

EDITORIAL

Liebe Leserinnen und Leser,

«Kultur» ist – grob vereinfacht – ein Begriff mit zwei Bedeutungen: In der Anthropologie bezeichnet er die (menschgemachte) Umwelt, in der wir leben; also die Dinge, die wir benutzen, die Sprache, mit der wir kommunizieren, das Wissen, mit dem Intersubjektivität und Wirklichkeit erzeugt werden. Um diesen Kulturbegriff geht es aber in dieser Ausgabe nicht.

Sondern um das, was wir in der Alltagssprache als «Kultur» bezeichnen; jene «Kultur» also, die in Verbindung mit der Kunst steht. Im deutschsprachigen Raum ist sie in eine U-Kultur (unterhaltend) und E-Kultur (ernst) unterschieden worden. Diese Unterscheidung ist zweifellos überholt, aber die normative Dimension, die ihr inhärent ist, stellt sich spätestens bei der politischen Diskussion, welche Kultur förderungswürdig ist und welche nicht.

Dies führt zur Frage, welche Aufgabe Kultur in der Zukunft überhaupt haben soll. Soll sie belehren? Inspirieren? Unterhalten? Zur Reflexion anregen? Die Welt verbessern? Oder sie verschönern und verzieren? Und welche Rahmenbedingungen wird die Gesellschaft in Zukunft dafür bieten?

Dieses Spannungsfeld ist das Thema unseres Magazins «Die Zukunft der Kulturlandschaft». Wir haben es in Kooperation mit dem «Studienzentrum Kulturmanagement» (SKM) der Universität Basel realisiert, wo unser Vorstandsmitglied Basil Rogger als Dozent tätig ist. Ausgangspunkt ist die SKM-Tagung «Die Zukunft beginnt heute! Strategien für die Kulturszene Schweiz». Im Vorfeld dieser Tagung sind aufgrund der vier Szenarien der swissfuture-Studie «Wertewandel in der Schweiz 2030» Prognosen zur Zukunft der Kulturlandschaft entwickelt worden, die im Artikel «Die Zukunft beginnt heute! Strategien für die Kulturszene Schweiz» präsentiert werden. Der Weg, der zu den vier erarbeiteten Prognosen geführt hat, wird von Brigitte Schaffner, Co-Studienleiterin des SKM, in ihrem Beitrag erläutert. Die vier SKM-Absolventen und -Absolventinnen Claudine Metzger, Luisa Bitterlin, Remo Longhi und Moritz Walther gehen in ihrem Artikel auf der Basis ihrer aktuellen Diplomarbeit der Frage nach, wie Kulturbetriebe zukünftig besser auf Veränderungen reagieren können.

Schon der Begriff «Kulturbetrieb» verweist auf eine Paradoxie; dass der Kultur nämlich eine ökonomische Dimension inhärent ist, wobei sie – zumindest nach ihrem normativen Selbstverständnis – eigentlich frei von ökonomischen Zwängen sein soll. Dies verweist darauf, dass, wer im Kulturmanagement tätig ist, sich auf einer Gratwanderung zwischen Kunst und Ökonomie, zwischen Geld und Geist befindet. Der Soziologe Dirk Baecker geht in seinem Beitrag auf das komplexe Verhältnis dieser zwei Kräfte ein, wobei die Ökonomisierung – genannt «Neoliberalismus» – in Kulturszenen gelegentlich dämonisiert wird. Baecker spricht sich gegen diese Dämonisierung aus, wehrt sich zugleich aber gegen eine Universalisierung des ökonomischen Paradigmas. Er plädiert für ein «multidimensionales Agieren im Kulturmanagement».

Georg von Schnurbein und Steffen Bethmann gehen in ihrem Beitrag von der Annahme aus, dass die herkömmliche staatliche Kunstunterstützung genauso wie die privaten Mäzene Auslaufmodelle sind, und sie zeigen, wie Kunst neue private Unterstützer gewinnen könnte – nämlich indem sie einen gesellschaftlichen, kulturellen und ökonomischen Mehrwert bringt.

Patrick S. Föhl und Gernot Wolfram gehen in ihrem Beitrag auf die Gratwanderung ein, auf der Kulturmanager und Kulturmanagerinnen – jene «Meister der Zwischenräume» – sich bewegen: Sie sind «Schlichter, Übersetzer und Gestalter, die sowohl auf Seiten der Kulturpolitik als auch auf Seiten der kulturellen Akteure agieren.» Diese erst junge Profession muss ihre Rolle erst noch definieren. Als Akteure dieser Profession kommen Philipp Lämmelin und Marcus Gossolt von der St. Galler Agentur «Alltag» zu Wort: Sie verweisen auf verschiedene Paradoxien, die in der Kulturlandschaft wirken, und sie definieren ihre eigene Rolle wie folgt: «Wir sind die Dramaturgen und schärfen die Geschichte. Das Copyright behalten Autor, Regisseur und Schauspieler.»

Auch in Zukunft wird Kultur auf ein Publikum angewiesen sein. Sabine Borer und Johanna Jobst haben in einer Studie 3'000 Theaterbesucher und -besucherinnen befragt und untersucht, wie Kultur überhaupt beim Publikum ankommt. Die Untersuchung zeigt, dass die Besucher und Besucherinnen mit einer hohen «Theaterkompetenz» offensichtlich auch am meisten befähigt sind, einen Theaterbesuch zu geniessen.

Schliesslich findet Kultur nicht nur in der realen, sondern auch in der virtuellen Welt statt. Damit ist nicht gemeint, dass Kulturbetriebe das Internet als Medium nutzen (was gewissermassen «Culture-Online» wäre), sondern, dass tatsächlich eine neue Kommunikationsform und damit Kulturform entsteht («Online-Culture»). Philipp Meier sieht hier das Potenzial einer radikalen Demokratisierung von Kunst und Kultur – und zwar in einem Masse, das es vorher noch nie gab. Meier denkt in seinem Artikel über neue Phänomene wie «Cloudism», «Channelism» und «Anythingism» nach.

Auch Pius Knüsel, der einst als Pro-Helvetia-Direktor Computergames und Volksmusik förderte und der mit seinem Buch «Kulturinfarkt» vor zwei Jahren eine emotionale und polarisierende Debatte im deutschsprachigen Raum initiierte, ist als Autor an Bord. Sein Beitrag in unserem Magazin basiert auf der These, dass der Staat zukünftig jede Kunst fördern wird. Oder keine. Und das sei im Grunde genommen dasselbe. Der Mensch sei – einem «produktiven Imperativ» entsprechend – genuin kreativ. «Für Leute, die mit Kunst die Vorstellung einer bestimmten Qualität und einer sozialen Gestaltungskraft verbinden, ist dies ein Graus. Für die anderen ein Gewinn.»

Weiter beginnt in diesem Magazin unser ABC der Zukunft, in dem unser Co-Präsident Andreas M. Walker verschiedene Aspekte unserer Disziplin beleuchtet: Diesmal von A bis I.

Ich wünsche Ihnen eine inspirierende Lektüre.

Francis Müller