

Norbert Sievers	02	Zwischen Angebot und Nachfrage Das Janusgesicht der Kulturpolitik
Pius Knüsel	09	Langes Werben, zäher Widerstand Neue Paradigmen für die Kulturförderung?
Martyn Brabbins	15	Das perfekte Konzert Mit Takt zum Erfolg
Isabelle Mili	18	«Wenn tausend Kinder aufstehen» Das Musikgehör von morgen
Florian Rötzer	22	Vom Beobachter zum Mitspieler Über das wachsende Interesse am Interaktiven
Giorgio von Arb, Walter Fähndrich, Elodie Pong/ Frank Hyde-Antwi, Bruno Steiger, Ursula Meier	26	Für wen eigentlich? Künstlerinnen und Künstler erklären und befragen ihr Publikum
Georg Kohler	32	Kunst – Publikum – Demokratie Varianten einer schwierigen Beziehung
Isabelle Rüf	38	Von der Kritik zum Tipp Literatur auf dem Kulturmarktplatz
Marion Graf	42	Der Leser als Sonderfall Zielpublika in einem mehrsprachigen Land
Roy Schedler	46	Mit den Augen des Kollektivs Wie individuell ist unser Geschmacksurteil?
Beate Engel	52	Mischformen und Schnittmengen PROGR – Das Kulturlabor am Standort Bern
Andreas Kotte Frank Gerber	54	Zum Davonlaufen? Das Theater um die Theaterkrise

Fotoserie
Caroline Minjolle



Zwischen Angebot und Nachfrage Das Janusgesicht der Kulturpolitik

Norbert Sievers



Sind die kulturpolitischen Entscheidungsträger noch zu sehr dem Denken vergangener Jahrzehnte verhaftet? Einem Denken, wonach der Förderung von kulturellen Angeboten das Interesse und die Nachfrage des Publikums schon folgen werden? Norbert Sievers, Geschäftsführer der «Kulturpolitischen Gesellschaft» Deutschlands, über die neuen Herausforderungen der Kulturpolitik I

«Das Publikum hat ein Recht darauf, nicht zu bekommen, wonach es verlangt.»

(Theodor W. Adorno)

Wer sich die gegenwärtige kulturelle und kulturpolitische Situation bzw. die öffentlichen Meldungen darüber in Deutschland vergegenwärtigt, ist konfrontiert mit einem widersprüchlichen Bild: Während Ausstellungen wie die MoMA in der Berliner Nationalgalerie oder Tutanchamun in der Kunst- und Ausstellungshalle des Bundes in Bonn im vergangenen Jahr und viele aktuelle Präsentationen dieser Art Besucherrekorde feiern, wächst in den öffentlich finanzierten Theatern, Opern und Konzerthäusern die Sorge vor der Überalterung des Publikums und einem nachlassenden Besucherinteresse. Kulturpolitiker können stolz darauf verweisen, dass seit den 1960er Jahren durch den Erfolg der Neuen Kulturpolitik eine Verzehnfachung der Institutionendichte erreicht worden ist, und konstatieren gleichzeitig einen Begründungsnotstand und permanenten Rechtfertigungsdruck ihres Ressorts. Eine Disziplin, die vor noch nicht allzu langer Zeit mit einem Überschuss an Ideen und Kreativität von sich reden gemacht hat und ihr Engagement als Gesellschaftspolitik verstand, beklagt heute eine Wagenburgmentalität und diskutiert über Grundversorgung. Diese paradoxen Befunde sind typisch für das Politikfeld Kultur – es oszilliert zwischen Omnipotenzphantasien und Marginalitätsromantik. Die Realität zwingt derzeit indes zur Besinnung. Nachdem das öffentliche Geld knapp geworden ist und viele öffentliche Leistungen auf dem Prüfstand stehen, gerät auch der «Rechtfertigungskonsens» (Gerhard Schulze) der Kulturpolitik unter Druck. Sie muss sich als öffentliche Aufgabe neu begründen. Dabei spielt das Publikum eine zentrale Rolle.

Kulturelles Interesse – eine knappe Ressource:
Die öffentlich geförderte Kunst und Kultur, sei es

in den Theatern, Konzerthäusern, Museen oder Bibliotheken, braucht Zuschauer und Nutzer, um ihre gesellschaftliche Funktion wirksam erfüllen zu können. Aus ihrem Vermittlungsanspruch kultureller Werke und Inhalte bezieht die öffentliche Kulturförderung einen Teil ihrer Legitimation. Hinzu kommt, dass die Einnahmen aus dem Verkauf von Eintrittskarten als Eigenanteil an der Finanzierung der Kultureinrichtungen und -programme für ihre wirtschaftliche Stabilität immer wichtiger werden. Schon deshalb gewinnt das Thema «Publikum» an Bedeutung. Dem wachsenden Bedarf, Häuser und Veranstaltungen mit Publikum zu füllen, steht jedoch die Erfahrung gegenüber, dass das kulturelle Interesse kein unbegrenzt verfügbares Gut ist, sondern eine knappe Ressource, um die sich viele Anbieter bemühen. Die Ausweitung des öffentlichen Kulturangebotes im Zuge der Neuen Kulturpolitik, die Konkurrenz der privaten Anbieter im Freizeit- und Kulturbereich und vor allem die Aufmerksamkeit, welche die Medien an sich binden, haben eine neue Situation geschaffen: Die Wahlmöglichkeiten der potentiellen Kulturnutzer sind enorm gestiegen. Die Folge ist, dass das Interesse an Kultur geteilt wird. Dem quantitativen Wachstum und der Vielfalt der Angebote steht heute eine differenzierte Nachfrage gegenüber, aber nicht unbedingt eine angemessene Vermehrung der Teilnehmer/Nutzer insgesamt. So haben etwa die Zeitbudgeterhebungen des Statistischen Bundesamtes in den Jahren 1991/92 und 2001/02 ergeben, dass es in dieser Zeit kein signifikantes Wachstum des kulturellen Interesses gegeben hat (s. Ehling 2005). Im internationalen Vergleich ist offenbar sogar eine negative Tendenz, also ein geringerer Zeitaufwand für kulturelle Aktivitäten, zu beobach-

ten. Eine entsprechende Entwicklung wird für Deutschland prognostiziert. Diese Befunde sind um so bemerkenswerter, als sich die Voraussetzungen für kulturelle Partizipation (mehr Kaufkraft, mehr Freizeit, höhere formale Schulabschlüsse und vor allem ein überproportionaler Anstieg der Angebote) in den letzten Jahrzehnten erheblich verbessert haben. Was bleibt, ist die ernüchternde Feststellung, dass die Verbesserung der Rahmenbedingungen offenbar nicht mit einer allgemein wachsenden kulturellen Beteiligung korrespondiert. Sicherlich konnte im Rahmen der angebotsorientierten Neuen Kulturpolitik seit den 1970er Jahren in vielen westeuropäischen Ländern ein neues Interesse für Kultur entwickelt werden, das sich auch in einer konkreten Zunahme der Besuchszahlen nachweisen lässt, aber das grosse Ziel, alle Bevölkerungsgruppen an dem öffentlichen Kulturangebot teilhaben zu lassen, wurde nicht annähernd erreicht. Noch immer bleibt die Hälfte der Menschen aussen vor, und nur 5-10% der Bevölkerung bilden den Kern der Vielnutzer. Dies ist hierzulande nicht anders als anderswo. Für Frankreich und für die Schweiz etwa wird der gleiche Zusammenhang festgestellt: Die beteiligungsrelevanten Parameter (s.o.) haben sich positiv entwickelt, aber es sind auch hier immer noch allenfalls 50 Prozent der Bevölkerung, die das öffentlich finanzierte Kulturangebot überhaupt wahrnehmen (s. Berardi/Effinger 2005). In der Konsequenz bedeutet dies hier wie dort, dass ein vergleichsweise kleiner Kreis von Menschen immer mehr Kulturangebote auf öffentliche Kosten in Anspruch nimmt.

Die Tatsache, dass das kulturelle Interesse der Bevölkerung offenbar nicht mit dem Angebot gewachsen ist, ist an sich schon ernüchternd. Eben-

so irritierend wie dies ist jedoch ein Zusammenhang, auf den der Soziologe Gerhard Schulze in seinem vielzitierten Buch *Die Erlebnisgesellschaft* Anfang der 1990er Jahre hingewiesen hat. Er zeigt darin, dass das kulturelle Interesse und die Motivation zur kulturellen Teilhabe bei immer mehr Menschen durch das Bedürfnis geprägt ist, etwas zu erleben, gut unterhalten zu werden etc. Diese Tatsache muss die (Neue) Kulturpolitik, die nun schon seit über dreissig Jahren den Anspruch der ‚Vermittlung‘ als zentrale Legitimationsformel ihres öffentlichen Bemühens ausweist, nachdenklich stimmen. Wenn die Adressaten ihrer Vermittlungsbemühungen partout auf ihre ‚Erlebnissrationalität‘ bestehen, den Bildungsanspruch hinten anstellen und *«sich an Angeboten vergnügen, die offiziell nicht für das Vergnügen gedacht sind»* (Schulze), dann steht das im Widerspruch zu den erklärten Zielen der Kulturförderung. Offenbar klafft zwischen der Rationalität der Nachfrageseite (Erlebnisorientierung) und dem Selbstverständnis der Anbieter (Bildung, Aufklärung, Vermittlung) eine Lücke, die sich zu einer legitimatorischen Belastung für die Kulturpolitik auswachsen kann, weil nicht mehr offensichtlich ist, warum ein Kulturangebot öffentlich und nicht privat vorgehalten wird. Erschwerend kommt hinzu, dass aus der Perspektive der Erlebnisnachfrager offenbar kein Unterschied zwischen öffentlich und privat produzierten Erlebnisangeboten besteht. Die Kulturforschung bestätigt diesen Trend schon seit langem. Sie hat dafür den Begriff des ‚Kulturflaneurs‘ geprägt und beschreibt damit einen Typus, für den der ‚beiläufige Kulturkonsum‘ mit wechselnden Präferenzen charakteristisch ist – unabhängig vom Status der Anbieter. Kulturpolitisch ist dieser Trend insoweit brisant, als er die

privilegierte Stellung der öffentlichen Einrichtungen aus dem Blickwinkel der Nutzer in Frage stellt.

Nachfrageorientierung als kulturpolitische Herausforderung: Notwendig ist ein Perspektivenwechsel von der angebots- zur nachfrageorientierten Kulturpolitik. Zu sehr sind die kulturpolitischen Entscheider noch einem Denken der vergangenen Jahrzehnte verhaftet, demzufolge der Setzung des Angebotes das Interesse und die Nachfrage schon folgen werden. Vorher danach zu fragen, war nicht üblich. Welchem Neubau einer Kultureinrichtung ist in den letzten Jahren schon eine solide Bedarfsermittlung vorausgegangen? Vor zwanzig Jahren war dies womöglich nicht notwendig, weil die Angebotslage eine andere war, heute sollten solche Entscheidungshilfen obligatorisch sein. Auch wenn durch neue Angebote Interesse generiert werden kann, so ist kulturelle Beteiligung doch keine nach oben offene Skala, sondern ein durch Motivation, Zeit und Geld begrenztes Gut, und diese Ressourcen sind – wie gesagt – knapp geworden. Richtiger wäre es, die individuellen Voraussetzungen für die Inanspruchnahme von kulturellen Angeboten durch ästhetische Erziehung und kulturelle Bildung direkt zu qualifizieren und das Marketing der Kultureinrichtungen zu verbessern, um dadurch mehr Nachfrage zu stimulieren und neue Bevölkerungsgruppen zu erreichen.

Bislang ist in dieser Hinsicht jedoch zu wenig geschehen. Zwar gibt es mittlerweile vielversprechende politische Absichtserklärungen und überzeugende Ansätze, Kinder und Jugendliche stärker an Kunst und Kultur heranzuführen, um das Kulturpublikum der Zukunft zu bilden. Vor allem im Zusammenhang mit der Schaffung von Ganztagschulen sollen neue Angebotsstrukturen entstehen. Aber welche Mittel werden dafür aufgewandt? Es bleibt in der Regel bei Modellversuchen, kurzzeitigen Massnahmen und einer eher symbolischen Politik, die zwar mit dem Thema «öffentlichkeitswirksam» spielt, aber das strukturelle und legitimatorische Problem offenbar nicht wahrnehmen will. Dabei liegt der Zusammenhang auf der Hand: Wenn es richtig ist, dass die kulturellen Präferenzen und Interessen im Kindes- und Jugendalter ausgebildet werden, dann kann dies vor dem Hintergrund der geschilderten Probleme nur bedeuten, dass aus den gut gemeinten Ansätzen eine konzeptionell durchdachte Politik wird, die mit ausreichenden Mitteln ausgestattet und umgesetzt wird. Und wenn es stimmt, dass die Teilhabesteigerung der ohnehin kulturinteressierten Menschen weitgehend ausgereizt ist, dann muss doch die Konsequenz sein, erneut den Weg

zu gehen, dem Diktum von Bert Brecht folgend, aus dem kleinen Kreis der Kenner einen grösseren zu machen.

