



Foto: arifoto.de

DR. PATRICK S. FÖHL

ist Leiter des Netzwerk Kulturberatung (Berlin) und spezialisiert auf transformative Kulturentwicklungsverfahren, er ist Dozent und Referent im In- und Ausland, Autor zahlreicher Publikationen zu Fragestellungen des Kulturmanagements und der Kulturpolitik sowie Vorstandsmitglied des Fachverband Kulturmanagement.

KONTAKT

foehl@netzwerk-kulturberatung.de

Equity

Ein Impulsbeitrag zur (post) Audience Development-Debatte in Zeiten zunehmender Transformationserfordernisse im Kulturbereich

Ein Beitrag von Patrick S. Föhl

Kaum hat sich Audience Development als integratives Konzept, das Ansätze der Publikumsansprache (Kulturmarketing) mit denen der Kulturvermittlung und mit partizipativen Formaten verbindet,¹ vielerorts in der Praxis etabliert, wird es gerade im angelsächsischen Raum, seinem Ursprungsort, mitunter wieder infrage gestellt. So proklamiert Doug Borwick in seinem Buch über die Zukunft von Kunst und Kultur in den USA, dass es zukünftig weniger um klassisches Audience Development gehen darf, sondern vielmehr darum, wie sich Kunst und Kultur wieder in gesteigertem Maße aus den Kommunen und Regionen heraus entwickeln können.² Im Prinzip also die alte, aber immer noch virulente Diskussion über das Verhältnis von Angebots- und Nachfrageorientierung und die nüchterne Feststellung, dass gerade die etablierten öffentlichen Kultureinrichtungen mit ihren Angeboten häufig lediglich einen sehr begrenzten Ausschnitt der Gesellschaft erreichen.³

Dabei wird allerdings Audience Development nicht aufgrund seines integrativen Ansatzes infrage gestellt, sondern vielmehr die hinter dem Begriff stehende Logik, alles Handeln um die Kunst- und Kulturproduktion herum auf Publikumsmehrung auszurichten – beziehungsweise kann das Begriffspaar leicht in diese Richtung interpretiert werden, selbst wenn es vielerorts nicht entsprechend definiert und praktiziert wird.⁴ So oder so greift die Kritik, geht es doch häufig tatsächlich „nur“ darum, bestehende Formate zeitgemäßer – zum Beispiel über Social Media-Ansätze – zu vermitteln. Die Frage jedoch, ob bestehende Strukturen und Formate sich verändern müssen, um Kunst- und Kultur- und damit auch Publikumsentwicklung und -partizipation zu ermöglichen, wird häufig nicht gestellt. Der mediale Sturm um die Berufung von Chris Dercon an die Berliner Volksbühne legt eindrücklich Zeugnis darüber ab, was geschieht, wenn „Outside the Box“ und sparten- sowie

¹ Vgl. exemplarisch und vertiefend Mandel, Birgit (Hg.) (2008): Audience Development, Kulturmanagement, Kulturelle Bildung. Konzeptionen und Handlungsfelder der Kulturvermittlung, München: kopaed.

² S. Borwick, Doug (2012): Building communities, not audiences. The future of the arts in the United States, Winston-Salem: ArtsEngaged. Vgl. auch weiterführend Dewey, Patricia/Flood, Bill (2013): „Gemeinschaftliches Engagement in der US-amerikanischen Kulturpolitik“, in: Sievers, Norbert/Blumenreich, Ulrike/Föhl, Patrick S. (Hg.): Jahrbuch für Kulturpolitik 2013. Thema: Kultur nach Plan, Essen/Bonn, S. 379–385.

³ Vgl. hierzu ausführlich Glogner-Pilz, Patrick/Föhl, Patrick S. (Hg.) (2015): Handbuch Kulturpublikum. Forschungsfragen und -befunde, Wiesbaden: Springer (im Erscheinen).

⁴ Ein Plädoyer für mehr Begriffsarbeit und -schärfe kann an dieser Stelle – quasi als Nebenprodukt – nicht ausbleiben. Hier sind vor allem die Kulturmanagement- und Kulturpolitikinstitute gefragt.



