

Schwerpunkt

Revitalisierung

THEMEN & HINTERGRÜNDE

Revitalisierung und
Überzeitlichkeit im
Städtebau

• Seite 3

KM IM GESPRÄCH

mit Prof. Hubert
Wandjo

• Seite 9

VORGESTELLT ...

Das Radialsystem V,
Berlin

• Seite 12

IBA Fürst-Pückler-Land

2000 – 2010

• Seite 16

Lucerne Festival

• Seite 20

Leipzig-Plagwitz

• Seite 22

Liebe Leserinnen und Leser,

Kunst zeichnet sich seit jeher dadurch aus, sich stets selbst zu erneuern. Auch die Kultur ist einem permanenten Wandel ausgesetzt. Nicht alle Akteure in der Kulturpolitik wollen dies immer wahrhaben, was eine Ursache für die Schwierigkeiten sein dürfte, vor denen der deutsche Kulturbetrieb in den letzten Jahren stand und zum Teil noch immer steht. Erneuerungsbereitschaft bei gleichzeitigem Bewusstsein der Stärken aus einer Tradition - dies macht die Balance aus, nach der wir Kulturschaffenden streben sollten. Wir suchen möglicherweise nach Halt in der Geschichte, möchten Altvertrautes gern in die Neuzeit retten, obwohl es vielen von uns vielleicht gar nichts mehr zu sagen hat. Andererseits werden häufig Dinge über Bord geworfen, die wichtige Eckpfeiler unserer Identität geworden ist, weil man ihren Wert nicht mehr begreift. Solche Überlegungen sind sicher auch Ihnen durch den Kopf gegangen, als vor knapp 2 Wochen das Kölner Stadtarchiv und damit ein großer Teil des kulturellen Gedächtnisses einer Stadt in Schutt und Asche gelegt wurde. Wir wollen in dieser Ausgabe von KM einmal der Frage nachgehen, woher Erneuerungsimpulse für den Kultursektor kommen können. Revitalisierung lautet daher das Schwerpunktthema im März 2009.

Da ist zum einen der berühmte Canaletto-Blick auf das historische Dresden, der Synonym für das Kulturerbe einer Stadt geworden ist. Prof. Sulzer von der TU Dresden, der auch Leiter des *Kompetenzzentrums revitalisierender Städte* ist, klärt auf, welche Bedeutung historische Stadtbilder haben und wie mit der Revitalisierung im Städtebau umgegangen werden sollte.

Eine gänzlich andere Perspektive nimmt Prof. Herbert Wanjo ein, der sich in seinem Beitrag der Wiedergründung von Bands in der Popmusik widmet. Was ist der Grund, warum einst erfolgreiche Musikgruppen nach langer Abstinenz erneut die große Bühne suchen? Ist es nur ökonomisches Kalkül, oder steckt eine echte Erneuerung künstlerischer Ausdrucksformen dahinter?

Synonym für die Wiederentdeckung ganzer Stadtteile, von denen viele noch vor kurzem dachten, sie hätten die besten Zeiten hinter sich, steht Leipzig-Plagwitz. Die meisten von Ihnen werden zumindest von der *Neuen Leipziger Schule* etwas gehört haben, die die Kunstwelt weit über die Grenzen Deutschlands hinweg aufmerken ließ. Kristin Lux erinnert in ihrem Beitrag an den überaus rasanten Wandel eines Stadtteils nach der politischen Wende vor 20 Jahren - hin zu einem Mekka junger Kultur- und Kreativunternehmer.



KM – der Monat

THEMEN & HINTERGRÜNDE

Kulturmanagement
als politische Aufgabe
und ethische Ver-
pflichtung

• Seite 25

Der 1. Thüringer Kul-
turwirtschaftsbericht

• Seite 36

KONFERENZEN & TAGUNGEN

8. Forum für Kultur
und Ökonomie in Thun

• Seite 39

... Editorial

Nicht minder rasant verlief der kulturelle wie ökonomische Wandel in den DDR-Braunkohlerevieren Sachsens und Brandenburgs. René Gottschalk von der *Internationalen Bauausstellung (IBA)* macht am Beispiel der Fürst-Pückler-Land GmbH deutlich, wie sich der Landschaftswandel in der Lausitz vollzogen hat und inwieweit dem Kulturmanagement die Rolle zukam, den doch eher langsam wirkenden Selbstheilungskräften der Natur unterstützend zur Seite zu stehen.

Der allgemeine Thementeil dieser Magazinausgabe enthält zwei weitere interessante Fachbeiträge. Im Rahmen unserer Serie zum Selbstverständnis unserer eigenen Fachrichtung lassen wir in diesem Monat Dr. Eugen Semrau zu Wort kommen. Er sieht im modernen Kulturmanagement eher eine politische Aufgabe und ethische Verpflichtung. In seinem Aufsatz spricht Semrau von der Schaffung kultureller Lebensformen. Wir bewerten außerdem den ersten Kulturwirtschaftsbericht für Thüringen, der kürzlich erschien.

Dass sich nun endlich der Frühling allmählich durchzusetzen scheint, wurde uns auf der Fahrt am vergangenen Donnerstag in die Schweiz deutlich. So lockt die Region am Thuner See bereits mit 14 Grad Lufttemperatur. Anlass der Reise war die Teilnahme am 8. Forum für Kultur und Ökonomie teilzunehmen. Die wohltuende Atmosphäre im Berner Oberland hat sicher nicht nur mit dem beginnenden Frühling zu tun. Lesen Sie in dieser Ausgabe von KM den Rückblick auf diesen interessanten Branchentreff, der den anhaltenden Festivalboom kritisch hinterfragte. In den nächsten Monaten verstärkt sich generell unsere Berichterstattung für die Schweiz, da wir derzeit in Winterthur eine Dependence unseres Netzwerks aufbauen.

Wir wünschen Ihnen nun aber eine anregende Lektüre und würden uns wie immer über Ihr Feedback in Form von Anregungen, Kritik oder Ergänzungen freuen.

Ihr Dirk Schütz und Dirk Heinze

sowie das gesamte Team von Kulturmanagement Network



PROF. DR.-ING.
JÜRIG SULZER

Hochbauzeichnerlehre in Schaffhausen; Mehrjährige Praxis in Architekturbüro in Zürich; Studium Städtebau und Architektur in Berlin, Hochschule der Künste und TU Berlin; Projektleiter bei der Arbeitsgruppe Stadtplanung Berlin, Stadterneuerung, 1983 bis 2004 Leiter des Stadtplanungsamtes der Stadt Bern. Während dieser Zeit: Entwurf und politische Verabschiedung Integriertes Stadtentwicklungskonzept Bern 1995 (Städtebau, Verkehr, Nutzung und Stadtgestaltung). Entwurf und fachpolitische Begleitung Masterplan Stadtteil Bern-Brünnen zwischen 1989-2004. Seit 2004 Inhaber der Stiftungsprofessur Stadtumbau und Stadtforschung der TU Dresden, Fakultät Architektur und Leiter des Görlitz Kompetenzzentrum Revitalisierender Städtebau.

Revitalisierung und Überzeitlichkeit im Städtebau

In der Stadt Dresden kann wie kaum in einer anderen Stadt in Deutschland ein Hang zur Verklärung des Stadtbildes und damit zu einem gewissen Mythos in der Wahrnehmung der Stadt festgestellt werden. Am Beispiel dieser Stadt lässt sich in besonderer Weise der Frage nachgehen, welche Bedeutung historische Stadtbilder haben und wie mit Stadtgeschichte, Revitalisierung im Städtebau umgegangen werden sollte.

Ein Beitrag von Prof. Dr.-Ing. Jürg Sulzer, Dresden - Görlitz - Zürich

Mythos und Moderne

Die vielfältige Bedeutung des Stadtbildes leitet sich aus einer umfassenden Anerkennung des Gedächtnisses der Stadt ab. Dabei braucht man nicht einer Nostalgie und einem falsch verstandenen Mythos zu verfallen. Wenn es gelingt, die geschichtlich überformte Interpretation von *Mythos* zur Seite zu legen, dann ist einer Verwendung des Begriffs nach Duden nichts entgegen zu halten. Mit *Mythos* ist die überlieferte Erzählung, Dichtung oder Sage aus Vorzeiten eines Volkes gemeint. Es kann sich aber auch um Personen, Dinge und Begebenheiten handeln, die aus meist verschwommenen Vorstellungen heraus glorifiziert werden. Angesichts dieser Definition muss die Thematik *Mythos* in der Stadtgestaltung Platz haben, ohne dass damit gleich von einer bestimmten Glorifizierung die Rede ist. Wer gibt uns die Gewissheit, dass es eben nicht auch ein Erinnerungsbild gibt, ähnlich der erzählenden Geschichte, die von Generation zu Generation (bildhaft) überliefert wird? Das überlieferte Bild der Stadt wird zur überlieferten Erzählung, zur Verbundenheit der Bürger mit ihrer Stadt und es trägt zu einer Verwurzelung der Menschen mit ihrer Stadt bei. Franziska Bollerey spricht in „Mythos Metropolis“ von einer „assoziativen Reihung von Bildern und Texten als eine Seismographie von Impressionen, die die sensible, die künstlerische Psyche von den Reizungen der Großstadt empfängt“¹.

Es war keinesfalls so, dass das Stadtbild in der Diskussion um den Wiederaufbau zerstörter Städte keine Rolle spielte. Im damaligen Westdeutschland war es beispielsweise der Stadtbaurat von München, Karl Meitinger, der seine Thesen für das *Neue München* bereits 1945 wie folgt formulierte: „Wir müssen unter allen Umständen danach trachten, die Erscheinungsform und das Bild der Altstadt zu retten und wir müssen alles erhalten, was vom Guten und Wertvollen noch vorhanden ist. Wo im einzelnen von den baukünstlerisch wichtigen Bauten noch so große Reste stehen, dass das Ganze rekon-

¹ Franziska Bollerey, *Mythos Metropolis*, Die Stadt als Sujet für Schriftsteller, Maler und Regisseure, Berlin 2006, S. 8.



... Revitalisierung und Überzeitlichkeit im Städtebau

struiert werden kann, soll das alte Bild wieder entstehen; wo nichts mehr vorhanden ist, soll nach modernen Gesichtspunkten, aber im Sinn der Altstadt, neu und frei gestaltet werden“². Offensichtlich spielt bei Karl Meitinger das Gedächtnis und der damit verbundene Mythos der alten Stadt für die zukünftige Stadtentwicklung eine entscheidende Rolle. Seine Intension war es wohl auch, der Utopie der Moderne zu widersprechen. Die kleinteiligen und vielschichtigen Erinnerungsbilder der alten Stadt sollten nicht durch die Moderne mit ihren aufgelockerten Siedlungen mit Hochhäusern und Zeilenbauten ersetzt werden. Zudem hätten in der jungen Bundesrepublik Vertreter des kleinteiligen Grundeigentums ihre Rechte niemals preisgegeben, um derart großflächige Stadtumbaumaßnahmen zu verwirklichen. Karl Meitinger oder Rudolf Schwarz³ ging es weniger darum, die zerstörte Stadt Stein für Stein zu rekonstruieren, sondern mehr darum, im Sinn der Altstadt das zu erhalten und zu revitalisieren, was die europäische Stadt hinsichtlich Erscheinungsbild, Nutzungsverflechtung, Differenziertheit und Kleinteiligkeit so einzigartig macht.



Abb. 1 Kriegsverwüstung und Beräumung – Vernichtung der Dresdner Bürgerstadt; Fotos: SLUB Dresden / Deutsche Fotothek / Walter Hahn, 1945 (links) und Walter Möbius, 1956 (rechts)

Im Osten Deutschlands verlieren die Fachinstanzen zunehmend an Einfluss. Der Umgang mit der alten Stadt wird auf einer politisch-ideologischen Ebene diskutiert. Es ging eben nicht nur um eine ideologisch begründete Vernichtung repräsentativer Bauten des kulturellen Erbes wie sie mit der Sprengung verschiedener Schlossruinen, Kirchen und bedeutender Einzelbauten vollzogen wurde. Die flächenhafte Beräumung (Abb.1) großer Teile der zerstörten Stadt Dresden und die damit verbundene Auflösung des Einzeleigentums sollte das Bild der alten Bürgerstadt beseitigen. Der Realisierung der sozialistischen Utopie der Moderne sollte zum Durchbruch verholfen werden und

² Wolfgang Görl, Wiedergeburt des erloschenen Zaubers, in: Süddeutsche Zeitung, Nr. 129, 7. Juni 2006, S. 32. Münchens Stadtbaurat Karl Meitinger setzte sich mit der Ansicht durch, unter allen Umständen die Erscheinungsform und das Bild der Altstadt zu retten.

³ Rudolf Schwarz, Was eigentlich ist der Gegenstand des Städtebaus? in: Die Städte himmeloffen, Reden und Reflexionen über den Wiederaufbau des Untergegangenen und die Wiederkehr des Neuen Bauens 1948/49, S. 186ff, Basel und Berlin 2003.



... Revitalisierung und Überzeitlichkeit im Städtebau

einer wie auch immer geordneten Revitalisierung der Bürgerstadt keine Chance bieten. Der Verlust überlieferter Stadtbilder führte zu formlosen Stadtlandschaften. Die Bürgerstadt mit ihrer Vielfalt und Kleinteiligkeit des stadtbildprägenden Grundeigentums verlor gerade in Dresden, aber auch in Chemnitz oder Potsdam, zunehmend ihr Erinnerungspotenzial. Im Ergebnis sind Stadtbrachen und Fragmente von Stadtteilen der Moderne mit all ihren ästhetischen Verarmungen, identitätslosen und funktional konzipierten Stadträumen entstanden.



Abb. 2 Falsch verstandene Revitalisierung ... Zerstörung des städtebaulichen Ensembles; Foto: B. Brandstetter

Stadtschrumpfung – eine Neuauflage der Moderne?

(Abb.2) In der Folge der gescheiterten Utopie der Moderne gibt es heute wieder neue Konzepte zur Rettung der Stadt. Mit „Stadtschrumpfung“ und „perforierten Städten“ wird gerade eine behutsame Revitalisierung der Stadt verhindert. Vielleicht wäre es ganz lehrreich, ihnen Aldo Rossi in Erinnerung zu rufen. Mit seiner *Architektur der Stadt*⁴ hat er eine kritische Haltung gegenüber der Moderne gefordert und die Stadtgeschichte als kollektives Bewusstsein thematisiert. So ist es in der aktuellen Debatten-Hektik zur Stadtschrumpfung und Bevölkerungsprognosen geradezu wohlthuend, dass sich die *Leipziger Charta zur Renaissance der Städte* wieder konsequent der Europäischen Stadt zuwendet⁵. Als zukünftige Leitlinie müsste gelten, dass gerade die ostdeutschen Städte mit ihren einmaligen städtebaulichen Ensembles vorerst *Waiting Cities* sind und die Strategie der *Shrinking Cities* nicht weiter verfolgt wird. Gefragt sind integrierte Stadtentwicklungspolitiken und ein breites fachliches Problembewusstsein über die ökonomische und gesellschaftliche Leistungsfähigkeit der kompakten Europäischen Stadt. Gerade auch im Hinblick auf den breit diskutierten Klimawandel ist ein Stadtverständnis zu fordern, das urbane Dichten thematisiert, um zu revitalisierten Städten zu gelangen.

⁴ Aldo Rossi, *Die Architektur der Stadt*, Skizze zu einer grundlegenden Theorie des Urbanen, *Bauwelt Fundamente* 41, Düsseldorf 1973 (ital. Original: Padua 1966).

⁵ *Leipziger Charta zur Renaissance der Städte*, anlässlich des informellen Treffens der EU Bauminister am 24. und 25. Mai 2007 in Leipzig verabschiedet.



... Revitalisierung und Überzeitlichkeit im Städtebau

Identifikation und Revitalisierung

(Abb.3) Sowohl der Nachkriegsstädtebau als auch die Ergebnisse der jüngsten Stadtumbauphasen werfen die grundsätzliche Frage auf, weshalb speziell in Dresden, aber auch in verschiedenen anderen ostdeutschen Städten die Sehnsucht der Bürger nach historischen Stadträumen und Stadtbildern so groß ist. In Dresden wird mit dem Stichwort „Mythos Dresden“ und der gleichnamigen Ausstellung zur 800-Jahrfeier der Stadtgründung die enge Verbundenheit der Bürger mit ihrer Stadt deutlich.