Diese Aufgabe ist historisch nicht erledigt, nur weil sie schon seit dreissig Jahren auf der Agenda der Neuen Kulturpolitik steht. Die regulative Idee einer «Kultur für alle» hat ihre Überzeugungskraft und Relevanz noch lange nicht eingebüsst. Sie könnte vielmehr im Kontext einer aktivierenden Kulturpolitik, die im Sinne des «cultural empowerment» und «audience developments» zur Förderung der kreativen Selbsttätigkeit möglichst vieler Menschen beiträgt und für die bessere Zugänglichkeit der Kultureinrichtungen sorgt, neue konzeptionelle Impulse liefern und grössere Zustimmung für die Kulturpolitik begründen. In einigen europäischen Staaten hat man dies längst erkannt. In Frankreich haben der Staat und die Gebietskörperschaften (Région, Département, Communes) im Jahr 1998 vereinbart, die Vergabe von Fördermitteln an Massnahmen der Kulturvermittlung und kulturellen Bildung zur Gewinnung neuer Publika zu koppeln. Ferner wurden im Sinne dieser neuen Politik («médiation culturelle») öffentliche Stellen mit der Aufgabe der Kulturentwicklung geschaffen, die den Kultureinrichtungen professionelle Hilfe anbieten konnten. Auch wenn es an der Umsetzung offenbar haperte, spiegelt sich darin doch der kulturpolitische Perspektivenwechsel von der Verbreiterung des Angebots hin zur Publikumsorientierung (s. Bérardi/Effinger 2005). In Österreich haben Ansätze der Kunst- und Kulturvermittlung schon eine längere Tradition und werden in staatlich geförderten Einrichtungen systematisch weiterentwickelt, seit 2004 etwa im Verein KulturKontakt Austria (s. Giessner 2005). Und aus der Schweiz (s. z.B. Lampis 2005) schliesslich sind ebenfalls neue Aktivierungsformen im Kunst- und Kulturbereich bekannt, die regional zu beeindruckenden Erfolgen geführt haben.

Konsequenter als in den kontinentalen europäischen Ländern ist man allerdings in England vorgegangen. Dort hat die nationale Agentur zur Förderung von Kunst und Kultur, der Arts Council England, ein auf fünf Jahre angelegtes Programm handlungsorientierter Forschung («New Audiences Programm») aufgelegt, das mit 20 Millionen Pfund ausgestattet war und von 1998 bis 2003 lief. «Zentrales Anliegen war es, so viele Menschen wie möglich – und zwar aus allen sozialen Gruppen und jedweden Werdegangs – zu ermutigen, an Kunst und Kultur teilzunehmen und aus dieser Erfahrung Nutzen zu ziehen.» (von Harrach 2005) Im Rahmen dieses Programms wurden 1157 Projekte aller Kunst- und Kulturformen gefördert und viele davon evaluiert, um die Erfahrungen weitergeben zu können

(s. www.artscouncil.uk/newaudiences). Auch in Zukunft will der Arts Council die Kultureinrichtungen in ihrem Bemühen unterstützen, hohe künstlerische Qualität an ein breites Publikum aus allen gesellschaftlichen Schichten zu vermitteln und sich konsequent besucherorientiert auszurichten. Er ist davon überzeugt, dass sie nur so im 21. Jahrhundert überleben können.

Was für England gilt, muss für Deutschland nicht in gleicher Weise gelten. Die Tradition und das System der öffentlichen Kulturförderung beider Länder unterscheiden sich zu sehr. Dennoch ist auch für die deutsche Situation evident, dass die Angebotsorientierung früherer Jahrzehnte ergänzt werden muss durch nachfrageorientierte Konzepte. Andererseits: Soll Kulturpolitik nicht gerade das fördern, was es schwer hat – auch beim Publikum? Verfehlte sie nicht ihren öffentlichen Auftrag, wenn sie die Kunstinstitutionen dazu aufforderte, sich in ihren Programmen stärker an dem Geschmack und den Vorlieben der kulturinteressierten Menschen zu orientieren? Wie kann Kulturpolitik der Falle entgehen, entweder ihrer demokratischen Legitimation durch elitäre Exklusivität verlustig zu gehen oder durch die Förderung populärer Angebote sich den Vorwurf einzuhandeln, privaten Anbietern unlaute Konkurrenz zu machen? Dieses Dilemma beherrscht schon jetzt die kulturpolitischen Debatten und wird sich verschärfen, wenn künstlerische Werke und kulturelle Angebote als handelbare Güter deklariert werden, was sowohl die EU als auch die Welthandelsorganisation (WTO) gerne durchsetzen würden. Vieles spricht dafür, dass Kulturpolitik ihren Legitimationshaushalt neu aufstellen muss und dabei keinen leichten Stand haben wird. ─

Norbert Sievers, Dr. phil I., geb. 1954, Studium der Soziologie in Bielefeld, seit 1982 erst als Sekretär, später als Geschäftsführer der Kulturpolitischen Gesellschaft e.V. (inkl. Institut für Kulturpolitik und Cultural Contact Point) tätig; darüber hinaus Geschäftsführer des Fonds Soziokultur und Vertreter der Kulturpolitischen Gesellschaft im Deutschen Kulturrat (Rat für Soziokultur und kulturelle Bildung); Mitglied des Vorstands des Haus der Kultur.

Im Text erwähnte Literatur:

- Schulze, Gerhard: *Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart*, Frankfurt/M. 2000/1999
- Mandel, Birgit (Hrsg.): *Kulturvermittlung – zwischen kultureller Bildung und Kulturmarketing. Eine Profession mit Zukunft*. transcript Verlag, Bielefeld 2005
- Institut für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft (Hrsg.): *Jahrbuch für Kulturpolitik 2005*, Thema: *Kulturpublikum*, Bonn/Essen 2005
- Bérardi, Jean-Charles/Effinger, Julia: *Kulturvermittlung in Frankreich*, in: Mandel, Birgit (Hrsg.), a.a.O., S. 73-84
- Ehling, Manfred: *Zeit für Freizeit und kulturelle Aktivitäten. Ergebnisse aus Zeitbudgeterhebungen*, in: Institut für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft (Hrsg.), a.a.O., S. 87-97
- Giessner, Ulrike (2005): *Ansätze der Kunst und Kulturvermittlung in Österreich*, in: Mandel, Birgit (Hrsg.), a.a.O., S. 84-97
- Harrach, Viola von: *Audience Development in England*, in: Mandel, Birgit (Hrsg.), S. 65-73
- Lampis, Antonio: *Publikumsentwicklung als Ziel: neue Aktivierungsformen im Kunst- und Kulturbereich*, in: Institut für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft, a.a.O., S. 423-430
- Unter dem Titel *publikum.macht.kultur*. fand am 23./24. Juni 2005 in Berlin der Dritte Kulturpolitische Bundeskongress der Kulturpolitischen Gesellschaft Deutschlands und der Bundeszentrale für politische Bildung statt. Mehr dazu unter www.kupoge.de.



Langes Werben, zäher Widerstand

Neue Paradigmen für die Kulturförderung?

Pius Knüsel

Gut möglich, dass wir uns irren: Darin, dass für die Kultur, die wir mit staatlichem Geld fördern, sich je eine Mehrheit interessieren könnte. Dass jemand anders als die tonangebende Minderheit je davon profitieren würde. Bitter das Eingeständnis nach 30, nach 100 Jahren Kulturpolitik, dass unsere Kunst nicht das Zaubermittel ist, das sich selbst beliebt macht. Dass das grosse Publikum oft wegbleibt. Da kann nur radikales Umdenken weiterhelfen. Pius Knüsel, Direktor der Schweizer Kulturstiftung Pro Helvetia, sucht einen Ausweg aus der Rechtfertigungsfalle I

Politik ist eine Bühne, und derzeit wird in der Schweiz das Stück «Kulturpolitik» gegeben. Darin spielt Pro Helvetia ohne Zweifel eine Hauptrolle. Nicht wegen ihres geringen Gewichtes – mit 33 Millionen Franken Bundessubventionen trägt sie nur gerade 1,5% zum gesamten öffentlichen Kulturretat dieses Landes von rund 2 Milliarden bei. Vielmehr wegen ihrer Rolle als ältestes kulturpolitisches Organ dieses Landes und wegen ihrer exponierten Lage als autonome Instanz, in der sich politische Anliegen mit kulturellen kreuzen. In dieser Rolle geniesst Pro Helvetia in jüngster Zeit enorme Aufmerksamkeit. «Kulturpolitik», in den 90er Jahren als Schlafmittel gehandelt, hat sich, wenn nicht zu einem Drama, so doch zu einer Tragikomödie entwickelt, deren Episoden auf den Frontseiten der Zeitungen stattfinden.

Das Publikum in diesem Theater besteht aus zwei Gruppen: den zeitgenössischen Kulturschaffenden und Veranstaltern einerseits, unmittelbare Nutzniesser der Kulturförderung, die für bessere Arbeitsbedingungen kämpfen und denen die Furcht vor Kürzung und Kahlschlag im Nacken sitzt, und den Politikern andererseits, denen Zweifel an Sinn und Nutzen der gegenwärtigen Kulturförderung auf die Stirn geschrieben stehen. Für Spannungsanstieg sorgen verschiedene äussere Faktoren: die Mittelknappheit der öffentlichen Haushalte und die damit verbundenen Umverteilungskämpfe, die Verschiebung des politischen Schwerpunktes nach rechts, die durch die Weltwirtschaft unter-

grabene Souveränität der Nationalstaaten, damit verbunden das Schwinden der staatlichen Gestaltungskraft, die schwache Position der Intellektuellen in einer vom ökonomischen Diskurs beherrschten Welt. Dazu kommen ein paar explosive Tatsachen aus dem Kulturbereich selbst. Zwar hat die Kulturpolitik es geschafft, binnen 40 Jahren die Zahl der Kulturinstitutionen zu verzehnfachen. Allein, das aktive Publikum hat sich nicht verzehnfacht; der Ausbau des Angebots hat vor allem die Nutzungsfrequenz des ohnehin kulturbegeisterten Publikums angehoben; und er hat die Zahl der Produzierenden anschwellen lassen. Die Vermehrung der Institutionen hat zu einem Konkurrenzkampf geführt, der nur mit mehr Mitteln und aufwändigeren Produktionen zu bestehen ist. Und, ähnlich dem Gebührenfernsehen, zu einer Anpassung an die aggressiven privaten Anbieter, deren Zahl im subventionierten Umfeld ebenso wuchs. Damit geraten die öffentlichen Einrichtungen zunehmend in Legitimationszwang: Weshalb soll die Öffentlichkeit bezahlen für Leistungen, die andere selbsttragend erbringen? Eignigkeit herrscht: Wir leben in einem Überangebot, von dem die wenigen – die Gebildeten und die Wohlhabenden – profitieren, während die vielen vor dem Bildschirm sich vergnügen. Wir nähern uns dem Ende der Kulturseligkeit – dem Ausgang aus jener Epoche, welche mit Kultur die Wunden dieser Welt glaubte heilen zu können. Deren Dogma sich in die Worte des ehemaligen

Direktors des Goethe-Instituts, Hilmar Hoffmann, fassen lässt: Es kann gar nie genug Kultur geben. Die mit Kultur aber doch nicht mehr als einen erweiterten humanistischen Kanon meinte.

Ein Wort des Trostes: Die Frage, wie wir Kunst und Volk zusammenbringen, ist mindestens so alt wie die bürgerliche Kultur selbst. Friedrich Wilhelm Schmidt, deutscher Theaterdirektor der Goethezeit, schrieb in seinen Memoiren: «Ausser dem Dichternamen ›Schiller‹ bewirkte bei uns noch derjenige von ›Goethe‹ und ›Lessing‹ unfehlbar ein leeres Haus.» Auch Johann Wolfgang von Goethe selbst, während 26 Jahren Theaterdirektor zu Weimar, füllte seinen Spielplan nur zu 5% mit aufklärerischen Stücken. Die restlichen 95% bestanden auch bei ihm aus Singspielen, leichten Komödien, Schwänken – dem, woran das breitere Publikum gefallen fand.

Die Utopisten der Kulturpolitik: Die Überhöhung der Klassik zu einer kulturellen Norm erfolgte erst in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts im Kontext einer sich erstmals entwickelnden Kulturpolitik. Das aufstrebende Industriebürgertum formulierte sich kulturell zuerst in den literarischen, den Musik- und Kunstsalons zwischen Berlin und Paris, wo es den modernen Kunstbegriff schuf. Die humanistische Bildung des Menschengeschlechtes wurde zu einer Aufgabe des republikanischen Staates. Am sichtbarsten manifestierte sie sich in kulturellen Institutionen, die machtvolle Repräsentation mit moralischer Autorität verbänden und alsbald den Löwenanteil der – erstmals aus Steuergeldern finanzierten – Kulturbudgets verschlangen. Als Erziehungsprojekt setzte die neue bürgerliche Kultur sich auf diese Weise von der höfischen ab.

Gegen die einseitige Verwendung öffentlicher Gelder für die ›Selbstdarstellung der herrschenden Klasse‹ wehrten sich die 68er. Mit ihnen brach die utopische Phase der Kulturpolitik an. *Kultur für alle* lautete das Schlagwort, das humanistische Erbe sollte demokratisiert, die Mauern der Hochkultur für breite Bevölkerungsschichten geöffnet werden. Kultur selbst galt als ein Ferment der Gerechtigkeit, je kultureller eine Gesellschaft, umso höher ihr Entwicklungsstand, umso weniger ausbeuterisch die Verhältnisse. Unter den Titeln Alternativ- und Soziokultur wurden neue gesellschaftliche Gruppen eingemeindet, wurde Populärkultur als relevanter Ausdruck von Existenzgestaltung rehabilitiert und unterstützungsfähig. Partizipation war ein Schlüsselbegriff: Kulturpolitik sollte in erster Linie der Bürgerin und dem Bürger aktive Teilnahme an der kulturellen Produktion ermöglichen. Hatte die bürgerliche Kulturkonzeption von oben nach unten funktioniert, so wollte die fortschrittliche von unten nach oben wirken.