... Equity

sektorenübergreifend gedacht wird. Der dahinterstehende Gedanke, die Zukunft des Theaters durch kooperative Transformation zu sichern, wird dabei weitgehend negiert. Vielleicht lohnt hier der Blick in sogenannte periphere Regionen, in denen diese Transformation zum Beispiel durch die Einrichtung von Ankereinrichtungen und sparten- sowie sektorenübergreifende kulturelle Knotenpunkte bereits intensiv und offen diskutiert wird – wie jüngst im Rahmen von zwei Thüringer Kulturentwicklungsprozessen.⁵



Abb.: Workshop zum Thema „Zukunft der kulturellen Infrastruktur – Anforderungen an eine zeitgemäße Kulturförderung“ am 17. April 2015 im Rahmen des 5. Thüringer Kulturforums in Arnstadt.
© Carsten Pettig / Thüringer Staatskanzlei

Doch zurück zum Postulat von Doug Borwick, dass wir mehr über „Building communities, not audiences“ nachdenken müssen. Er geht von der gängigen These aus, dass sich Kunst und Kultur wieder stärker aus der Gesellschaft heraus entwickeln müssen. Städte und Regionen existierten nicht um Kunst und Kultur zu dienen, sondern dies müsse (wieder) anders herum geschehen. Sicherlich kann man hierüber im Detail trefflich streiten und diese Gedanken sind keineswegs neu – die Botschaft ist aber klar: Die Zukunft bestehender kultureller Einrichtungen und auch vieler Kulturprojekte wird maßgeblich davon abhängen, wesentlich breitere Gesellschaftsschichten für sich zu gewinnen – sei es als klassisches Publikum, als Mitgestalter, als Mitarbeiterin einer Kultureinrichtung oder als kulturpolitische Fürsprecherin. Und dafür ist weitaus mehr notwendig als es das „klassische“ Audience Development häufig verspricht. Selbstredend muss es nicht immer darum gehen, alles neu zu erfinden; einiges kann sicherlich so bleiben wie es ist, zum Teil reichen zeitgemäße Vermittlungs- und Sichtbarkeitsprojekte oder neuartige Verbindungen von Produktionen und neuen Aufführungsorten – mitunter sind aber auch drastische Wandlungsprozesse nötig. Die Transformation des

⁵ S. www.kulturkonzept-kyf-ndh.de und www.kulturkonzept-hbn-son.de .



... Equity

Nationaltheaters „Koninklijke Vlaamse Schouwburg“ in Brüssel zu einer städtischen Plattform, unter anderem durch das partielle Auflösen des klassischen Intendanten- bzw. Regisseurmodells hin zu projektbezogenen Teams, die sich aus verschiedenen Disziplinen zusammensetzen, belegt dies eindrücklich. Der belgische Theaterwissenschaftler Ivo Kuyl schreibt hierzu: „Als städtische Plattform will die KVS nicht länger der Identität nur einer Bevölkerungsgruppe oder sozialen Schicht Ausdruck verleihen. Sie will vielmehr eine Gesellschaft antizipieren, die keine Anpassung an eine homogene kulturelle Tradition aus der Vergangenheit verlangt, sondern die bereit ist, über den kulturellen Dialog, über eine Koproduktion zwischen verschiedenen Kulturen und Hintergründen eine gemeinsame Zukunft aufzubauen.“⁶ Damit wird nicht nur auf eine inzwischen heterogene, individualisierte, plurale und bunte Gesellschaft reagiert, sondern es werden auch Möglichkeiten geschaffen, diese verschiedenen Erfahrungshorizonte kooperativ in Kunstproduktionen zu vereinen. Hierbei werden Kunst und Kultur wieder zu Räumen gesellschaftlicher Debatten, ohne diese dabei zu überfordern. Eingelöst wird vielmehr der Anspruch nach Dialog und Integration vielfältiger Sicht- und Lebensweisen. Im Ergebnis, so zumindest in Brüssel, führt diese Art der Kunstproduktion auch zu einer gesteigerten Publikumsentwicklung, da sich viele gesellschaftliche Gruppen direkt adressiert und einbezogen fühlen.

Besondere Schubkraft erlebt die Debatte um Integration und Öffnung aber gegenwärtig vor dem Hintergrund der stärker werdenden Flüchtlingsströme nach Mitteleuropa und die berechtigte Frage danach, wie Kulturpolitik gedenkt, auf diese Entwicklung zu reagieren. An dieser Stelle sei zur Vertiefung auf den Beitrag von Gernot Wolfram in diesem KM Magazin verwiesen, der sich explizit mit dem Thema Flüchtlinge befasst und wie das Kulturmanagement darauf reagieren kann. Zudem sei auf den Thüringer Kulturminister und Chef der Staatskanzlei, Prof. Dr. Benjamin-Immanuel Hoff, verwiesen, der jüngst auf dem 5. Thüringer Kulturforum konstatierte, dass er den Zuzug von Flüchtlingen als Chance für die Kultur begreifen würde und dass der Kulturbereich dem Rechnung tragen müsse, indem er sich stärker dem interkulturellen Dialog öffne. Sicherlich kann dies nur orchestriert im Schulterschluss mit anderen Politik- und Handlungsfeldern (insb. der Einwanderungs-, Sozial-, Bildungs- und Wirtschaftspolitik) funktionieren, da Kunst und Kultur mit einer entsprechenden Aufgabe allein überfordert würden.