Abb. 3 Dresdner Frauenkirche als Herz des Stadtmythos;
Foto: J. Sulzer

Ausgehend von der Frauenkirche als Herz dieses Mythos⁶, sind heute „...Erzählungen von den Ursprüngen, ... kollektiven Träumen und Wünschen offen stehende Bildwelten geworden“⁷. Dresden ist tatsächlich wegweisend hinsichtlich der Diskussion über Stadtbildmythos und das Gedächtnis der Stadt. Die Dresdner Frauenkirche ist heute wieder unverzichtbarer Teil der Stadtsilhouette. Auch wenn während Jahrzehnten bis Anfang der 1990er Jahre fachlich über die Konservierung der Ruine und über Sinn und Richtigkeit der Wiederherstellung dieses Erinnerungspotenzials gestritten wurde, zeigt sich nun, dass die wiedererstandene Frauenkirche gerade für die Bürger der Stadt einen wichtigen Ausgangspunkt schafft, urbane Identität wieder lesbar, ein Bild der Stadt konkret fassbar zu machen. Der Wunsch nach Rekonstruktion des gesamten städtebaulichen Ensembles *Dresdner Neumarkt* ergibt sich eben nicht nur aus der fachlichen Notwendigkeit, die Frauenkirche in einem adäquaten Stadtraum zu verankern. Wäre es nicht bedenkenswert, den derzeitigen Wiederaufbau nach historischem Stadtgrundriss als plausible Nachwirkung der Kriegs- und Nachkriegszerstörung der Stadt zu verstehen? Der ursprüngliche Stadtgrundriss mit seinen Proportionen und Fassadengliederun-

⁶ Stiftung Deutsches Hygiene-Museum (Hg), *Mythos Dresden, Eine kulturhistorische Revue*, Ausstellung des Deutschen Hygiene-Museums vom 8. April – 31. Dezember 2006, Köln 2006, S. 17.

⁷ Ebenda S. 15.



... Revitalisierung und Überzeitlichkeit im Städtebau

gen ermöglicht eine innere Verbundenheit der Menschen mit der verlorenen Stadt, mit idealisierten Stadtbildern. Wenn es gelänge, dank einzelner Wiederaufbaukonzepte das Interesse der Menschen, ihre Identifikation mit der Stadt zurück zu gewinnen, ein Stück „Bürgerstadt“ erinnerungsfähig zu machen, würde die Europäische Stadt als Ganzes gewinnen.

Folgerichtig sollte es mit der Revitalisierung der Stadt auch um Identifikation, um Orte des Erinnerns, um Heimat gehen. In einer Zeit globaler Verflechtungen ist die eindeutige Erkennbarkeit der Stadt unbedingt zu wahren. Dieser Identifikationsanspruch kommt nur selten aus „...ohne den Rekurs auf historische Paradigmen, die in den vormodernen Schichtungen der jeweiligen Stadtgeschichte ... gesucht werden müssen. Nicht selten wird dabei der vormoderne Stadtgrundriss als Gedächtnis der Stadt bezeichnet⁸. Beim Wiederaufbau des *Dresdner Neumarktes* bleibt gezwungenermaßen ein ausgewählter Bezug auf bestimmte Erinnerungsmuster und virtuelle Bilder der Stadt. Eine differenzierte Lesbarkeit der Stadt über historische Baulinien, Baukanten und Dachlandschaften ist gegeben. Die kritische Rekonstruktion und Revitalisierung der Stadt ermöglicht eine gewisse Überzeitlichkeit im Städtebau und Identifikation mit der Stadt.



Abb. 4 Rückgriff auf modernen Stadtgrundriss (Dresden 1891); Quelle: Anna Jessen, Prof. Ivan Reimann: *Dresdner Morphologien I-III*, Atlas Dresden, 2006, S. 37

Dieser Rückgriff auf überlieferte Bilder der Stadt gewährt Identifikation, Vertrautheit der Bürger mit ihrer Stadt und Lesbarkeit zeitbedingter Schichten. Angesichts der historischen Erfahrungen muss die Stadtentwicklung eine Neuaneignung des historischen Stadtgrundrisses, der überlieferten historischen Stadträume (in dieser raumlosen Zeit) und des virtuellen Stadtbildes ermöglichen.

Diese einmalige Revitalisierungsaufgabe sollte von allen beteiligten Fachdisziplinen getragen werden. Stets ist darauf zu achten, dass hoch qualifizierte Stadtbilder entstehen, indem wir in Synergien denken, um aus dem vormodernen Stadtgrundriss vielschichtige und kreative bauliche Lösungen zu transformieren. (Abb.4) Auf diesem Weg kommt das Überzeitliche wieder in unsere Städte. Von der Forderung, wonach es nur um Konservierung und Offenlegung historischer Schichten im Umgang mit der alten Stadt gehen darf, sollte ebenso Distanz genommen werden wie neuen Modernitäten im Städte-

⁸ Paul Sigel, Bruno Klein (Hg), *Konstruktionen urbaner Identität, Zitat und Rekonstruktion in Architektur und Städtebau der Gegenwart*, Berlin 2006, S. 14.



ONLINE

stadtforschung.com

... Revitalisierung und Überzeitlichkeit im Städtebau

bau unkritisch zu folgen. Vielleicht liegt es aber auch ganz einfach daran, dass das Gedächtnis der Stadt, der vormoderne Stadtgrundriss so sehr vernachlässigt wurde, weil die Architekten oft nicht mehr in der Lage sind, im überlieferten städtebaulichen Kontext hoch qualifiziert zu bauen. Insofern muss sich aus dem Mythos des verlorenen Stadtbildes eine kreative und überzeitliche Revitalisierung der Stadt ergeben. ¶

- 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. 0 61 31 / 24 68 57
- > zeitschriften.leserservice@schott-music.com





Mit der Huckepack-Strategie zum Comeback

Interview mit Prof. Hubert Wandjo, Business Direktor und Geschäftsführer der Popakademie Baden-Württemberg, Leiter des Studiengangs Musikbusiness

Das Gespräch führte Veronika Schuster, redaktion@kulturmanagement.net

KM Magazin: Was sind Gründe für die Wiedervereinigungswelle von ehemals erfolgreichen Pop-Gruppen wie den *Backstreet Boys*, *Take That* oder den *Spice Girls*, die in den letzten Jahren deutlich zugenommen zu haben scheint?

Prof. Hubert Wandjo: Das sind zuallererst wirtschaftliche Erwägungen. Denn die Gruppen, die Sie genannt haben, haben sich in ihren Glanzzeiten eine loyale Fancommunity, eine Anhängerschaft erarbeitet, die eine hohe emotionale Bindung an diese hatte und potentiell immer noch hat. Diese versucht man wieder zu beleben und in vielen Fällen gelingt das auch. Hinter dieser Überlegung stehen natürlich auch die Labels, die diese Künstler betreuen, die diese ältere Zielgruppe kennt und weiß, dass sie oft nicht mehr am aktuellen Musikgeschehen teilnimmt, sondern gerne und immer wieder ihre alten Lieblinge hört und/oder sieht. Warum dann nicht ihnen ihre Favoriten mit neuen Produkten, neuen Lifeshows zurückgeben? Und gerade diese ältere Zielgruppe stellt sich als erheblich finanzkräftiger dar, die mehr Geld für Entertainment ausgeben kann als die Teenies.

KM: Werden diese Reunions maßgeblich von den Plattenfirmen initiiert? Oder ist es eine zeitlich passende Vereinbarung zwischen Künstlern und Labels?

HW: Das müsste man im Einzelfall eruieren. Es kann sowohl als auch sein. Gehen Sie davon aus, dass es häufig von den Künstlern und deren Management forciert wird. Viele dieser Künstler und Bands, von denen wir sprechen, sind wirtschaftlich nicht mehr ganz so gut gestellt, wie zum Zeitpunkt ihrer höchsten Popularität, und ihre Einnahmen versiegen nach und nach. Dann ist man natürlich allzu gerne bereit, den Versuch zu wagen, an die besseren Zeiten anzuknüpfen. Wobei das Risiko dabei nicht allzu groß ist. Wenn dann entsprechend finanzstarke Partner am Start sind, besteht kaum ein Risiko. Es kann durchaus auch eine neue Plattenfirma sein, die mit einem neu durchdachten Konzept auf die Künstler zukommt.

KM: Sie haben gerade die ältere Zielgruppe und das Konzept angesprochen. Worauf muss man im Management vor allem bei der Vermarktung der Reunions im Vorfeld achten? Wie geht man auf die sich geänderten Zielgruppen ein (Eltern und Kinder sind meist gleichzeitig Zielgruppe)?



... mit Prof. Hubert Wandjo

HW: Das kommt darauf an: Es gibt Rockbands wie ACDC oder die *Stones*, oder bei deutschen Künstlern finden Sie das Beispiel Nena - bei der es wirklich sehr gut gelungen ist - dann ist das Konzept generationsübergreifend, was sie besonders gut bei den Konzerten beobachten können. Diese Bands sind musikalisch einfach attraktiv, behalten musikalische und Image-Charakteristiken bei. In vielen Fällen sind das eben zeitlose Genres wie Rock'n Roll. Es gibt etliche Retrobands, bei denen sich junge Künstler am Look und Sound von Bands der 60er und 70er Jahren orientieren. Das trägt dazu bei, dass junge Menschen auch Interesse an den Originalen zeigen. Aber bei Bands wie ACDC, den *Stones*, Johnny Cash oder hier zu Lande bei Udo Lindenberg, die bereits Kultstatus erreicht haben, schaltet sich zudem eine junge Generation Produzenten ein, die begeistert sind, mit einer solchen Legende arbeiten zu können und die ihre moderneren Soundvorstellungen in die Produktion einbringen, ohne natürlich der Band oder dem Künstler das Wesentliche zu nehmen. Es gibt aber auch Bands, die in ihrer Generation verhaftet bleiben, wie z.B. Smokie, und auf ihre angestammte Kundschaft zielen.

KM: Bands wie ACDC oder die *Stones* haben ja bereits sehr lange einen Kultstatus und waren vom Musikmarkt nie wirklich weg. Aber was ist mit Gruppen wie den *New Kids On The Block*, die als Gruppe komplett aus dem Geschäft waren. Wie kann hier der Relaunch funktionieren, so dass man die alten Fancommunities reaktiviert und neue Zielgruppen dazu gewinnt?

HW: Was den Zugewinn neuer Zielgruppen betrifft, das hat mit neuen Sounds und Produktionen zu tun. Bei *New Kids On The Block* ist nicht soviel Zeit vergangen, deren Zielgruppe ist nicht so alt und der musikalische Schritt hin zum jüngeren Publikum nicht zu groß. Zudem sind die wichtigen Medien wie MTV und VIVA bereit dazu, diese zu fördern, da sie seinerzeit ebenso zu deren Lieblingen zählten.

KM: Es ist also nicht unbedingt nötig, ein neues Image zu generieren?

HW: Natürlich machen sich die Künstler, deren Management und die Labels Gedanken, wie sich die Band vom Image und Sound darstellen muss. Das künstlerische Gesamtkonzept muss zeitgemäß angepasst und konsequent erarbeitet werden, um die Medien und Konsumenten, auf die man abzielt, auch zu erreichen. Aber es ist bei einer Band wie *New Kids on the Block* noch nicht so schwierig. Bands, deren Musiker 50, 60 Jahre alt sind, schaffen es meist nicht ohne zusätzliche Elemente, die Brücke zur jüngeren Zielgruppe zu bauen. Aber denken Sie an Madonna. Sie erfindet sich alle paar Jahre völlig neu, entwickelt neue Images und neue Sounds, bleibt sich dabei als chameleonhafte Künstlerin treu. Sie generiert bei ihren Fans bereits die Erwartungshaltung, dass etwas Neues kommen muss.

KM: Sie haben gerade das positive Beispiel Nena genannt, das war nun wirklich ein sehr erfolgreiches Comeback. Aber es scheint doch so, dass viele Reunions nicht an frühere Erfolge anknüpfen können? Woran kann dies liegen?



ONLINE

popakademie.de

... mit Prof. Hubert Wandjo

HW: Nenas überraschendes Erfolgsalbum, mit weit über 1 Million Verkäufen, funktionierte, da das Konzept vorsah, ihren besten Songs ein neues Gewand zu geben, mit Gästen aus der aktuellen Szene aufzunehmen und damit den Zugang zu einer neuen Zielgruppe zu haben – die sogenannte Huckepack-Strategie. Das ist ein probates Mittel: Man arbeitet mit jungen Künstlern zusammen, die derzeit aktuell und populär, eventuell einen emotionalen oder künstlerischen Bezug zu dem Künstler haben, um eben diese Brücke zum jungen Publikum zu schlagen. Nena hatte ihre alten Hits mit neuen Partnern und die *New Kids On The Block* müssen mit neuen Hits punkten. Man kann Images kreieren, den Top-Hit, den sie brauchen, um den überragenden Erfolg zu haben, können sie nur bedingt designen. Dafür braucht es auch den glücklichen Moment, bei dem alles passend zusammen trifft.

KM: Also ein Glücksspiel, ein Plus-Minus-Rechnen?

HW: Die Kalkulationen von z.B. den *New Kids On The Block* werden auf weltweit basierendem Einkommensszenarien erstellt. Wenn sie einen weltweiten Markt bedienen können, werden sie auch bei einem jeweils mittelmäßigen Erfolg einen Gesamtgewinn machen. Zudem erhält man nicht nur Erträge über die Tonträger, sondern das Geschäft mit Tourneen, Werbeeinnahmen und Merchandise kommt hinzu. Das Einnahmen-Portfolio ist heute wesentlich breiter.

KM: Wenn Sie beschreiben, welche Maschinerien bei einer Reunion anlaufen, die ja sehr viel Energien der Label an sich binden, sind dann Reunions sinnvoll, oder sollte man dieses Geld nicht eher in die Förderung junger Gruppen lenken?

HW: Im Sinne von neuem Talent wäre es natürlich sinnvoll, wenn diese Energien und finanziellen Ressourcen für neue Künstler eingesetzt würden. Allerdings geht es hier um ein Geschäft. Popmusik ist unabdingbar mit Verwertung verbunden und die Künstler müssen sich dem Markt stellen. Wenn es einen solchen Bedarf gibt, dann ist es wirtschaftlich sinnvoll, diesen zu bedienen. Jedes Label, jede Merchandise-Firma, jede Agentur hat in erster Linie das Ziel, Einkommen und Gewinn zu maximieren. Das machen sie auf unterschiedlichste Weisen. Man kann das eine tun, ohne das andere zu lassen.

KM: Herr Prof. Wandjo, vielen Dank für dieses Gespräch! 



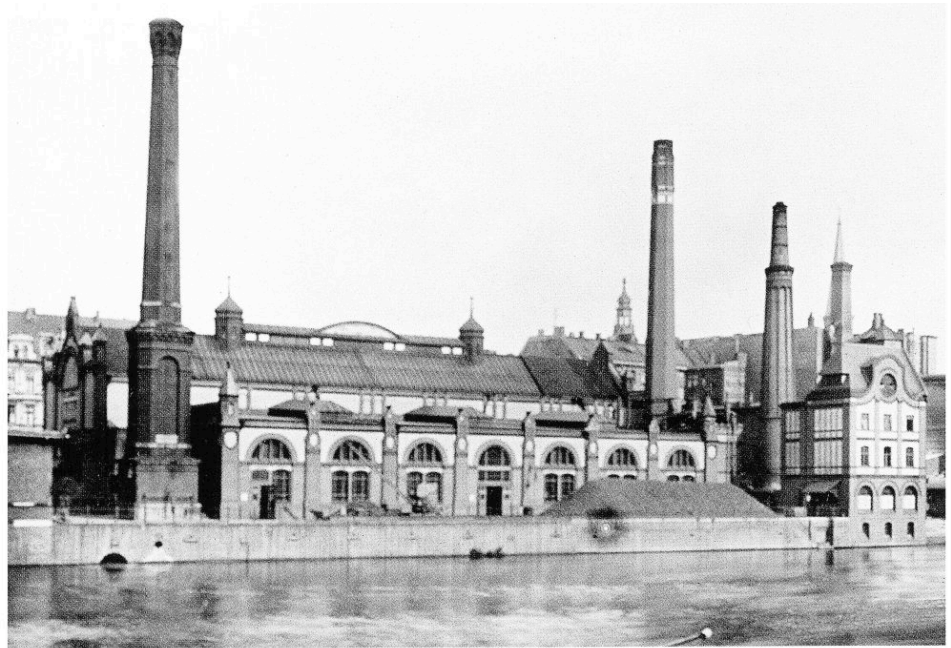
Hybrid mit viel Freiheit

Das Radialsystem V - neue Räume für die Künste in Berlin

Ein Gespräch mit dem Kulturunternehmer Jochen Sandig über das Projekt *Radialsystem V - New Space for the Arts*, Berlin, gab Aufschluss darüber, welche Neuansätze in einem alten Pumpwerk verwirklicht werden können.

