

KULTURVERMITTLUNG ALS „KERNGESCHÄFT“

ZUR VERLEIHUNG DES PREISES „ZUKUNFTSGUT“ DER COMMERZBANK-STIFTUNG

Von Birgit Mandel

„ZukunftsGut“ is the first prize in Germany, enabled by Commerzbank-foundation, to acknowledge extraordinary strategic institutional efforts of "high arts institutions" to reach a more diverse audience and offer diverse approaches and participative ways to connect to the arts and their institutions. The article describes the criteria and presents the winners of the prize in 2018.

Als „guter Nachbar“ partizipative ästhetische Möglichkeiten anbieten, über relevante Themen einer Stadt verhandeln und Menschen zusammenbringen, die sich sonst nicht begegnen würden: Das ist zentrales Anliegen aller drei Preisträger des erstmalig vergebenen Preises „ZukunftsGut“ für institutionelle Kulturvermittlung.

Der mit 50.000 Euro dotierte, am 12. September 2018 in Frankfurt am Main vergebene Preis ging an das Staatstheater Dresden als „Erfinder“ der Bürgerbühne, die sich als neue eigene Sparte im Stadt- und Staatstheatersystem etabliert hat. Schon seit 2009 verhandeln Bürger_innen unterschiedlicher Generationen, Berufe und sozialer Herkunft am Staatstheater Dresden Themen, die sie gemeinsam bewegen mit theatralen Mitteln und präsentieren diese auf der großen Bühne. Die wechselnden Bürgerbühnenproduktionen sind dauerhafter Bestandteil des Spielplans. Interessanterweise hat gut die Hälfte der Mitspielenden und deren Angehörigen vorher noch kein Theater besucht. In einem anderen Format, dem Bürgerdinner „Culture Clash“ haben sich auf Einladung des Theaters in den vergangenen Jahren gut 40 gesellschaftliche Gruppen zum gemeinsamen Essen getroffen, die sonst keine Berührung miteinander haben: Punks und Banker, Physiker und Esoteriker, Hebammen und Bestatter.

In einem aktuellen Projekt mit dem Titel „Früher war alles anders“ lädt das Theater die Bürger_innen von Freital, einem kleinen Vorort Dresdens ein, der für einen hohen Anteil an rechtspopulistisch eingestellten Wähler_innen bekannt ist, an einer künstlerischen Produktion über die Geschichte ihres Ortes seit der Wiedervereinigung mitzuwirken, die durch die Abwicklung der Stahlindustrie und hohe Arbeitslosigkeit gekennzeichnet war. Im Kontext dieser Produktion sollen Menschen unterschiedlicher politischer Ansichten nicht nur übereinander, sondern miteinander sprechen, Leute sich begegnen, die im normalen Leben keine direkten Berührungspunkte haben. Mit den Bürgerbühnenproduktionen, die alle Abteilungen des Theaters berühren, veränderte sich nicht nur das Programm und das Publikum, sondern auch die Organisationskultur des Theaters.

MUSEUMSPÄDAGOGIK. BESTANDTEIL KÜNSTLERISCHER PRAXIS

Den zweiten Preis, der mit 20.000 Euro ausgestattet ist, erhielt das Historische Museum in Frankfurt, das sich unter der Mission „Frankfurt jetzt“ konsequent für gegenwärtige Fragen der Stadtbevölkerung in einer Einwanderungsgesellschaft öffnet und diese aktiv einbezieht in die Gestaltung seiner Ausstellungen. Es werden nicht mehr nur historische Gegenstände ausgestellt, sondern die Zukunft der Stadt in Auseinandersetzung mit dem historischen kulturellen Erbe mit der Bevölkerung reflektiert. Dabei ist die Museumspädagogik fester Bestandteil der kuratorischen Arbeit. Die Sammlung wird hinterfragt und erweitert u.a. gemeinsam mit Frankfurter_innen mit Migrationserfahrung. Im „Stadtlabor Digital“ erweitert sich die Sammlung in den virtuellen öffentlichen Raum, ergänzt durch persönliche Geschichten zu den Objekten, die von unterschiedlichen Bürger_innen gesammelt und präsentiert werden.

Der dritte, mit 10.000 Euro dotierte Preis, ging an das Theater Oberhausen, das exemplarisch ist für die Suche eines Stadttheaters nach einer neuen Bedeutung als Treffpunkt und Austauschort für alle Bewohner_innen der Stadt. „Wofür brennst du?“ – mit dieser Frage motivierte das Theater über 450 Bewohner_innen Oberhausens, ihre Ideen und Projekte in einer Kunst-Parade quer durch die Stadt zu zeigen. In der „Theater:Faktorei“, einer offenen Theaterwerkstatt, können Bürger_innen Oberhausens aller Generationen und verschiedener Herkunft ihre Ideen mit Theaterprofis ästhetisch umsetzen und auf die Theaterbühne oder andere „Bühnen des Alltags“ bringen. Unterstützung finden sie dabei keineswegs nur von den angestellten Theaterpädagog_innen, sondern ebenso von Ensemblemitgliedern, Hausregisseur_innen, Ausstatter_innen, Kostümbildner_innen, Techniker_innen.