Doch was die Utopisten der Kulturpolitik schliesslich schafften, war nicht die Umkehr des Kulturbegriffs – Volkstheater statt Oper, Pop statt Klassik! –, sondern bloss seine Ausdehnung. Zwischen Genf und St. Gallen entstanden neben den traditionellen die alternativen Kulturzentren; Einrichtungen der kulturellen Erwachsenenbildung boomten. Über diesen Umweg gelang es, die Zahl der am Kulturleben partizipierenden Bürgerinnen und Bürger tatsächlich zu erhöhen. Doch der Zuwachs an Nutzniessern hinkte hinter dem Wachstum der Kulturausgaben her. Die bürgerlichen Kulturinstitutionen überlebten den ideologischen Ansturm unbeschadet. Allenfalls modernisierten sie im Rahmen des Generationenwechsels ihre Bühnenästhetik. Doch damit täuschten sie nur

kurzzeitig Popularisierung vor. Zwischen Alternativ- und Hochkultur entstand überdies eine breite Kategorie neuer, der intellektuellen Avantgarde verpflichteter Kulturhäuser zwischen Kunsthalle und Tanzbühne.

Kultur für alle? Der utopistische Ansatz hat Kunst nicht beliebter gemacht. Im Gegenteil, mit der starken Gewichtung des experimentellen, autoreferentiellen Schaffens hat er sie in den Elfenbeinturm zurückgestossen. Die breite Öffentlichkeit war dem bürgerlichen Erziehungsprojekt ferngeblieben, und sie ignorierte auch das moderne. Hingegen folgt sie willig dem Ruf der Erlebniskultur, des Internets, der kommerziellen Opposition. Als Reaktion verfügte das kulturelle Establishment eine noch schärfere Trennung zwischen Kunst und Unterhaltung, zwischen Geist und Kommerz. Kulturpolitik, eben noch auf Breite angelegt, verengte sich auf die Förderung der Kulturschaffenden, auf Seinshilfe für das Schwierige und Unverständene. Vom Publikum zu reden, ist unversehens gefährlich. Wer es tut, ist der Anbieterung an den Massengeschmack verdächtig. Wer Erfolg als relevantes Kriterium betrachtet, macht sich der wirtschaftlichen Zensur schuldig. Wer Wirkungsanalyse betreibt, untergräbt die Zweckfreiheit der Kunst. Ihren Endpunkt hat diese Entwicklung darin gefunden, dass wahre Kunst nur noch dort sein kann, wo auch *Subvention* ist. Alles ausserhalb ist Kommerz, Folklorismus oder Laienkultur. Damit hat der heute gültige Kulturbegriff wieder dieselbe segregierende Kraft wie früher erlangt. Damals war ausgeschlossen, dass etwas ausserhalb des humanistischen Kanons je Kunststatus erreichen würde. Noch Ende der 70er Jahre bestritt der Zürcher Stadtpräsident, dass Rockmusik Kultur sei. Heute ist es so, dass ausserhalb des durch die

Kulturförderer verwalteten Kunstsystems kaum Kunst entstehen kann.

Pech für uns Kulturverwalter, dass das grosse Publikum *ausserhalb* zu Hause ist. Die Politik, mit der Evaluation der Staatstätigkeit im weitesten Sinne befasst, konstatiert: Nur etwa 5% der Bevölkerung nutzen die kulturellen Angebote intensiv, 45% selten, 50% nie. Die eben publizierte Statistik zum Freizeitverhalten 2003 der Schweizer besagt, dass 80% nie oder nur sehr selten Theater, Oper oder Museen von innen sehen. Auch dem Kino geht's mit 71% (Fast-)Abstinenten nicht besser.

Die doppelte Antwort: Die helvetische Politik, um gesellschaftlichen Nutzen bemüht, formuliert darauf eine doppelte Antwort. Sie verlangt – deutlich gemacht im Entwurf für das erste Schweizer Kulturförderungsgesetz auf Bundesebene – mehr Vermittlung und erleichterten Zugang zur Kultur. Vermittlung bedeutet im Klartext verstärkte Bemühungen, um das Kunstwerk zum vermuteten Publikum zu bringen; erleichteter Zugang induziert Massnahmen, die auf Seiten der Konsumenten Schwellen abbauen und Kunst und Kultur in Griffnähe rücken. Verkürzt: neben die traditionelle Angebots- tritt nun die Nachfrageförderung. Sieht so der Ausweg aus der Sackgasse aus? Auf den ersten Blick wirkt er sinnvoll und für die politische Rechtfertigung der Kulturpolitik unerlässlich. Auf den zweiten Blick erinnert der Ansatz an die Visionen aus den 70er Jahren, die ebenfalls die Vermittlung ins Zentrum rückten. Hier die abgehobene Sphäre der Kunst, dort das Publikum; mit verstärkter Anstrengung führen wir beide zusammen. Eine von der Kunst her gedachte Vermittlungspolitik allein schafft nur leichte Korrek-





turen am gegenwärtigen Zustand. Kultur bleibt in dieser Perspektive das wertvolle Produkt von Spezialisten, das der Staat besser vermarkten muss.

Am Geld liegt es nicht, dass vier Fünftel der Schweizer dem Kulturleben fern bleiben. Zürich verteilt seit Jahren Kulturgutscheine an die Jungbürger, für Gratisseintritt in die wichtigsten Kulturinstitutionen, inklusive Jazzclub und Theaterspektakel. Rücklauf auf Tausende? Ein Dutzend oder zwei. Die Beschäftigung mit Kultur muss einen sozialen Vorteil abwerfen, sie muss dem oder der Einzelnen Anerkennung in der Gruppe einbringen, sonst bleibt sie ein Strohfeuer. Das gilt auch für Intellektuelle. Seit je ist Kulturkonsum an soziale Distinktion gebunden, selbst die Geschichte der Kulturförderung beweist es. Deshalb gehen die einen ins Grand Théâtre, die anderen in die Kunsthalle, die dritten zum Rockkonzert, ins Fussballstadion. Sie manifestieren damit ihre soziale Positionierung, denn Kulturmodelle sind Lebensmodelle, die sich in der individuellen Biografie verändern können. Wer für Kylie Minogue fiebert, will genau nicht so sein wie der Operngänger, obwohl er fürs Konzertticket fast soviel bezahlt. Wer hinter den DJs her ist oder wer Radio hört, auch der hat – Kultur. In der eigenen Wahrnehmung.

Ein neuer Kulturbegriff?: Eine Kulturpolitik, die sich der Öffentlichkeit verpflichtet weiss, muss neu ansetzen. Eine weitere Vermehrung des Angebots kann keine Lösung sein, da nicht bezahlbar. Eine Ausdehnung der staatlichen Interventionszonen ebensowenig. Vielmehr gilt es, sich zu allererst auf den Kulturbegriff zu besinnen, der unserer alten wie der neuen Gesetzgebung zugrunde liegt. Er umfasst alle das Zusammenleben strukturierenden Verhaltensweisen. Er wölbt sich also über alle Bewohnerinnen und Bewohner jeder Nation. Als zweites muss die Politik sagen, welche Wirkungen sie mit Kulturförderung erzielen will – abgesehen davon, dass sie der Kunst einen Entwicklungsrahmen schafft. Wenn z.B. der ideale Citoyen kulturell gebildet ist, dann muss kulturelle Bildung einen Schlüsselplatz in den Lehrplänen aller Stufen einnehmen, lange vor Frühenglisch. Hier verzeichnen wir nur noch Rückschritte. Wenn Kultur Arbeitsplätze schaffen soll, dann müssen Produkte her, die Absatz finden. Wenn Kultur für das gesellschaftliche Gedeihen wichtige Werte – sagen wir Toleranz, Neugier, Vielfalt – transportieren soll, dann benötigen wir andere Qualitätsbegriffe für die künstlerische Produktion. Dann kann es nur am Rande um Avantgarde und das Schwierige gehen. Dann rücken Inhalte, verständliche Formen und Emotionen ins Zentrum. Wenn Kultur auch schöpferisches Ver-

halten meint, dann benötigen wir endlich eine Durchdringung von professionellem Schaffen und Laien.

Alle dafür? Vorsicht, eine solche Kulturpolitik rührte ans grosse Tabu des aktuellen Kunstbegriffs und würde, um weite Schichten zu erreichen, die Interessen der sogenannten kulturpassiven Mehrheit der Bevölkerung überhaupt einmal zur Kenntnis nehmen müssen. Nebenbei würde das die obigen Nutzungsstatistiken relativieren. Denn wie in der Kommunikation der Grundsatz gilt: Man kann nicht nicht kommunizieren, gilt auch für die Kultur: *Kein Mensch ist ohne*. In der Club-Music, am Computer, in den Weblogs, den Online-Games, den Jugendhäusern und den Amateurtheatern und Freizeitorchestern und den TV-Serien manifestiert sich genauso Kultur wie im experimentellen Video; ihre scheinbare Einfachheit behindert ihre Aussagekraft nicht, im Gegenteil. Erst recht auf dem Hintergrund des breiten Kulturbegriffs. Also muss eine zukunftsorientierte Kulturpolitik sich damit auseinandersetzen.

Auf neue Phänomene eingehen heisst, die Gewichte neu zu verteilen. In einem derart struktursensitiven, medial gut geschützten Sektor wie der Kulturproduktion wird das schwierig genug sein. Denn noch immer gilt: je mehr, desto besser. Institutionen zu schliessen ist undenkbar. Doch Verknappung wird im Interesse der Aufwertung und der substantielleren Förderung unumgänglich sein. Vieles können heute Private übernehmen; auch sie sind an Differenzierung interessiert. Eine künftige Kulturpolitik wird – nicht nur in einem multikulturellen Land wie der Schweiz – die Vielfalt der Publika über die Vielfalt der Werke setzen. Sie wird Verstehen fördern statt hermetisches Schaffen. Sie wird das Einfache beherzigen – kluge Botschaften müssen nicht kompliziert sein. Eine künftige Kulturpolitik wird die Beziehung zwischen Kunst und Bevölkerung von den Abnehmern her gestalten. Anbiederung an den Massengeschmack? Weit gefehlt. Beherrschung jener Medien, welche die kunstpassiven 80% der Bevölkerung beherrschen.

Distributionsmechanismen und Ökonomie: Nein, Internet selbst ist keine Kunstform. Und das mit Bundesmillionen entwickelte Förderprogramm *sitemapping* ist der klassische Ausfluss einer angebotsorientierten Politik: Wie machen wir unseren Künstlern die Nutzung des virtuellen Raumes als Produktionsort möglich? Diese Frage beantworten die Kulturschaffenden am besten selbst. Nein, die Kulturförderung hat das Internet verpasst. Mit nostalgischem Misstrauen betrachtet sie die Digitalisierung der kulturellen Produktion. Hörbücher sind ihr ein Graus. An der Download-

kultur für Musik schaut sie vorbei. Warum? Wäre nicht gerade das Internet jenes Medium, das sich hervorragend eignet, um die kulturelle Produktion in allen ihren elitären wie populären Formensamtsamterbe zugänglich zu machen in einem Medium, worin die Generation von morgen wie der Fisch im Wasser sich verhält?

Wer je den iTunes-Musicstore von Apple benutzt hat, ist verblüfft ob der Einfachheit des Modells. Er oder sie begreift sofort, warum dieses Geschäftsmodell zum Erfolg wurde. Wer je diesen Musicstore als Schweizer besuchte, ist enttäuscht: Die Schweizer Musikproduktion ist praktisch nicht vorhanden. Auch wenn Apple verspricht, mehr Schweizer Musik aufzunehmen, wird es immer nur ein Bruchteil des Schaffens im Lande sein. Wäre es da nicht Aufgabe der Kulturförderung, eine umfassende Schweizer Download-Plattform zu gestalten? Nein, nicht als erzieherisch inspirierter Staatsverlag, sondern als Teil von iTunes (oder eines anderen kommerziellen Anbieters)! Ich höre den Aufschrei bereits – und doch: Das Vertragsmodell wäre zu erarbeiten. Es setzte bei den Kulturförderern allerdings ein neues Wissen voraus; es benötigt Kenntnisse von Distributionsmechanismen und Ökonomie. Es wäre auch ein Abschied von zuweilen diskriminierenden Werturteilen. Ähnliches könnte für das Schweizer Kino, die Schweizer Literatur und Kunst gelten!

Letztes Jahr hat die Computerspiel-Industrie weltweit mehr umgesetzt als die Kinobranche. Diese Feststellung, die mehrfach durch die Medien ging, hat die Kulturverwaltung nicht erschüttert. Das Phänomen Computerspiel wird nicht einmal in den Analysen des Freizeitverhaltens der Schweizer abgerufen. Dabei ist klar, dass Computerspiele eine prägende Kulturform der Gegenwart sind. Dass jeder dritte Jugendliche sich intensiv damit beschäftigt. Und dass Games ganz wichtige Projektionsflächen sind für Verhaltensmodelle. Dass sie die Wahrnehmung prägen. Und ästhetische Modelle liefern. Warum gibt es keine relevante Schweizer Computerspiel-Produktion, kein Schweizer 3-D-Design? Und warum sind die intelligenten Spiele auf den Computern so rar? Ist es übertrieben, zu sagen, hier habe die Kulturförderung versagt – wie sie den Comic 30 Jahre lang verpasst hat? Auf jeden Fall liefern Myst & Co. das schönste Beispiel, dass die Förderung nicht dort spielt, wo das Publikum.

Gesellschaftliche Entwicklungspotentiale: Kultur kreiert Träume und Visionen. Kulturförderung aber kommt immer zu spät – fast immer. Der gesellschaftliche Umbruch, in dem wir stehen, wie die neuen Kulturgesetze geben uns die Möglichkeit, den Blick nach vorne zu wenden. Eine unüber-

schaubare Produktion, ein durch den Wegfall der Handelsschranken ver Hundertfaches Angebot an kulturellen Erzeugnissen, eine lärmige Konkurrenz der Events wecken den Wunsch nach Orientierung, nach Identifikation.