Ein Beitrag von Veronika Schuster, redaktion@kulturmanagement.net

Streift man durch die Straßen und Gassen, abgelegenen Viertel und Randbezirke deutscher Städte, findet man in jeder von ihnen eine Vielzahl alter Gebäude des 19. und frühen 20. Jahrhunderts, Bürgerhäuser, Industrieanlagen, Kinos oder Theater, Verwaltungs- und Bürokomplexe – alle zumeist verlassene Zeugen eines ehemals umtriebigen Lebens. Oft sind es beinahe Ruinen, aber mit einem morbiden, manchmal diffusen Charme. Sie erinnern an Zeiten der unvorstellbar harten Arbeit in Zechen und Kraftwerken, als Dienstmädchen oder Knecht in spartanischen Kammern hausten und als der Arbeitstag noch keine sieben Stunden kannte. Sie sprechen aber auf der anderen Seite von einem mondänen Leben mit Tanz, Theater und Kunst, von freudiger Faszination über technische und wissenschaftliche Errungenschaften wie das Telefon, das Fahrrad und Auto, die Luftfahrt oder das Kino mit seinen bewegten Bildern. Letztlich sind sie aber auch durch ihre Architektur Meilensteine der Geschichte geworden.



Das alte Berliner Pumpwerk um 1925 (Fotonachweis: Radialsystem V GmbH)



ONLINE

www.radialsystem.de

... Das Radialsystem V

Städte und Einrichtungen wie die Deutsche Stiftung Denkmalschutz versuchen mit Engagement diese Fragmente unserer Vergangenheit zu bewahren. Doch sind es bei weitem zu viele, eine flächendeckende Sicherung der Bausubstanz ist unmöglich. Daher wird die Zusammenarbeit mit den verschiedensten Institutionen sowie privaten Partnern gesucht und das häufig mit großem Erfolg, wie zum Beispiel bei dem ehemaligen Berliner Pumpwerk Radialsystem V. Das in seiner Erscheinung an eine Brauerei erinnernde Gebäude nahe der sogenannten *Mediaspree*, wurde 1881 an deren Ufer erbaut, musste bereits 1905 erweitert werden und diente vornehmlich zur Entwässerung der wegen des rasanten Wachstums der Stadt Berlin benötigten Gebiete (Abb. 1). Somit war es Teil einer modernen, von Fortschrittsvisionen getragenen Stadtplanung. Die Reste der durch den Krieg dezimierten Anlage standen bereits seit 1980 unter Denkmalschutz, die Nutzung blieb unverändert. Doch eine vergleichbar spannende Rolle, wie in seinen ersten Jahren, nimmt das Radialsystem V erst wieder im 21. Jahrhundert ein – als Namensgeber einer Gesellschaft, die ihm eine völlig neue Aufgabe zugewiesen hat.

Im Jahr 2006 eröffnete die neue Spielstätte *Radialsystem V – New Space for the Arts*, das von der gleichnamigen GmbH und deren Geschäftsführer Jochen Sandig und Folkert Uhde geleitet wird. Bereits 2003 verkauften die Berliner Wasserbetriebe das Gebäude an die Bochumer Telamon Vermögensverwaltung OHG, die sich von Gerhard Spangenberg, versierter Architekt für revitalisierenden Umbau, für das Bauwerk und dessen Umnutzung überzeugen ließen. Dies allerdings nur unter der Bedingung eines vorher vertraglich gebundenen Mieters. Somit nahm der zukünftige Nutzer an den bautechnischen Sitzungen von Beginn an teil und konnte seine präzisen Vorstellungen für die spätere Nutzung miteinbringen. Und die hatten sie, die beiden Kulturmanager, genaue Vorstellungen was in diesen neuen, alten Räumen passieren soll. Die nötigen beruflichen Erfahrungen brachten sie ohnehin mit: Jochen Sandig gründete u. a. die Produktionsstätte *Sophiensaele* in Berlin Mitte und wechselte später als Mitglied der künstlerischen Leitung und als Dramaturg an die *Schaubühne am Lehniner Platz*. Der Musiker Folkert Uhde ist Manager und Dramaturg der *Akademie für Alte Musik Berlin* mit jahrelanger Erfahrung im Musikmanagement. Der private Investor brachte nun die Summe von 8 Millionen Euro für den Um- und Neubau ein. Unbedingt zu erwähnen ist bereits hier, dass keine öffentlichen Gelder fließen oder geflossen sind, einzig der Lotteriefonds subventionierte mit 1,2 Mill. Euro die Anschaffung der Bühnentechnik. Entstanden ist ein Glaskubus, der sich wie eine Ergänzung zu den zerstörten Teilen an- und auf die alte Bausubstanz setzt, charakterisiert durch fächerartige Fensterlamellen, die sich um den ganzen Komplex ziehen. Erstes Ziel war, besonders für die Radialsystem V GmbH, die größtmögliche Flexibilität der Nutzungsmöglichkeiten in und mit den Räumen. Für diese stehen nun im Altbau eine 600 qm große Halle und ein Saal mit 400 qm zur Verfügung, ergänzt durch zwei große Studios, Verwaltungs- sowie Nutzräume und Foyer inklusive Café im Neubau. Durch die gelungene Kombinati-



... Das Radialsystem V

on der Architekturen entstand zudem ein großes Sonnendeck mit Blick zur Spree (Abb. 2). Der Innenausbau wurde in enger Zusammenarbeit und bei wöchentlichen Sitzungen der verschiedenen Partner an den spezifischen Bedürfnissen ausgerichtet. Dies war auch unbedingt für die neue Nutzung nötig, da der ursprüngliche Plan ein Bürogebäude vorsah. Ergebnis dieses „Feintunings der Innenausstattung“ waren ein minimaler Anteil an Verwaltungsräumen sowie die unbedingt flexible Verwendung der Räume.



Das heutige Radialsystem V (Fotonachweis: Sebastian Bolesch)

Der Reiz des Gebäudes lag für Jochen Sandig nicht darin, dass ein Altbau renoviert wird, sondern in der Transformation eines alten Bauwerks zu etwas ganz Neuem mit Hilfe gänzlich modern gedachter Architektur. Durch diesen Dialog von Alt und Neu sei ein Hybrid entstanden, der auch auf die Arbeit des Radialsystems übertragen werden kann. Zum einen betrifft das die alte und neue Baumasse, die jeweils die Hälfte der 4000 qm umfassen. Zum anderen berührt dies das Betriebssystem des Radialsystems: Es handelt sich dabei um eine Mischfinanzierung sowohl aus kulturellen Aktionen, als auch zu einem substanziellen Anteil aus gewerblichen Vermietungen. Damit unterscheidet es sich grundsätzlich von öffentlich geförderten Häusern und verfolgt einen kulturunternehmerisch Neuansatz. Die Grundidee der Radialsystem V GmbH war es, ein Haus so zu organisieren, das es sich jederzeit auf jede Art der Nutzung bzw. auf die jeweilige Nutzeridee ausrichten kann. Jochen Sandig macht dieses Prinzip mit einem Computer vergleichbar: Das Gebäude sei die Hardware, das Radialsystem stelle das Betriebssystem und der jeweilige Kunde, der Künstler oder das Ensemble habe den Anspruch sein Programm, seine Software adäquat ablaufen zu lassen. Sandig sieht dieses System für



... Das Radialsystem V

jedes andere Gebäude anwendbar, von Bedeutung sei dabei einzig die Kernidee der Flexibilität. Dementsprechend sind für die zahlreichen Projekte nationale und internationale Partner verschiedenster Couleur zu Gast, Hochschulen, Orchester, Festivals, Museen oder Galerien und unabhängige Veranstalter aus Wirtschaft, Politik und Medien mieten sich ein.

Für Künstler und Kunden mit besonderen Raumnutzungswünschen habe sich das Radialsystem innerhalb von kurzer Zeit zur ersten Adresse in Berlin entwickelt, so der Kulturunternehmer. Besonders experimentelles Theater, neue Musikformen erfordern diese Flexibilität und Freiheit in der Bespielung eines Raumes, wie es das Radialsystem zur Verfügung stellen kann. Es unterscheidet sich somit von spezialisierten Häusern wie anderen Theatern, Bühnen oder auch Museen. Der Raum ist die Bühne und das ist Teil des Konzeptes. Letztlich treffen in der kulturunternehmerischen Hybridstruktur Wirtschaft und Kunst aufeinander, befruchten sich gegenseitig und durch die kommerziellen Einkünfte wird die künstlerische Ausrichtung der Institution möglich: Interdisziplinarität und die Verbindung von verschiedenen Künsten in einer Symbiose von Tradition und Moderne sollen bei allen Projekten ein wichtiger Kernbestand der künstlerischen Idee sein. Ein Beispiel wären hierfür choreografische Konzerte, bei denen auch die Musiker Teil der Inszenierung sind. Die verschiedenen Kunstgattungen sollen aufeinander treffen, sich ergänzen, reiben und somit innovativ nach vorne gebracht werden. Die Schwerpunkte des künstlerischen Programms liegen im zeitgenössischen Tanz und der Alte Musik, die vor allem durch die Prozesse der Ensembles Sasha Waltz & Guest, Akademie für Alte Musik Berlin und Vocalconsort Berlin mit- und weiterentwickelt wurden. Die Arbeit des Radialsystems V ist geprägt von der Weiterentwicklung neuer Ideen im Bereich Kulturvermittlung und stellt seinen Gästen durch die Kooperation mit ausgesuchten Partnern eine hohe inhaltliche Qualität der Veranstaltungen zur Verfügung.

Eine Bilanz könne man nach dieser kurzen Zeit von zweieinhalb Jahren zwar noch nicht ziehen, so Jochen Sandig, doch erwartet die Radialsystem V GmbH die schwarze Null im Herbst diesen Jahres. Zudem wurde eine gemeinnützige Stiftung gegründet, u. a. mit dem hochgesteckten Ziel, irgendwann das Radialsystem V zur Sicherung des Projektes erwerben zu können. So dient das alte Pumpwerksgebäude, wie schon vor 100 Jahren einer mit viel Visionen und Engagement vorangetriebenen Idee. ¶



Landschaftswandel in der Lausitz

Das IBA Fürst-Pückler-Land 2000 – 2010

Die Landschaft der Lausitz wurde seit der Industrialisierung so schwer verwundet, dass die Selbstheilungskräfte der Natur überfordert sind. Der Mensch muss also eingreifen und sanieren. Er leitet kontrolliert Wasser aus der Spree, der Neiße und der Schwarzen Elster in die stillgelegten Tagebaue und führt umgekehrt den Flüssen Wasser zu, bevor diese einen Mindestwasserstand unterschreiten. Gruben-Randbereiche werden verdichtet und Steilufer abgeflacht. In diesem Prozess der Neugestaltung kann und soll die industrielle Vergangenheit der Lausitz nicht verleugnet werden. Vielmehr geht es darum, herausragende architektonische und landschaftliche Zeugnisse der Industriegeschichte zu erhalten. Machen nicht gerade diese Zeitzeugen die Region aus? Beraubt man die Menschen durch Abriss und herkömmliche Sanierung nicht auch ihrer Identität, ihrer Geschichte und Geschichten?

Ein Beitrag von René Gottschalk, Internationale Bauausstellung (IBA) Fürst-Pückler-Land GmbH

Die Internationale Bauausstellung (IBA) Fürst-Pückler-Land setzt sich gemeinsam mit ihren Partnern dafür ein, besonders eindrucksvolle Beispiele der Lausitzer Industriekultur vor dem Abriss und Vergessen zu bewahren. Bekanntestes Beispiel ist das *Besucherbergwerk F60* in Lichterfeld: Die *F60* und der angrenzende, gerade entstehende Bergheider See (benannt nach dem überbaggerten, ehemaligen Ort Bergheide) sind ein Sinnbild für das IBA-Programm: Altes wird mit Neuem verbunden, regionale Identität wird erhalten und Neues kommt mit viel Phantasie und hoher gestalterischer Qualität hinzu, um so Impulse für eine nachhaltige Regionalentwicklung auszulösen.

Das gleiche Prinzip wird auch bei anderen IBA-Projekten angewandt: den *Bio-türmen Lauchhammer*, dem ehemaligen *Kraftwerk Plessa*, der *Slawenburg Raddusch*, dem Landschaftswandel bei Welzow oder der nach ihrer Sanierung wieder gut bewohnbaren Werkssiedlung Marga in Brieske.

Mit dem konzeptionellen und gestalterischen Anspruch der IBA werden heute nicht nur (Abraum)Berge versetzt, neue Seen oder Energielandschaften geschaffen sowie ausrangierte Bergbautechnik umgenutzt. Die IBA befördert auch ein Bewusstsein für den Wert der eigenen Wurzeln und entwickelt ein neues Lausitz-Image. Ein solches Vorhaben muss natürlich von möglichst vielen mitgetragen werden. Deshalb ist die IBA Knoten eines Netzwerks, das die Akteure vor Ort untereinander und mit nationalen und internationalen Fachleuten verknüpft. Dies geschieht über Hochschulen und Universitäten,



... IBA Fürst-Pückler-Land 2000 – 2010

über Wettbewerbe, Konferenzen, Workshops, über Exkursionen und Erfahrungsaustausche.

IBA-Projekte und Arbeitsweise

Die IBA arbeitet gleichzeitig an 25 verschiedenen Einzelprojekten, welche sich thematisch und flächenmäßig in neun Teilgebiete einordnen: ein Zentrum, sieben Landschaftsinseln und eine Europainsel. Diese „Inseln“ sind Gebiete mit ganz bestimmten Gegebenheiten, Strukturen und Problemen. Jedes hat ein eigenes Thema. Da gibt es zum Beispiel die Landschaftsinsel „Industriekultur“ mit ausgewählten Industriedenkmalern wie dem *Besucherbergwerk F60* bei Finsterwalde, den *Biotürmen Lauchhammer* und dem *Erlebnis-Kraftwerk Plessa*. Die Landschaftsinsel „Wasserwelt Lausitzer Seenkette“ hingegen widmet sich der entstehenden Seenlandschaft zwischen Großräschen und Hoyerswerda.



Abb. 1 Besucherbergwerk F60 mit Licht-Klang-Kunstwerk, Foto: Lena Schmidt

Die IBA ist auf die Zusammenarbeit mit Dritten angewiesen. Sie ist keine Behörde oder Gebietskörperschaft, sondern eine zeitlich befristete GmbH. Als intermediäre Organisation steht sie außerhalb der Planungshierarchie – sie erstellt keine Bebauungspläne, hat keinen Planungsvorbehalt und keine Befugnisse. Sie verfügt nur über das Mittel der Kommunikation. Die IBA kann Projekte vorschlagen, initiieren und geeignete Entscheidungsträger zusammenbringen, um den ohnehin anstehenden Strukturwandel zu qualifizieren und mit gestalterischen Ansprüchen zu versehen. Die IBA „macht“ keine Projekte, sondern fördert Projektträger, wo sie bereits bestehen oder gründet neue, wo für die Umsetzung ungewöhnlicher Ideen welche benötigt werden. Die IBA versteht sich somit zugleich als Initiator von Netzwerken, als Forum



... IBA Fürst-Pückler-Land 2000 – 2010

und Ideenfinder wie auch als Motor und Katalysator des Wandels sowie als Anwalt des industriellen Erbes – und all das auf Basis einer tragfähigen Zukunftsvision.