Die Diversität in der Bevölkerung versucht das Theater auch in seiner eigenen Personalpolitik widerzuspiegeln, und zugleich werden die vielfältigen Mitarbeitenden in den verschiedenen Abteilungen – vom Marketing über Dramaturgie bis zur Technik und Einlasspersonal – mit ihren Ideen und Netzwerken aktiv einbezogen.

Prof. Dr. Birgit Mandel
Stiftungsratsmitglied Commerzbank-Stiftung
und Vorsitz ZukunftsGut-Jury



Eröffnungsvortrag Symposium anlässlich Preis ZukunftsGut, 1. Preis für institutionelle Kulturvermittlung

KULTURVERMITTLUNG ALS MOTOR FÜR VERÄNDERUNGEN

Alle drei Preisträger stehen für die Suche nach Erweiterung der Aufgaben klassischer Kultureinrichtungen über die Präsentation von Kunst und Kultur hinaus, nach einer neuen Bedeutung als Treffpunkt, als Aushandlungsort von Interessen und gemeinsamer neuer kultureller Identität, vielleicht auch „kultureller Heimat“, in einer Zeit, wo viele Menschen sich sehr verunsichert fühlen. Kulturvermittlung ist dabei Motor für Veränderungen in den Einrichtungen.

Die Preisverleihung wurde begleitet von einem Symposium, das sich mit neuen Strategien und Formaten der Vermittlung kulturellen Erbes und der Frage beschäftigte, wie diese zu einer größeren sozialen Durchlässigkeit des Kultursektors beitragen können und welche institutionellen Veränderungsprozesse von der Programmgestaltung bis zur Personalpolitik hierfür erforderlich sind. In seinem Einführungsvortrag zeigte der Direktor der Oper Göteborg, wie die Arbeit mit neuen Zielgruppen z.B. im internationalen Chor mit Bewohner_innen, die aus vielen verschiedenen Weltregionen stammen, die künstlerische Arbeit der Oper veränderte. Unter welchen Bedingungen Anstöße der Kulturvermittlung zum Motor für institutionelle Veränderungen werden können, wurde nachfolgend aus unterschiedlichen Perspektiven beleuchtet, u.a. der systemischen Organisations-Entwicklung, der transkulturellen Forschung, der Kulturellen Bildung, – und mit empirischen Erfahrungen verschiedener Programme zusammen gebracht wie etwa des Modellprojekts 360 Grad der Bundeskulturstiftung und der Projekte der Zukunftsakademie NRW, die Veränderungen von Kultureinrichtungen im Sinne höherer Diversität als Reaktion auf Veränderungen in der Bevölkerung durch Migration begleiten, oder des Programms Sharing Cultural Heritage der EU, in dem es um neue, partizipative Formen der Vermittlung und Bedeutungs-Verhandlung von kulturellem Erbe geht.

Neue Ziele gemeinsam im Team entwickeln, Hierarchien lockern, neues Publikum aktiv in die Arbeit einbeziehen, Deutungshoheit abgeben, Kanon und Codes hinterfragen, Organisationskultur verändern und dafür ausreichend Ressourcen einplanen, wurden u.a. als Bedingungen genannt, damit Kultureinrichtungen repräsentativer für eine sich verändernde Gesellschaft werden und dazu beitragen können, neue Gemeinschaft und sozialen Zusammenhalt zu stiften in Auseinandersetzung mit Kunst und Kultur.

ORIENTIERUNG UND ZUSAMMENHALT STIFTENDE KULTURORTE

Kulturvermittlung hat in den letzten 15 Jahren in Deutschland deutlich an Interesse und Bedeutung in Kultureinrichtungen gewonnen. Gründe dafür sind u.a. der demografische Wandel und insbesondere die Sorge vor einer Überalterung des Publikums sowie zunehmende kulturpolitische Forderungen nach einem chancengerechteren Zugang zu öffentlichen Kulturangeboten. Da die Bevölkerung zunehmend heterogener wird und die vormals zentrale Anspruchsgruppe der Kulturinstitutionen, das „gebildete Bürgertum“, durch veränderte Enkulturationsprozesse nicht mehr automatisch nachwächst, müssen sich klassische Kultureinrichtungen pro-aktiv mit den Interessen unterschiedlicher Bevölkerungsgruppen und nachwachsender Generationen auseinandersetzen, um auch in Zukunft als meritorische, Orientierung und Zusammenhalt stiftende künstlerisch-kulturelle Orte angenommen zu werden. Damit verbunden ist vermutlich auch eine Erweiterung ihres Aufgabenspektrums. Kulturvermittlung, die zwischen unterschiedlichen Akteuren und Interessen Anschlüsse herstellt, kann in diesen Veränderungsprozessen Schlüsselfunktion sein.