Für eine neue verantwortungsbewusste Kulturpolitik hiesse das, erstens die kulturelle Produktion aller Schichten zu würdigen und zu pflegen, die populäre Kultur mit Engagement und Intelligenz zu durchdringen, neue Verhaltensmuster rascher kulturell aufzuladen, Tradition, Lokalbezug und Innovation in ein ausgeglichenes Verhältnis zu setzen. Nicht das Werk stünde abstrakt im Zentrum, sondern das Publikum in der Vielfalt seiner Bedürfnisse und Kulturen.

Eine solche Politik brächte zweifellos grosse Umbrüche für die Kulturschaffenden mit sich, aber nicht weniger Arbeit! Auch für Pro Helvetia begänne eine völlig neue Etappe, weniger für die Auslandsarbeit als im Inland. Leitkriterien müssten Verständlichkeit und Authentizität sein; grösste Aufgabe wäre eine konsequente Entwicklung und Aufladung der populären Kulturformen. Mediale Plattformen als Zugangstore wären unerlässlich genauso wie ein Verbund von sozial differenzierten Veranstaltern als Produktionspartner. Von den Laien war schon die Rede; ein Training von Kulturvermittlern und -förderern wäre die edelste der neuen Aufgaben.

Kulturförderung erschliesst gesellschaftliche Entwicklungspotentiale. Diese liegen aber nicht allein in den Künstlerinnen und Künstlern. Sie schlummern auch in den Bürgerinnen und Bürgern. Eine Kulturpolitik, die nicht einfach Kunstpolitik sein will, eine Kulturpolitik, die sich von einer Romantik der ewig unverstandenen Minderheit verabschieden will, muss sich um das Publikum und seine Kultur kümmern. Es gibt gar keine andere Möglichkeit. ─

Pius Knüsel, geboren 1957 in Cham bei Zug, studierte Germanistik, Philosophie und Literaturkritik an der Universität Zürich. Freischaffender Journalist. Kulturredaktor des Schweizer Fernsehens bis 1992, anschliessend Direktor des Jazzclubs Moods in Zürich. Mitglied des Vorstandes des European Jazz Networks. Von 1998 bis 2002 Leiter des Kultursponsorings der Credit Suisse. Seither Direktor der Schweizer Kulturstiftung Pro Helvetia. Gelegentliche Lehrtätigkeit im Rahmen der Kulturmanagementlehrgänge an der Universität Basel und der Zürcher Hochschule Winterthur (z.w).

Das perfekte Konzert Mit Takt zum Erfolg

Martyn Brabbins

Wir sitzen im Konzert, leihen unsere Ohren wunderbaren Klängen und schauen den Musikern gebannt bei ihrer Arbeit zu. Dabei versinken wir in Meditationen oder versuchen zumindest, die in die Luft gezeichneten Hieroglyphen des Taktstockes zu entziffern. Was aber geht dem Vermittler zwischen Komposition, Orchester und Publikum durch den Kopf? Ein renommierter Dirigent und Festivalleiter gibt Auskunft |

Es ist bemerkenswert, wie viele Eigenschaften Konzertpublika in aller Welt miteinander gemein haben. Begeisterung für live aufgeführte Musik und die hoffnungsvolle Erwartung, Zeuge interpretatorischer Brillanz zu werden und musikalisch auf die Rechnung zu kommen, stehen dabei wohl an erster Stelle. Allerdings gehen die Meinungen weit auseinander in der Frage, was als brillante und musikalisch befriedigende Darbietung gelten darf. Jedes Publikum, jeder einzelne Konzertbesucher hat diesbezüglich seine ureigenen Ansichten. Die Wünsche und Erwartungen eines Publikums zu erfüllen, ist eine Herausforderung, der sich alle konzertierenden Künstler gerne stellen. Hätte ein Interpret nicht den Wunsch, dass seine künstlerische Vision gewürdigt, verstanden und schliesslich mit Applaus bedacht würde, würde ihm gewiss etwas Entscheidendes zum Künstler fehlen.

Ich lebe derzeit in einer musikalischen Doppelrolle – als vollzeitbeschäftigter Dirigent sowie als künstlerischer Leiter des *Cheltenham Music Festivals*. In letzterer Funktion beginne ich mir intime Kenntnisse eines ganz spezifischen Publikums anzueignen. Im Verlauf des 72 Konzerte umfassenden Festivals von 2005 besuchte ich über 50 Konzerte, dirigierte drei Konzerte und leitete eine Meisterklasse. Dieses Wissen aus erster Hand, diese enge Vertrautheit mit den Verhältnissen hat zwei sehr deutliche Vorteile.

Zum einen gewinnt man ein klares Bild davon, was dem Festivalpublikum gefällt, für welche Veranstaltungen viele Karten verkauft werden und

wie begeistert die Publikumsreaktion auf verschiedene Interpreten und Programmpunkte ausfällt. Mit diesen Informationen gewappnet, lässt sich mit grösserer Zuversicht ein Menü künstlerischer Darbietungen planen, das die Erwartungen eines loyalen Stammpublikums erfüllt.

Der zweite Vorteil besteht in der zuweilen deprimierenden Bestätigung der Tatsache, dass Publika flatterhafter sein können als erwartet und erhofft und dass sie einem unversehens die Unterstützung entziehen können, indem sie dem Ort des Geschehens fernbleiben. Nichts ist entmutigender als halbleere Säle!

Eine wichtige Aufgabe im Anschluss an das Festival besteht darin, sorgfältig die komplizierte Mischung von Elementen zu analysieren, die an der Entstehung eines Konzertes im Rahmen des *Cheltenham Music Festivals* beteiligt sind. Im weiteren gilt es, lange und konzentriert genug in die Kristallkugel zu starren, um zu versuchen, die Gründe zu verstehen, weshalb ein Konzert eben diese und keine andere Reaktion hervorrief, egal ob diese nun positiv oder negativ war. Diesen Prozess, in dem ich derzeit noch ein Novize bin, erlebe ich als sehr aufschlussreich und instruktiv, aber mitunter auch etwas verwirrend.

In den vergangenen 15 Jahren dirigierte ich ein paar hundert Erstaufführungen und habe mir dabei einen gewissen Ruf als Exponent und Anhänger der Neuen Musik erworben. In Anbetracht der Tatsache, dass ich Postgraduate-Kompositionsstudent war und einige Kompositionspreise gewonnen habe, ist das wohl nicht weiter er-

staunlich. Ich besitze ein Insiderwissen um die Seelenqualen, das vergossene Herzblut und die pure Knochenarbeit, die den Schöpfungsprozess einer neuen Komposition begleiten! Es dürfte Sie darum nicht überraschen zu erfahren, dass es unter meiner Ägide als Festivalleiter, der für den künstlerischen Inhalt des Programms verantwortlich ist, eine stattliche Zahl von Weltpremierer oder britischen Erstaufführungen in Cheltenham gab und noch geben wird (im Jahr 2005 hatten wir 16 Welt- und 7 UK-Premieren.).

Keine Sandwich-Lösung: Die Frage, auf die ich eine Antwort finden muss, lautet: Welches ist die beste Art, dem Publikum Neue Musik nahezubringen? In der Vergangenheit galt es als sichere Option, Neues als «Sandwich» zwischen bewährten, alten, bewunderten Meisterwerken zu präsentieren. Man holt das Publikum mit Mozart und Beethoven ab und hofft, a) dass die Leute auf ihren Plätzen bleiben, wenn das neue Werk gespielt wird, und b) dass das neue Werk nicht verhindert, dass das Publikum ein positives Konzerterlebnis mitnimmt und auch künftig solche Veranstaltungen besucht! Ich bin skeptisch, ob diese Sandwich-Lösung wirklich hilft, ein Publikum für Neue Musik heranzuziehen, oder ob sie nicht eher dazu beiträgt, dass das Publikum zeitgenössischen Werken gewissermassen «unter Vorspiegelung falscher Tatsachen» zuhört!

Ich verfolgte deshalb einen etwas anderen Kurs bei der Gestaltung des Programms von 2005 und präsentierte eine fokussierte Reihe mit Neuer Musik innerhalb des Hauptprogramms. Im Brennpunkt standen lebende Komponisten, von denen viele bei den Konzerten anwesend waren und die vor, während und nach den Aufführungen Referate hielten und Interviews gaben. Auf diese Weise erhielten die Konzertbesucher Gelegenheit, neben der musikalischen auch die menschliche Stimme verschiedener kreativer Künstler kennenzulernen. Es ist interessant zu beobachten, wie wortgewandt sich viele Komponisten über die verschiedensten Themen zu äussern verstehen. Leider stehen sie aber in unserer heutigen medienbewegten Welt nur selten als Wortführer der Kultur im Rampenlicht der Öffentlichkeit. Was ausserordentlich schade ist, weil es die Ghettonalität weiter fördert, von der die klassische Musik im allgemeinen und die zeitgenössische E-Musik im besonderen bedroht ist.

Ein Interview, das ich mit dem Composer-in-Residence Jonathan Harvey führte, hob einen wichtigen, aber oft übersehenen Aspekt des Konzerterlebnisses hervor. Ich befragte Jonathan zum Thema der Kreativität und insbesondere darüber, in wie weit alle Menschen kreativ seien. In seiner

Antwort gab Jonathan seiner Überzeugung Ausdruck, dass das Besuchen von Konzerten und das Erlebnis live aufgeführter Musik an sich einen kreativen Akt darstelle. Nicht nur eine passive Suche nach Genüssen. Der Zuhörer muss für das Zuhören Kreativität und Energie aufwenden. Er muss mit dem richtigen Ohrenpaar zuhören – denn es ist z.B. höchst unklug, Musik von Messiaen mit Ohren anhören zu wollen, die ausschliesslich auf Mozart eingestimmt sind!

Wenn also der Konzertbesucher diese Pflicht hat und er bereit ist, die Rolle des kreativen Zuhörers zu übernehmen, so obliegt es andererseits allen, die an der Durchführung des Konzerts in irgendeiner Form beteiligt sind – dem künstlerischen Leiter, der Administration, dem Management des Veranstaltungsorts und dem Interpreten –, als «Ermöglicher» für das Publikum zu wirken, indem sie eine angemessene Hörumgebung schaffen. Dies kann hunderterlei Dinge bedeuten, aber in jedem Falle gehören dazu eine sorgfältige Planung des Konzertprogramms, informative und ansprechende Programmtexte, Interviews mit lebenden Komponisten, sachkundige Einführungen in die Musik, insbesondere wenn diese wenig vertraut ist, und vor allem hochkarätige, kommunikative Aufführungen.

Ein Wunder hören: Obwohl es gefährlich ist zu spekulieren, bin ich überzeugt, dass ein Publikum ins Konzert kommt, weil es ein Wunder zu hören hofft – eine Aufführung, welche die Grenzen dessen übersteigt, was für möglich gehalten wurde, eine Interpretation, die das Werk gewissermassen von innen heraus verwandelt zu etwas, was sich bis zu diesem Augenblick noch nie jemand so vorgestellt hat.

Jeder Ausführende, ich selber eingeschlossen, hat den Wunsch, dem Zuhörer – bei vollkommener Treue gegenüber den im Notentext niedergelegten Absichten des Komponisten – eine unerhörte Klanglandschaft, Stationen einer emotionalen Entdeckungsreise, vor Ohren zu führen – wie Fussstapfen im Neuschnee oder wie ein vertrautes Bild, das aus einer ungewohnten Perspektive betrachtet wird.

Als Dirigent – und herausgehobener, etwas einsamer Führer – wird man nicht nur von seinem Publikum beobachtet und kritisch begutachtet, sondern auch von einer strenger urteilenden Kritikerschar – den Mitgliedern seines Orchesters. Diese sind schliesslich lauter «alte Hasen», die über einen gemeinsamen Erfahrungsschatz verfügen, den sich kein einzelner Dirigent in einem ganzen Leben aneignen kann. Dieses Dreieck von Dirigent, Orchester und Publikum ist ein komplexer lebender Organismus. Sich gegenseitig zu



nähren ist eine wichtige Aufgabe jedes Mitglieds dieser Gemeinschaft, desgleichen das gegenseitige Respektieren seiner Bedürfnisse, Wünsche und Fähigkeiten. Nur allzuoft gibt es fatale Mängel in einen oder anderen Aspekt dieser Beziehung, was unvermeidlich zu Katastrophen führt!

Lassen Sie mich abschliessend meiner inständigen Hoffnung Ausdruck geben, dass sich der gegenwärtige Trend zum Publikumsschwund im Bereich der klassischen Musik rückgängig machen lässt und dass Menschen in einflussreichen Positionen lieber früher als später das einzigartige Potential erkennen mögen, das die Musik besitzt – sowohl im rein ästhetisch-geistigen Bereich als auch als machtvoller Faktor für den sozialen Zusammenhalt, die kulturelle Entwicklung und die Bereicherung des Lebens jedes einzelnen. Denken Sie daran: Was sich nach dem Sturz der

Taliban als erstes wieder in den Strassen bemerkbar machte, war die Musik, die das afghanische Regime verbannt hatte! ┐

Aus dem Englischen von Ernst Grell

2005 absolvierte Martyn Brabbins sein erstes Jahr als künstlerischer Leiter des *Cheltenham International Festival of Music*.

1994-2005 war Brabbins stellvertretender Hauptdirigent des BBC Scottish Symphony Orchestra, 1999-2004 dirigierte er die Reihe *Music of Today* des Philharmonia Orchestra.

Nach Studien in London und Leningrad (bei Ilya Musin) gewann er 1988 den ersten Preis der Leeds Competition. Seither hat er die meisten grösseren Symphonieorchester Grossbritanniens dirigiert und ist auch im Ausland ein gefragter Gastdirigent.