Diese Wirklichkeit werdende Vision ist bereits erlebbar: Wo im Tagebau Meuro in Großräschen noch bis 1999 Braunkohle gefördert wurde, kann man nun dem künftigen Ilse-See bereits beim Entstehen zuschauen und über Tagebauerkundungen zu Fuß, per Rad oder Jeep ganz nahe kommen. 2004 wurden an der zukünftigen Uferkante des Sees die IBA-Terrassen als spektakuläres Ausstellungsgelände und Besucherzentrum eingeweiht. Von der IBA zwischen-genutzt, werden die Terrassen später Teil der Großräschener Uferpromenade sein. Seit 2005 zeigt eine Seebrücke an, dass hier bereits das Tor zum Lausitzer Seenland entsteht.

Das gilt auch für die vielen anderen entstehenden IBA-Projekte in der Lausitz. Nicht alle werden spektakulär sein, aber alle schaffen etwas Neues, was es so in der Lausitz oder anderswo noch nicht gibt. Es entsteht im Zentrum der 14.000 Hektar großen Seenlandschaft ein 7.000 Hektar großer Seenverbund mit schiffbaren Verbindungskanälen. In einigen Jahren wird zwischen den ersten der zehn Seen bereits das Wasserwandern mit Segel- und Motorboot sowie kleineren Fahrgastschiffen möglich sein.

Es wurden bereits die ersten schwimmenden Häuser zu Wasser gelassen und seit 2008 dient eine 30 Meter hohe Landmarke am *Sornoer Kanal* gleichzeitig als Aussichtspunkt und Wahrzeichen für diesen außergewöhnlichen, hoch attraktiven Teil des Lausitzer Seenlandes.

Rückblick und Ausblick

In den ersten fünf Jahren der IBA ging es vor allem darum, Soforthilfe zu leisten, um das durch drohenden Abriss oder Verfall akut gefährdete industrielle Erbe, aber auch vorindustrielle Kultur zu retten und damit die Identität der Region zu wahren. Nach dem Motto „Zukunft braucht Herkunft“ sollte die Chance auf eine eigenständige Regionalentwicklung erhalten werden. In der ersten IBA-Hälfte wurde für diese Entwicklung das Fundament gelegt und ein Gesamtkonzept für die Landschaft nach dem Bergbau entwickelt. Zudem organisierte die IBA mit ihren Partnern erste Höhepunkte wie die Eröffnungen des *Besucherbergwerks F60*, der *Slawenburg Raddusch* und des *Besucherzentrums IBA-Terrassen* in Großräschen. Erste Partnerschaften mit internationalen Gleichgesinnten wurden geknüpft und gemeinsame EU-Projekte begonnen.

In der zweiten Hälfte der IBA wurde auf diesem Fundament erster Erfolge aufgebaut. Es entsteht Neues, das in der Region, in ihrer Geschichte und Kultur wurzelt und in die Zukunft weist. Die IBA ist weit mehr als eine normale Bauausstellung: Sie ist ein auf Dauer angelegter Prozess, eine Vision. Vor allem aber ist sie bereits Wirklichkeit, die Tag für Tag, Projekt für Projekt sichtbarer wird und mehr Bedeutung für die Lausitz bekommt.



ONLINE

iba-see.de

... IBA Fürst-Pückler-Land 2000 – 2010

Abb. 2 Radtour durch die Landschaft
im Wandel, Foto: Erik Doffek



Der mit den Objekten der Industriekultur deutlich gewordene innovative Ingenieurgeist aus der Vergangenheit soll nun in die Zukunft getragen, auf zukünftige Entwicklungen bezogen werden. Die schiffbaren Verbindungen zwischen den Seen des Kerngebietes des Lausitzer Seenlandes sind zum großen Teil schon fertiggestellt, die technisch aufwändigsten wurden bzw. werden von der IBA als „Schaubaustelle“ eingerichtet.

Zwei Schwimmende Häuser gibt es schon, weitere – angeregt auch durch einen Wettbewerb zu „Mobiler Schwimmender Architektur“ werden folgen und hoffentlich bis zum IBA-Finale 2010 auch ein schwimmendes Erlebniscenter mit Restaurant sowie ein schwimmender Steg.

Die für die 2. IBA-Hälfte eingerichteten Themenjahre heben unter dem jeweiligen Jahresschwerpunkt die entsprechenden IBA-Projekte, ihre Partner und Netzwerke sowie besondere Landstriche hervor und machen diese sowohl durch eine zentrale Ausstellung auf den IBA-Terrassen als auch durch Vor-Ort-Veranstaltungen bekannt.

2010 soll die Lausitz ihr neues Gesicht zeigen: Eine Region mit neuen Landschaften, neuen touristischen und wirtschaftlichen Impulsen – eine Region mit neuer Energie. ¶



Nicht nur überleben, sondern vital bleiben

Innovation und Revitalisierung am Beispiel des Lucerne Festival

Ein kurzer Abriss über die Geschichte des traditionsreichen *Lucerne Festival* (ehemals *Internationale Musikfestwochen Luzern*) soll aufzeigen, wie Innovation und Wiederbelebung alter Ideen maßgebend zum Erfolg beitragen können.

Beitrag von Tobias von Wartburg, Korrespondent, Luzern

Als Geburtsjahr des *Lucerne Festival* steht das Jahr 1938. Neben dem *Orchester de la Suisse romande* und dem *Kursaalorchester Luzern* wurde für ein Konzert unter Arturo Toscanini ein Eliteorchester mit Mitgliedern des *Busch-Quartetts* und den fünf besten Streichquartetts der Schweiz und weiteren Musikern zusammengestellt. Das Konzert wurde nach Amerika übertragen und bildete den Höhepunkt des Festivals. 1939 stand das Requiem von Giuseppe Verdi im Zentrum des Programms. 1940 wurden wegen des Krieges keine Festwochen durchgeführt, doch bereits 1941 tritt das *Scala-Orchester* aus Mailand während zwei Wochen in Luzern auf und setzt das Sommerfestival fort. Als im folgenden Jahr die Mailänder zum zweiten Mal zu Gast waren und zudem eine große Sommertheateraufführung des *Jedermann* von Hugo von Hofmannsthal in Luzern über die Bühne ging, wurde die Idee eines eigenen Festivalorchesters – bestehend aus den besten Musikern der Schweiz – wieder aufgegriffen und sogar die Gründung des Musikkonservatoriums in Luzern initiiert. Wie geplant bildete dann das eigene Festspielorchester sowie ein Festwochenchor das Herz der Festwochen 1943. Zu erwähnen ist aber auch, dass Meisterkurse (u. a. mit Ernest Ansermet, Herbert von Karajan, Rafael Kubelik, Arthur Honegger und Paul Hindemith als Dozenten) das Programm ergänzten.

Maßgebend für das Weiterbestehen waren wohl zwei Veränderungen. So wurde 1950 festgelegt, dass die Musikfestwochen international ausgelegt und dem Festspielorchester bedeutende Gastorchester aus dem Ausland zugestellt werden sollen. 1970 konnte die bis dahin ehrenamtliche Leitung durch eine professionelle Direktion abgelöst werden. Seit diesem Jahr stehen die Musikfestwochen immer unter einem Leitthema. Dieses wurde anfänglich durch eine Serie von „musica nova“-Konzerten und einer Reihe „Perspektiven“ ergänzt. Man könnte jetzt weiter Jahr für Jahr die Höhepunkte und Veränderungen des Festivals aufzählen. Doch sollen hier die Erfolge durch „Revitalisierung“ ins Zentrum gestellt werden.

Als einen dieser Erneuerungsmomente kann man zweifellos die 1988 anlässlich des 50 Jahre Jubiläums erstmals veranstalteten Osterfestspiele ansehen, welche die mittelalterliche Tradition von Oster- und Passionsspielen in Lu-



ONLINE

lucernefestival.ch

... Lucerne Festival

zern wieder aufgreifen. Seit 1992 werden diese nun regelmäßig in der Woche vor dem Palmsonntag durchgeführt (28. März – 5. April 2009). In diesem seit neuem *Lucerne Festival zu Ostern* genannten Festival steht die sakrale Musik im Zentrum. Im gleichen Jahr aber wurde das eigene Festwochenorchester aufgelöst und eine Tradition fand ihr Ende.

Grundlage der Revitalisierung in der Natur ist nahrhafter Boden. Diese Basis ist für das *Lucerne Festival* mit Sicherheit 1998 mit dem neuen *Kultur- und Kongresszentrum Luzern* und einem Konzertsaal (1800 Plätze) geschaffen worden. Zudem wurde im gleichen Jahr Michael Haefliger als neuer Intendant verpflichtet und mit dem *Pianofestival* ein drittes Festival lanciert. Unter seiner Leitung wurde aus den *Internationalen Musikfestwochen (IMF)* das *Lucerne Festival*, welches die drei Festivals zu Ostern, im Sommer und für das Klavier organisiert und das Sommerfestival von 17 Sinfoniekonzerten auf 32 ausgebaut. Daneben steht nach wie vor auch ein Komponist im Zentrum. Die Serie, die früher noch *Perspektiven* hieß, wird heute *Composer in Residence* genannt. Waren es früher Gastspielorchester, heissen sie heute *Orchestra in Residence*, aus *musica nova* wurde *Moderne*.

LUCERNE FESTIVAL

Aber nicht nur die Namen wurden erneuert – die einzelnen Aspekte konnten so immer wieder durch spannende “Nebenprodukte“ ergänzt werden. So wurde zur Stärkung der *Moderne* die *Lucerne Festival Academy* lanciert, welche sich auf der Tradition der ersten Meisterkurse von 1943 beruhend, heute ein komplettes Sinfonieorchester mit jungen Musikern aus der ganzen Welt unterrichtet. Der Kopf hinter dem Orchester ist Pierre Boulez, welcher bereits in den 1980er Jahren mit Konzerten an den IMF die *musica nova* – Reihe prägte.

Das neueste Projekt des *Lucerne Festival* heißt *Salle Modulable* und soll – wenn alles klappt – 2014 eröffnet werden. Es ist die Überführung des Festivals in die *Moderne*, aber auch die Konsequenz einer Revitalisierung etablierter Projekte.

Denn einerseits genügt das *Stadttheater Luzern*, in welchem Opern aufgeführt werden können, nicht mehr den Anforderungen des 21. Jahrhunderts. Und andererseits hat die *Jedermann* - Aufführung von 1942 wohl maßgebend zur Verankerung des Festivals im Luzerner Volk beigetragen. Auch die Aufführungen von Britten's Opern (1947) oder das Gastspiel der *Württembergischen Staatsoper Stuttgart* von 1953, ja sogar die Tradition der Osterspiele konnten so wiederbelebt werden. Und wer das *Lucerne Festival* kennt, weiß, dass dies mit Respekt zum Alten, aber viel Drang zum Neuen geschehen wird. ¶



Von Schornsteinen, rotem Backstein und Kunstgalerien

Wie es der Messestadt Leipzig gelungen ist, mit Plagwitz in den letzten zwanzig Jahren einen bereits verloren geglaubten Stadtteil zu revitalisieren und ihn wieder zum Leben zu erwecken.

Ein Beitrag von Kristin Lux, www.jobmixer.com

Die Straßen sind umsäumt von Betonwüsten mit grauen Fassaden. Leerstehende Häuser wechseln sich mit renovierten Häusern ab, die Wände und Hofeinfahrten sind verziert mit bunten Plakaten, die zu einem Punk-Konzert mit kombinierter Vernissage auffordern. Ein gelbes Wächterhaus-Banner springt ins Auge. Der Blick fällt weiter auf unscheinbare, in tristes Industrie-grau getauchte Künstlercafés, welche die Straßenzüge mit Farbtupfern verschönern. Sie gleichen kreativen Inseln, die einem einst verloren geglaubten Stadtteil ein Hauch von Leben schenken.

Klingt romantisch und ist es auch. Plagwitz - der heutige Stadtteil im Westen Leipzigs existierte bis Mitte des 19. Jahrhunderts als ein abgeschiedenes Dörfchen in Stadtnähe und war noch nicht einmal an einem bedeutenden Verkehrsweg gelegen. Später ein Eldorado für Gewerbetreibende und ein idealer Ort für den Bau von Industriekomplexen, mauserte sich das einst dörfliche Fleckchen Erde zu einem in der Welt bekannten Herkunftsort moderner und zuverlässiger Industrieerzeugnisse. Zahlreiche Betriebe wuchsen und gediehen - bis man mit der Bebauung der vorhandenen Fläche an seine Grenzen stieß. Plagwitz wuchs und wuchs und sogar in der berühmten Nonnenstraße und Elisabethallee wurde es so eng, dass eine Industrieansiedlung zwischen Kanal und westlicher Flurgrenze voran schritt.

Im Zuge dieser Entwicklungen veränderte sich natürlich auch der Fabrik- und Industriebau. In Sachen Baumaterial und Gebäudekonstruktion wurde man mutiger und auch kreativer. So waren die ersten Fabrikgebäude einfache, eher anspruchslose Holzfachwerkbauten, die sich an Stall und Scheunen orientieren. Massive Gebäude aus rotem Backstein folgten, bei denen großer Wert auf die Gestaltung der Fabrikschornsteine sowie auf die Fabrikfassaden gelegt wurde. Kunstvolle Maueranker und Bauornamente symbolisierten, weithin sichtbar, eine für die damaligen Verhältnisse moderne Produktion und Wohlstand.

In Kriegszeiten schlug sich der von Industrie beherrschte Stadtteil wacker. Zwar blieben einige berühmte Gebäude wie der alte *Felsenkeller* oder Max Klingers Atelier nicht verschont, aber großflächige Zerstörungen gab es nicht.



... Schornsteine, Backstein, Kunstgalerien

Der Stadtteil blieb weitestgehend unversehrt und die Produktion konnte weiter angekurbelt werden.

Die Wendezeit um 1989 veränderte jedoch alles. Mit dem Zusammenbruch der volkseigenen Betriebe lernte Plagwitz etwas kennen, wovon vorher nie die Rede war: Gebäudeverfall und Trostlosigkeit. Der Zusammenbruch der Absatzmärkte und die damit verbundene Arbeitslosigkeit verwandelten den Stadtteil in einen Problemfall. Ehemalige Gebäudekomplexe, ob in industrieller oder privater Nutzung sowie brach liegende und herunter gewirtschaftete Einrichtungen gaben dem Viertel ein unschönes Gesicht. Ein noch grauer Schatten legte sich über Plagwitz und verdammt es in einen ewigen Schlaf, aus dem es schwer war aufzuwachen.

Doch der Messestadt war klar: nicht nur das Zentrum Leipzigs soll vor Attraktivität glänzen – nein, auch der Westen Leipzigs muss aus dem buchstäblichen Dornröschenschlaf erwachen. Leipzig erkannte das Potenzial des Stadtteils und begann mittels geförderter Städtebauprogramme genau das aus Plagwitz heraus zu kitzeln.

Neben Programmen wie „Experimenteller Wohnungs- und Städtebau“ und „Expo-Projekt2000“ wurde das EU-Programm „URBAN II“ zum Zauberwort. Dieses von 2001 bis 2007 in Plagwitz umgesetzte Programm hatte die Revitalisierung des Stadtteils zur Zielsetzung. Damit gingen die Umnutzung und die Integration der historischen Industriearchitektur einher. Die grundlegende Leitidee für dieses Programm bestand darin, die städtebauliche Grundstruktur zu erhalten, denkmalgeschützte Bauten zu sichern und alles zu einer Nutzungsmischung zu vollenden. Das gesamte Stadtgebiet hatte eines zum Ziel: Plagwitz wieder aufzuwerten und dem Stadtteil das einstige Strahlen wieder zu geben.

URBAN II ermöglichte es, dass über 1000 Unternehmen beraten und 260 Unternehmen gefördert werden konnten. Eine KMU-Förderung schaffte circa 600 neue Arbeitsplätze, von denen jeder einzelne mit einer beträchtlichen Summe gefördert werden konnte. Das Fazit: 27.000 m² konnten durch Unternehmen neu genutzt werden. Leerstand adé.