Wie aber gelingt es, Kulturvermittlung als „Kerngeschäft“ in klassischen Kultureinrichtungen wie Theatern, Konzerthäusern oder Museen zu etablieren, die alle Abteilungen umfasst und nicht nur Kommunikation und einzelne Formate, sondern auch Programm und Programmatik betrifft?

Einerseits sind Kulturvermittler_innen vor allem in öffentlich geförderten Kunst- und Kultureinrichtungen unerlässlich als Legitimationsfaktor, indem sie neue und junge Besucher_innen gewinnen – häufig in Kooperation mit Schulen – und dazu beitragen, dass diese sich mit den Gegenständen ihrer Einrichtung auf eine persönlich bereichernde Weise auseinandersetzen. Andererseits möchten viele Einrichtungen in dem, was sie traditionell als ihr „Kerngeschäft“ begreifen: die Präsentation exzellenter Kunst und Kultur, nicht durch Interessen und Ansprüche der Kulturvermittlung gestört werden. In der öffentlichen Wahrnehmung von Kultureinrichtungen und den kulturpolitischen Ansprüchen an diese ist aktuell ein deutlicher Wandel vom „Schutzraum für die Künste und kulturelles Erbe“ zu einem Bildungs- und Freizeitort für die Bevölkerung erkennbar, ein Anspruch, dem sich die künstlerischen Akteure und Fach-Wissenschaftler_innen in den Einrichtungen jedoch häufig subtil zu entziehen versuchen, indem sie Kulturvermittlung als „add on“ so installieren, dass diese den Kunstbetrieb nicht weiter stört.

GESAMTSTRATEGIE MIT QUALITÄTSKRITERIEN

Mit dem von der Autorin mit der Commerzbank-Stiftung entwickelten Preis „Zukunftsgut“ werden Kultureinrichtungen ausgezeichnet, die Kulturvermittlung als abteilungsübergreifende Gesamt-Strategie begreifen, um neue Perspektiven auf ihre Gegenstände „kulturellen Erbes“ im weitesten Sinne zu entwickeln und sich als gesamte Einrichtung stärker zu öffnen für unterschiedliche Bevölkerungsgruppen. Anders als bei anderen Preisen der Kulturellen Bildung werden hier also nicht nur beispielhafte Projekte ausgezeichnet, sondern Gesamtstrategien für Vermittlung.

Dafür wurden folgende Qualitätskriterien entwickelt:

- Kulturvermittlung wird als Kerngeschäft, Querschnittsaufgabe und alle Abteilungen betreffende, institutionelle Gesamtstrategie verstanden
- Kulturvermittlung wird als kuratorische Gestaltungsaufgabe begriffen
- Kulturvermittlung spricht vielfältige Bevölkerungsgruppen an
- Kulturvermittlung ermöglicht kulturelle (Selbst-)Bildungsprozesse
- Kulturvermittlung initiiert eine gegenwartsbezogene Neu-Kontextualisierung kulturellen Erbes
- Kulturvermittlung gibt Impulse für neue Leitbilder und Aufgaben für Kultureinrichtungen

Trotz dieser sehr voraussetzungsvollen Kriterien gab es mit 125 größtenteils hoch qualifizierten Bewerbungen eine überwältigende Resonanz auf die Ausschreibung.

WEITERE INFORMATIONEN:

www.commerzbank-stiftung.de

Mandel, Birgit: Kulturvermittlung in klassischen Kultureinrichtungen. Ambivalenzen, Widersprüche und Impulse für Veränderungen. kubi-online 2018: <https://www.kubi-online.de>

Birgit Mandel ist Professorin für Kulturmanagement und Kulturvermittlung mit Forschungsschwerpunkten in Kulturbesucherforschung und Audience Development. Sie leitet den Master-Studiengang Kulturvermittlung, ist Vize-Präsidentin der Kulturpolitischen Gesellschaft, Kuratoriumsmitglied der Commerzbank-Stiftung und Aufsichtsratsmitglied der Kulturprojekte GmbH.

Urkundenverleihung Zukunftsgut – Preis der Commerzbank-Stiftung für institutionelle Kulturvermittlung