Vierorts gibt es inzwischen Erfahrungen in der Einbeziehung von Migranten als Publikum, Produzenten und Gestalter. Sicherlich sind diese aber noch ausbaubar und werden nicht allerorten praktiziert – man denke nur an die ländlichen Räume in Deutschland, die aber zukünftig viele Flüchtlinge aufnehmen werden. Was heißt das nun konkret? Wie können weitere Schritte aussehen und wie kann ein Konzept gestaltet werden, dass all die genannten

⁶ Kuyl, Ivo (2011): Vom Nationaltheater zur städtischen Plattform, in: Goebels, Heiner/Mackert, Josef/Mundel, Barbara (Hg.) (2011): HEART OF THE CITY. Recherchen zum Stadttheater der Zukunft. Arbeitsbuch 2011, Berlin: Theater der Zeit, S. 116–122.



... Equity

Ansätze und Erfordernisse vereint oder zumindest eine Grundhaltung anbietet, die sich mit dem Innen und Außen von Kunst- und Kulturproduktion sowie -vermittlung beschäftigt und dabei die Gesamtgesellschaft im Auge hat? Hier lohnt abermals der Blick in den angelsächsischen Raum, in dem sich – vor allem in den USA – das sogenannte „Equity“-Konzept durchsetzt. Dieses stellt stets die Frage, ob tatsächlich alle gesellschaftlichen Gruppen Zugang zu den kulturellen Angeboten ihrer Region haben und diese mitgestalten können – damit sind tatsächlich alle Ebenen gemeint, die physische, sprachliche und mentale, um nur einige zu nennen. So heißt es auf den Internetseiten des Regional Arts & Culture Council in Portland: „Arts and culture help spark conversations, spur social change and make our community strong. But too many of our residents – including communities of color, immigrants and refugees, and people with disabilities – experience vast disparities in terms of access to publicly funded services, including arts and culture. RACC is committed to ensuring that everyone in our region has equal access to arts and the fundamental right to express their culture through the arts.“⁷

Im Prinzip liegt hier eine These zugrunde, wie man sie bereits aus den Konzeptionen der Barrierefreiheit kennt, dass eine möglichst große Zugänglichkeit allen potenziellen Zielgruppen entgegenkommt – wenngleich eine umfangreiche Barrierefreiheit in den seltensten Fällen möglich ist. Allerdings geht es darum, diese stets als Grundprinzip anzustreben. „Equity“ reicht allerdings über den Aspekt der Zugänglichkeit hinaus und impliziert zum Beispiel auch die Notwendigkeit, vermehrt Personen aus denjenigen Zielgruppen in Kultureinrichtungen einzustellen, die man wieder oder erstmalig für seine Kulturangebote gewinnen möchte. Erst dann ist „Equity“ von innen und außen hergestellt und erst dann kann gegebenenfalls ein authentisches, aufrichtiges und integratives Audience Development gelingen.

Sicherlich ist dieser Ansatz ausgedehnter vorzustellen und kritisch zu diskutieren. Er ist begrifflich zu schärfen und bestimmt sind auch Fragen wie Kunstfreiheit oder Qualitätsentwicklung in den angestrebten partizipativen Settings zu ventilieren. Dieser Beitrag versteht sich als Plädoyer für eine frühzeitige Beschäftigung mit diesem Konzept, da es als Chance für eine gesellschaftsorientierte Kulturpolitik und -entwicklung verstanden sowie über die bisherigen Zugänglichkeitsdebatten hinausreichen kann. Zugleich stellt es Anforderungen an ein integratives struktur-, konzept-, vermittlungs-, akteurs- sowie gesellschaftsbezogenes Agieren, das insbesondere durch ein zeitgemäßes Kulturmanagement geleistet werden kann, wenn es stärker auf die Gestaltung entsprechender Schnittstellen und Zwischenräume ausgerichtet wird. Dafür scheint es höchste Zeit zu sein.⁸¶



⁷ <http://www.racc.org/about/equity>. Hier finden sich auch viele weitere nützliche Informationen zum Thema »Equity«. Ich danke meinem Kollegen Bill Flood für diesen Hinweis.

⁸ Vgl. hierzu Föhl, Patrick S./Wolfram, Gernot (2014): Meister der Zwischenräume, in: swissfuture. Magazin für Zukunftsmonitoring, 03/14, S. 26–32.