Das Ergebnis ist wunderschön anzusehen. Zahlreiche Gebäude wurden saniert, auf dem Areal der ehemaligen Buntgarnwerke entstand der Neubau des Elsterwohn-parks. Eine Vielzahl von Unternehmen siedelte sich in dem zentrumsnahen Stadtteil an. Ein Imagewandel vollzog sich. Plagwitz, vorher unattraktiv, von der Industrie zerfressen und vom Einheitsgrau geplagt, entwickelte sich wieder zu einem lebendigen Teil Leipzig, aber diesmal mit einem Hauch von Szene, Trend und Kultur in Kombination mit Wirtschaftlichkeit.

Ein gelungenes Beispiel für die postindustrielle Nutzung ehemaliger Gebäude zeigt sich auch in der Naumburger Straße. Eine eher unauffällige Toreinfahrt, von blauem Metall umsäumt, führt in einen Innenhof. Rote Back-



ONLINE

urban-leipzig.de

leipzig-plagwitz.de

werkstatt-stadt.de

... Schornsteine, Backstein, Kunstgalerien

steinbauten im minimalistischen Design beherbergen hier diverse Kreativwerkstätten, Ateliers, Designer und Querdenker. Ebenso paradiesisch ist es hier für Unternehmen, die sich selbst noch Start-Ups nennen und in den Startschuhen stecken, um Märkte zu erobern, wie zum Beispiel die IN AUDI-TO GmbH. Die junge Firma lebt, denkt, erfindet und arbeitet in einem Loft, welches aufgrund der baulichen Eigenschaften, der Einrichtung und des kreativen Umfeldes ein wunderbares Arbeitsklima sowie viele Geistesblitze garantiert.

Doch nicht nur alte Industriegelände werden neu genutzt und mit Leben versehen. Selbst in nicht renovierten, sich am Rande des Zerfalls bewegenden Häusern lässt sich in Plagwitz noch ein Stück Kultur erkennen: die Wächterhaus-Kultur. Dabei treffen leer stehende Häuser diverser Eigentümer auf kreative Nutzer, die Raum für ihre Arbeit brauchen. Das System funktioniert einfach: das Haus wird erhalten, indem es bewohnt wird. Die Eigentümer werden dabei von Kosten entlastet, da die Nutzer das Haus „bewachen“, vor Vandalismus bewahren und kleine Schäden selbst ausbessern und lediglich die laufenden Betriebskosten übernehmen. Die Eigentümer selbst haben nur die Aufgabe, die Häuser wieder an Strom- und Wasseranschlüsse anzubinden und mit Hilfe von Fördergeldern die Häuser bewohnbar zu machen. Das zieht vor allem soziale, kulturelle und gewerbliche Nutzer an. Gemeinnützige Kunstvereine, Schneiderwerkstätten und Theaterclubs werden so zu Hauswächtern. Galerien und Designateliers finden hier Zeit und Raum für Kreativität und Kultur.

„In Plagwitz liegt Kunst in der Luft“, so hieß es zuletzt auf einem Flyer. Wer wissen will, wie das riecht, muss einfach nach Plagwitz kommen. In das einst abseits gelegene, dörfliche Randgebiet Leipzigs, in den einstigen Industriestandort, nun in das Trend- und Szeneviertel der Stadt. Die Revitalisierung scheint geglückt und schreitet täglich voran. Es vergeht kaum eine Woche, in der nicht wieder ein neues Unternehmen oder neues Designer-Atelier ein schickes Loft oder ein Hinterhofbüro bezieht. Was das bedeutet? Ganz einfach: Plagwitz lebt!¶



DR. EUGEN
SEMRAU

Jahrgang 1945, ist Kommunikationswissenschaftler, Kulturmanager und Publizist. Lebt und arbeitet seit einigen Jahren in Venedig. Jahrelange Erfahrung im Kulturmanagement, u.a. als Gesellschafter der EXPANDA GmbH., Direktor für Kommunikation und Kultur des EXPO VIENNA AG., Konsulent der ungarischen Regierung in der Vorbereitung der Weltausstellung 1995, kulturpolitischer Berater u.a. für das Österreichische Bundeskanzleramt, das Kulturstadamt der Stadt Wien, die Wiener Volkspartei, den Verband Österreichischer Film- und Videoproduzenten und das Österreichische Filminstitut.

Vom Schaffen kultureller Lebensformen

Kulturmanagement als politische Aufgabe und ethische Verpflichtung

Ein Beitrag von Dr. Eugen Semrau, Venedig

Globalisierung, weltweite Finanzkrisen und das Versagen nationaler Kulturpolitiken gefährden heute in manchen Ländern Europas bereits merkbar das weitere Gedeihen des Überlebensmittels Kultur: Anlass, auch die gängigen pragmatisch-funktionalen Konzepte des Kulturmanagement in Frage zu stellen. Aus dem Nachdenken darüber könnte eine neue Aufgabe erwachsen: die Arbeit an der Fundamentierung einer übergreifenden neuen europäischen Identität.

Das Innen und Außen der Globalisierung

Kulturelle Globalisierung bedeutet in historischer Sicht eine Verbreitung der westlichen Werte, zum Beispiel ihre Aufnahme in Verfassungen und eine Übernahme der Praxis westlicher Institutionen, die Übernahme von Wohlfahrtsprogrammen und Ausbildungssystemen von Staaten mit Vorbildfunktion. Heute aber ist eines ihrer Merkmale die permanente weltweite Präsenz gleicher Konsumgüter, Bilder und Lebensentwürfe. Unmittelbar evident wird dies in einer Homogenisierung der Alltags- und Populärkultur, zum Beispiel in der Popmusik, der Mode und in Filmen. Die gleichen Tendenzen lassen sich aber auch in der Konformität massenmedialer Angebote und der so genannten "Hochkultur" beobachten, wo heute etwa aufwendige Opernproduktionen oder Kunstaussstellungen weltweit ausgetauscht und international vermarktet werden. Unbestritten hat die Globalisierung weltweit eine einzigartige Dynamik in der Kommunikation und Kooperation zwischen Menschen, Institutionen und Nationen unterschiedlichster Kulturen freigesetzt. Die neuen Möglichkeiten der Kommunikation kultureller Inhalte haben vor allem zu einer dynamischen Expansion des internationalen Handels mit audiovisuellen Dienstleistungen geführt. Alleine der Handel mit audiovisuellen Produkten hat sich in den letzten zwanzig Jahren vervierfacht und der Handel mit kulturellen Dienstleistungen gilt heute als einer der dynamischsten Märkte der Weltwirtschaft. In einer Vielzahl von Ländern ist der Doppelcharakter von Kultur als Handelsgut und öffentliches Gut bereits anerkannt.

Die kulturellen Auswirkungen dieser Entwicklungen sind allerdings widersprüchlich. Diese Vernetzung von Kulturen durch Medien und durch digitale Kommunikationstechnologien ermöglicht auch einen schnellen und weltweiten Informationsaustausch, erhöht die Transparenz politischer Prozesse und macht es möglich, dass Menschen transnationale Interessengruppen bilden und als solche auch agieren. Eine negative Folge dieser Tendenzen ist,



... Vom Schaffen kultureller Lebensformen

dass die im wesentlichen national geprägten Strukturen im Kulturbereich zunehmend von globalen Strukturen abgelöst werden. Dadurch sind lokale Bräuche und Lebensweisen, sowie traditionelle Kunstformen bis hin zu Sprachen von Minderheiten vom Verschwinden bedroht, weil sie sich den globalen Marktgesetzen nicht anpassen lassen oder durch ein gewandeltes Konsumverhalten in der Bedeutungslosigkeit versinken. Ob diese Entwicklung unabwendbar ist, oder sich daraus neue Perspektiven ergeben können, ist allerdings eine Frage, die für das Selbstverständnis des Kulturmanagement in der Zukunft zentral sein wird.

Denn nicht alle kulturpolitischen Aufgaben oder gar die Eigendynamik kultureller Prozesse und die weitreichenden gesellschaftspolitischen Konsequenzen kultureller Veränderungen lassen sich mit einer reinen Marktlogik vereinbaren. Indem unterschiedliche Kulturprodukte einem immer größer werdenden Teil der Bevölkerung zugänglich werden, kommt es zu einer verschärften Konkurrenz von Deutungsangeboten, die zu immer neuen Differenzenerfahrungen führen. Denn in überbesetzten Märkten verkaufen sich Waren heute nur mehr durch ihre Aufladung mit multimedial hergestellten Konstrukten, die Aufmerksamkeit erzielen und dem Konsum dieser Produkte Sinn verleihen sollen. Deren Konzeption und Entwicklung ist eine genuin kulturelle Leistung, welche große Potentiale von Kreativität bereits heute in hohem Ausmaß rund um industriell hergestellte Produkte organisiert. Energien, die vormals exklusiv der Kunst gewidmet waren, sind heute selbstverständlicher Bestandteil eines lebenskünstlerisch inspirierten kulturellen Experiments: Kultur als Software.

Gleichzeitig mit der Ausbreitung globaler Konsumgüter und Kulturmuster kamte es aber auch zu einer Rückbesinnung auf lokale kulturelle Traditionen und die kulturelle Identitätssuche in lokalen, regionalen und nationalen Bezügen. Diese Entwicklung verschärft wiederum den vermeintlichen Gegensatz zwischen autonomer und kommerzieller Kultur. Regionale und nationale Kulturen erheben gegenüber der Einheitskultur den Anspruch auf ihr eigenes Recht und wehren sich gegen ihre Vereinnahmung durch den globalen Kulturmarkt. In welchen Bahnen diese Identitätssuche verläuft, hängt entscheidend von den politischen, sozialen und ökonomischen Rahmenbedingungen ab. Dabei fällt dem Kulturmanagement eine eminente kulturpolitische Aufgabe zu: die kulturelle Vielfalt unseres Kontinents zu erhalten und gleichzeitig an einer gemeinsamen europäischen Identität zu arbeiten, welche sich von den euphorischen Visionen einer homogenen "Weltkultur" abgrenzt.

Ackern auf unfruchtbaren Feldern

Kultur ist nicht homogen; sie ist nur lebendig in Konsens und Widerspruch, Tradition und Innovation, Erinnerung und Zukunftsentwurf. Allerdings erschweren die reichen historischen Traditionen, wie sie zahlreiche europäische Länder aufweisen, oft einen vorurteilsfreien Blick auf die sich rasch än-



... Vom Schaffen kultureller Lebensformen

dernden Rahmenbedingungen des Kulturschaffens. Ein Blick auf die tatsächlichen Verhältnisse, etwa in Österreich beweist, dass es zu den Versäumnissen der (sozialdemokratisch dominierten) Kulturpolitik der letzten Jahrzehnte zählt, auf die Veränderungen der globalen Rahmenbedingungen nicht entschlossen genug reagiert zu haben. Unter dem Slogan "Kultur für alle" wollte vor allem die sozialdemokratische Kulturpolitik vor allem den elitären Charakter der sogenannten "Hochkultur" abbauen und breiteren Schichten der Bevölkerung den Zugang erleichtern. Dies wurde ergänzt durch ein Förderkonzept, welches der Kunst eine aufklärerische, somit eine politische Funktion zuordnete. Die Politisierung der Kunst war eine Folge der Aufforderung des damaligen Bundeskanzlers Bruno Kreisky an die Künstler, mit ihm "ein Stück Weges gemeinsam zu gehen". Dies führte dazu, dass eben nicht "Kultur für alle" im Mittelpunkt des öffentlichen Förderungsinteresses stand, sondern jene Formen der Kunst, welche sich selbst einen elitären aufklärerischen Anspruch zumaßen und die daher beanspruchen, man dürfe sie aus diesem Grund "nicht dem Markt ausliefern".

Diese Strategie trug allerdings von Anfang an einen unaufhebbaren Widerspruch in sich: Kunst wurde als Mittel zur Veränderung der Gesellschaft und gleichzeitig als autonom von ihr gedacht. Dieses Paradox hatte zur Folge, dass man sich ausschliesslich auf jene Formen der Kunst konzentrierte, die eben nicht für die Massen bestimmt waren und die versprachen, eben jene aufklärerische Funktion zu erfüllen. Als Folge betrieb man Kunstförderung für Wenige statt Kulturpolitik für Viele und verlor somit die wirkungsmächtigen Phänomene der Populärkultur, eben die "Kultur für alle" vollkommen aus dem Blick. Obwohl das kulturelle Angebot und deren Nutzungsmöglichkeiten sind in den letzten zwanzig Jahren enorm gestiegen ist, blieb der Anteil derjenigen in der Bevölkerung, welche diese Angebote wahrnehmen, bei fünf bis zehn Prozent etwa gleich. Der altersdemografische und kulturdemografische Wandel wird in den nächsten Jahrzehnten dazu führen, dass der Anteil der vor allem der bildungsbürgerlichen Schichten und derjenigen Gruppen der Bevölkerung sinkt wird, aus denen sich traditionell die Besucher von (hoch)kulturellen Angeboten speisen.

Am Beispiel Österreich lässt sich sehr gut demonstrieren, dass die angestrebten Ziele (sozialdemokratischer) Kulturpolitik nicht erreicht wurden. Bund und Stadt Wien wenden zwar jährlich jeweils etwa 230 Millionen Euro für alle kulturelle Agenden auf, was auf den ersten Blick sehr viel ist, sich aber deutlich unter drei Prozent der jeweiligen Gesamtbudgets bewegt. Etwa zwei Drittel davon gehen an immer die gleichen Großsubventionsempfänger, vor allem an Theater- und Konzertinstitutionen, sowie an die Museen und diverse Großfestivals. Was an tatsächlichen frei verfügbaren Förderbudgets übrig bleibt, ist im Vergleich dazu marginal, auch wenn die verantwortlichen Politiker stets das Gegenteil behaupten. Als Fazit ist festzuhalten, dass die staatlichen Alimentationssysteme in den letzten Jahrzehnten vor allem bestehende Strukturen konserviert und im Sektor der geförderten Kunst zur Pragmati-



... Vom Schaffen kultureller Lebensformen

sierung der Kritiker mehr beigetragen haben, als zur angestrebten Veränderung der Gesellschaft. Die "Kultur für alle" wurde dagegen Disney, Benetton, Bertelsmann und Hollywood überlassen, deren massenwirksame Produkte heute nicht nur Kosum- und Lebensstile der Bevölkerung bestimmen, sondern auch Werthaltungen und gesellschaftliche Normen mit prägen. Die Existenz dieser Populärkultur ist scheinbar so selbstverständlich, dass niemand daran denkt, ihre in der zivilen Gesellschaft so kulturprägende Bedeutung in einen konstruktiven Zusammenhang mit Politik zu bringen. Die Kristallwelten André Hellers, Alessi-Design, die Mode Helmut Langs oder die omnipräsente Werbung haben möglicherweise mit Kunst nichts zu tun, Teil unserer Kultur sind sie aber allemal.

Schon aus diesem Grund wäre die derzeitige Form der Kunstsubvention in Staaten wie Österreich dringend zu überdenken. Österreich, wie auch viele andere europäische Staaten ist in diesem Kontext fast ausschliesslich Konsument massenkultureller Produkte, die anderswo produziert werden. Dagegen ackern die staatlichen Instrumentarien der Kunstförderung auf Feldern, die immer weniger fruchtbar sind. Dies hat nicht nur zu einer Verkrustung der Strukturen beigetragen, sondern auch zu Ressentiments gegenüber dem ökonomischen Charakter des Kulturschaffens und damit auch gegenüber dem Management von Kultur geführt, die bis heute spürbar sind. Nicht zuletzt unter Künstlern gibt es eine weit verbreitete Neigung, die Formen der Populärkultur und damit die Idee des materiellen Wohlstands etwa mit dem Schlagwort "Konsumismus" verächtlich machen zu wollen. Hinter solchen Angriffen steht meist allerdings bloss Scheinargumente, welche nur solange Eindruck machen können, wie die Verteidiger des westlichen "way of life" ihrerseits das eigene Motiv nicht recht klar machen können.

