und Unterhaltungsdienstleistungen** mit 173,2 Millionen EUR auf. Die Sektoren Dienstleistungen des Grundstücks- und Wohnungswesens, Handel, unternehmensbezogene Leistungen, Bauarbeiten und Beherbergungs- und Gaststättendienstleistungen sowie Handelsvermittlungs- und Großhandelsleistungen profitieren mit Wertschöpfungseffekten zwischen 13,4 und 6,79 Millionen EUR noch relativ stark. Alle Sektoren profitieren von Wertschöpfungseffekten von **432,64 Millionen EUR**.

Ebenso verteilte sich der **Beschäftigungseffekt**: Im Sektor **Kultur-, Sport- und Unterhaltungsdienstleistungen** wird eine Beschäftigungswirkung von



ONLINE

bundestheater.at
ihs.ac.at

... IHS-Studie zu Wiener Bundestheatern

2.504 Vollzeitäquivalenten generiert. In den Sektoren Handel, unternehmensbezogene Leistungen, Bauarbeiten und Beherbergungs- und Gaststättendienstleistungen sowie Handelsvermittlungs- und Großhandelsleistungen wurde ein Beschäftigungseffekt zwischen 141 und 221 Vollzeitäquivalenten erreicht. In allen Sektoren werden **7.107 Vollzeitäquivalente** durch Ausgaben des Bundestheater-Konzerns bewirkt.

Im **touristischen Bereich** profitiert der Sektor **Beherbergungs- und Gaststättendienstleistungen** mit **76,5 Millionen EUR** und **1.687 Vollzeitäquivalenten** am meisten. Handel und Wohnungswesen profitieren mit 14 Millionen EUR bzw 10,75 Millionen EUR und bis zu 341 Vollzeitäquivalenten. Alle anderen Branchen profitieren mit weniger als 7 Millionen EUR, jedoch zum Teil mit über 100 Vollzeitäquivalenten.

Nicht untersucht wurde die Auswirkung von Image und Angebot von Kulturinstitutionen auf die Beliebtheit Wiens als **Standort** – zahlreiche Firmenzentralen, insbesondere für Mittel- und Osteuropa, haben ihren Sitz in Wien, ebenso wie die UNO und andere internationale Organisationen. Es wird immer wieder betont, dass das kulturelle Angebot, das dadurch entwickelte Image der Stadt und die Lebensqualität einen maßgeblichen Einfluss auf die Wahl des Sitzes internationaler Unternehmen in Wien haben. Produktionen und Dienstleistungen dieser Unternehmen und Institutionen scheinen in der Studie nicht auf und hätten gewiss das Ergebnis noch weiter ins Positive gekehrt. ¶

Diesen Monat im Kulturmanagement Network

- Eine Politik der kreativen Ökonomie. bdiv-Interview mit Kulturstaatssekretär NRWs, Hans-Heinrich Grosse-Brockhoff
- Hessische Unternehmen zeigen erneut ihre Kunstsammlungen
- Artprice. Der Jahresbericht des Kunstmarkts 2007
- Der Sammler geht voran. Über das Verhältnis zu den Museen
- Kulturinitiative Thüringen gegründet
- Kreative aus Europa erforschen und erleben die Metropole Ruhr

Besuchen Sie www.kulturmanagement.net

*Kulturmanagement Network - Know how für einen Kulturbetrieb mit Zukunft
Ein kostenfreier Service der Kulturmanagement Network GbR, Weimar*



Das ICCM hat ein zweites Leben erhalten

Neu konzipierter Studiengang Master of Cultural Production

Der zivilgesellschaftlichen Initiative der Alumni des *International Centre for Culture and Management (ICCM)* in Salzburg ist es zu verdanken, dass die finanziell in Bedrängnis geratene international anerkannte Institution nun in einer neuen Form weiter existieren wird.

Ein Beitrag von Renate Winkelbauer, Salzburg

Wie die weißen Ritter haben 33 Absolventinnen und Absolventen, die am ICCM ihren Master oder MBA in Kultur- und Medienmanagement gemacht haben, durch den Kauf des Namens, der Rechte und der vorhandenen Infrastruktur die vollständige Sanierung finanziert und damit das wichtige vorhandene Know how für den Weiterbestand gesichert.

Diese Alumni sind jetzt nicht nur ideelle Träger, sondern auch juristische Eigentümerinnen und Eigentümer der gemeinnützigen ICCM GmbH. Bislang ist eine derartige Unternehmenskonstruktion in der akademischen Welt einzigartig und zeigt das hohe unternehmerische Niveau, das die Alumni nicht zuletzt durch ihre akademische Ausbildung am ICCM erworben haben und kann als modellhaft in die Kulturmanagementlehre eingehen.

Die neue Zukunft – das zweite Leben – bringt mit dem geschäftsführenden Gesellschafter Thomas Heskia nicht nur einen Generationenwechsel an der Führungsspitze sondern auch eine neue Orientierung, in der sich die Gesellschafterinnen und Gesellschafter aktiv in die inhaltliche und unternehmerische Gestaltung einbringen. Das Potenzial, die großen Kompetenzen und das Know how der ehemaligen Studierenden aus vier europäischen Ländern macht die ICCM GmbH zu einem starken Player in globalen Bildungsnetzwerken. Eine große Anzahl von Kontakten zu Universitäten und anderen akademischen Einrichtungen in Europa und in Übersee, die in den letzten beiden Jahrzehnten aufgebaut wurden, fließen in die neue Struktur ein. Prof. Herwig Pöschl bleibt „seiner“ Institution im neuen Gewand auch als das erhalten, was er in den vergangenen inhaltlich erfolgreichen 19 Jahren gewesen ist – der geistige Vater und spiritus rector.

Derzeit wird bereits intensiv an erneuerten und gänzlich neuen Inhalten gearbeitet und ab dem kommenden Studienjahr wird in enger Zusammenarbeit mit der *Universität Salzburg* ein neuer Master of Cultural Production gestartet. Dieses neu konzipierte Ausbildungsprogramm begründet sich auf einem interdisziplinären Ansatz zwischen den Kulturwissenschaften und einer als Sozialwissenschaft verstandenen Ökonomie. Dazu kommt der Aufbau von



ONLINE
iccm.at

... Das zweite Leben des ICCM

Kompetenzen in Wissens- und Changemanagement, Leadership und Entrepreneurship, aber auch konkreten Budgetierungs- und Finanzierungsstrategien. Wahlweise können sich die Teilnehmer im zweiten Teil des Studiengangs auf die Richtungen Internationale Kulturprojekte, Musik in Film, TV & Neuen Medien oder Cultural Urban Design spezialisieren.

Das M.A. qualifiziert seine Teilnehmenden dafür, Themenstellungen aus mehreren Perspektiven zu beleuchten, die Komplexität der Medien- und Kulturproduktion zu "lesen" und innerhalb der gefundenen Strukturen eigene kulturelle Projekte zu entwickeln und zu realisieren. Das ICCM steht dabei für eine praxisorientierte, gleichzeitig jedoch theoriegeleitete Qualifikation.

Das neue ICCM wird – so sind sich die weißen Ritter sicher – auch die next generation leaders der cultural producers qualifizieren und in den universitären Netzwerken weiterhin eine wichtige Rolle spielen. ¶

- Anzeige -

das Orchester

Magazin für Musiker und Management

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

Abonnieren Sie jetzt!

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



www.dasorchester.de

**AUTOREN**

Till Briegleb

VERLAGMurmann, 2007
120 Seiten**ISBN**

3938017910

Von der Vision zur Wirklichkeit

Till Briegleb zum historischen Grund der Elbphilharmonie

Rezension von Tobias Werner, Korrespondent, Berlin

Email: tw@kulturmanagement.net

Abgesehen von sonnigen Wochenendtagen, ist die neue *HafenCity* so leblos wie die Hamburger Innenstadt nach Geschäftsschluss. Das soll sich noch ändern. Denn wenn erst einmal die neue Elbphilharmonie als neues Wahrzeichen der Hansestadt fertig gestellt ist, sollen Tausende von Menschen nicht nur wegen dieser spektakulären Architektur sondern auch mit einem publikumsnahen Konzertprogramm in den Hamburger Hafen kommen. Doch bis zur Eröffnung des Konzerthauses im Sommer 2010 sind noch einige architektonische und programmatische Hürden zu nehmen.

Während sich alle Beteiligten des ambitionierten und prestigeträchtigen Unternehmens *Elbphilharmonie* um die Zukunft des Kaispeichers bemühen, setzt sich Till Briegleb mit der Historie des Ortes und des Bauwerkes auseinander. In seinem Buch „Eine Vision wird Wirklichkeit“ betrachtet der Autor die Entwicklung des Sandtorhafens, der zu dem ersten industriell genutzten Hafenbecken Hamburg gehörte und an dessen Spitze die Elbphilharmonie stehen wird. Der Sage nach wurde hier um 1400 Klaus Störtebecker enthauptet, jener Kommandant, der mit seinen Beutezügen in der Ost- und Nordsee den Hamburger Handel bedroht und zugleich kontrolliert hat. Wie eine Kathedrale stand an dieser Stelle bis zu seiner Zerstörung im Zweiten Weltkrieg der Kaiserspeicher mit der Zeitballuhr, an dem jedes in den Hamburger Hafen einlaufende Schiff zufuhr. Ein neues Wahrzeichen wollen die Architekten *Herzog & de Meuron* auf dem in den sechziger Jahren erbauten Kaispeicher A erschaffen. Der von Werner Kallmorgen entworfene Kaispeicher A ist das einzige Relikt der Hafengeschichte, das auf dem Dalmannskai überlebt hat, auch wenn mit Ausnahme der Fassade nicht mehr viel von ihm übrig ist. Das Dach wurde inzwischen abgetragen, das Innere komplett entkernt. Riesige blaue Stahlträger hindern die Fassade am Einstürzen. 2010 soll in, vor allem aber auf dem ehemaligen Lager ein spektakulärer, über 2.000 Plätze umfassender Konzertsaal entstehen, ergänzt von Restaurants, Bars, einem luxuriösem Hotel, Wohnungen und einer für jeden öffentlich zugänglichen Plaza in 37 Meter Höhe.