Brabbins hat über 60 Aufnahmen eingespielt, davon 30 für das Label «Hyperion».

«Wenn tausend Kinder aufstehen»

Das Musikgehör von morgen

Von Isabelle Mili

Wie sensibilisiert und begeistert man junge Menschen für Orchester und Oper? Nach welchen Modellen arbeiten

Musik-Institutionen der zunehmenden Überalterung des Konzertpublikums entgegen? Isabelle Mili, Musikerin und

Forschungsleiterin zu Lernprogrammen von Orchestern und Opern, hat hinter diverse Bühnen geschaut I

Jean-Marc Grob ist sehr bestimmt: *«Junge Leute interessieren sich viel mehr für den visuellen Aspekt der Schlaginstrumente als für den der Streicher! Und wenn sie sich als sehr sensibel gegenüber der Anwesenheit und der Leistungen der Interpreten erweisen, so darf man sie doch nicht unter einer Masse von Erklärungen begraben.»* Durch seine langjährige Erfahrung hat der musikalische Leiter der Lausanner Sinfonietta auch ein paar Gewissheiten erlangt. In den zwanzig Jahren, seit dieses Orchesterensemble vor Schulpublikum spielt, und dies mit zwölf Konzerten pro Jahr, sind verschiedene Bilanzen gezogen worden. Da wäre zum Beispiel das Prinzip des Menüs: *«Darauf steht eine Reihe von Vorspeisen, anschliessend kommt ein Hauptgericht»*, erklärt Jean-Marc Grob, *«so dass nach dem Abhaken von dem, was es dank mehrerer musikalischer Beispiele zu hören gab, wir etwa zehn Minuten Musik ohne genauere Angabe spielen.»*

Am Kreuzweg des Politischen und Kulturellen:

Als empirische Richtigstellung zeugt dieser Ausdruck vom Wunsch der Sinfonietta, eine Hauptrolle in der Vermittlung des Repertoires bei den Jungen zu spielen. Ein Wunsch, der von den meisten Instrumentalgruppen und Opern geteilt wird und in den beiden letzten Jahrzehnten zur Schaffung von Lernprogrammen geführt hat, selbst innerhalb der Opernhäuser und Orchester.

Am Kreuzweg des Politischen und Kulturellen sind diese Programme aus der institutionellen Notwendigkeit heraus entstanden, ein alterndes Publikum zu verjüngen, und aus dem seit 1968 durch Francis Jeanson und den Unterzeichnern des Manifests von Villeurbanne¹ bezugten Willen, die Leute willkommen zu heissen, die man als Nichtpublikum bezeichnet, im vorliegenden Fall die Bevölkerungsschicht, die weder spontan ins Konzert noch in die Oper geht. Durch Theaterfachleute in die Wege geleitet, ist diese Bewegung auf Opern und Orchester übergeschwappt.

«Das Orchestre de la Suisse Romande (OSR)² widmet eine Seite seiner Homepage dem jungen Publikum», verrät der Dirigent Philippe Béran³. «Wichtig meiner Meinung nach ist das interaktive Prinzip der Konzerte für Junge. Ich richte es so ein, dass Kinder singen oder den Takt schlagen können ... Der grosse Moment ist dann, wenn tausend Kinder aufstehen und mit dem Orchester musizieren.»

Ziel: Vertiefung der Arbeit: Philippe Béran hat es dank der pädagogischen Teile und der Konzerte für Junge und Familien zu etwas Schönerem gebracht. Er arbeitet in der Schweiz, und zwar hauptsächlich mit dem OSR und dem Orchestre de Chambre de Lausanne (OCL), hat aber auch schon mit der Oper Bordeaux zusammengearbeitet. Sein Name ist jetzt auch jenseits der Grenzen des frankophonen Europas ein Begriff. Seiner Meinung nach spielt der Dirigent in diesem Zusammenhang eine Hauptrolle: *«Als Drehbuchautor, Ausführender und Moderator in einem gibt er den Musikern die Garantie, dass die Musik im Zentrum der Konzerte für Junge bleiben wird.»*

Voraussetzung für diese Rolle? «Nicht schüchtern sein», antwortet er. Das OSR und die Sinfonietta streben ehrgeizig danach, etwas zu leisten. Diesen Wunsch hegt auch Roland Demiéville, Didaktiklehrer an der Pädagogischen Hochschule des Kantons Waadt, für das OCL. In seinen Augen bedeutet das, dass man den Lehrkräften sehr sorgfältig konzipierte Präsentationsunterlagen zur Verfügung stellt und unterschiedliche didaktische Zugänge für die Primar- und Sekundarlehrer vorsieht. Ein weiterer Schlüssel zum eventuellen Erreichen dieses Ziels: die Häufigkeit der Begegnungen mit dem Schulpublikum. Diese hängt aber hauptsächlich von den Budgets ab, die den Orchestern bereitgestellt werden – und die gegenwärtig nicht jeder Primar- oder Sekundarklasse der französischen Schweiz ein Konzert pro Jahr garantieren können.

Man macht sich in der Oper zu schaffen: Auch die Opernbühnen Europas sind bestrebt, ihr Publikum zu verjüngen und einen Platz in der kulturellen Demokratisierung innezuhaben.

Die Leiterin der Erziehungsabteilung an der Opéra de La Monnaie in Brüssel, Sabine de Ville, stellt fest: Was sich seit der Schaffung dieser Abteilung vor zehn Jahren am meisten verändert habe, sei *«das immer grössere Angebot, und zwar nicht nur an Vorstellungen, die ein Schülerpublikum anvisieren, sondern auch an solchen, die für ganze Familien bestimmt sind. Und ausserdem spezifische Events für Junge, zusätzlich zur eigentlichen Opernsaison. Ein Beispiel: Zum fünften Mal findet nun schon ein Wochenende mit dem Namen <take a note> statt: Es verbindet Opernvorstellung, Workshops und Begegnungen mit Künstlern.»*

Das Orchestre Symphonique de Bienne/Bieler Symphonie Orchester betätigt sich ebenfalls pädagogisch. Mittels kommentierter Schulkonzerte, Familienkonzerten, speziellen Verkaufsträgern, Teilnahme von jungen Instrumentalisten, Workshops rund um einen Komponisten etc. Dazu der Dirigent Thomas Roesner.

«Wichtig ist die Mediatisierung der Musik und nicht die Verpackung der Werke, so dass am Schluss die Verpackung mehr zählt als der Inhalt! Musik erlernt man wie die Sprache: Wenn ein Kind zu sprechen lernt, fängt man auch nicht damit an, ihm die Herkunft seiner Sprache zu erklären, sondern man spricht es ganz einfach an, so dass es verstehen kann.»

Auch wenn sich die Opéra de La Monnaie auf ein ziemlich umfangreiches Team verlassen kann (neben den sechs ständigen etwa dreissig Teilzeitmitgliedern), sieht das aber nicht überall so aus. Als Verantwortliche für das Lernprogramm am Genfer Grand Théâtre freut sich Kathereen Abhervé über die neue Richtung, die in dieser Saison 2005/06 eingeschlagen worden ist und die sich mehr auf Vokales fokussiert. Diese Entscheidung äussert sich in neuen Lerntätigkeiten, die sich um alles Stimmliche drehen, und ist verbunden mit grösserer Aufmerksamkeit gegenüber dem Aufwand der Lehrkräfte, und zwar vor der Aufführung einer bestimmten Oper. Da die Zahl der Lehrkräfte, die am Programm teilnehmen möchten, ständig zunimmt, ist es kaum möglich, der Nachfrage zu entsprechen. Deshalb muss die Teilnehmerzahl erhöht, aber auch eine andere Art von «Selektion» vorgenommen werden, mehr in Bezug auf das Lehrprojekt.

Eine richtige Gesellschaftsmaschine: *«Im Rahmen der Dix mois d'École et d'Opéra empfängt der «elitärste» Ort Frankreichs die Jungen, die am weitesten von der Oper entfernt sind und oft von Immigranten abstammen», erklärt Danièle Fouache, die Lehrkraft, die für dieses Programm verantwortlich ist. «Wir bieten eine andere Art an, Schulfächer anzugehen, Wissen zu vermitteln, indem wir den Lernprozessen global einen Sinn geben.» Als richtige Gesellschaftsmaschine richtet sich Dix mois d'École et d'Opéra an die sogenannten «zones d'éducation prioritaire» (ZEP) und setzt auf «die Begegnung mit Profis auf dem Höhepunkt ihres Berufs», wie Danièle Fouache ausdrücklich sagt. Sie erwartet von diesem «unmittelbaren und echten Kontakt mit der Arbeitswelt neue Motivationen bei den Jungen und einen Ausweg aus der Logik des Scheiterns.» Die 150 verschiedenen Berufe der Oper würden gewissermassen eine «Stütze» bilden für eine «pluridisziplinäre Methode ausserhalb der Norm». Betrachte man die Evaluationen, mit denen jeder Schüler/Teilnehmer gemessen werde, so sei der Erfolg des Programms «ausserordentlich», berichtet die Verantwortliche. «Wir verschaffen uns die Mittel herauszufinden, was aus jedem von ihnen nach zehn Jahren geworden ist. Alle haben Berufserfahrung und einen Beruf.» Von diesem Standpunkt aus bilden das Repertoire und das eigentliche musikalische Wissen eine pädagogische Achse, doch die gesellschaftliche Rehabilitation erscheint als das massgebliche Ziel. Umgekehrt setzt sich ein Instrumentalensemble wie Contrechamps, das sich seit etwa zwanzig Jahren in der Mediatisierung von Werken des 20. Jahrhunderts versucht, Ziele auf ästhetischer Rezeption. «Die zeitgenössische Musik mit ihren dynamischen Kontrasten, ihrem Streben nach Klangfarben*

und ganz besonderen Stimmungen ist ein gutes Mittel zur Schulung des Gehörs», meint Philippe Albèra, der Gründer von Contrechamps. «Für ein Kind zwischen fünf und acht Jahren funktioniert der Bezug zur klassischen Musik nicht wie bei einem Erwachsenen. Die Atonalität wird nicht als Sonderfall empfunden. Es ist also nicht schwieriger, etwas von Strawinsky oder Boulez vorzustellen als etwas von Bach.»

Ein interessanter Ansatz, der die Beziehung zum Repertoire wieder ins Zentrum rückt und durch die Annäherung des Didaktischen ans Künstlerische einen Beitrag leistet zur Schulung des Gehörs. Eine Schulung, die sich zahlreiche autodidaktische Musikliebhaber heute auch via Radio und CD aneignen. ─

Aus dem Französischen von Markus Hediger

Isabelle Mili, Musikerin und Produzentin für Kindervorstellungen, unterrichtet Musikdidaktik an der Fakultät für Psychologie und Erziehungswissenschaften an der Universität Genf. Gegenwärtig leitet sie eine Forschung zu Lernprogrammen von Orchestern und Opern.

¹ Der Begriff «Nichtpublikum» taucht zum ersten Mal im Manifest von Villeurbanne auf, einem Dokument, das unterzeichnet wurde von etwa vierzig Theaterintendanten und Leitern der Institutionen für die kulturelle Dezentralisierung (Direktoren von Kulturhäusern, Theaterensembles und festen Truppen). Es wurde verfasst und publiziert von Francis Jeanson, Philosoph und Kollege von Jean-Paul Sartre, der im Mai 1968 auch Mitarbeiter der Zeitschrift *Les Temps Modernes* war.

Siehe auch Sabine Lacerenza: «L'émergence du non-public comme problème public» in: *Les non-publics. Les arts en réception*. Band I unter der Leitung von Pascale Ancel und Alain Pessin. L'Harmattan, Paris 2004.

² www.osr.ch

³ www.suisu.com/beran





Vom Beobachter zum Mitspieler

Über das wachsende Interesse am Interaktiven

Florian Rötzer

Neue Techniken und Medien prägen die Gesellschaften und verändern die Menschen. Das geschieht nicht von heute auf morgen, aber manchmal doch mit einer grossen Geschwindigkeit. Der Medientheoretiker Florian Rötzer ist einem rapide wachsenden Kulturpublikum auf der Spur |

Das Internet und – vielleicht noch sichtbarer – das (Foto)Handy haben deutlich gemacht, wie schnell sich neue Medien verbreiten und wie die Menschen andere Verhaltensweisen entwickeln, die bestehende Verhaltensmuster verdrängen oder überlagern. Mit der dadurch erfolgenden Erschliessung neuer Handlungs- und Kommunikationsmöglichkeiten werden die Menschen aber auch neuen Zwängen und Anforderungen ausgesetzt. Im Kontext der Bildmedien durchlaufen wir im Augenblick eine ebenso tiefgreifende Veränderung wie dies mit der Erfindung der Perspektive in der Neuzeit, der Fotografie im 19. Jahrhundert und des Films im 20. Jahrhundert der Fall war. Epochen haben ihre dominanten Medien, die neue Wahrnehmungen und Erlebnisse ermöglichen und ein neues Verständnis von Wirklichkeit erschliessen. War das 19. Jahrhundert so das Jahrhundert der Fotografie und das 20. Jahrhundert das des Films, so ist das 21. Jahrhundert neben dem Internet geprägt von den digitalen, interaktiven und immersiven Medien, deren Inbegriff für die Kunst, so die These, das Computerspiel ist, weil in diesem die wesentlichen neuen Eigenschaften der Technik zusammengeführt und in eine völlig neue Dramaturgie eingebettet werden. Diese ist nicht mehr auf den Beobachter ausgerichtet, sondern auf den Mitwirkenden. Das wird nicht nur die Medien- und Kunstproduktion

verändern, sondern vor allem auch die Erwartungen, welche die Menschen an diese haben.