Verantwortung für die Zivilgesellschaft

Auch wenn kulturelle und künstlerische Vielfalt nicht durch den Markt allein gewährleistet wird, kann sie ohne Markt nicht bestehen. Der Bereich der Kulturwirtschaft stellt auch in Europa einen beachtlichen Wirtschaftszweig dar. Nach üblicher Definition zählen dazu Musikwirtschaft, Literatur-, Buch- und Pressemarkt, Kunstmarkt, Film-, Video und Rundfunkwirtschaft, Design- und Architekturmarkt, Markt für kulturelles Erbe sowie der Werbemarkt und die Software-Industrie. Diese Sektoren beschäftigten einer Studie aus 2003 zufolge, in Europa 5,8 Millionen Menschen und erwirtschafteten rund 654 Milliarden Euro, das sind 2,6 Prozent des Bruttoinlandsproduktes der Europäischen Union. Damit leistet die Kulturwirtschaft einen Beitrag zur Wirtschaft in Europa, der höher ist als der der Ernährungsbranche oder der Chemieindustrie.

Europäische Kulturpolitik sollte daher nicht nur die Künste fördern, sondern vor allem auch geeignete Rahmenbedingungen für die Kulturwirtschaft schaffen, um somit das spannungsreiche Verhältnis zwischen Staat, Markt und Gesellschaft auf allen Ebenen, der europäischen wie der globalen, auszu-



... Vom Schaffen kultureller Lebensformen

tariieren. Allerdings haben die meisten Staaten bis heute erschreckend wenig dazu getan, etwa die Privatwirtschaft zu ermutigen, sich im Kulturbereich dauerhaft finanziell zu engagieren. In den meisten europäischen Ländern ist Sponsoring, etwa im Gegensatz zu Werbeausgaben noch immer nicht steuerlich begünstigt. Dies ist wohl auch eine Frage des politischen Kalküls: Kultureinrichtungen, die von privater Hand finanziert werden, oder auf dem Markt erfolgreich sind, sind weniger abhängig von der Politik und somit nicht kontrollierbar. Das immer wieder vorgebrachte Argument, durch eine solche Maßnahme würden dem Staat Steuereinnahmen entgehen, ist nicht haltbar, denn es ignoriert die Tatsache, dass viele Unternehmen wohl Teile ihres Werbebudgets in kulturelle Projekte lenken würden, wären diese Gelder ebenfalls steuerlich absetzbar. Spenden sind "Geld gewordener Ausdruck des Engagements der Bürgerinnen und Bürger eines Landes. Es steht dem Staat schlecht an, über diesen freiwilligen, privaten Einsatz eine Art Urteil zu treffen, was die Regierung für besser, was sie für schlechter hält", stand erst jüngst in einer österreichischen Tageszeitung zu lesen.

Die mittelfristige Entwicklung des Kultur-Sponsoring wird sich an der Dauer und Intensität der Finanzkrise und den damit verbundenen Auswirkungen orientieren. Wie eine Studie über die Rezessionsphase zu Beginn der Achtzigerjahre belegt, haben Unternehmen, welche ihre Kommunikationsausgaben nicht drosselten, sondern ausbauten, die Krise damals am besten bewältigt. In vielen Unternehmen wird es daher entscheidend sein, ob es gelingt, die tatsächliche Bedeutung des kulturellen Engagements zu vermitteln. Insofern soll die intensivere Überprüfung der einzelnen Projekte in den Unternehmen keine abschreckende, sondern mehr eine auffordernde Wirkung in Richtung der Geförderten entfalten.

Obwohl sich die unternehmerische Kulturförderung in den letzten Jahren konzeptionell und inhaltlich stark weiter entwickelt hat, trifft die weltweite Finanzkrise jetzt gerade diejenigen Kulturinstitutionen, welche in den letzten Jahren mit Erfolg versucht haben private Sponsorships zu lukrieren. Das deutet darauf hin, dass Sponsoring im unternehmerischen Denken nicht so verankert ist, dass es auch in wirtschaftlich schlechteren Zeiten einen hohen Stellenwert hat. Viele Unternehmen betrachten Sponsoring noch immer eher als eine grosszügige Geste, welche man sich jetzt eben nicht mehr leisten kann oder will. Nach wie vor fehlen die wirklich überzeugenden Argumente für die langfristigen Vorteile, welche aus einer kontinuierlichen Förderung kultureller Aktivitäten erwachsen könnten. Kultur-Sponsoring muss als Investition in die immaterielle Infrastruktur eines Landes begriffen werden. Es schafft oder sichert nicht nur hochwertige Arbeitsplätze, sondern auch einen kreativen Mehrwert und hat damit auf lange Sicht positive Auswirkungen nicht nur auf das Image eines Unternehmens, sondern auch auf die kreative Infrastruktur einer Gesellschaft. Unternehmen, welche sich im Kultursponsoring engagieren, demonstrieren damit, daß sie Willens sind, Verantwortung für das Gedeihen der Zivilgesellschaft zu übernehmen. Diese herauszuarbei-



... Vom Schaffen kultureller Lebensformen

ten und im jeweiligen unternehmerischen Umfeld zu kommunizieren, muss in Zukunft die Hauptaufgabe des Kulturmanagement werden.

Den Horizont aufzeigen

Ein weit verbreiteter Irrtum in der Behandlung des Themenkomplexes ist die unreflektierte Gleichsetzung des Begriffs der Kultur mit dem Begriff der Kunst. Während Kunst ein weitgehend autonomes Handlungsfeld beschreibt, in dem die Gesetze des Marktes keine Geltung haben sollen, umfasst Kultur auch alle Formen der "popular culture" bis hin zu Werbung und den Massenmedien. In einem weiteren Sinne gehören zum Bereich der Kultur auch Religion und Moral, Werte, Ideale und Sitten, Wissen und Meinungen, Ideen und Traditionen. Kultur ist somit in erster Linie eine Lebensform (so Hilmar Hoffmann), Kunst dagegen nur eine der möglichen Ausdrucksformen dieses Bestrebens. Kulturmanager agieren in beiden Bereichen mit durchaus unterschiedlichen Tätigkeitsprofilen und Zielsetzungen.

Für den Prototyp eines Kulturmanagers gibt es daher keine allgemein verbindliche Definition, dazu sind die Einstellungen, die Aufgaben, die Handlungsfelder und die Herkunft von Kulturmanagern zu verschieden. Nach gängigem Schulverständnis ist der Direktor eines subventionierten Opernhauses genauso Kulturmanager, wie der Leiter einer kommunalen Bibliothek, der international frei schaffende Ausstellungsmacher genauso wie der Student, der in Selbstausbeutung für seine photographierende Freundin eine kleine Ausstellung in einem Hinterhof organisiert. Eine Suche nach einer unikalen Berufsbeschreibung ist demnach nicht nur unmöglich, sondern wäre angesichts der Breite der Arbeitsfelder zugleich kontraproduktiv. In allgemeiner Annäherung kann man den idealtypischen Kulturmanager als Vermittler, Ermöglicher und Vermarkter von Kultur in einem weiteren Sinn begreifen. Dabei ist die Spannweite zwischen diesen drei Begriffen erheblich: der Kulturmanager kann sich damit begnügen, Planungs-, Konzeptions- und Finanzierungsprozesse zu steuern und somit ein kulturelles Produkt ermöglichen, er kann aber auch seine Hauptaufgabe darin sehen, ein kulturelles Produkt so gut wie möglich an die potenziellen Nutzergruppen zu kommunizieren, es also zu "vermarkten", ohne es in seinem künstlerischen Gehalt zu beschädigen. Vor allem letztere Funktion ist es auch, welche zu einer kritischen Betrachtung des Kulturmanagement Anlass geben kann, wenn versucht wird, die künstlerische Aussage an tatsächlichen oder vermeintlichen Marktgegebenheiten anzupassen. Diese beiden Funktionsbeschreibungen sind aber durch Facetten zu ergänzen, die über das Management hinaus in den Bereich künstlerischer Tätigkeit führen. Der Kulturmanager kann sich etwa als Inszenator begreifen, dem es vor allem darum zu tun ist, etwas von Sinn und Bedeutung zu produzieren. Er ist so zwar kein Künstler, aber er bringt seine eigene künstlerische Deutung in die Projekte mit ein und lebt von der Begeisterung für eine Kultursparte. Und schließlich kann er auch zum Ermöglicher eigener künstlerischer Ideen werden, ein Typus, der etwa



... Vom Schaffen kultureller Lebensformen

in den USA weit verbreitet ist, wo der Künstler oft als sein eigener Manager fungiert.

Den Kulturmanager allein als Organisator und Kunstvermarkter zu begreifen, ist also zu kurz gedacht. Kulturmanagement umfasst ein Bündel von Tätigkeiten, welche sich nicht allein auf das Gebiet des Management beschränken lassen. Dazu sind die Arbeitsbereiche zu eng verzahnt. Künstlerische Tätigkeiten erfordern in der Praxis oft Elemente des Management und das Management lebt oft von künstlerischer Inspiration. Es existieren also Interferenzen, welche den Gegensatz zwischen künstlerischer und ökonomischer Tätigkeit als bloß theoretisches Konstrukt erscheinen lässt. Zudem sind alle Tätigkeiten des Kulturmanagement eingebettet in sich rasch ändernde politische, soziale und ökonomische Rahmenbedingungen, deren Kenntnis für alle Spielarten des Berufsfeldes von entscheidender Bedeutung sind. Der Kulturmanager muss sich immer wieder neu erfinden und interdisziplinäre Ansätze suchen, um bestmögliche Zugänge und Ergebnisse für immer neue Herausforderungen im Kulturbereich zu erzielen.

So gesehen lässt sich auch der Antagonismus von Kultur und Management nicht mehr aufrecht erhalten. Denn für die Schaffung von Räumen für Kunst und Kultur und somit für die Entfaltung und Wirksamkeit des kreativ-künstlerischen Schaffens werden die institutionelle und technologische Vernetzung immer wichtiger. Aber in den Köpfen vieler Künstler nistet aber noch immer das Vorurteil, Management würde die Kunst kommerzialisieren oder sogar korrumpieren. Man dürfe sich also als Künstler nicht der Sphäre des Geldes ausliefern. Dieses hartnäckige Vorurteil abzubauen, wäre ebenfalls eine Aufgabe des Kulturmanagement. Denn schon George Orwell wusste, dass es nicht genug wäre, Gedichte zu schreiben und sie in einem Buch zu lassen. Man müsse auf die Straße hinausgehen und sie an die Wand schlagen. In diesem Sinne wäre Kulturmanagement gerade in den Bereichen der Avantgarde, der jungen und der neuen Kunst und der Kultur der Minderheiten notwendig. Beispielsweise würde es der Autor eines Lyrikbandes, dessen Werk vielleicht ein paar hundert Menschen interessiert, verdienen, eben an diese Zielgruppe heranzukommen.

Was den gesellschaftlichen Stellenwert der Kultur betrifft, haben die Globalisierung und die weltweite Finanzkrise zweifellos die Perspektiven verschoben. Das bedeutet, dass der Argumentationskatalog für das Wünschbare überarbeitet werden muss. Kulturmanager sollten sich beginnen zu fragen, was Kultur unter den veränderten Rahmenbedingungen eigentlich bedeuten kann und damit zusammenhängend das eigene Tun reflektieren. Wer im Kulturmanagement weiter nur das Ermöglichten, Organisieren und Vermarkten kultureller Produkte sieht, macht dieses zu nichts mehr "als einem Werkzeug, um die Farbigekeitsbedarfsdeckung in der Spaßgesellschaft zu organisieren", wie es Hermann Glaser treffend formuliert hat. Jenseits aller betriebswirtschaftlichen Rhetorik und alles Management-Schulwissens muss



... Vom Schaffen kultureller Lebensformen

Kulturmanagement in Zukunft aber vor allem eine kreativ-reflexive Tätigkeit sein: der Kulturmanager wird zum mehr oder weniger pragmatisch orientierten Kulturarbeiter schlechthin, der seinen Teil zur schöpferischen Gestaltung der Lebensverhältnisse beiträgt. Seine Aufgabe ist es, den Ganzheitsanspruch im Fragmentarischen zu entdecken, das Gemeinsame im Widersprüchlichen auszuloten und an die große Tradition jener Träume vom besseren Leben zu erinnern, in denen unsere (europäische) Kultur und Zivilisation subjektiv fundiert ist.

Europa als Kolonie der eigenen Utopie

Es besteht wohl allgemeiner Konsens darüber, dass Europa als politisches Gebilde auf Dauer in seinem Bestand gefährdet ist, wenn sich unter seinen Bürgern kein Zusammengehörigkeitsgefühl, kein "Wir-Gefühl" herausbildet. Eine "neue und unmissverständlich klare Selbstreflexion dessen, was man europäische Identität nennen könnte", wäre, wie etwa Václav Havel betont hat, "die eigentliche Sinngebung einer europäischen Integration". Auf welcher Basis sich diese europäische Identität aber entwickeln soll, ist die entscheidende und bis heute diskutierte Frage. Man kann berechtigte Zweifel daran haben, ob Europa überhaupt ein Ort von vereinheitlichten kulturellen Orientierungen sein kann, welche stark genug sind, zur Grundlage eines europäischen Gemeinschaftsgefühls zu werden. Auf der anderen Seite zeigt die Entwicklung der letzten Jahrzehnte, dass ein transnational wirkendes Gemeinschaftsgefühl sich weder politisch noch wirtschaftlich verwirklichen liess: es scheitert an den manifesten Interessen der Nationalstaaten und den wirtschaftlichen Sachzwängen. Wenn überhaupt eine europäische Identität erreichbar ist, kann diese nur eine kulturelle sein.

Das kulturelle Europa lebt aber von seiner Vielfalt, von seinen Gegensätzen, von der Konkurrenz regionaler und nationaler Identitäten. Das Europa der Zukunft wird, wie das Europa in der Vergangenheit darüber hinaus überwölbende kulturelle Gemeinsamkeiten benötigen, um eine europäische Bürgerschaft mit Inhalt füllen zu können und die Bewohner dieses Kontinents mit einer gemeinsamen Identität auszustatten. Diese These muss allerdings ein Europa im Blick haben, das mehr darstellt, als eine bloße Wirtschafts- oder politische Union. Die Bürger Europas müssen sich als kulturell bestimmte Individuen sehen, die über die Loyalität zu ihrer Heimat auch eine Loyalität zu Europa als Ganzes entwickeln müssen, welche über bloße wirtschaftliche oder nationale Interessen hinausgeht. Aber so ein Gefühl der Gemeinsamkeit kann nur aus einer Zusammenfügung der unterschiedlichen Elemente erwachsen, was wiederum bedeutet, dass das Bewußtmachen der Verschiedenheit regionaler oder nationaler kultureller Identitäten die Erkenntnis einer tieferen Gemeinsamkeit voraussetzt, aus welcher diese Verschiedenheit ihren Ausgang genommen hat. Es geht also nicht um die Schaffung einer europäischen Einheitskultur, mit der sich niemand identifizieren kann, sondern um ein Bewußtmachen der gemeinsamen Grundlagen der Vielfältigkeit



... Vom Schaffen kultureller Lebensformen

der Kulturen, mit welchen sich möglichst alle Bürger von Schweden bis Sizilien identifizieren können.

Die Spaltungen und Selbstzerstörungen, welche die Geschichte Europas prägten, haben die Spuren einer gemeinsamen kulturellen Identität nicht völlig vernichtet: die Gemeinsamkeit der europäischen Ursprünge in der griechischen Klassik mit ihrer Verbindung von freier Kultur und wissenschaftlicher Rationalität, die römische Rechts- und Staatstradition, die über die Jahrhunderte bis in die Gegenwart an Prägekraft nicht eingebüßt hat, die christliche Religiosität und schließlich Humanismus und Aufklärung, die in der Moderne die kulturellen Voraussetzungen für Demokratie, autonome Wissenschaft und gesellschaftliche Fortschritt geschaffen haben: diese Traditionslinien sind nach wie vor lebendig. Dies bewußt zu machen ist wiederum ein genuin kultureller Prozeß. Europa dürfe nicht nur nützlich sein, so der deutsche Filmregisseur Wim Wenders, es müsse sichtbar und erlebbar werden: "Es wird kein europäisches Bewusstsein geben, keine Emotionen zu diesem Kontinent, keine zukünftige europäische Identität, keine Bindung ohne dass wir unsere eigenen Mythen, unsere eigene Geschichte, unsere eigenen Ideen und Gefühle uns vor Augen halten können!" Damit bekommt das Kulturmanagement neben seiner politischen Perspektive auch eine ethische Dimension im Sinne einer Verpflichtung zur nachhaltigen Fundamentierung dieses Prozesses.