Der historische Überblick von den Anfängen der Hamburger Hafengeschichte und dem baulichen Wandel im Sandtorhafen wird ergänzt von wunderschönen historischen Abbildungen sowie einem beeindruckenden photographischen Portrait des majestätisch anmutenden Kaispeicher A. Die Farbfotos von Oliver Heissner zeigen den fensterlosen Backsteinbau aus beinahe allen Perspektiven, auch faszinierende Details des Innern, die im Zuge der Umnutzung größtenteils nicht mehr erhalten sein werden, sind virtuos in Szene gesetzt. Abschließend präsentieren die visionären Computeranimationen der Architekten *Herzog & de Meuron* die *Elbphilharmonie*, wie sie einmal aussehen



... Von der Vision zur Wirklichkeit - die Elbphilharmonie

soll. Als gläsernes und leuchtendes Flaggschiff soll es weit über die *HafenCity* hinaus die Weltoffenheit und Modernität der Hansestadt präsentieren.

Der Reiz des Buches liegt in der gelungenen Symbiose aus Historie, Gegenwart und Zukunft. Es ist ein Genuss, dieses Buch in seiner hohen Qualität der Ausführung (vor allem Abbildungen und Papier) in den Händen zu halten. Und Brieglebs historische Darstellung ist in jedem Fall nicht nur für Fans der *Elbphilharmonie* lesenswert.

Der bisher alles dominierenden Architektur der *Elbphilharmonie* ein adäquates Konzertprogramm entgegenzustellen, stellt eine große Herausforderung für den Intendanten Christoph Lieben-Seutter dar. Gerne hätte man auch hierüber etwas erfahren. Aber von Musik – und darum geht es bei dem Bau eines Konzerthauses – schreibt Till Briegleb leider nur am Rande. Hierfür ist es vermutlich noch zu früh.

DETAILS UND BESTELLEN

kulturmanagement.net/buecher/prm/49/v_d/ni_561/cs_11/index.html

- Anzeige -

Do the right thing right now

Sommerakademie für Kulturmanagement 2008

Einstieg ins Kulturmanagement für Studierende und Jungakademiker

21.05. Kostenloser Informationsabend 18.30 h

14.-18.07. Projektorganisation und Finanzierung

01.-05.09. Berufsziel Kultur. Strategien für den Einstieg

15.-19.09. Presse- und Öffentlichkeitsarbeit im Kulturmanagement

Exklusiver Preisnachlass für registrierte Mitglieder von Kulturmanagement Network: 10 % auf die Teilnahmegebühren.

Institut für Kulturkonzepte Hamburg e.V. | Neuer Kamp 24 | 20357 Hamburg | www.kulturkonzepte.de



Rückblick

„Wie man sich Freunde schafft“

Drittes Symposium zu Förder- und Freundeskreisen in der Kultur am 11. April 2008 in Berlin

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

Zum dritten Mal in den vergangenen drei Jahren organisierte die *Arbeitsgemeinschaft Freundeskreise der Stiftung Zukunft Berlin* im April 2008 ein Symposium zu Förder- und Freundeskreisen in der Kultur: „Wie man sich Freunde schafft ...“.

Der ausgewiesene Untertitel „Unternehmen Freundeskreis“ lässt bereits ahnen, dass es bei der Unterstützung regionaler Kultureinrichtungen durch engagierte Bürger um mehr geht als freundlichen Zuspruch, Geld sammeln und Wissen einbringen. Die gezielte Gegenüberstellung von Unternehmen und Freundeskreisen zeigt auf, dass effiziente Strukturen und professionelle Arbeitsweise auf die Arbeit in Freundeskreisen übertragbar sind – besser: sein müssen. Nachhaltiges bürgerschaftliches Engagement in Form von ehrenamtlicher Arbeit ist nur mit dem nötigen Know-how möglich. Diskutiert wurden von den 100 Teilnehmern das Verhältnis von Kultur und Wirtschaft zueinander, und das von privater und öffentlicher Kulturförderung. In Workshops zu den Themen Erbschaftsfundraising, Management, Verwaltungsdatenbanken und Steuerrecht ging man ins Detail. Ein aktuelles Thema war die Reform des Gemeinnützigkeitsrechts. Für die Vertiefung des Hauptthemas des Symposiums sorgten auf den Podien je zwei Experten und ein Vertreter eines Freundeskreises. Dass alle vier Workshops jeweils zwei Mal angeboten wurden, erwies sich als ein organisatorisch geschickter Schachzug – so konnte jeder Teilnehmer an einem Tag an zwei Themenbereichen teilnehmen.

Das bundesweite ehrenamtliche Engagement der Bürger in über 1000 Förder- und Freundeskreisen für örtliche Kultureinrichtungen wird dank knapper öffentlicher Kassen zur unverzichtbaren Stüt-

ze für Theater, Museen, Konzerthäuser oder Bibliotheken. Die Umrechnung in Geld von Zeitspenden der Bürger betrage angeblich mehr als 10 Milliarden Euro – das fand die *Enquete Kommission „Kultur in Deutschland“* heraus. Dazu kämen 1-2 Milliarden Euro Geldspenden, Mitgliedsbeiträge und Sponsoring.

Welche „Hilfen für Helfer“ es gibt, wie Bund und Länder die private Kulturförderung unterstützen legte Lydia Westrich, MdB und Sprecherin der SPD-Arbeitsgruppe zur *Enquete-Kommission „Kultur für Deutschland“* dar. Beispielsweise wurden die Höchstgrenzen beim Spendenabzug angehoben und vereinheitlicht, besondere Vergünstigungen bei der Ausstattung von Stiftungen mit Kapital konnten ausgebaut werden, der so genannte Übungsleiterfreibetrag wurde erhöht, und bürokratische Hemmnisse abgebaut, vereinfachte Spenden, um den Ehrenamtlichen ihre Zeit nicht mit dem Ausfüllen von Formularen verschwenden zu lassen. Sogar der Sonderausgabenabzug für Mitgliedsbeiträge an Kulturfördervereinen kann künftig auch bei Gegenleistungen geltend gemacht werden. Die Stärkung des bürgerschaftlichen Engagements wurde im September 2007 neu geregelt und gesetzlich festgelegt. Auch bei guten Informationen durch Vorträge und Broschüren wird man auch weiterhin nicht ohne direkte persönliche Beratung auskommen. Das meist gebrauchte Wort der Referentin war „hoffentlich“, denn getragen werden alle diese und noch weitere Verbesserungen von der Hoffnung, dass die Ehrenamtlichen in ihren Bemühungen nicht nachlassen und alle Hilfsangebote ausschöpfen. Nicht auszudenken übrigens, würde die Regierung mit ihren Milliarden nicht diversen Kamikaze-Bankern unter die Arme greifen, sondern der Kultur. Darüber gibt es bis jetzt übrigens noch keine Studie (Anm. d. Autorin).

Dort, wo Kultur besonders stark gefördert wird, gibt es weniger soziale Probleme und Fremdenfeindlichkeit, erläuterte Hans-Joachim Frey, Gründer des *Internationalen Forums für Kultur und Wirtschaft*. Er begann seine Ausführungen mit einem



weiten **Blick in die Zukunft** und zündete mit seinen Ausführungen bei den Zuhörern den Funken der Begeisterung. Bis zum Jahre 2050 werden sich beispielsweise wirtschaftliche Machtverhältnisse verschieben und die Weltbevölkerung anwachsen. Globalisierung und das veränderte Zusammenwirken der Länder mit bekannten und neuen Problemen forderten schon jetzt neues Denken und neue Maßnahmen. Mit der Wirtschaft und der neuen Generation in einen frischen Dialog zu treten, sei das Gebot der Stunde. Keine Wirtschaft ohne Kultur? Keine Kultur ohne Wirtschaft? Das wird weiterhin zu diskutieren sein, unter anderem – auf höchster europäischer Ebene – beim *World Culture Forum* im Februar 2009 in Dresden, als Vorstufe zum *Weltkulturgipfel 2010*. Die Notwendigkeit kultureller Vielfalt soll wieder ins öffentliche Bewusstsein gerückt werden. Zudem wird zurzeit ein Kulturwirtschaftsplan von Kulturstaatsminister Bernd Neumann erstellt, auf den man gespannt sein darf.