Eintritt in das Bild: Die wichtigste Innovation ist die im Computerspiel mögliche Einbeziehung des Zuschauers in die Handlung, die sich nicht mehr vor ihm abspielt und von der er sich nicht wie durch ein Fenster distanziert betrachten kann oder muss, der Zuschauer wird als Akteur zum Teil des Geschehens, in das er eintaucht, in dem er virtuell repräsentiert wird und das sich je nach seinen Aktionen verändert. Wie in einem Gesamtkunstwerk müssen die Umgebung, also die Bilder, der Sound und das, was dem Spieler begegnet, auch ästhetisch interessant sein. Im Vordergrund aber steht die Gestaltung eines offenen Handlungsraums, der eine gewisse Bewegungs- und Handlungsfreiheit des Spielers zulässt, aber eine dramaturgisch interessante und mitreissende Folge anbietet, die sich aus der Ich-Perspektive erschliesst. Je nach Spielart und Zielpublikum können die Komplexität und der Schwierigkeitsgrad sehr unterschiedlich sein, wichtiger als die Durchgestaltung der Bilder ist aber die organisierte Aufeinanderfolge der Entscheidungen und das Geschehen im Bildraum als einer Handlungswirklichkeit. Auch wenn der Spieler Simulationen wie beispielsweise den Ablauf der menschlichen Geschichte, den Aufbau einer Stadt oder das Le-



ben einer Familie von einer äusseren, gottähnlichen Perspektive steuert und nicht selbst durch einen virtuellen Stellvertreter ins Geschehen hineingezogen wird, so ist er kein reiner Beobachter mehr, sondern zumindest ein Regisseur, der als Performer selbst zum mitwirkenden Künstler wird, auch wenn natürlich seine Aufführung weder erfolgreich noch elegant sein muss.

Uns interessieren immer weniger die Bilder an der Wand oder auf dem Bildschirm, denen wir uns, gleich ob bewegt oder starr, wegen einer unüberschreitbaren Distanz nicht nähern können. Diese Distanz schliesst uns als körperliche Wesen aus und verdammt uns zum Zuschauen. Was einst als Zeichen der Aura und einer kontemplativen Betrachtung angezogen haben mag, enttäuscht die Erwartungen der Generation, die mit den digitalen Medien aufwächst. Sie will keine Fenster mehr, durch die man distanziert etwas beobachten oder wie ein Voyeur etwas heimlich anschauen kann, sie will Türen, durch die Bilder oder künstliche Wirklichkeiten wie Gebäude oder die Wirklichkeit betreten werden können und in denen man handeln kann. Es geht nicht mehr nur um Bilder oder Ereignisse, die als eine Montage der Attraktionen auf den Zuschauer einwirken, sondern um solche, auf die er wie im Computerspiel selbst einwirken kann und die auf seine Aktionen reagieren. Schon länger freilich haben etwa Fernsehen oder Radio versucht, Zuschauer und Zuhörer zumindest stellvertretend in den Shows, Reality-TV-Formaten oder anderen Mitmachformen mit einzubeziehen. Selbstverständlich wurde auch in der Kunst schon lange mit dem Ausstieg aus dem Bild und der Partizipation des Zuschauers experimentiert. Das Computerspiel als neue Medien- und Kunstform ist daher nur Konse-

quenz und zugleich Erweiterung vorhergehender technischer, ästhetischer und sozialer Entwicklungen.

Vielleicht ist das Betrachten eines Gemäldes neben dem ästhetischen Genuss, der ja in der modernen Kunst schon lange nicht mehr gegeben sein muss, vor allem auch als kognitive Arbeit der Erschliessung und Deutung zu begreifen. Das Computerspiel hingegen ist für den, der daran Gefallen findet, ein mitreissendes Geschehen, das wirklicher erscheint als jedes noch so fotorealistische 3D-Bild, weil man handeln muss und ein Ziel erreichen kann. Gute Spieler finden ihre Lust nicht nur am Gewinnen, sondern es geht um Schnelligkeit, um Geschicklichkeit, um Eleganz, also um das, was auch einen Virtuosen auszeichnet. Oft genug spielt man zusammen mit anderen und performt daher vor Publikum, gleich ob dieses im Internet oder wirklich am Ort präsent ist. Schon dadurch tritt man aus dem Dunkel, aber auch aus der Sicherheit des distanzierten Betrachters der bürgerlichen Kunst heraus, der Urteilskraft, aber keine Handlungskompetenz besitzen muss.

Aufmerksamkeit, Wahrnehmung und Erwartungen gerade von den jüngeren Menschen werden heute bereits entscheidend von den Erfahrungen mit Computerspielen geprägt, also in aller Regel von schnellen Entscheidungen und Reaktionen in ebenso schnell sich verändernden Szenarien mit Überraschungen, die Konzentration auf den Handlungsfluss erfordern, aber über das oberflächliche Beobachten der Szene hinaus ein längeres Anschauen verhindern, da man durch Einhalten schon sein virtuelles Leben aufs Spiel setzt oder etwas verpassen könnte. Computerspielen liesse sich als Kombination aus der Betrachtung eines



Films und dem Steuern eines Fahrzeugs in grosser Geschwindigkeit verstehen. Oft genug geht beides auch tatsächlich zusammen.

Der Unterschied zwischen der Betrachtung eines Gemäldes und des Spielens eines Computerspiels liesse sich im Hinblick auf das Bild, das ja nur eine Komponente im Computerspiel ist, vielleicht so genauer ausdrücken. Während der Zuschauer bei einem Gemälde das starre Bild mit seinen Augenbewegungen aktiv abtastet und erforscht, dabei aber immer wieder vom Detail auf die Gesamtansicht hin und her springen kann und bei längerem Verweilen sich aktiv und imaginierend in Bezug zu dem Sichtbaren setzen muss, wird der Computerspieler durch einen visuellen Raum getrieben, der schnell erfasst werden muss. Hier springen die Reize auf den Spieler zu, der beim Erkunden des bewegten Raums schnell auf verdächtige oder neue Signale reagieren muss. Das ist nicht mehr die kontemplative Welt des ästhetischen Betrachters, sondern wegen mir die auf höchste Anspannung der Aufmerksamkeit zugeschnittene Welt des Jägers oder Gejagten, des Kriegers oder Sportlers.

Wirklichkeit und Virtualität verschmelzen: Noch spielen beispielsweise Kinder oder Jugendliche ihre immer realistischeren Ballerspiele aus der Ich-Perspektive vor den Computerbildschirmen sitzend. Bald aber werden sie, ausgestattet mit «wearable computers», also tragbaren Computern, Funkverbindung und GPS-Sendern, auf den Strassen der Städte agieren, die so zum Spielfeld für die Simulation werden. Wir haben uns schon daran gewöhnt, dass Menschen laut redend sich in der Öffentlichkeit bewegen, als würden sie mit sich selbst sprechen, was einst ein Zeichen für

Wahnsinn war. Jetzt werden wir uns daran gewöhnen müssen, dass Menschen nicht nur mit anderen sprechen, die wir nicht sehen können, sondern auch beispielsweise mit nicht sichtbaren Waffen und stets in Deckung bleibend über die Plätze jagen, also auch etwas sehen, was wir nicht sehen können, wenn wir keinen Zugang zu der virtuellen Realität haben.

Noch stehen wir mit den immersiven interaktiven Umwelten erst am Anfang der Technik der virtuellen Realitäten. Die Zukunft dürfte darin liegen, die virtuelle Realität mit dem Internet und dem «mobile computing» so zu verbinden, dass die Menschen immer und überall Zugang zu virtuellen Welten besitzen und damit oft gleichzeitig sich in der Virtualität und in der materiellen Wirklichkeit bewegen, wobei interessant sein wird, wieweit man den Körper tatsächlich in die virtuelle Realität mit einbeziehen kann – und will, aber auch, ob es in bestimmten Hinsichten Grenzen des Realismus geben soll. Der Körper wird dabei über die technischen, sensorischen und motorischen Schnittstellen zum Bewohner beider Welten. Noch werden die Schnittstellen, also die Zugänge zur virtuellen Welt, etwa in Form von Brillen, Mikrofonen, Lautsprechern, Datenhandschuhen und Datenanzügen an den Körpern angebracht, möglicherweise werden manche dieser neurotechnologischen Schnittstellen später auch implantiert. Entsprechende Chips und Implantate sind bereits in Entwicklung.

Gleich, ob man von erweiterter Realität oder einer auf die Wirklichkeit erweiterten Virtualität ausgeht, so wird das Durchdringen oder Übereinanderlagern von Realität und Virtualität zu einer spannenden Gestaltungsaufgabe, die interessante und auch lukrative Möglichkeiten erschliessen



kann – von der Bildung, die allerdings weiterhin entscheidend auf abstrakten, sprachlichen und mathematischen Fähigkeiten beruht und nur durch Simulationen, die ja darauf aufbauen, ergänzt werden kann, über neue Möglichkeiten der Telearbeit, des Teleshopping oder eines gemeinsamen Aufenthalts in einem virtuellen Raum bis hin zu neuen Unterhaltungs- und Kunstformen. Mit der virtuellen Realität aber kann Wirklichkeit nicht nur ergänzt oder überlagert werden, sondern wir können durch sie hindurch gleichzeitig an einem entfernten Ort sein (Telepräsenz) und dort handeln (Telemotorik), wenn beispielsweise Roboter über Tausende Kilometer hinweg so gesteuert werden, als würde man vor Ort sein. Das ist in vielerlei Hinsicht interessant, nicht zuletzt für die Kriegsführung, bei der wie im Fall von bewaffneten Drohnen, die aus der sicheren Ferne am Bildschirm mit einem Joystick gesteuert werden, auch Feinde getötet werden können. So gleichen sich Computerspiel und Krieg nicht nur in der Simulation einander an. In Zukunft wird es eine Vielzahl von fernsteuerbaren Robotern geben, die nicht nur in den Händen von Sicherheitskräften bleiben werden. Was sich damit alles im Rahmen von Happenings und Aktionen, aber auch in dem von Vandalismus, Kriminalität und Terrorismus ausführen lässt, kann man sich unschwer ausmalen.

Aufmerksamkeit: Eines der Probleme der Informationsgesellschaft ist die Flut an Informationen, die mit immer mehr Medien und Telekommunikationsgeräten produziert, aber auch empfangen und verarbeitet werden müssen. Man spricht daher nicht mehr nur vom ›information overload‹, sondern dank der steigenden Menge von Kommunikationsleistungen auch von einem ›communication overload‹.

›Multitasking‹ – ursprünglich eine Bezeichnung dafür, wenn der Prozessor mehrere Programme gleichzeitig bearbeitet – nennt man die Notwendigkeit und Möglichkeit, viele Dinge gleichzeitig im Auge behalten und schnell auf neue Situationen reagieren zu können. Aufmerksamkeit, das Portal zur Wahrnehmung der Welt und von uns selbst, mag möglicherweise bei manchen durch das permanente Zappen und Starren auf die medialen Oberflächen überstrapaziert werden, wenn wir uns wie bei einem schnellen Computerspiel oder einem ernsthaften Spiel an der wirklichen Börse permanent auf höchste Reaktionsbereitschaft halten, aber wir trainieren eben auch das Switchen zwischen den Programmen und die Fähigkeit, mehr gleichzeitig auszuführen, als dies vermutlich vorhergehende Generationen tun konnten.

Wahrscheinlich gibt es einen Unterschied zwischen einer kurzzeitigen Konzentration und einer Tätigkeit, die lange Aufmerksamkeit bei relativ gleichbleibenden Situationen – z.B. eine Autofahrt – verlangt. Um in einer monotonen Situation die Aufmerksamkeit aufrecht zu erhalten, ist Abwechslung, also Multitasking, geradezu notwendig. Sollte dies zutreffen, könnte man freilich aus der Sucht mancher Zeitgenossen nach Multitasking möglicherweise auf die Unterforderung oder Langeweile der Lebens- oder Arbeitswelt, aber auch der Medienangebote einen Rückschluss ziehen. Man kann die Überlegungen aber noch ein wenig anders ausrichten, schliesslich haben die Menschen schon ziemlich lange gerade in religiösen Riten und den ersten Gesamtkunstwerken die Fähigkeit des Multitasking nicht nur trainiert, sondern durch das Aufgebot von verschiedenartigsten Stimulationen unter Einschluss der Partizipation der Zuschauer an den religiösen Spektakeln auch bestimmte Stimmungen geweckt, also die ›Seele‹ massiert. Noch in den vorbürgerlichen Kirchen, Theatern und Opern war der passive, ganz konzentrierte Beobachter eine Seltenheit. Vielleicht brechen die Mitglieder der Informationsgesellschaft durch Multitasking, Interaktivität und wachsende Handlungs- sowie Wahrnehmungsoptionen nur wieder aus der Starre des distanzierten und konzentrierten Beobachters aus, während die konservativen Kulturkritiker noch immer auf dem Thema der Informationsflut herumreiten, die uns angeblich ablenkt und für die Wirklichkeit immun macht? ─

Florian Rötzer, geb. 1953, hat nach dem Studium der Philosophie als freier Autor und Publizist mit dem Schwerpunkt Medientheorie und -ästhetik in München gearbeitet. Seit 1996 Chefredakteur des Online-Magazins Telepolis (<http://www.telepolis.de>) und Herausgeber der Telepolis-Buchreihe im Heise VerlagHeiseHH. Veröffentlichungen u.a.: *Französische Philosophen im Gespräch*, München 1986; *Denken, das an der Zeit ist*, Frankfurt a.M. 1987; *Ästhetik des Immateriellen*, Kunstforum International Bd. 97 (1988) und Bd. 98 (1989); *Digitaler Schein*, Frankfurt a.M. 1991; *Cyberspace. Auf dem Weg zum digitalen Gesamtkunstwerk* (Hg. mit Peter Weibel), München 1993; *Das Böse*, Göttingen 1995; *Die Telepolis. Urbanität im digitalen Zeitalter*, Mannheim 1995; *Digitale Weltentwürfe*, München 1998; *Ressource Aufmerksamkeit*. Kunstforum International Bd. 148 (1999); *Megamaschine Wissen*, Frankfurt a.M./New York 1999; *Cyberhypes* (Hg. zusammen mit Rudolf Maresch), Frankfurt a.M. 2001; *TerrorMedienKrieg* (Hg. mit G. Palm), Heidelberg 2002.; *Medien der Gewalt* (Hg.), Heidelberg 2002; *Renaissance der Utopie*, Frankfurt a.M. 2004 (Hg. mit R. Maresch).