Allerdings wird es bei der Suche nach der europäischen kulturellen Identität entscheidend darauf ankommen, die Frage richtig zu stellen. Kulturelle Identität beruht sowohl auf manifesten Unterschieden als auch auf tiefer liegenden Gemeinsamkeiten. Erst im Zusammentreffen mit dem Fremden, dem "Anderen", kann die Zugehörigkeit zu einem Volk, zu einer Gruppe, zu einer Gesellschaft erfahrbar werden und erst diese Konfrontation macht es möglich, die Quellen des gemeinsamen Ursprungs zu erkennen. Eine offene Frage ist allerdings, ob die heutige Kunst dies zu leisten imstande ist. Denn nach dem Selbstverständnis vieler europäischer Künstler stehen die Künste für den "anderen Sinn" des Lebens gegen den Gemeinsinn der Gesellschaft und für etwas, das nicht unmittelbar verstanden, verwertet und benutzt werden kann. Die emanzipatorischen und partizipatorischen Bewegungen mit ihrer Thematisierung sozialer Probleme waren alles andere als breitenwirksam. Tatsächlich hat der (europäische) Kunstbetrieb ein halbes Jahrhundert lang Weltbilder für abwesende, weltarme und in sterilen Symboluniversen verlorene Menschen entworfen. Identitätspflege mit den Mitteln der Kunst müsste aber gerade das Gegenteil anstreben. Erst wenn man Kultur nicht auf den elitären Kunstbegriff verengt, sondern in einem weiteren Sinn auffasst, rückt die Rekonstruktion einer europäischen Identität in den Bereich des Möglichen. Denn im Gegensatz zur Kunst bildet sich Kultur, andere Komponenten berücksichtigend, vor allem durch das alltägliche Miteinander der Kommunikation, des Agierens und Denkens. Was benötigt wird, sind nicht leere Gegenwelten, sondern wirksame Prozesse der Verdichtung und



... Vom Schaffen kultureller Lebensformen

Selbstreflexion. Wenn dieser fundamentale Unterschied negiert wird, gerinnt die angestrebte Einheit und Gemeinsamkeit zu nichts weiter als zu farbloser globaler Homogenisierung.

Europa muss sich heute tatsächlich fragen, worin sein eigentümliches Projekt in Zukunft noch bestehen kann, ob es auf Dauer zur "Kolonie seiner eigenen Utopie" (so Jacques Attali) degenerieren wird oder imstande ist, seinen konstitutiven Mythos noch einmal aufzugreifen und mit Folgen für sich und die Welt umzugestalten. Der Philosoph Peter Sloterdijk formuliert dazu einen möglicherweise fruchtbaren Denkansatz: Er nennt Europa eine Weltgegend, in der immer schon auf unverkennbar eigentümliche Weise über die Güte des Lebens nachgedacht wurde. Nicht zufällig kommt in den europäischen Wissenschaften, ihren Künsten, ihrer Demokratie und ihren Menschenrechten etwas von dieser charakteristischen Wahrheitsidee zum Ausdruck. Auch in Zukunft werden Europäer nie ganz aufhören können zu glauben, dass ein Recht auf Erfolg auf Dauer nur dem Richtigen und Menschenwürdigen zukommt. Diese große europäisch-westliche Idee vom reichen und tätigen Leben findet allerdings zur Zeit kaum einen Interpreten, dem zuzuhören es sich lohnt. Vielleicht aber bietet aber die Globalisierung der Märkte für Güter und Ideen eine Chance, die europäische Lebensform einer widerspruchsvollen Einheit einer von produzierenden und genießenden Menschen bewohnten Welt zu kommunizieren.

Die Herausforderung an das Kulturmanagement, wenn es sich seine politischen und ethischen Dimensionen zugrundelegt, könnte daher darin bestehen, kulturelle Lebensformen zu schaffen, die den Menschen als ein von Grund auf reiches und zur Größe fähiges Wesen würdigen. Wie schon Paul Valéry feststellte, definiert sich der europäische Mensch "weder rassistisch noch durch Sprache oder Brauchtum, sondern durch Wünsche und Spannweite des Willens". Mit der Propagierung eines kulturellen Reichtums als unverzichtbares Element menschlicher Würde könnte das gesamte Projekt der europäischen Neuzeit samt ihrer Wohlfahrtsidee erheblich an Profil gewinnen. So müsste es dem Kulturmanagement in Zukunft nicht allein um die Realisierung von einzelnen Projekten gehen, sondern wie Sloterdijk es poetisch-philosophisch formuliert, mehr um die Kunst, "Worte zu schaffen, die an Bord der Wirklichkeit den Horizont aufzeigen".

Relevante Publikationen (Auswahl):

Curriculum für den Studienschwerpunkt Kulturmanagement in Rahmen der in Gründung befindlichen Privatuniversität HOHE WARTE in Wien, 2008.

Positionspapier der Wiener Volkspartei zur Kulturpolitik, Wien 2005

Mögliche Einflüsse der WTO/GATT-Verhandlungen auf die österreichische Kulturpolitik. Im Auftrag des Bundeskanzleramtes, Wien 2003

Robert Stolz. Sein Leben - seine Musik, Residenz Verlag, Wien, Salzburg 2002



... Vom Schaffen kultureller Lebensformen

Geld ins Land. Plädoyer für einen Paradigmenwechsel in der Kulturpolitik.
In: Die Presse vom 20. Oktober 2001, Spectrum, S. IV

Marketing-Strategien für den österreichischen Film. Ansätze zur Verbesserung der Chancen des österreichischen Films auf den deutschen Kino- und Fernsehmärkten. Im Auftrag des Österreichischen Filminstituts, Wien 2000

Am Ende des traditionellen Kulturbegriffs. In: Die Presse vom 29. Jänner 1999, S. 2

Vorstudie betreffend die Errichtung eines "New College of Design" in Wien.
Im Auftrag der Stadt Wien, 1997

Audiovisionsstandort Österreich. Ansätze zu einer strukturpolitischen Neuorientierung. Im Auftrag des Verbandes Österreichischer Film- und Videohersteller. (Co-Autor) 1997

Die Weltausstellung 1995 als publizistische Herausforderung. Kommunikationsmanagement für ein internationales Großereignis. In: G. Bentele/M. Rühl (Hg.): Theorien öffentlicher Kommunikation, München 1993, S. 289-306



Halbherziger Schritt in die kulturelle Gegenwart

Thüringen veröffentlicht ersten Kulturwirtschaftsbericht

Der Freistaat Thüringen veröffentlicht als eines der letzten Bundesländer seinen ersten Kulturwirtschaftsbericht eine Woche nach Veröffentlichung des Forschungsberichtes 577 zu den »Gesamtwirtschaftlichen Perspektiven der Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland« des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie.

Ein Beitrag von Dirk Schütz, redaktion@kulturmanagement.net

Thüringens Kultusminister, Bernward Müller, zeigt sich zufrieden, belegt Thüringen im Kulturfinanzbericht des Statistischen Bundesamtes doch einen Spitzenplatz im Ranking aller deutschen Länder mit 101 Euro Kulturausgaben pro Einwohner (Bundesdurchschnitt sind 85 Euro pro Einwohner): „Thüringen ist ein Kulturland mit weltweiter Ausstrahlung. Die Kulturlandschaft im Freistaat ist einzigartig. Die Bewahrung und Pflege der unermesslichen kulturellen Schätze und Reichtümer Thüringens für nachfolgende Generationen ist eine der dringendsten Aufgaben für die Zukunft.“

Vom Thüringer Kultusministerium wurde das Dortmunder Büro *StadtArt* zur Erarbeitung des Berichtes ausgewählt, das diesen in Kooperation mit dem Niedersächsischen Institut für Wirtschaftsforschung aus Hannover sowie dem Zentrum für Kulturforschung Bonn erstellte. Diese wurden durch eine interministerielle Arbeitsgruppe, in der das Thüringer Kultusministerium, das Thüringer Ministerium für Ministerium für Wirtschaft, Technologie und Arbeit, die Thüringer Staatskanzlei und das Thüringer Ministerium für Bau, Landesentwicklung und Medien vertreten waren, unterstützt und begleitet. Die Kosten für den ersten Kulturwirtschaftsbericht bezifferte das Ministerium mit 95.000 Euro.

Besonderheit des Thüringer Kulturwirtschaftsberichts ist sicher, dass das mittlerweile anerkannte und auch im Forschungsbericht 577 der Bundesregierung zugrunde gelegte Teilsektorenmodell für den Kultursektor mit 11 Sektoren um ein spezifisches „Landesmodell“ ergänzt wurde, dass Thüringen-spezifische Branchen ergänzt, die Vergleichbarkeit mit anderen Bundesländern aber sicher erschweren kann. Weitere Besonderheit dürfte die Betrachtung des gesamten Kultursektors in Thüringen, also auch des öffentlichen und intermediären Sektors, sein, die eine genaue Analyse der vorgelegten Zahlen für die Kulturwirtschaft erschwert. Der Kulturwirtschaftsbericht konzentriert sich somit nicht nur ausschließlich auf die Kulturwirtschaft. Er gliedert sich in die Betrachtung des gesamten Kultursektors, in eine spezifische Auswahl öffentlicher und intermediärer Kultureinrichtungen und die



... Thüringer Kulturwirtschaftsbericht

Betrachtung deren wirtschaftlicher und regionaler Effekte, in die Betrachtung kulturtouristischer Potenziale anhand ausgewählter Residenzstädte sowie die Betrachtung eines besonderen Strukturmerkmals der Thüringer Medienwirtschaft, das *Kindermedienland*. Letzteres erfährt allerdings nur eine kurze Betrachtung über 9 Seiten, wobei keine spezifischen Zahlen vorgelegt werden.

Dass bei dieser Aufteilung genaue Zahlen und Entwicklungen der Thüringer Kulturwirtschaft nur schwer verifizierbar bleiben, zeigt auch die schwammige Formulierung, wie viele Finanzmittel im Thüringer Kultursektor „bewegt“ werden. Zudem wird am Beginn festgestellt, dass Thüringen derzeit im Vergleich zu Gesamtdeutschland nur unterdurchschnittlich auf die Kulturwirtschaft spezialisiert ist, was jedoch auf strukturelle Besonderheiten als kleinteiliges Flächenland ohne echte Metropolen zurückzuführen ist, wo sich aber auch bestimmte Bereiche überdurchschnittlich entwickelt haben. Eine detaillierte Betrachtung besonderer struktureller Problemfelder, etwa der Orchester- und Theaterlandschaft in Thüringen, erfolgt im Rahmen der Studie allerdings nicht und wird auch bei den exemplarischen Beispielen nicht berücksichtigt. Dies verwundert um so mehr, da besonders die Thüringer Museen und Kulturdenkmale und deren Wirkungen herausgehoben werden, was – so Minister Müller – auch in der künftigen Kulturkonzeption Thüringens und damit einhergehenden Mittelverteilung Niederschlag finden soll. Somit scheinen die Effekte, die große öffentlich geförderte Kultureinrichtung für die Kulturwirtschaft in Thüringen haben, im Mittelpunkt zu stehen. Komplette herausgefallen aus der Betrachtung sind vor allem die Klein- und Kleinstbetriebe der Kulturwirtschaft, die unter die Erfassungsgrenze für steuerbare Umsätze fallen. Gerade vor dem Hintergrund einer sich entwickelnden Gründerszene in diesem Bereich sowie den positiven Effekten im Umfeld der Thüringer Hochschulen und Universitäten (die Bauhaus-Universität mit ihrem weitverzweigten Netzwerk von Ausgründungen und Instituten wird hier ja exemplarisch betrachtet), scheinen hier wichtige Entwicklungspotenziale aus der Betrachtung gefallen zu sein.

Dennoch bescheinigt dieser Kulturwirtschaftsbericht Thüringen weitere Entwicklungspotenziale in der Kulturwirtschaft und führt seine Analysen in Handlungsempfehlungen für die Landesregierung. Die Thüringer Kulturwirtschaft wird dabei als lohnenswertes Entwicklungsfeld eingeschätzt. Einige der empfohlenen Schritte sollen direkt in die Weiterführung der Thüringer Kulturkonzeption einfließen, so Minister Müller. Dabei kommt der Beibehaltung des hohen öffentlichen Kulturengagements im Freistaat und der Sicherung der außerordentlichen Kulturdichte und damit deren erwerbswirtschaftlicher Effekte weiterhin eine erhebliche Bedeutung zu. Minister Müller formuliert das so: „Investitionen in die Thüringer Kultur vervielfältigen sich und kommen so wieder zurück.“



... Thüringer Kulturwirtschaftsbericht

Begrüßenswert ist, dass die Arbeit der interministeriellen Arbeitsgruppe weitergeführt wird und die Landesregierung nun den Dialog mit den Kulturverbänden, Kommunen und der Wirtschaft über den Kulturwirtschaftsbericht suchen will. Gerade Empfehlungen zum Thema Existenzgründung in der Kulturwirtschaft oder zur Förderung von Kulturwirtschaftsunternehmen müssen in anderen Ressorts Beachtung finden und sollen in allen Politikbereichen zu einer „integrierten Kulturwirtschaftspolitik“ führen. ¶

Der 1. Kulturwirtschaftsbericht des Freistaates Thüringen steht auf den Internetseiten des Thüringer Kultusministeriums zum Download bereit:

www.thueringen.de/imperia/md/content/tkm/aktuelles/pressemitteilungen/kulturwirtschaftsbericht_thueringen.pdf

Kulturmanagement Stellenmarkt

Unser Stellenmarkt ist eine Dienstleistung, die optimal beide Seiten verbindet - die qualifizierten Arbeitskräfte aus allen Tätigkeitsfeldern und Sparten des Kulturmanagements mit den Kulturorganisationen und den Unternehmen in der Kulturwirtschaft.

Ihre Vorteile:

- ✓ Quantität durch die umfangreichste Auswahl an Stellenangeboten für Kulturmanager im deutschsprachigen Raum
- ✓ Verlässlichkeit durch von den Stellenanbietern autorisierte und durch die Redaktion bearbeitete Anzeigen
- ✓ Schnelligkeit durch laufende, fast tägliche Aktualisierung
- ✓ Zeit- und Kostenvorteile durch Wegfall der mühevollen Suche in anderen Print- und Onlinemedien

Informieren Sie sich jetzt: <http://abo.kulturmanagement.net>



Rückblick

8. Forum Kultur und Ökonomie

Vom Branchentreff am Thuner See (Schweiz) berichtet Dirk Heinze, Chefredakteur

Über mangelnden Zuspruch braucht sich das Schweizer *Forum für Kultur und Ökonomie* längst nicht mehr beklagen. Die Veranstalter konnten in den letzten Jahren meist von ausgebuchten Plätzen ausgehen, da sich die meisten Akteure an der Schnittstelle zwischen Kultur und Wirtschaft über dieses Forum in der Schweiz miteinander vernetzen. Mit der spannenden Frage, ob bei den auch in der Schweiz zahlreich veranstalteten Festivals noch Grund zur Festlaune oder schon eher Katerstimmung herrscht, lud man nach Thun ein. Welcher Ort könnte besser passen als ein exquisites Konferenzhotel direkt am Thuner See – zu Fuß der Alpen, die zumindest am zweiten Konferenztag auch von der Sonne majestätisch angestrahlt wurden.

Ob nun die gelöste Stimmung am 12. und 13. März einzig mit einem solch inspirierenden Tagungsort zu tun hatte, eher Indiz für eine allgemein positive Stimmung unter Festivalveranstaltern war oder auch nur mit einer eher gelassenen Grundhaltung der Schweizer Kulturverantwortlichen zu tun hat, bleibt Ihrer persönlichen Einschätzung überlassen. In jedem Fall aber lässt sich vorausschicken, dass die Bedeutung dieses Branchentreffs für die Szene unbestritten ist. Selbst wenn das Konferenzthema noch diskursiver aufgestellt gewesen wäre, gehört es in der Schweiz einfach zum guten Ton, nicht in ideologische Verbissenheit zu verfallen oder sich gegenseitig die Köpfe einzuschlagen. Dialogfähigkeit, so zeigte sich auch in Thun, bleibt der Schlüssel für ein erfolgreiches Kulturmanagement.