Für die in Deutschland lebende Amerikanerin Becky Ann Gilbert gehört **Fundraising** zum Fundraising unmittelbar dazu. Sie ist seit 2007 *Head von Corporate Sponsoring and Fundraising* an der *European School of Management and Technology (ESMT)*. In ihrem Vortrag „Fundraising als Finanzierungssäule der Kulturförderung“ betonte sie u.a. den emotionalen Aspekt der Freundeskreis-Arbeit. „Freundschaft ist immer eine emotionale Angelegenheit. Mittelfristige Freundschaften baut man nicht über Nacht auf,“ sagte sie, machte Mut zur Öffentlichkeit und räumte großen wie kleinen Projekten mit Modellcharakter besonders große Chancen auf eine großzügige Förderung durch Spenden und Sponsoring ein. Beispiele gebe es genug: die Restaurierung der *Staatsoper Berlin* oder die *Initiative zum Wiederaufbau des Berliner Stadtschlösses* – ehrgeizige Ziele. Beiden Freundeskreisen ist es bereits jetzt gelungen, eine große Aufmerksamkeit in der Öffentlichkeit auf sich zu ziehen. Mit entscheidend sei, so war allseits zu hören, „die begleitende Leidenschaft“, wie einst Peter Raue, ehemaliger Vorsitzender der Freunde der Natio-

nalgalerie in Berlin, die Freundeskreisarbeit sehr trefflich benannte.

Ob dicke oder dünne Freundschaften – es braucht **Verwaltungsdatenbanken**, um diese Freundschaften zu pflegen und professionell zu verwalten, denn jede Gabe ist willkommen. Brigitte Kohlenberg, Diplom-Betriebswirtin und Organisationsberaterin aus Düsseldorf erklärte äußerst fachkundig, wenn auch leidenschaftslos, an welche Aspekte bei einer sinnvollen Datenverwaltung gedacht werden muss, wie diese miteinander verknüpft sein müssen und welche Probleme entstehen, wird so eine Datenbank nicht fachgerecht verwaltet. Insgesamt sind etwa zehn brauchbare Datenbanken auf dem Markt, die für eine Klientel ab 50 Personen entwickelt wurden. Alle genügen den speziellen Anforderungen wie beispielsweise Dankeschreiben, Spendenquittungen, Lastschrifteneinzug, Serienbriefe, Beitragsrechnungen, Verbuchung von Zahlungen und Spenden, eine Abo-Verwaltung oder Bilanzen und Statistiken. Am Modell der ausgefeilten Software von OPTIGEM konnten intelligente Softwarelösungen für Gemeinden und gemeinnützige Werke deutlich gemacht werden, die Preise liegen von 2.000 € bis 34.000 € – kein Pappenstiel für kleinere Kulturinstitutionen.

Vereinsmeierei ist in Deutschland eher ein Schimpfwort – immer noch haben Vereine ein verstaubtes Image. Unter dem Begriff **Management** rückte man die Möglichkeiten gezielter Vereinsarbeit ins rechte Licht. Dazu gehört, und sei ein Verein noch so klein, eine professionelle Verwaltung und Personalführung, effiziente Organisationsplanung bei der haupt- und ehrenamtlichen Führung, strategischen Managementkonzepte, strukturiertes Controlling und durchdachte Buchhaltung, der wirkungsvolle Einsatz von Ehrenamtlichen und vieles mehr. „Professionelles Mitgliedermanagement ist für einen Erfolg der Freundeskreisarbeit entscheidend,“ sagte Stefanie von Knop. Als Unternehmerin und Koordinatorin der sehr erfolgreichen ehrenamtlichen Gruppe „Pro K2oK21“ der *Kunstsammlung Nordrhein-Westfalen* in



Düsseldorf weiß sie: „Erfahrung, Freude und soziale Kompetenz in der Personalführung sollten Voraussetzungen sein.“

Das **Steuerrecht** war schon immer eine knifflige Materie und ist es noch. Da fallen Worte wie Betriebsausgaben und Sponsoringerlass; man kämpft mit jeder Menge Abkürzungen, Paragraphen und fragt sich immer wieder, ob die Vielfalt ausgeklügelter Steuerregelungen nicht gleichzeitig abschreckt und den ehrenamtlichen Eifer bremsen, denn ohne Fachkenntnisse oder fachliche Beratung bleibt der Stoff geheimnisvoll. Komplizierte Sachverhalte und Fachsprache bleiben mit Sicherheit weiterhin eine Hürde. Sascha Voigt de Oliveira, Rechtsanwalt und Steuerberater ist ein gefragter Referent auf derartigen Symposien und versteht es, komplizierte Sachverhalte so einleuchtend wie möglich darzustellen. Beispielsweise sind Spenden immer ohne Gegenleistung, während Sponsoring deutliche Absprachen und klare Verträge braucht. Abbildungen von Logos z.B. können sehr unterschiedlich ausgelegt werden und nichts wäre schlimmer, als wenn eine Institution die finanzielle Unterstützung doch nicht erhält, nur weil die Größe einer Anzeige oder die Farbe einer Schrift nicht exakt abgesprochen wurde. Eine aktuell ausgearbeitete Broschüre zum Gemeinnützigkeits- und Spendenrecht des Landes Rheinland-Pfalz ist erhältlich unter: www.fm.rlp.de/Service/Infomaterial/Service_Info_material.asp

Gar nicht so trocken wie immer vermutet wird ist das Thema **Erbschaftsfundraising**. Knut Mikolet, Abteilungsdirektor der *Dresdner Bank AG*, Leiter Stiftungsmanagement/Vermögensplanung und Rechtsanwalt Roland Bergfeld, beide aus Frankfurt a. M. gelang es, die interessierten Teilnehmer auf Wege und Möglichkeiten aufmerksam zu machen, dem Vorgang des Gebens auf die Sprünge zu helfen. Warum spenden Menschen? Oder warum spenden sie nicht? Jährlich werden in Deutschland 200 Milliarden Euro vererbt, dem Staat fließen jährlich 400 Milliarden Erbschaftssteuer zu, vielfach fehlen Testamente oder sie sind mangelhaft.

Der Dialog mit den jetzt bereits 60 bis - 80jährigen Spendern und Mäzenen muss erneuert werden, deren Bereitschaft, sich auf ihre alten Tage durch Spenden und Stiften zu verwirklichen oder gar unsterblich zu machen, erneut geweckt werden. Jedoch: das Werben um testamentarische Zuwendungen ist heikel und erfordert eine sensible Behandlung. Mit rechtzeitiger, solider und präziser Planung kann Erbschaftsfundraising zum Erfolg führen und einer Kulturorganisation langfristig große Spendensummen einbringen. Ein besonders Instrument in diesem Zusammenhang ist der Einsatz von persönlichen Stiftungen. Doch wer weiß schon, was eine unselbstständige Treuhandstiftung ist, eine eigene rechtsfähige Stiftung oder eine Zustiftung ... !? Wie in jedem anderen Workshop auch hatten die Teilnehmer ausreichend Gelegenheit, Fragen zu stellen. Der Aufklärungsbedarf ist auch beim Thema Erbschaftsfundraising weiterhin erheblich.

Freundeskreise als Unternehmen, Freunde als Unternehmer zu betrachten scheint ein wesentlicher Schritt in der Akzeptanz und Aufwertung der ehrenamtlichen Arbeit zu sein. Das außerordentlich sorgfältig und unkompliziert organisierte Symposium fand in diesem Jahr in der *Katholischen Akademie Berlin* statt, ein lichter Ort zur Erhellung einer Fülle von Fragen und fand seinen Abschluss mit einem Empfang und einer Führung durch das *Museum für Naturkunde*. Der Präsident des *Deutschen Bundestages*, Dr. Norbert Lammert konnte erstaunlicherweise eine Zusammenfassung des Symposiums vortragen, obwohl er bei keiner der Vorträge oder Workshops anwesend war.

Deutlich wurde: Die Strukturen der Kulturinstitutionen sowie deren Freundeskreise brauchen Transparenz, Transparenz und immer wieder Transparenz, zu der die Arbeitsgemeinschaft Freundeskreise der *Stiftung Zukunft Berlin* wieder einmal einen wichtigen Beitrag geleistet hat. Fazit: Geld gibt es genug, nur: Es muss gefunden werden. ¶

WEITERE INFORMATIONEN
www.stiftungzukunftberlin.eu



Rückblick

„Audience Development oder Die Kunst, neues Publikum zu gewinnen“

Vom 14.-16.2.2008 veranstaltete das Zentrum für Audience Development (ZAD) am Institut für Kultur- und Medienmanagement (IKM) der Freien Universität Berlin eine **Konferenzmesse** zum Thema „Audience Development oder Die Kunst, neues Publikum zu gewinnen“ und brachte dabei auf vielseitige Art und Weise Wissenschaft und Praxis in einen Dialog.

Audience Development trifft den Nerv der Zeit und stellt zugleich eine zukunftsichernde und -gestaltende Herausforderung für jede Kulturinstitution dar. Das Überleben der traditionellen öffentlichen Kultureinrichtungen und die gesamtgesellschaftliche Akzeptanz von Kunst und Kultur sind nicht allein eine Frage der zur Verfügung stehenden finanziellen Ressourcen. Es zeigt sich immer mehr, dass Interesse, Verständnis, Engagement und Teilhabe der vorhandenen wie auch der potenziellen Publika ins Zentrum kultur- und gesellschaftspolitischer Aufmerksamkeit gerückt werden. Entsprechend stand der Besucher in seinen sozio-demografischen und milieuspezifischen Differenzierungen, mit seinen Bildungsansprüchen, Erwartungen, Bedürfnissen und Entwicklungsmöglichkeiten im Mittelpunkt der beiden Tage, die mit Vorträgen, Workshops und Messe-Präsentationen facettenreich angefüllt waren.

Mit der Messe wurde ein erster **Querschnitt** durch vorbildliche, stimulierende und nachahmenswerte Beispiele geboten. Die Vorträge spiegelten den internationalen Stand der Diskussion um Audience Development wider, und die Workshops stellten wichtige Einzelaspekte wie Besucherforschung oder Marketingstrategien verschiedener Kulturinstitutionen vor.