Für wen eigentlich?

Künstlerinnen und Künstler erklären und befragen ihr Publikum

«Nur manchmal schiebt der Vorhang der Pupille sich lautlos auf –. Dann geht ein Bild hinein, geht durch der Glieder angespannte Stille – und hört im Herzen auf zu sein». (Rainer Maria Rilke)

Giorgio von Arb, Fotograf

Das Publikum. Es besetzt zwar eine Anzahl Sitzreihen vor mir, hört sich vor der Rede akustisch ganz anders an als während, wo nur dank vereinzelter Husteneinfälle in die Stille seine Anwesenheit belegt scheint. Doch befindet es sich für mich ausserhalb meiner in der Qualität einer Bildstörung während einer Sportübertragung befindlichen Wahrnehmung. Krokodile im Graben zwischen meiner Burg und den je mit zwei Ohren und zwei zum Applaudieren neigenden Händen ausgestattete Menschen, die ein scheinbar gemeinsamer Nenner vor dieses Pult, dieses Mikrofon gelockt hat. Keinen Augenblick lang gezögert, die Münze in die Drehtüre des Aussichtturmes fallen zu lassen, aber oben angekommen, aus Furcht vor dem Fall, keinen Augenblick lang den Blick gesenkt an den Ort, von wo aus man aufgestiegen ist und wohin man zurückkehren wird in jedem Fall. Die vage Distanz zwischen dem Publikum und mir toleriert eine gemässigte Variante des Zitterns meiner Hände und die fragile Steifheit der Halt suchenden Beine hinter dem hoffentlich nach vorne geschlossenen Pult. Die Rede liegt vor mir wie ein Golfplatz mit vielen Löchern, ausgedruckt auf eine

Grösse von mindestens 24 Punkt, ein Gabelstapler für Wörter von einem sich ausgestellt wissenden Platzhirsch mit Ängsten an jedem der wirren Enden seines Geweihs. Geschützt also auch dank Kurzsichtigkeit und Farbblindheit.

Die Haifische drehen eng im Graben zwischen mir und dem Publikum, scheuen meine Sicherheit fort und die banalsten Ängste und Hemmungen auf, die von einem nicht wirklich smarten Codierer in Thermowäsche online in Nervosität umgewandelt wird. Nein, es gibt es kaum, das Publikum, auch wenn ein grosser Lärm herrscht und Plätze gerückt werden, das Netz der Beziehungen federt und Begrüssungen in die Luft katapultiert. Nur manchmal schiebt der Vorhang der Pupille sich lautlos auf, und es geht das Bild hinein von meinem Publikum, das ganz klein ist und, wenn überhaupt anwesend, verstreut zwischen dem zahllosen Publikum sitzt. Dieses Publikum ist der individuelle Referenzpunkt meiner eigenen Ansprüche, Echohot meiner Bewegungen, manchmal Scharfrichter, flexibel wie eine Squaschwand mir gegenüber aufgerichtet, geeignet zur autoritätsgläubigen Anbetung und Verehrung. Nach den zu meist wortlos in meinem Rücken stehenden Freunden als Begleiter und Publikum auf dem Weg zu meiner Lösung einer Aufgabe und oft erst lange danach findet die offensichtlichere Zusammenrottung jenes Publikums statt, das mit Kreditkarten gepolstert die existenzielle Erforschung von Grenzsituationen proklamiert und meinen Angstschweiss für das neueste After Shave hält. →

Giorgio von Arb, 1952 in Zürich geboren, freischaffender Fotograf, zahlreiche Fotoessays, Reportagen und Portraits im In- und Ausland, unterrichtet 1980-2001 an der Hochschule für Kunst und Gestaltung in Zürich, Kunst am Bau-Projekt-Leitungen, Co-Projektleitung der Ausstellung mit Buchpublikation *Zürich – ein Fotoportrait* (1997), viele Buchpublikationen, u.a. *Leute am Grabenberg* (1988), *Por-*

traits aus Liechtenstein (1989), *Fabrikzeit* (1992), *Klosterleben – Klausur-Frauenthron* der Ostschweiz (1993/2000), *Davos – Profil eines Phänomens* (1994/1999), *Volksfrömmigkeit in der Schweiz* (1999), *Meister Tod* (2002), *12 Gärten – Historische Anlagen in Zürich, Kinderreich Au und FESTFreude* (2004). Gründungsmitglied der Ateliergemeinschaft Kontrast. Lebt in Zürich.



Walter Fähndrich, Musiker und Komponist

Als auftretender Musiker begegne ich einem konkreten Publikum. Dieses ist in der Konzertsituation ein energetischer Faktor und kann somit die erklingende Musik in gewisser Weise beeinflussen, etwa die Dichte(schwankungen) der verfließenden Zeit. Der Grad an Konzentration der Zuhörer kann darüber hinaus vielleicht ein Indikator sein für das Mass an Verstehen. Doch was für ein Verstehen? Ist es ein Verstehen auf struktureller/formaler Ebene, oder ist Gebanntheit vielleicht eher ein Erliegen der suggestiven Kraft und den zwingenden Energieverläufen (falls ich in Form bin)?

Als Komponist begegne ich allenfalls einem vorgestellten Publikum. Doch Rücksichten auf ein Publikum während des Arbeitens korrumpieren die Arbeit, den reinen Gedanken, das Werk. Ein solches Berücksichtigen müsste sowieso grundsätzlich scheitern: Wie wäre denn ein solches Publikum geartet? Sogar wenn es homogen wäre: Was wäre sein Bildungsstand, was seine Kenntnisse, wie ist es heute gelaunt?

Mein Publikum während des Arbeitens bin ich. Mich steuernde Fragen sind: Was ist (nicht) zu tun? Oder: Was kann man (nicht) tun? Auch: was möchte ich hören; was möchte ich testen? Wohin und wie weit kann man/ich gehen? Wie schaffe ich (keine) Zusammenhänge? Etc.

Schön wäre ein Publikum mit Eigenschaften wie: Intelligent; sensibel; offen; ansprechbar; kommunikativ; denkend; assoziativ; (wohlwollend) kritisch; gebildet (oder vielleicht auch ungebildet); eigenständig; unabhängig; Angebote annehmend/verwerfend; Impulse aufnehmend, Impulse gebend; hungertend (nach Fragen, Standpunkten, Präzisierungen); die Dinge weitdenkend; dankbar für Beunruhigungen.

Elodie Pong/Frank Hyde-Antwi, Videokünstlerin / Art Director

- > Kann ein Meisterwerk zum Lachen bringen?
- > Ist der Begriff Schönheit Ablenkung oder Katalysator bei der Quintessenz eines Kunstwerks?
- > Bewertet man den Erfolg einer Ausstellung nach der schlechten Besucherzahl?
- > Ist die Zentralperspektive ein Überbau des Alltags?
- > Sind Zauberer Künstler oder Handwerker?
- > Soll man seine Arbeiten besser als ‚und hops!‘ oder als ‚das wär’s‘ vorstellen?
- > Ist Lara Craft Raffaelitin oder Kubistin?
- > Widerspiegelt der Erfolg eines Werks die Virtuosität des Künstlers?
- > Sind die Freunde meiner Freunde auch meine Freunde?
- > Ist ein gutes Stück eine Cremeschmitte?
- > Wenn Sie an eine Ausstellung gehen, interessieren Sie sich da am meisten für den Künstler oder für sich selbst?
- > Besteht eine Wechselbeziehung zwischen Kaufkraft und Geschmack?
- > Ist man kritischer, wenn man allein oder in einer Gruppe ist?
- > Ist der Videorecorder ein Gerät, das mehr die Zeit als den Raum misst?
- > Wie viele auf ewig verkannte Genies gibt es Ihrer Meinung nach in diesem Augenblick?
- > Kann eine Schiebelehre ein Werk einschätzen?
- > Ist der Autor die Konsequenz der Erzählung?
- > Sollte man bestimmte Künstler besser vor anderen entdecken?
- > Darf man öffentlich sagen «ich mag diese Arbeit nicht»?

Dieses Publikum ist bereit, in neue Räume einzutreten, Räume zu besiedeln; sich verführen zu lassen; einen Prozess der Einsicht in Gang zu bringen. Es ist bereit, seine Empfindungen in Gedanken zwingen zu lassen.

Francis Ponge sagt in *Einführung in den Kieselstein*:

«Ich empfehle jedem die Öffnung innerer Falltüren, eine Reise in die Dichte der Dinge, eine Invasion an Eigenschaften, eine Revolution oder einen Umsturz, vergleichbar jenem, den der Pflug oder die Schaufel hervorrufen, wenn plötzlich und zum ersten Mal Millionen von Stücken, Spreublättern, Wurzeln, Würmern und kleinen Tieren, die bisher verborgen waren, ans Tageslicht gebracht werden.» ─

Walter Fähndrich, geboren in Menzingen (ZG). Musikstudium in Theorie und Viola. Konzerttätigkeit mit improvisierter Kammermusik und als Viola-Spieler mit Eigenkompositionen. Komposition und Realisierung elektroakustischer Musik. MUSIK FÜR RÄUME (musikalische Projekte und Installationen in Innen- und Aussenräumen). Lehrstelle für Improvisation an der Musikhochschule Basel. Lebt in Brissago.

- > Wie soll man sich für *The Weather Project* von Olafur Eliasson anziehen?
- > Sind auf einer Ausstellung Werke wirklich nötig?
- > Kann man eine Ohrfeige kriegen, wenn man sie erwartet?
- > Kann man besser über eine Ausstellung reden, die man nicht gesehen hat?
- > Materialisiert sich Kunst einzig für ihr Publikum?
- > Wenn Joseph Beuys noch am Leben wäre, ob er sich da wohl einen iPod kaufen würde?
- > Prozess gegen Resultat: ein K. o. in der 5. Runde?
- > Was von beiden muss mehr sexy sein, das Projekt oder der Künstler?
- > Muss man Altersheime für alte Hells Angels errichten?
- > Würden Sie auf Ferien in der Karibik verzichten, um ein Kunstwerk zu kaufen?
- > Wird die Wirklichkeit weiterhin authentischer wirken, wenn sie schwarzweiss ist?
- > Hat Edison die Glühbirne aus Notwendigkeit oder Willenskraft erfunden?
- > Betrachtet man die Tatsache, dass drei Viertel der Weltbevölkerung nicht christlicher Konfession sind, wie kann man da erklären, dass die *Pietà* von Michelangelo ein Werk von universaler Bedeutung ist?
- > Muss der Künstler die gleiche Distanz haben zu dem, was er schafft, wie das Publikum zu dem, was es sieht?
- > Was für ein Geräusch wird erzeugt, wenn man bloss mit einer Hand klatscht? ─

Elodie Pong, geboren 1972, lebt und arbeitet in Zürich und Lausanne.

2003 erhielt sie den *Viper Swiss Award* sowie 2002 den *Re:view Film and Video Award*. Seit 1995 erforscht sie die in Wechselbeziehung stehenden Gebiete der Videoinstallation, des experimentellen Video, der Performance und des Schreibens. Ihre jüngste Ausstellung *Peripheral Area* (29. September – 30. Oktober 2005) war im *Tokyo Wondersite Shibuya*, einem zeitgenössischen Kunstzentrum, zu sehen. *Script*, eine Sammlung von SMS-Dialogen, erschien im Herbst 2005 bei JRP/Ringier.

Frank Hyde-Antwi, geboren 1966, lebt und arbeitet in Zürich. Als Art Director und Projektentwickler realisierte er Projekte für das Migros Kulturprozent sowie für die Landesausstellung Expo.02. Dies ist seine erste Zusammenarbeit mit Elodie Pong.

Bruno Steiger, Schriftsteller

Für Zina.

Für Marie.

Für Douglas.