Der erste Konferenztag war zunächst von generellen Betrachtungen zum anhaltenden Festivalboom geprägt. Zudem hatte man mit Christina Weiß, Jürgen Flimm und Michael Schindhelm gleich drei Vertreter aus Deutschland eingeladen. Einen Blick

weit voraus (oder doch nicht so weit?) warf zunächst der Schweizer Zukunftsforscher Georges T. Roos. Er beschäftigt sich seit zehn Jahren mit strategischen Herausforderungen für Unternehmen oder Organisationen und ist Vorstandsmitglied bei *swissculture* – der Schweizerischen Vereinigung für Zukunftsforschung. Roos machte deutlich, dass der technische Fortschritt entgegen manchem Vorurteil zur Entschleunigung beitragen sollte. Wer sich von den zahlreichen medialen oder technologischen Möglichkeiten beherrschen lässt, statt sie für seine eigenen Ziele beherrschbar zu machen – so seine unmissverständliche Botschaft – der machte etwas falsch. Die nächsten großen kulturell-gesellschaftlichen Herausforderungen seien nach Roos' Auffassung die Themen Biopolitik und Virtualisierung. Als Beispiel nannte er den Trend zu sog. *Cyborgs* (**cy**bernetic **org**anism). *Cyborgs* meint den Versuch, durch das Einsetzen technischer (und damit künstlicher) Elemente wie z.B. Computerchips in den menschlichen Organismus Fortschritte zu erzielen. So können inzwischen kleine Implantate als Verbindung zwischen Hirn und Computer den Menschen helfen, besser zu „memorieren“ oder Symptome von Krankheiten wie die bekannten Zuckungen bei *Parkinson*-Patienten einzudämmen. Sich mit den kulturellen Konsequenzen dieses technologischen Fortschritts auseinanderzusetzen, dürfte eine spannende Aufgabe auch von Kulturmanagern sein.



Der Zukunftsforscher Georges T. Roos
(Foto: Pierre William Henry, pwhenry.ch)



Dem Baseler Professor Walter Leimgruber kam zuvor die Ehre zu, in das eigentliche Konferenzthema einzuführen. Er ging hierbei vom Verständnis öffentlicher Feste als Symbol eines bürgerlichen Gesellschaftsbildes aus, das seine Wurzel in der Aufklärung hat. Leimgruber ließ aber auch viele Theorien nicht unerwähnt, die Feste entweder als bewusste Grenzüberschreitung oder aber gerade als Mittel der Herrschaftssicherung betrachteten. Seine eigene Interpretation zielte auf eine Trennung von gehobener Kultur und Unterhaltung ab, die letztlich auch zu einer ideologischen Trennung von Kultur und Ökonomie führte. Kultur dürfe nichts mit dem schnöden Gelderwerb zu tun haben, lautet das längst überlebte Postulat, das aber leider nichtsdestotrotz weite Teile der heutigen Kulturpolitik bestimmt.

Spätestens als der jetzige Intendant der *Salzburger Festspiele*, Jürgen Flimm, seinen Monolog hielt, wurde dies deutlich. Der renommierte Regisseur, der auch vier Jahre Präsident des *Deutschen Bühnenvereins* war und Träger des Bundesverdienstordens ist, trug seit den 1970er Jahren an wichtigen deutschen Theaterhäusern künstlerische Verantwortung. Spätestens in den Zeiten seiner Intendanzen in Köln, Hamburg, bei der *Ruhrtriennale* sowie seit 2006 nun in Salzburg steht er - ähnlich wie übrigens auch Claus Peymann - für das oben erwähnte und aus unserer Sicht überkommene Kulturverständnis der Trennung zwischen Kultur und Ökonomie. Flimm betonte, dass ohne die direkte oder indirekte Unterstützung der öffentlichen Hand die meisten Festivals entweder gar nicht entstanden oder zumindest nicht überlebensfähig gewesen wären. Er nannte als Beispiel dafür die *Ruhrtriennale*, in der er das Gegenkonzept zu Festivals als „Ansammlung eventtrunkener Touristen“ sah. Überhaupt machte Flimm - bewusst oder unbewusst - mit despektierlicher Wortwahl zu aktuellen Kulturphänomenen keinen Hehl aus seiner Geisteshaltung, seinen persönlichen Wertvorstellungen von guter und schlechter Kunst. Mag noch seine Bemerkung, in jedem „Heustadel“ fände heute irgendein Festival statt, noch auf durchaus

zu hinterfragende Marktentwicklungen zurückzuführen sein, so macht die Gegenüberstellung von Wolfgang Amadeus Mozart und Andrew Lloyd Webber schlichtweg keinen Sinn, zumindest wenn es um das symbiotische Verhältnis von Kultur und Ökonomie geht wie an diesen beiden Tagen in Thun. „Das Verhältnis von Kasse und Kunst ist bei öffentlichen Häusern immer auf Seiten der Kunst“, so Flimm an einer entscheidenden Stelle seines Vortrags. Die gegenüber vielen künstlerischen Leitern entgegengebrachte Kritik am so genannten zeitgenössischen Regietheater mit seinen häufig skandalträchtigen Interpretationen klassischer Bühnenstoffe sollte man getrost den Wissenschaftlern überlassen. Welche Rolle er dem Publikum oder gar dem steuerpflichtigen Bürger zubilligt, sagte Flimm leider nicht.



Abendempfang im Schloss Schadau, Thun
(Foto: Pierre William Henry, pwhenry.ch)

Eine völlig andere Richtung, aber in ähnlich monologischer Weise, nahm der Vortrag von Michael Schindhelm. Das *Enfant terrible* der Intendantenszene bewies einmal mehr seinen Hang zum Weltverbessern. Dabei hat es durchaus Charme, wenn Schindhelm unter dem Motto „The Kitsch of Cultures“ seine jüngsten Erfahrungen in den Vereinigten Arabischen Emiraten schildert. In Abu Dhabi oder Dubai wird bekanntlich noch immer mit atemberaubender Geschwindigkeit versucht, eine westliche Kultur in fremder Umgebung zu implantieren. Diese westliche Welt hätte bis dato den Mittleren Osten als Produzenten von Öl,



Markt für schnelle Autos, Brutstätte von Al Qaida und Heimat verschleierte, kulturell angeblich vormoderner Menschen betrachtet, so der 48-jährige Schindhelm, um gleich danach dies als Kulturimperialismus zu entlarven: „Wie viel einfacher muss es doch sein, in einer Welt, die noch jungfräulich ist wie am ersten Tag, die kein Erbe kennt, noch einmal neu anzufangen“. Überraschend war dann seine Schlussfolgerung. Die Vertreter hier in Mitteleuropa seien sich ihres eigenen kulturellen Reichtums gar nicht richtig bewusst. Für ihn besitzt aber gerade diese Kultur - hier ganz offenkundig als Wertekanon verstanden - eine die Gesellschaft tragende Bindekraft. „Sie steht, die(se) Kultur, mag es wirtschaftlich noch so schlecht gehen.“ Man hörte heraus, wie sehr Michael Schindhelm Wanderer zwischen den Welten im Großen und Kleinen ist. Der Diplom-Quantenchemiker (Studium 1979 im russischen Woronesch) fügt seine Erfahrungen aus den unterschiedlichsten Regionen und Bereichen zu ganz eigenen Schlussfolgerungen für die Gesellschaft zusammen. Und verleugnet dabei gerade eben nicht seine kulturelle Identität als Mitteleuropäer. Als eine seiner erfolgreichsten Stationen gilt die zehnjährige Intendanz am Theater Basel. Als Generaldirektor der Opernstiftung in Berlin musste er geradezu scheitern, wenn die kulturpolitische Einflussnahme so groß und meist mit falsch gesetzten Prämissen ist wie in der deutschen Hauptstadt. Zur Not hat der gebürtige Eisenacher Schindhelm ja noch seine Leidenschaft als Schriftsteller, Drehbuchautor und Übersetzer. Wobei Übersetzer vielleicht so etwas wie eine Berufung sein könnte, zumindest für ihn.

Bei den Bezügen auf die aktuelle Finanz- und Wirtschaftskrise in der Rede Schindelhelms dürfte auch Tobi J. Krein als Leiter des Kultursponsorings bei der *Credit Suisse* aufmerksam zugehört haben. Dieser beeilte sich dann später zu erklären, dass nach seiner Einschätzung keines der Engagements unternehmerischer Kulturförderung in seinem Hause derzeit infrage gestellt wird. Die anwesenden Kulturschaffenden dürften es mit Erleichte-

rung, vielleicht auch mit Skepsis zur Kenntnis genommen haben. In diesem Zusammenhang ist zu erwähnen, dass gleichzeitig zur Konferenz das Jahrestreffen von CEREC, dem europäischen Dachverband für das Thema *Arts & Business*, stattfand. Deren amtierende Präsidentin Chantal Pirlot war allerdings eine der wenigen, die in diesem Kontext im Programm der Konferenz befragt wurde - und dann auch eher im Sinne einer Selbstdarstellung von CEREC. Anwesende Mitglieder wie z.B. Colin Tweedy aus England, griffen gar nicht erst in die spannende Debatte ein, was sehr schade und vielleicht auch symptomatisch dafür war, dass man sich auf dieser Ebene mit den konkreten Ausprägungen des Verhältnisses von Kunst und Ökonomie gar nicht so recht auseinandersetzen mag. Ergebnisse des Mitgliedertreffens drangen zumindest nicht nach außen.

Man kann nach wie vor von einer grundsätzlichen Begeisterung für Festivals beim Publikum sprechen, so meinte Prof. Jean-Louis Fabiani, Studienleiter an der renommierten Hochschule EHESS in Paris, zu Beginn des zweiten Tages und nahm in seinem Vortrag bewusst den Standpunkt des Publikums ein. Der Zuhörer, Zuschauer oder Besucher ist letzten Endes der Gradmesser für Erfolg oder Misserfolg - das gilt natürlich nicht nur bei Festivals. Die so genannten Events prägen heutzutage die Geschichte durch ihre eigenen Mittel, meinte Fabiani, z.B. über die Verbreitung durch die Medien, sodass der Zuschauer den Eindruck hat, direkt Teil dieses Ereignisses zu sein. Doch der renommierte französische Wissenschaftler ging auch auf das Publikumsverhalten beim seit 65 Jahren bestehenden Festival in Avignon ein. Der intensive Konsum von Kunst durch den Zuschauer bei solchen Festspielen erschien dem Referenten als geradezu zwangsläufig und umso mehr selbstverständlich. Warum das Publikum diesen Appetit auf Festivals verspüre - dies belegt auch eine jüngste Studie aus Österreich - hat mit deren Interesse an Kommunikation zu tun. Der Erfolg von Festivals basiere demzufolge auch auf den Austausch und die Diskussionsbereitschaft im



Publikum selbst. Nicht zuletzt verwies Fabiani, der auch Autor zahlreicher Bücher zu diesem Thema ist, auf die zahlreichen Verbindungen zwischen Festivals und eher traditionellen Kulturangeboten an festen Häusern. Aber vor allem wolle das Publikum bei kulturellen Events nichts weniger als seine eigene Geschichte, sein eigenes Leben erleben, so Prof. Fabiani abschließend.

In einer spannenden Podiumsrunde, moderiert von Hedy Graber (Leiterin von MIGROS Kulturprozent, Zürich), trafen anschließend zwei versierte Festivalleiter zusammen. Zum einen Jean Perret, seit 1995 Direktor des Festivals *Visions du réel* in Nyon. Zum anderen Michael Haefliger, seit 1999 Intendant des *Lucerne Festival* (siehe auch den Beitrag von Tobias von Wartburg zur Revitalisierung dieses Festival in dieser Ausgabe).



Michael Haefliger im Gespräch mit Hedy Graber
(Foto: Pierre William Henry, pwhenry.ch)

Perret sieht seine Verantwortung und Aufgabe darin, der gegenwärtigen Gesellschaft kritisch gegenüberzustehen. Er wolle sich also mit seinen künstlerischen Angeboten – in Nyon vor allem mit der Kunstform des Films – bewusst abgrenzen vom aktuellen wirtschaftlichen, sozialen oder politischen Umfeld, das nach seinen Worten häufig „mit dem Kopf gegen die Wand stößt“. Perret – 1985-2000 Journalist bei *Radio Suisse Romande* – möchte den Spagat schaffen, ein „elitäres Angebot, aber gleichzeitig für alle schaffen“. Nach seiner Auffassung bestätigen große Kulturereignisse

eher den Geschmack des Publikums, aber er wolle, dass sie auch darin etwas finden, was sie noch nicht kennen. Dies würde dann auch dem immer wieder geäußerten Klischee des Publikums als *Omnivor*, als Allesfresser, widersprechen.

Der Erfolg eines Festivals messe sich nicht am Wachstum, stellte Michael Haefliger nachdrücklich heraus. Ihm sei vor allem eine für alle sichtbare Entwicklung wichtig. Die sachverständigen Beobachter dieser Podiumsrunde werden sich selbst ein Urteil darüber gebildet haben, ob dieser hohe Anspruch berechtigt ist. Schließlich gilt gerade das *Lucerne Festival* als Referenz für ein wirtschaftlich sehr erfolgreiches Event, weit über die Grenzen der Schweiz hinaus.

Viele Praktiker kamen am Freitag vormittag zu Wort, so u.a. weitere Festivalmanager, Vertreter des Stadt- und Regionalmarketings, Theaterschaffende oder Kulturpolitiker – dies alles exemplarisch für den Kanton Luzern. Die Ausgangslage der Kulturlandschaft reicht dort von „Zum (langfristig Über-)Leben zu wenig, zum Sterben zu viel“ bis hin zum bereits erwähnten *Lucerne Festival*. Insofern sei damit auch Lesern aus Deutschland oder Österreich gesagt, dass es auch im Nachbarland Schweiz viele Kultureinrichtungen gibt, die trotz großer Identifikationskraft immer wieder ums Überleben und um die Gunst ihrer Stakeholder kämpfen.

Bei vielen Referaten kam daher auch zum Ausdruck, dass es sich nicht um kurzfristig motivierte Events, sondern um auf Langfristigkeit bauende Veranstaltungskonzeptionen ging. Dies galt übrigens sowohl für Festivals als auch für die etablierten Häuser. Oder, wie Moderator Hans-Ulrich Glarner, der Leiter der Abteilung Kultur vom Kanton Aargau, scherzhaft sagte, die *Luzerner Pastete*, die es zu verteilen gelte, sei auch nur begrenzt. Und so durfte man, wenn auch auf bewährt subtile Weise, am zweiten Konferenztag erleben, wie auch die Schweizer lebhaft über kulturpolitische Streitfragen debattieren können.



Zwei Dinge sind uns noch aufgefallen. Zum einen die spürbare dramaturgische Steigerung vom eher für die generelle Reflexion und den theoretischen Unterbau zgedachten ersten Tag sowie einem abwechslungsreichen, auf die Praxis fokussierten zweiten Tag. Zum anderen gefielen die charman-ten Filmausschnitte als jeweils inspirierenden Einstieg in ein Referat oder die nächste Podiums- runde. Wir freuen uns schon auf das 9. Forum für Kultur und Ökonomie im Jahre 2010 und werden in den nächsten Monaten auch von unserem neu- en Redaktionsbüro in Winterthur aus die Entwick- lungen im Schweizer Kulturmanagement aktiv begleiten. ¶

WEITERE INFORMATIONEN

www.kulturundoekonomie.ch



Impressum



KULTURMANAGEMENT NETWORK

Dirk Schütz & Dirk Heinze GbR

PF 1198 · D-99409 Weimar

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

TEL +49 (0) 3643.494.869

FAX +49 (0) 3643.801.765

redaktion@kulturmanagement.net

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

Redaktion: Veronika Schuster

Abonnenten: ca. 18.400

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

WEITERE INFORMATIONEN

www.kulturmanagement.net