Als Referenten geladen waren Donna Walker-Kuhne (Geschäftsführerin *Walker International Communications Group*), Prof. Dr. Birgit Mandel (Professorin am *Institut für Kulturpolitik, Stiftung Universität Hildesheim*), Eija Liukkonen (Leiterin *Besucherpro-*

gramme Finnish National Gallery), Dr. Ulrich Klopsch (Geschäftsführer *Jüdisches Museum Berlin*), Gerlinde Bendzuck (Geschäftsführerin *Institut für Kultur-Markt-Forschung*), Achim Müller (*Zentrum für Audience Development, Freie Universität Berlin*), Ulrike Gießner-Bogner (Bereichsleiterin *Kulturvermittlung, Kulturkontakt Austria*), Sewan Latchinian (Intendant *Neue Bühne Senftenberg*) und Anke Michaelis (Leiterin *Marketing und Pressesprecherin, Staatstheater am Gärtnerplatz München*). Anstelle des erkrankten Moritz van Dülmen (Geschäftsführer *Kulturprojekte Berlin GmbH*) referierte Barbara Meyer (Leiterin des Geschäftsbereichs *Kulturelle Bildung, Kulturprojekte Berlin GmbH*). Der Vortrag von Heike Stuckert (Leiterin *Kinder- und Jugendprogramm, Bayerische Staatsoper München*) entfiel krankheitsbedingt.

Im multimedialen Messebereich präsentierten folgende Institutionen ihre Best-Practice-Projekte:

Die *brunnen.passage* (Wien), das *Jüdische Museum Berlin*, *Jugend im Museum e.V.* (Berlin), die *Rundfunk Orchester und Chöre GmbH Berlin*, die *Kölner Kinderoper*, das Kulturamt der Landeshauptstadt Düsseldorf, die *Pinakothek der Moderne* (München), die *Schlesische 27* (Berlin), das *Staatstheater am Gärtnerplatz* (München) und das *Theater an der Parkaue* (Berlin). Die *Bayerische Staatsoper München* war mit einem eigenen Internetpoint vertreten, der den Teilnehmern die Möglichkeit bot, die Kinderwebsite „Maestro Margari-ni“ zu erkunden.

Ein interessiertes Publikum von über 120 Teilnehmenden aus Kulturverwaltung, Theater, Museum, Oper, Konzerthaus und Kulturstiftung besuchte die Konferenzmesse. Nach einer Begrüßung und einer kurzen Einführung durch Prof. Dr. Klaus Siebenhaar begann die Konferenzmesse mit einem Vortrag von **Donna Walker Kuhne**, Geschäftsführerin der *Walker International Communications Group*. In einem anschaulichen Vortrag berichtete sie aus 25 Jahren Erfahrung ihre Strategien der Publikumsgewinnung. Zuschauer und Besucher sind für Walker-Kuhne mehr als nur Konsumenten, sie sind Mitarbeiter bei einem kreativen Abenteuer. Unterschiedliche Bevölkerungsschich-



ten und unterschiedliche Nationalitäten in Marketingstrategien einer Kulturinstitution zu integrieren sind für die amerikanische Audience-Development-Expertin eine Wissenschaft für sich. (siehe Interview im Kulturmanagement Network)

In dem anschließenden Vortrag erläuterte **Prof. Dr. Birgit Mandel** vom *Institut für Kulturpolitik der Stiftung Universität Hildesheim* die Veränderungen in den Anbieter- und Nachfragerstrukturen des Kulturbetriebs, die auch in Deutschland das potentielle Kulturpublikum zunehmend zu einer strategischen Orientierungsgröße für Kulturpolitik und Kulturinstitutionen machen. Frau Prof. Mandel unterschied zwischen folgenden Strategien des Audience Development:

Servicestrategie, Aufmerksamkeitsstrategie, Markenstrategie, Eventstrategie, outreach Strategie, Vermittlungs-/Bildungsstrategie, Verbundheitsstrategie. Sie verdeutlichte, dass ein nachhaltiges, kultur- und gesellschaftspolitisch motiviertes Audience Development über das Ziel hinaus geht, mehr Nachfrage für kulturelle Veranstaltungen zu schaffen. Es beziehe vielmehr die Perspektive der kulturellen Bildung ein, einem erweiterten Publikum neue Sichtweisen und Handlungsimpulse für das eigene Leben zugänglich zu machen und die Transformationskräfte der Künste in unterschiedlichste Bereiche der Gesellschaft zu integrieren.

In dem Workshop „Herausforderungen an ein zukunftsweisendes Kulturmanagement“ wurde von **Dr. Ulrich Klopsch**, Geschäftsführer des *Jüdischen Museums Berlin* und Prof. Dr. Klaus Siebenhaar, bis Ende 2006 Leiter Marketing, Development & Services des *Jüdischen Museums Berlin*, die Konzeption des Jüdischen Museums Berlin im Zusammenspiel der Intention und des Auftrag des Museums, mit seiner Programmpolitik und dem differenzierten Pädagogikprogramm, den verschiedenen Maßnahmen der Besucherorientierung, sowie der Marketing- und Fundraisingstrategie des Hauses vorgestellt.

Am zweiten Tag der Konferenzmesse referierte **Ulrike Gießner Bogner** über die aktuellen kultur- und bildungspolitischen Schwerpunktsetzungen in Österreich sowie die Tätigkeiten von *KulturKontakt Austria*. Dabei konzentrierte sie sich auf das erfolgreiche Projekt „Kultur auf Rädern“. Dieses Kulturvermittlungsprogramm für Senioren arbeitet mit Keyworkern, d.h. beruflich oder ehrenamtlich tätigen Personen, die nicht an einer Kulturinstitution beschäftigt sind, sondern als VermittlerInnen zwischen der Institution und dem Publikum agieren. Sie verfügen über gleichsam zwei „Schlüssel“: sie kennen die Kulturinstitution und die potenzielle Zielgruppe. Mit ihrem Wissen können sie das potentielle Publikum der Kunst und Kultur näher bringen.

Im Workshop „Theater für alle, aber nicht für jeden“ berichtete der Intendant der *Neuen Bühne Senftenberg*, **Sewan Latchinian**, dem Publikum auf unterhaltsame Weise von den Herausforderungen, ein Theater zu leiten. Seit 2004 ist er Intendant am *Theater Senftenberg*, in einer Kleinstadt in Brandenburg, in der über die Hälfte der Einwohner Rentner oder Arbeitslose sind. Dennoch – die Region hat ihr Theater als Kulturtempel entdeckt, die Auslastung liegt bei über 80 Prozent. 55 000 Zuschauer kamen in der letzten Spielzeit – auch aus Dresden und Berlin.

In den Pausen nutzten die Teilnehmer und Referenten die Möglichkeit, sich an den Messeständen über die ausgewählten **Best-Practice-Beispiele** des Audience Development zu informieren. Hierfür präsentierten die Institutionen ihre Projekte u.a. auf Flatscreens. So zeigte die *brunnen.passage Wien* Aufnahmen ihrer aktuellen Tanzperformance. Seit Juni 2007 begegnen sich in der *brunnen.passage* Menschen der unterschiedlichsten Bevölkerungsgruppen, um unter der Leitung professioneller Künstler gemeinsam zu proben, produzieren, aufzuführen, und die Aufführungen/Ausstellungen/Veranstaltungen anderer zu besuchen (Jung und Alt, Männer und Frauen und Kinder, Österreicher und Ausländer, Migranten, Menschen mit unterschiedlicher Religionszuge-



hörigkeit, Asylwerber, Akademiker, Nicht-Akademiker).

Das **Jüdische Museum** präsentierte seine Bildungskampagne „on.tour - Das JMB macht Schule“. Ziel der Kampagne ist es, bei den Jugendlichen Interesse und Begeisterung für deutsch-jüdische Geschichte zu wecken und die Fähigkeit zu vorurteilsfreiem und kritischem Denken zu stärken. Seit Sommer 2007 geht das *Jüdische Museum Berlin* „on tour“ und besucht weiterführende Schulen im gesamten Bundesgebiet. Auf dem Schulhof und in den Klassenzimmern können Schülerinnen und Schüler in einer mobilen Ausstellung und einem Workshop ihre Kenntnisse zur deutsch-jüdischen Geschichte vertiefen.

Die Messe wurde als Ort des Erfahrungsaustauschs und der Inspiration vom Publikum begeistert aufgenommen. Auch die Aussteller selber waren erfreut, ihre Projekte einem breitgefächerten Fachpublikum aus der Kultur vorstellen zu können. ¶

WEITERE INFORMATIONEN

www.zad.ikm.fu-berlin.de

Rückblick

1. Internationale Orchesterkonferenz

Ein Beitrag von Gudrun Euler, Korrespondentin, Wuppertal, Email: ge@kulturmanagement.net

Die 1. *Internationale Orchesterkonferenz* hat hohe Maßstäbe gesetzt. Vom 6.-9. April 2008 veranstaltete die „International Federation of Musicians“ (FIM) mit Sitz in Paris ein **Diskussionsforum** für 180 Teilnehmer aus 39 Ländern, organisatorisch unterstützt von den nationalen Verbänden, der *Deutschen Orchestervereinigung* (DOV) und *Ver.di*, in deren Räumlichkeiten am Berliner Spreeufer auch der Kongress stattfand.

Nach einer musikalische **Eröffnung** der Konferenz begrüßte der *Präsident der FIM*, John Smith die Teilnehmer. Im Anschluss erklärte *ver.di*-Vizepräsident Frank Werneke die Historie des Tagungsstandor-

tes: an der Stelle des *ver.di*-Hauses war früher der Mauer-Verlauf. DOV-Präsident Hartmut Karmeier Diskussion verwies auf die Bedeutung, dass die Diskussion mit allen - Musikern und Management - stattfindet, auch wenn die Seite des Managements bei dieser Konferenz nicht so stark vertreten war wie die der Musiker.

Danach folgte die Eröffnungsrede durch den Vorsitzenden des *Bundestagsausschusses für Kultur und Medien*, **Hans-Joachim Otto** (FDP), Mitglied des deutschen Bundestages. Er appellierte an alle Teilnehmer, die Ergebnisse der dreitägigen Tagung als Verständigungspotenzial zu nutzen: Die internationale Herkunft der Orchestermusiker und Dirigenten, internationale Ausrichtung, Orchester-tourneen etc. sind Grundlage, über Management, Finanzierung, Herausforderung der Neuen Musik, Gesundheitsaspekte und über die gesellschaftliche Wahrnehmung der Orchester nachzudenken. Seine Bitte war es, die Ergebnisse in den jeweiligen Ländern zu verbreiten. Dazu sieht er eine gewaltige Aufgabe für die kulturelle Bildung: laut einer Studie geben 2/3 der Bevölkerung an, noch nie ein klassisches Konzert oder eine Oper besucht zu haben. Hans-Joachim Ottos Resümee: „Hören Sie nicht auf, das Feuer weiterzugeben. Sie sitzen nicht nur an der Quelle, sondern Sie sind das Feuer.“

Nach dieser positiven Einschätzung fielen die Worte von **Fabio Luisi**, Generalmusikdirektor der *Dresdener Staatsoper* und *Staatskapelle*, zunächst pessimistischer aus. Er warnte vor einem akuten Existenzkampf mit Verkleinerungen und Schließungen von Orchestern in Deutschland und Europa und forderte mehr und größere Orchester, um die Musik als Erlebnis vermitteln zu können und auch die pädagogischen Aufgaben wahrnehmen zu können. Die kulturelle Landschaft in Europa und in Deutschland braucht keine Freelancer, sie braucht fest angestellte Musiker, sie braucht nicht weniger und kleinere, sondern mehr und größere Orchester, sie braucht nicht weniger, sondern mehr Musik.



In den folgenden drei Tagen gab es sechs **Panels** zu verschiedenen Themen, jeweils eingeführt durch einen Keynote-Speaker, gefolgt von einer international zusammengestellten und moderierten Runde auf der Bühne, zu der es dann jeweils auch eine Öffnung ins Publikum zur Diskussion mit den Teilnehmern gab, die mit großer Resonanz genutzt wurde.

Die Themen dieser Panels hatten verschiedene Blickrichtungen: Bei der Betrachtung der Live-Darbietung im 21. Jahrhundert wurde einerseits der Blick auf die Zuhörerschaft, andererseits auf die Finanzierung gerichtet. Ansprüche, Herausforderungen durch neue Medien und die daraus resultierenden Entwicklungen wurden in den verschiedenen Ländern gegenübergestellt. Ob die Rolle des immer komplexer werdenden Managements betrachtet wurde, die gegenseitigen Erwartungen von Management und Musikern, die des Orchesters mit den Möglichkeiten der gesellschaftlichen Entwicklungspotentiale durch Konzerte, durch Education-Aktivitäten oder als Ausbilder, es sind Themen die alle Orchester weltweit berühren.

Auch wenn die nationalen Unterschiede teilweise sehr groß sind, so berührten die Beispiele mit den Möglichkeiten, die die Musik zu bieten in der Lage sein kann: das Video mit dem Beispiel des *Johannesburg Philharmonic Orchestras*, das Konzerte in Townships spielt wird genauso den Teilnehmern in eindrucksvoller Weise in Erinnerung bleiben, wie die Dokumentation der musikalischen Bildungsaktivitäten in Argentinien: Ähnlich dem Beispiel des jungen Dirigenten Gustavo Dudamel mit seiner Arbeit in seiner Heimat Venezuela bietet sich auch in Argentinien für die „Ärmsten der Armen“ über das Erlernen eines Instrumentes die Chance zur Sozialisierung und Alphabetisierung, sowohl für Kinder und Jugendliche als auch für deren Eltern und Familien. Auch die weltbekannte Pianistin Martha Argerich geht gemeinsam mit Orchestern ihrer Heimat in Fabrikhallen, um auch die Menschen mit Musik in Kontakt zu bringen, die sonst nicht in Konzerte gehen.

Nicht nur die unterschiedlichen Mitarbeiterzahlen im Management mit den daraus resultierenden Chancen und Möglichkeiten, auch die Betrachtung der Arbeitsbedingungen für Musiker -Vertragssituationen, Sicherheit oder Weiterbildung - im internationalen Vergleich gibt einen neuen Blick auf die eigene regionale und nationale Situation durch diese Konferenz. Die **internationale Studie der FIM über Orchester** leistet einen ganz wichtigen Beitrag zur weiteren Entwicklung und Verbesserung der Situation der Orchesterlandschaft. So beurteilt nicht nur Gerald Mertens, Generalsekretär der *Deutschen Orchestervereinigung* (DOV), die Zukunft trotz vieler regionaler und nationaler Probleme positiv, da sich die Orchester durch immer wieder neue Positionierung und Anpassung auf gesellschaftliche Veränderungen auch ihre Finanzierung sichern können. Neue Orchestergründungen in China und Katar bestätigen die positive internationale Entwicklung und die Chancen der klassischen Musik.

„Die Orchester sind bereits in der Globalisierung angekommen: Sie gehen auf internationale Tourneen und Musiker vieler Nationen spielen in einem Orchester zusammen. Das macht Orchester auch zu einzigartigen Botschaftern im Dialog zwischen den Kulturen.“ John Smith, der Präsident der *International Federation of Musicians (FIM)*, äußerte diese positive Einschätzung und bestätigte diesen Eindruck auch in seiner Schlusserklärung: Es wird eine internationale Arbeitsgruppe zusammengestellt, die die Ergebnisse und Anregungen der Konferenz aufarbeitet. Ziel ist es, eine Charta und Standards für Orchestermusiker zu erstellen. Trotz zweijähriger Vorbereitung der Konferenz stellte John Smith - nicht zuletzt aufgrund der überaus positiven Resonanz der Teilnehmer - eine Wiederholung in Aussicht. ¶

WEITERE INFORMATIONEN

Die komplette Schlusserklärung zur 1. Internationalen Orchesterkonferenz der International Federation of Musicians kann über die folgende Homepage nachgelesen werden:

www.fim-musicians.com



Rückblick

Zwischen Selbstverwirklichung und Existenzrisiko

Ein Rückblick auf den *bdpm*-Bundeskongress privater Musikschulen von Dirk Heinze, Chefredakteur

Die privaten Musikschulleiter, seit 1997 im Bundesverband *bdpm* organisiert, lieben es offenkundig, sich in **familiärer Atmosphäre** zu treffen. Man wählte für den Bundeskongress in diesem Jahr ein kleines Hotel am Stadtrand von Kassel, um sich auszutauschen, Probleme zu erörtern und Denkanstöße in Referaten und Workshops zu bekommen. Insofern war dieses Jahrestreffen ein Kontrastprogramm zum VdM-Kongress der öffentlichen Musikschulen 2007 in Mannheim (KM berichtete). Dabei verstehen es die privaten Musikschulen durchaus, öffentlichkeitswirksam auftreten – jüngst bewiesen mit einem eindrucksvollen Stand auf der Musikmesse in Frankfurt/Main.

In Kassel wurde deutlich, wie schwierig es noch immer für private Musikschulen ist, auf dem **Markt** zu bestehen. Hier darf man die Zugehörigkeit zur Kulturwirtschaft durchaus hinterfragen. Niemand wird ausgerechnet eine Musikschule gründen, um damit viel Geld zu verdienen. Die allermeisten Leiter dieser Einrichtungen sind in erster Linie weiterhin Pädagogen und investieren vielleicht gerade einmal 20% ihrer Zeit in Managementaufgaben. Hier liegt derzeit ein Hauptproblem: für strategische Entscheidungen im Marketing, Planungen für Investitionen oder die unverzichtbare Beziehungspflege zu Kommune und Eltern, bleibt einfach zu wenig Zeit.

Es gibt aber auch Anlass zur Hoffnung. Gerade dort, wo gerade öffentliche Musikschulen in ihrer Existenz bedroht sind (trotz intensiver öffentlicher Bildungsdebatte), kommt es mehr und mehr zu Gründungen privater Musikschulen. So wollten einige Musikschullehrer in Lahr (Schwarzwald) nicht länger veraltete Verwaltungsstrukturen und Bevormundungen durch die Stadtverwaltung hinnehmen und wandeln kurzum die kommunale in

eine private Musikschule um. Erstes Fazit: man gewinnt gerade die motivierten Kollegen, wenn sie erkennen, worin die Chancen hinsichtlich Selbstverwirklichung und unternehmerische Eigeninitiative liegen. Präferiert wird meist die gemeinnützige GmbH. Leicht ist dieser Weg dennoch nicht. Es ist immer wieder erstaunlich, dass trotz langjähriger Existenz solcher Schulen die **Rechtsunsicherheit** anhaltend groß ist. Dies kann auch Peter Thies bestätigen, der als einer der wenigen im Verband eine große Einrichtung mit über 4000 Schülern in über 50 Filialen im Ruhrgebiet führt. Auch Thies, der selbst einige Jahre Vorsitzende des *bdpm* war, stellt in seinen Beratungsgesprächen mit Gründern immer wieder fest, dass gern **Risiken** ausgeblendet werden und viel Idealismus im Spiel ist, wenn man gern sein Hobby zum Beruf machen will. Er rät, gegenüber dem Finanzamt um die **Umsatzsteuerbefreiung** zu kämpfen, um finanziell überhaupt konkurrenzfähig zu sein (gerade gegenüber den Gebühren öffentlich geförderter Musikschulen). Unkenntnis bei der GEMA- oder KSK-Abgabepflicht sorgen immer wieder für Rückzahlungsfälle, die dann angesichts der geringen Gewinne schnell existenzbedrohend werden.

Mit einem provokanten Referat überraschte Dr. Joachim Kreutzkam. Er forderte die **Gleichbehandlung** der privaten mit den kommunalen Musikschulen und begründete dies mit der identischen, am Gemeinwohl orientierten Bildungsaufgabe beider Schulsysteme. Vorbildhaft sei hier das Land Sachsen-Anhalt, das als einziges Bundesland im Musikschulgesetz auch private Einrichtungen als förderfähig anerkennt. Einzig die Umsetzungsstrategie blieb man noch schuldig. Gemäß der Ziele des Neuen Steuermodells müssten Kommunen ihre Förderung danach festlegen, welche originären Aufgaben sie zu erfüllen haben, statt zunächst danach zu schauen, wie viel Einnahmen sie hätten. (siehe auch eigenen Beitrag in dieser Ausgabe. Wann endet das Kartell?¶)

WEITERE INFORMATIONEN

www.bdpm.de



Rückblick

Wie Kultur Kunden locken kann

Ein Rückblick auf den 5. Kultursponsoringgipfel von Mag. Thomas Mersich, Korrespondent, Eisenstadt

Rund 200 Teilnehmer besuchten den 5. Kultursponsoring-Gipfel „Kultur lockt Kunden!“ am 17./18. April 2008 in Köln, was eine neue **Rekordteilnehmerzahl** für die Veranstalter darstellt. Und man ist gewillt zu sagen: Es hat sich wieder einmal gelohnt, dabei zu sein! Insgesamt 25 Vorträge und Workshops standen auf dem Programm und schade war eigentlich nur, dass man aufgrund der oft parallel laufenden Foren nicht an allen teilnehmen konnte.

Mit einer ausgewogenen Beteiligung von Wirtschaft und Kultur wurde eine Vielfalt der Möglichkeiten des Sponsoring aufgezeigt: Die internationale **Festivalszene** war mit Ilona Schmiel (*Beethovenfest Bonn*) mit dem Thema „Public Viewing“ und Suzanne Harf (*Salzburger Festspiele*) vertreten. Aus dem Bereich Theater stellten Dorothee Starke (*Theater im Fischereihafen, Bremerhaven*) und Philipp Contag-Lada (*Staatstheater Darmstadt*) das Kultursponsoring ihrer Häuser und Beispiele innovativer Werbung vor.

Beispiele aus dem **Museumsbereich** kamen von Petra van Rijn (*Shell*), die die Sponsorpartnerschaft mit dem *Van Gogh Museum* in Amsterdam präsentierte und von Dr. Wolfgang Guthardt (*Phæno*), Direktor einer 2005 errichteten, einzigartigen Experimentierlandschaft in Wolfsburg, die ihren Gästen auf unterhaltsame Weise einen anschaulichen Einblick in die faszinierenden Welten der Naturwissenschaft und Technik bietet und von der *Agentur Causales* zur Kulturmarke[©] des Jahres 2007 gewählt wurde.

Entwicklungen im **Sponsoringmarkt** und das Thema Markenbildung sowie die Messbarkeit von Sponsoring wurden in den Präsentationen von Hans-Willy Brockes von der Europäische Sponsoring Börse St. Gallen, Ad Maatjens vom Sponsor Magazine *Amstelveen*, Iris Lohner (*Sport + Markt AG*,

Köln) und Hans-Conrad Walter (*Agentur Causales*, Berlin) vorgestellt.

Erstmals beim Kultursponsoring-Gipfel stark vertreten waren die Themen **Standortstärkung und Musiksponsoring** in der Popbranche. Stephan A. Vogelskamp (*NOAH!*) referierte über Kunstaktionen als Stadtmarketinginszenierung und Sören Birke (*Consense*) sowie der Unternehmensberater Jörg Riedel berichteten über die *Kulturbrauerei Hamburg*. Lars-Oliver Vogt (*The Sponsor People*, Hamburg) und Dirk Schade (*Popkomm*) sowie Marcus Rodermann (*Payback*) gaben umfangreiche Einblicke in die Praxis des Popmusiksponsoring. Zahlreiche weitere Vorträge komplettierten das Programm des 5. Kölner Kultursponsoring-Gipfels.

Fazit: Innerhalb der Vielfalt an durchwegs interessanten und umfangreichen Vorträgen sind best-practice-Beispiele im Kultursponsoring bei den Teilnehmern immer noch am beliebtesten. Besonders Modelle aus der Praxis, die verschiedene Projekte in ihrer Entstehung und Entwicklung gemeinsam mit innovativen Problemlösungsprozessen aufzeigen, stoßen auf großes Interesse. Kritisch steht man hingegen der Selbstdarstellung von einzelnen Persönlichkeiten und Institutionen gegenüber, die sich mit zu allgemeinen oder zu theoretischen Inhalten dem Zuhörer präsentieren. Hier ist die Gefahr groß, dass die Präsentation von den Teilnehmern als Eigenwerbung empfunden wird, zumal das Thema Kultursponsoring hier manchmal auch aus den Augen verloren wird. Nichtsdestotrotz ist der Kölner Kultursponsoring-Gipfel aufgrund der Internationalität der sich präsentierenden Marken, seiner thematisch breit gestreuten Vorträge und seiner kompetenten Referenten sehr informativ und für die Teilnehmer ein Gewinn. Um dem Leser einige Beispiele näher zu bringen, werden anschließend drei ausgewählte Vorträge ausführlicher beschrieben.

Geradezu brillant war der Vortrag von Marcus Rodermann, Marketingleiter von **Payback**, der ein Kultursponsoringprojekt im Rahmen der Deutschland-Tournee 2007 von Herbert Grönemeyer prä-



sentierte. *Payback* – das führende deutsche Bonuspunkteprogramm – ist seit 7 Jahren am Markt und hat rund 21 Mio. Kunden. Zwei Drittel der deutschen Haushalte sammeln bereits Punkte, der Gesamtumsatz macht insgesamt 15 Mrd. Euro aus, was 10% des deutschen Einzelhandelsumsatz entspricht! 2006 jedoch stand man bei *Payback* vor neuen Herausforderungen. Im Marketing spürte man eine gewisse Unzufriedenheit: Die Marke war stark, aber zu wenig emotional. Durch gezielte Kultursponsoringmaßnahmen sollte die Marke emotional aufgeladen und „erlebbarer“ gemacht werden.

Die Deutschland Tournee von Herbert Grönemeyer im Mai/Juni 2007 bot dazu die idealen Voraussetzungen: Grönemeyer ist mit 3,2 Mio. CD-Verkäufen in Deutschland der beliebteste Popstar, mit seiner Musik identifiziert sich ein Großteil der deutschen Bevölkerung, und seine Tournee war das Event-Highlight des Jahres. Und: Noch nie hat sich Herbert Grönemeyer für eine werbliche Nutzung zur Verfügung gestellt! Doch die ersten Gespräche mit dem Popstar gestalteten sich äußerst schwierig, zu weit auseinander waren die Vorstellungen der beiden Partner. Nach langen und zähen Verhandlungen konnte man sich schließlich doch auf ein Sponsoring einigen: 1 Mio. Tickets wurden durch das Sponsoringengagement von *Payback* mit je 500 Punkten versehen, die man als Einkaufsgutschein in der Höhe von 5 Euro exklusiv bei einem der 5 Partner einlösen konnte.

„Mit *Payback* ganz nah dran“ war der Slogan einer umfassenden Werbekampagne, die das Sponsoring begleitete: Im Zentrum stand dabei ein TV-Spot, der auf sieben deutschen Sendern lief, mit einer Reichweite von 71% 46 Mio. Seher erreichte und dazu aufrief, den 5 Euro Coupon bei den Partnerbetrieben einzulösen. Wie turbulent und teils chaotisch die insgesamt vier Monate dauernde Entwicklung in der Konzeption und Produktion dieses Spots ablief, schilderte Marcus Rodermann auf packende Weise: mit gekonnter Rhetorik, einer großen Portion Humor und spannenden Geschichten inszenierte er die detaillierten Hinter-

gründe und Abläufe der Kampagne in der Praxis ohne jegliche Schönfärberei oder überzogener Selbstdarstellung! Mehr kann man sich von einem Beitrag beim Sponsoringgipfel wohl kaum erwarten!

Für die Teilnehmer auch wichtig: Was hat das Sponsoring von *Payback* nun gebracht? Das Response auf das Sponsoringengagement war gewaltig: insgesamt 1 Drittel der Tickets wurden eingelöst. *Payback* erreichte mit seinem Engagement einen historischen Höchstwert bei der Markenbekanntheit, die qualitativen Dimensionen der Marke wurden deutlich verbessert und vor allem: Mitglieder und Partner waren vom Sponsoring gleichermaßen begeistert und beurteilten es als einmaliges Erlebnis. Und das, obwohl letztere die gesamte Kampagne mit 1,7 Mio. Euro finanzierten.

Eine wunderbare Story über Kultursponsoring als Standortstärkung war der Beitrag „Die Stadt als Kultursponsor: Das Beispiel **Rote Couch in Goch** von Stephan A. Vogelskamp, der als Gesellschaftsführender Gesellschafter von NOAH! – einer Fachagentur für Corporate Social Responsibility in Goch (Nordrhein-Westfalen) – innovative Projekte an den Schnittstellen der Lebensbereiche Stadt, Kultur und Wirtschaft realisiert: Seit über 20 Jahren zieht der weltberühmte Fotokünstler Horst Wackerbarth mit seiner Fotoausrüstung und seiner *Roten Couch* durch die Welt. An den entlegensten Orten der Welt entstehen faszinierende Bilder von Menschen, die der Künstler einlädt, auf der Couch Platz zu nehmen und von ihrem Leben zu erzählen. Die so entstehende Fotoserie *Gallery of Mankind* ist das enzyklopädische Lebensprojekt des Düsseldorfer Foto- und Videokünstlers. Auch viele prominente Persönlichkeiten aus der ganzen Welt – wie z.B. Michael Gorbatschow, Lord Yehudi Menuhin oder Sir Peter Ustinov – haben bereits auf der Couch Platz genommen und so wurde die *Rote Couch* immer mehr zum Symbol einer neuen Kommunikationskultur. Aber was bewegt eine Kleinstadt wie Goch mit ca. 34.000 Einwohnern zu einem gemeinsamen Projekt mit dem aktionistischen Fotokünstler?



Auslöser der Geschichte war der geplante Neubau des Rathauses in Goch, der in vielen Teilen der Bevölkerung Widerstand hervorrief. Um diesen Widerstand zu durchbrechen und um zwischen den Fronten zu vermitteln, bedurfte es einer völlig neuen Art der Kommunikationskultur, und so startete man im Sommer 2006 das Projekt *Goch auf der Roten Couch*: Die Stadt beauftragte Horst Wackerbarth mit einer Serie von 26 Fotoarbeiten, die im Verwaltungsneubau untergebracht werden sollten. Platz genommen auf der Couch haben diesmal Gocher Bürgerinnen und Bürger, die Wackerbarth stellvertretend für die Bevölkerung der niederrheinischen Stadt portraitierte und die so das neue Haus symbolisch für alle in Besitz nahmen. Dieses Projekt symbolisierte somit die Übergabe des Neubaus an die Bevölkerung und involvierte die gesamte Stadt in die Kommunikation über das umstrittene Thema, denn die rote Couch wurde für Goch über viele Monate zum Kommunikationsort für Menschen, die sich zuvor einander nichts zu sagen gehabt hatten.

Die Gesamtkonzeption dieses Projektes beinhaltete insgesamt 12 einzelne Schritte. Am Beginn stand eine Präsentation des Projektes, begleitet von einer thematischen Einführung über Leben und Werk von Horst Wackerbarth im Museum Goch durch seinen Direktor Dr. Stephan Mann. Mit dem Thema „Die Couch kommt nach Goch“ wandte man sich nun an die Medien, die für die geplante Kunstaktion öffentliches Interesse erweckten. Beim anschließenden Voting konnte die Bevölkerung ihre bevorzugten Persönlichkeiten auf die Couch wählen. In einer Vorschau im Gocher Museum hatte die Prominenz die erste Möglichkeit alle 26 fertigen Bilder zu bestaunen, bis diese dann endlich als Höhepunkt im Rahmen eines wahren Volksfestes mit über 10.000 Schauspielern ins neue Rathaus einzogen. „Wer ist auf den Fotos zu sehen?“ – diese Frage war zum zentralen Interesse der Bevölkerung geworden. Das Interesse für die Kunstaktion hatte den Streit um das neue Gebäude völlig in den Hintergrund gedrängt. Zusätzlich bewirkte ein enormes Medien-

echo, dass die Stadt Goch die Aufmerksamkeit der gesamten Region auf sich zog. Als Resultat konnte man schließlich die erhofften Erfolge verbuchen: Die Akzeptanz des neuen Rathauses in der Bevölkerung war gesichert, man konnte eine breite Öffentlichkeit mit dem Projekt durch die Medien erreichen, Stadtkultur wurde erlebbar gemacht und die Stadt konnte nun mit der „Gocher Serie“ ein bedeutendes Kunstwerk ihr Eigen nennen. Das Projekt, das mit ca. 400.000 Euro aus dem Budget „Kunst am Bau“ finanziert wurde und immerhin ein sechsstelliges Werbehonorar verschlang, hatte sich ausgezahlt. Die „Gocher Serie“ ist mittlerweile international im Gespräch und wurde u.a. bereits in Moskau gezeigt.

Das Handy ist aus dem täglichen Leben kaum mehr wegzudenken. In Japan, aber zunehmend auch bei uns, wird es vielfach als einziger ganzheitlicher Computer zum Kommunizieren, Surfen und Einkaufen verwendet. Was liegt näher, als es auch für die Bewerbung von Kulturinstitutionen zu nutzen?!

In dem zukunftsweisenden Vortrag mit dem Titel „**Mobile Advertising** – Wie sich klassische Werbung mit der mobilen Welt verbinden lässt“ von Philipp Contag-Lada, der – selbst aus der klassischen Werbung kommend – die Marketingabteilung am *Staatstheater Darmstadt* leitet, wurden die Möglichkeiten mobiler Werbung aufgezeigt.

Das *Staatstheater Darmstadt* hat auf klassischen Werbeplakaten (z.B. an Bushaltestellen) so genannte QR Codes angebracht, die mit Hilfe des Mobiltelefons erfasst werden können. Man braucht bloß sein Handy auf den Code zu halten und kann so Spielplaninformationen, Werbetrailer oder Soundtracks abrufen. Die Verbindung zum Sponsoring liegt nahe: Botschaften können in diese Mediendateien integriert und Logos platziert werden.

Die hierfür erforderliche Software ist kostenlos im Internet herunterzuladen – einzige Voraussetzung ist ein internetfähiges Handy. Und über dieses verfügen in erster Linie Geschäftsleute ab 35 – eine durchaus interessante Zielgruppe für ein Theater.



Aber auch Jugendliche können angesprochen werden. Denn je nach Zielgruppe können Inhalte unterschiedlich gestaltet werden: von der vereinfachten Ticketbestellung oder der Spielplanabfrage bis hin zu 30-sekündigen Inhaltsangaben des Stücks in Comicversionen oder dem coolen Soundtrack des kommenden Musicals als Podcast. So finden sich QR Codes des Staatstheaters Darmstadt nicht nur auf Plakatwänden, sondern auch statt der traditionellen Insertionen als Stopper in Magazinen und Zeitschriften.

Die Zugriffsraten sind bislang noch nicht überwältigend, gesteht der Marketingleiter, sie schwanken – je nach Medium – zwischen 0 und 400 pro Woche. Doch der große Vorteil dieser Werbeform liegt auf der Hand: man kann ganz genau ersehen, welche Inserate oder Plakatwände registriert wurden, denn jeder Abruf wird vermerkt. Die altbekannte Klage von Henry Ford – „Die Hälfte unserer Werbeausgaben ist nutzlos. Wir wissen nur nicht welche!“ – gehört somit der Vergangenheit an. Während hierzulande 20% der Menschen ein Internet über ihr Handy nutzen, so sind es im Vorreiterland Japan 60%. Schon in wenigen Jahren könnte also auch bei uns mobile Werbung elementarer Bestandteil jedes Marketingkonzeptes sein. ¶

WEITERE INFORMATIONEN

www.kultursponsoringgipfel.de

Rückblick

Gut oder nur gut gemeint?

Die IAMA-Konferenz der internationalen Künstlermanager in Berlin
Von Gerald Mertens, Das Orchester

Über 450 Teilnehmer aus 37 Ländern zählte die *International Artist Managers' Association (IAMA)* bei ihrer Jahreskonferenz vom 17. bis zum 19. April 2008 im Konzerthaus Berlin. Die großen international agierenden Konzertagenturen waren ebenso vertreten wie nationale und regionale Künstler-, Orchester- und Konzerthausmanager. »Reaching Out« lautete der vielversprechende Titel. Die Fra-

ge, wie neues und mehr Publikum für klassische Musik interessiert und in die Oper, vor allem aber ins Konzert gebracht werden kann, ist inzwischen eine globale und die Antwort darauf nicht nur für die Orchester und Veranstalter, sondern auch für kommerziell agierende Künstlermanager existenziell.

Die gute Nachricht vorweg: Trotz großer Veränderungen im weltweiten Künstler- und Konzertmarkt ist die Stimmung in der Branche auffallend positiv. Festivalleiter schlossen ihre letzten Spielplanlücken für 2009, die meisten Gespräche in den Pausen, aber auch während der verschiedenen Paneldiskussionen, auf den Fluren, in den Foyers und versteckten Nischen des Konzerthauses dienten der Künstlervermarktung für 2010 und 2011, teilweise darüber hinaus. Cornelia Schmid von der gleichnamigen Agentur aus Hannover beschwor denn auch in ihrer Eröffnungsrede die Zukunft der klassischen Musik als Live-Erlebnis und Kontrastprogramm gegen immer flachere Inhalte der Massenmedien und die neue Rolle der Musiker als „Educatoren“. Jochen Sandig vom RADIALSYSTEM, der recht erfolgreichen, privat finanzierten und vielfältig nutzbaren Veranstaltungsstätte in Berlin-Mitte, forderte ein Aufbrechen konventioneller Veranstaltungsrituale und machte drei wesentliche Zukunftsaufgaben aus: die Künstler-, die Publikums- und die Finanzentwicklung. Immerhin, darauf muss man erst einmal kommen. Dinge wie Daniel Barenboims Musikkindergarten seien wichtig und nachahmenswert, die Schwellenangst vor dem klassischen Opern- und Konzertbesuch sei immer noch zu hoch, angesichts sinkender öffentlicher Mittel sei mehr »Unternehmertum« gefragt – ebenfalls keine überraschenden Erkenntnisse. Interessanter waren da schon die Forderungen, die Kreativität der Künstler noch stärker als Innovationspotenzial zu entdecken, anstatt sie nur managen oder zu „buchen“ oder Kooperationen zwischen verschiedenen Kunstgattungen einzugehen und damit potenziell ein breiteres Publikum auch für die klassische Musik anzusprechen.



Die Diskussionsrunde zu der Frage, wie **Educationsprojekte** (am Beispiel der *Berliner Philharmoniker* und des *Concertgebouw* Amsterdam) weiterentwickelt werden könnten, war eine glatte Enttäuschung: Details bereits bekannter Projekte wurden dargestellt, Zukunftsperspektiven blieben im Argen. Die Sängerin Anette Dasch berichtete über ihre große Motivation, vor dem Konzert oder nach Proben an einem Gastspielort auch noch eine Schulklasse zu besuchen und damit etwas für Education und Outreach (und natürlich auch für das Marketing) zu tun. Die Chance, gerade diese Idee gemeinsam mit Künstlern, ihren Managern und Veranstaltern einmal intensiv zu diskutieren und womöglich inhaltlich weiterzuentwickeln, wurde kläglich verspielt und das war jammer schade. Nur wenig weiter führte die zweite, von Karsten Witt moderierte Diskussion zur Frage, ob die Künstlermanager und -promoter dem Markt folgen oder ihn führen würden. Die Antwort blieb offen. Während Jasper Parrott von der gleichnamigen, international agierenden Künstleragentur eher konservativ - und unter Szenenapplaus - den Künstler, seine Kunst und die lebenslange Entwicklung unter Fürsorge des Managers für die Künstlerkarriere beschwor, setzte Peter Schwenkow von der DEAG (*Deutsche Entertainment AG*) - wie nicht anders erwartet - die Position des knallharten Kaufmannes entgegen. Seine »shareholder« wollten den »return of investment« sehen. Das einzige was interessiere sei, wie man mit Lang Lang, Rolando Vilazon oder Anna Netrebko in der Berliner Waldbühne mit über 20.000 Plätzen den größten Profit erwirtschaften könne. Dafür müsse man dieselben Marketinginstrumente einsetzen wie im Rock- und Popbereich. Der von ihm neu vermarktete Starkult diene letztlich der ganzen Szene, kämen doch auch die Menschen ins Konzert, die man mit Klassik sonst nicht erreichen könne. Vertreter der Tonträgerindustrie warfen ein, dass auch sie unverändert einen erheblichen Anteil an der Entwicklung echter Klassikstars hätten und dass auch für die Industrie die professionelle Live-Vermarktung ihrer Künstler gegenüber

dem CD- und Downloadgeschäft immer wichtiger werde.

Das dritte Forum befasste sich mit der Frage, wie heute **Künstlerkarrieren** erfolgreich entwickelt werden können. Laut Andreas Braun, Inhaber des gleichnamigen Konzertbüros aus Köln, war der Manager früher der Wegbereiter des Künstlers. Heute stünden Marketing und Promotion im Vordergrund, viele würden in jungen Jahren »verheizt«, sie hätte immer weniger Chancen, in der »Provinz« erste Erfahrungen zu sammeln und daran zu wachsen. Andere Diskutanten bedauerten, dass die Spielräume für intensive Karriereplanung und -betreuung enger geworden seien. Das müsse sich wieder ändern, indem Agenten und Veranstalter enger und nachhaltiger zusammenarbeiten.

Das Schlussforum am dritten Tag schließlich beleuchtete die Situation und Rolle der Konzerthäuser, vor allem an Beispielen der im Bau befindlichen *Elbphilharmonie*, der *Tonhalle Düsseldorf* und des *Konzerthauses Dortmund*. Keiner der Manager hatte ein Patentrezept, jeder versucht vor Ort das Beste daraus zu machen. Ein unbefriedigender Abschluss einer Konferenz, die wesentlich mehr Impulse mit innovativen Praxisbeispielen von außen und Kontroverse hätte vertragen können, um wirklich neue Entwicklungen anzustoßen.

Nach der Konferenz ist vor der Konferenz - die nächste findet vom 23. bis 25. April 2009 in der *Philharmonie Luxemburg* statt. ¶

Dieser Beitrag erscheint in Kooperation mit der Zeitschrift »Das Orchester«

WEITERE INFORMATIONEN

www.iamaworld.com



Vorschau

Museums and the Internet 2008

26./27. Mai 2008, Sprengel Museum Hannover

Bereits zum achten Mal findet in diesem Jahr die MAI-Tagung "museums and the internet" statt. Veranstaltet wird sie vom *Fortbildungszentrum Abtei Brauweiler* des Landschaftsverbandes Rheinland.

Ziel dieser Veranstaltungsreihe ist es, die Teilnehmenden mit den für die Museen maßgebenden Entwicklungen des World Wide Web bekannt zu machen, ihnen Impulse und Orientierung für die eigene Arbeit zu geben und sie zur Mitgestaltung neuer Strukturen zu ermutigen. So versteht sich die Tagung auch ausdrücklich als ein Gesprächs-, Austausch- und Kontaktforum.

Auch in diesem Jahr wird sich die MAI-Tagung mit neuen und innovativen Entwicklungen im Bereich Internet basierter Museumspräsentationen und -dienste beschäftigen und aktuelle Informationen und Sachstandsberichte über museale Internetprojekte aus dem In- und Ausland vorstellen. Anhand von Fachvorträgen und Praxisbeispielen soll veranschaulicht werden, welche Möglichkeiten Museen haben, auf bestehender Medienkompetenz und -ausstattung aufzusetzen, um kulturelle Inhalte via Internet an ihr Publikum zu vermitteln. Die Themenpalette reicht dabei von Studien und Erfahrungsberichten zum Podcasting, über Kollaborationen im Netz, Mash-Ups, Weblogs und *Second Life*-Repräsentationen bis hin zu Online-Bilddatenbanken, Geschichts-Portalen, Kunst-Plattformen und der Vorstellung von neuen und relevanten Initiativen und Projekten. Tagungsergänzend und vertiefend werden am Nachmittag des zweiten Veranstaltungstages Workshops angeboten. ¶

WEITERE INFORMATIONEN

www.MAI-Tagung.de

www.MAI-Tagung.de/MAI-Ling

Vorschau

Kunst Werte Gesellschaft

16.-18. Mai 2008, Akademie der Künste Berlin

Parallel zur 5. *berlin biennale* sucht die Tagung KUNST WERTE GESELLSCHAFT nach einer zeitgemäßen Positionsbestimmung von öffentlich und privat geförderter Kunst. Sie beschäftigt sich mit der aktuellen Bedeutung von non-profit Institutionen als Scharnier zwischen Öffentlichkeit und Kunstmarkt und vor allem mit ihrer Funktion für gesellschaftliche Aushandlungsprozesse über den Wert von Kunst.

Der marktorientierte Kunstbetrieb und privatwirtschaftliche Initiativen beeinflussen immer stärker den gesellschaftlichen Begriff von zeitgenössischer Kunst. Sie können mit international beachteten „blockbuster“-Ausstellungen und spektakulären Verkaufserlösen auf Kunstmessen und Auktionen aufwarten. Wird durch diese Entwicklung die Funktion von öffentlich finanzierten und gemeinnützigen Kunstinstitutionen als Vermittler zwischen Akademien und Hochschulen auf der einen und Museen und Kunsthallen auf der anderen Seite in Frage gestellt? Wie frei sind öffentliche Kunstinstitutionen heute noch in ihrer Programmgestaltung? Die Konkurrenz zum privaten Sektor setzt vor allem kleinere und mittelgroße Kunsteinrichtungen unter kulturpolitischen Legitimationsdruck im Wettbewerb um öffentliche Fördermittel. Bei den größeren zeichnet sich eine Flucht nach vorn ab, sie richten ihre Programme immer mehr an publikumsorientierten Kunsthallen aus.

Die Tagung diskutiert die derzeitige Situation des Kunstbetriebs aus Sicht von KünstlerInnen, VertreterInnen von Kunsteinrichtungen, des Kunsthandels, der Kulturwirtschaft, der Kulturpolitik und der Medien. ¶

WEITERE INFORMATIONEN

www.kwg.kunstvereine.de



Impressum



KULTURMANAGEMENT NETWORK

Dirk Schütz & Dirk Heinze GbR

PF 1198 · D-99409 Weimar

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

TEL +49 (0) 3643.255.328

FAX +49 (0) 3643.801.765

redaktion@kulturmanagement.net

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

Redaktion: Veronika Schuster

Abonnenten: ca. 17.300

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

WEITERE INFORMATIONEN

www.kulturmanagement.net