Mein ebenso tiefes wie diffuses Misstrauen gegen *Publikum* jeder Art und Grösse macht es mir schwer, mich zu dem Begriff in objektiv stichhaltiger Weise zu äussern. Als Autor, als Verfasser von erst in der Veröffentlichung zu seinem Profil gelangendem Kulturgut, kann ich mich dem heiklen Thema gleichwohl nicht ganz verschliessen. Ich will mich dabei auf einen Nebenaspekt des literarischen «service public» beschränken: auf den Paratext der Widmung. In derlei Zueignungen wird, könnte man denken, der Leser als zweifelhafter Dritter ausgeschlossen; das Gegenteil ist der Fall. Dass gerade darin der für ihn allein reservierte Zugang sich auftut, ist mir erstmals bei der Widmung von Patrick Modianos Roman *Ruinenblüten* klar geworden. Die Erkenntnis, dass mit «Zina», «Marie» und «Douglas» nur Verscholene angesprochen sein konnten, verhalf mir wie ich plötzlich zu wissen meinte, im realen Leben stets versagt bleiben würde. Es war dann meine Vermutung, Modianos gesamtes Werk sei niemand anderem als seinem Personal gewidmet, die mich in meinem eigenen bisher letzten Buch auf die Formel: «Für die, die es geben muss» brachte. Dass es sich dabei auch um Leser handeln könnte, blieb mir nicht verborgen. Wieso sollte, musste also gleich die Frage sein, gerade dieses so wohlthuend unauffällige Publikum sich nicht seinerseits aus Romanfiguren zusammensetzen? Wer läse noch, wenn er sich in seinem Lesen nicht als Inbegriffener verstehen dürfte, im Wissen darum, dass er ohne solches Dabeisein vielleicht wirklich – oder zumindest am falschen Ort – verloren wäre? (Dass man liest, um sich endlich einmal nicht als Romanfigur zu fühlen, kommt der Wahrheit vermutlich noch näher.) ─

Ursula Meier, Cineastin

Jeder Film muss für mich ein wahres Risiko sein. Ich gehe gerne auf Unbekanntes zu und erneuere dabei ständig die Betrachtungsweisen. Insofern kann ich mir unmöglich «mein Publikum» im voraus vorstellen oder gar darüber phantasieren, da ein Film beinahe im Gegensatz zum vorhergehenden steht. Jeder Film ist ein langer Ausarbeitungsprozess in ständiger Bewegung, ein höchst instabiles Gleichgewicht zwischen Intuition und Kontrolle, und nimmt seine endgültige Gestalt erst in der letzten Phase an, dem Ergebnis einer wahren Alchemie zwischen Schreiben, Drehen und Schnitt... Somit denke ich bei der Ausarbeitung eines Films nicht ans Publikum oder nur sehr wenig, ausser beim Schneiden, zu dem ich immer ein paar Personen einlade, deren Meinung mir wichtig ist, mein erstes Publikum sozusagen. Ich arbeite also weder für noch gegen ein Publikum, was aber überhaupt nicht heissen soll, dass mir das Publikum Wurst ist. Es gibt kein Publikum, sondern vielmehr Publika, die selbst eine Anzahl Individuen umfassen. Solange der Film nicht in einem Saal mit Zuschauern gezeigt wird, ist der Begriff Publikum – und noch viel stärker «mein Publikum» – etwas sehr Abstraktes für mich. Bei jeder Phase des Films bin ich Künstlerin und dann Zuschauerin, ein ständiges Hin und Her, das mir hilft, das Treffende des Films zu finden. Werde ich selbst von Gefühlen und Emotionen ergriffen, dann sage ich mir, dass es anderen auch so ergehen wird. Ich bin immer mehr der Überzeugung, dass der Wunsch, den Film zu suchen, zu befragen, ohne um jeden Preis dem mutmasslichen Wunsch des Publikums zuvorkommen oder ein «Zielpublikum» erreichen zu wollen, nicht unbedingt im Widerspruch steht mit dem Begriff Publikum und Zuschauer, ganz im Gegenteil. Nehmen wir ein konkretes Beispiel: Vor ein paar Jahren stürzte ich mich in ein filmisches Abenteuer mit dem Titel *Tous à table*, das ich dank Preisen drehen konnte, die ich für meinem vorangehenden Film bekommen hatte. Erzählt wird ein Geburtstagsessen, das wegen einer Scherzfrage zu Ameisen aus den Fugen gerät. Ich machte diesen Kurzfilm in einer Zeit, da ich mir viele Fragen zum Filmschaffen stellte. Ich dachte nicht einmal daran, diesen Film zu beenden, so wichtig war es mir, ihn zu drehen und nachzudenken über die Arbeit mit den Schauspielern, über die Dramaturgie, die Form... Zwei Jahre später nahm ich den Endspurt wieder auf und machte den Film fertig, der zu einem grossen Erfolg wurde. ─

Bruno Steiger, geb. 1946, lebt als Autor, Kritiker und Essayist in Zürich. Zuletzt veröffentlichte er den Roman *Erhöhter Blauanteil* (Verlag Nagel & Kimche, Zürich 2004). Der im Text erwähnte Roman *Ruinenblüten* von Patrick Modiano ist 2000 als Suhrkamp Taschenbuch erschienen.

Ursula Meier, geboren 1971 in Besançon (Frankreich), ist schweizerisch-französische Doppelbürgerin und studierte Filmwissenschaften in der Abteilung Réalisation beim Institut des Arts de Diffusion (IAD) in Belgien. Dann war sie 2. Assistentin bei zwei Filmen von Alain Tanner. Der Erfolg ihres Diplomfilms *Le songe d'Isaac* erlaubte es ihr, sich im weiteren Verlauf ganz ihrem eigenen Schaffen zu widmen, in welchem sich Spielfilme – *Des heures sans sommeil* (Kurzfilm), *Tous à table* (Kurzfilm), *Des épaules solides* (Fernsehfilm) – und Dokumentarfilme (*Autour de Pinget*, *Pas les flics, pas les noirs*) abwechseln. Zur Zeit arbeitet sie an einem abendfüllenden Spielfilm mit dem Titel *Home*.





Kunst – Publikum – Demokratie Varianten einer schwierigen Beziehung

Georg Kohler

Was heisst es für die Kunst und die Kultur einer Gesellschaft, wenn demokratische Entscheidungen mehr und mehr nach dem Muster des ökonomischen Wahl- und Tauschverhaltens interpretiert werden? Der Philosoph Georg Kohler über das fragile Verhältnis zwischen Kunst, Publikum und Demokratie I



Anlässlich der Eröffnung der Zürcher Kunsthalle im Oktober 1989 schrieb der Kunsthistoriker Beat Wyss einen bemerkenswerten Essay zur inauguralen Ausstellung.¹ Bemerkenswert aus doppeltem Grund, einerseits wegen seines Gedankenreichtums, andererseits wegen der Tatsache, dass er einer Ausstellung galt, die nichts (mehr) oder, wenn man wollte, das Nichts ausstellte.

Unter dem Titel *Costruire* hatte der Künstler Gerhard Merz nämlich einen die ganze Halle umfassenden Raum gestaltet, der leer war bis auf ein in der Mitte geteiltes, messingumrahmtes, graphitschwarzes, einige zehn Quadratmeter grosses Rechteck an einer der Längswände und eine millimetergenau geschnittene, aus kostbarem Marmor gefertigte Museumsbank, die im Hallenzentrum stand.

Dazu Wyss: «Die Messingrahmen des Zürcher Raums öffnen sich wie Fenster in dieselbe Schwärze, auf die auch das schwarze Quadrat von Malewitsch zeigt. (...)

Schwarz ist die leere Redundanz am Grund alles Gesehenen; als opaker Bodensatz schimmert es unter der Sichtbarkeit durch. Vergleichbar den elektronischen Wiedergabetechniken von Musik, versucht die Malerei normalerweise das Grundrauschen im System zu überblenden, indem der Pegel der Melodie, der zerstreuten Ablenkung, erhöht wird. Merz verfährt umgekehrt: Das Grundrauschen der Welt wird aufgedreht zu einem Schwarz, worin, rein und erhaben, das leere All dröhnt.»

Wie immer man diese Deutung begreift, klar ist, dass die Merz'sche Installation so etwas wie Metaphysik nach dem Ende derselben bildlos anschaulich machen sollte; vielleicht viel zu denken, aber ganz sicher wenig zum Sehen enthielt und trotz allem ziemlich kostspielig sein musste – nicht umsonst nennt Wyss den Raumkünstler Merz einen Liebhaber «gediegener Materialien und handwerklicher Präzision». Im übrigen war die Ausstellung ein Erfolg. Die neue «Kunsthalle» etablier-

te sich durch sie auch in Zürich als wichtiger Ort aktueller Kunstvermittlung; ein Skandal fand selbstverständlich nicht statt.

Aber warum ist das so selbstverständlich? – Schliesslich war nicht jedermann die erwähnte kunstphilosophische Nobilitierung von Gerhard Merz' provokant teurer, aber tatsächlich tiefdunkler Verweigerungsgeste zugänglich, und überdies hätte angesichts der im wesentlichen leeren Kunsthalle – anstelle von «Platons Höhle» (Beat Wyss) – dem einen oder andern Steuerzahler ja auch das bekannte Märchen von des Kaisers neuen Kleidern in den Sinn kommen können. Dass nichts dergleichen öffentlichkeitswirksam geschah, ist also erklärungsbedürftig, wenngleich nicht allzu schwer zu begründen.

Kunstvereine: Die Erklärung findet sich, wenn man dem Verhältnis zwischen Öffentlichkeit bzw. Publikum, Kunstvermittlung und Demokratie nachgeht, wie es lange Zeit typisch für eine Institution wie die «Kunsthalle» gewesen ist.

«Kunsthallen» sind seit ihrem ersten, dezidiert gegen das vergangenheitsorientierte «Museum» gerichteten Auftreten mit der Geschichte der «Kunstvereine» verbunden, jenen durchaus elitären Kulturzirkeln, die schon im 19. Jahrhundert den Anspruch erhoben, das wohlhabend-gebildete Bürgertum mit Avantgarde und moderner Kunst nicht nur vertraut zu machen, sondern geradezu zu verheiraten.²

In der Geschichte dieser Kunstvereine lassen sich nun verschiedene Stadien unterscheiden, die zum einen unterschiedliche Konstellationen der Trias von Kunst, Publikum und Demokratie markieren, und zum anderen zeigen, was es braucht, damit Kunst, Publikum und Demokratie kein Dreieck der wechselseitigen Missachtung oder Gleichgültigkeit, sondern ein harmonisches Triumvirat bilden. Mit der zweiten, nach 1945 einsetzenden Phase der Geschichte der (deutschen) Kunstvereine wird nämlich plausibel, wie und warum sich die zeitgenössisch-moderne Kunstproduktion der eigentlich erwartbaren Kritik der «banausischen» Mehrheitsöffentlichkeit entziehen und dennoch demokratisch subventionsfähig zu bleiben vermochte.

In der ersten Periode beobachtbarer Wechselwirkungen zwischen Moderne, Publikum und Demokratie spielt das demokratische Element freilich schon deswegen keine grosse Rolle, weil ihre Zeit noch im klassengesellschaftlich geprägten, autoritären 19. Jahrhundert liegt. Dasjenige Bürgertum, das überhaupt als Publikum und Förderer der avantgardistischen Moderne in Frage kam, war eine kleine Fraktion innerhalb der eigenen Schicht, das mit seiner Stellungnahme die bürgerliche

Begeisterung für den technisch-industriellen Zivilisationsfortschritt auch auf die Dimensionen kultureller Entwicklung und Selbstverständigung ausdehnen wollte: «Das (einflussreiche moderne-freundliche) Bürgertum nahm die Avantgarde als Analogie seiner eigenen historischen Leistung in Beschlag (...). Gemeinsam war (diesem) Bürgertum und der modernen Kunst, dass sie keinerlei Rücksicht auf historisch verbürgte, traditionelle Kulturformen nehmen wollten, die nur als Hindernisse gesehen wurden und bestenfalls musealisierbar waren.» (Grasskamp) Pointiert gesagt lässt sich also im Verhältnis von Moderne und Publikum eine für die Jahrzehnte zwischen 1870 und 1930 charakteristische Konstellation erkennen, da Kunst und gesellschaftlich dominantes Elitepublikum – in souveräner Ausblendung demokratischer oder gar massen-demokratischer Legitimationsbedürfnisse – einander befördern und in ihrer jeweiligen Bedeutung bestätigen.

Erziehungsprojekte: Das ändert sich fundamental nach 1945 – nicht nur in Deutschland, aber am auffälligsten natürlich in der neuen (west)deutschen Bundesrepublik, die nach der totalitär-gegenmodernen Zeit des Nationalsozialismus mit Hilfe der westlichen Alliierten entstanden war und endlich «Demokratie» lernen wollte. Als möglich gewordenes (Selbst)Erziehungsprojekt der «verspäteten» deutschen Nation nutzte die Bundesrepublik die Kunst der Moderne als Bildungsmedium: zur Einübung von demokratischem Pluralismus, liberaler Toleranz und rational-funktionaler Argumentationsfähigkeit. Diese durch die Meinungsmacher der Öffentlichkeit geprägte und von den politischen Institutionen der Demokratie geförderte Haltung zum Handlungs- und Formrepertoire avantgardistischer Kunstproduktion war das auch die Schweiz beeindruckende «Triumviratsmodell» der Nachkriegsepoche. Was Grasskamp für Deutschland notiert, kann *cum grano salis* daher auch für unser Land gelten: «Der demokratische Staat, der die Modernisierung der Produktionssphäre der Marktwirtschaft überliess, sah (in Differenz zur Bourgeoisie der Gründerjahre) in der modernen Kunst nicht (mehr) das Symbol der technisch-industriellen, sondern (vor allem) dasjenige der politischen Modernisierung.»

Die moderne Kunst als Pfadfinderin auf dem Weg in die rechtsstaatlich-soziale, nivelliert mittelständische, anti-elitäre, allgemeine Wohlfahrtsdemokratie ... – das war zwar, gemessen am Selbstbewusstsein der ersten Avantgarde, durchaus ein historisches Missverständnis, aber trotz allem nicht völlig unberechtigt. Nicht die Absichten der meisten Künstler und auch nicht die ihrer Werke konnten einen einleuchtenden Kanon massen-



haft gelungener Aufklärung und Demokratisierung bieten, wohl aber der *Umgang* mit diesen und den mannigfaltigen sonstigen Herausforderungen der Moderne. Die Duldung der modernen Kunst wurde zum Lackmustest für Toleranz und Pluralismus, und mit dem kulturpolitischen Bildungsauftrag gewann die Dreiheit von künstlerischem Eigensinn, prinzipiell wohlwollender Öffentlichkeit und demokratischer Subventionsbereitschaft endgültig Züge von prästablierter Harmonie; jener Systemzustand, von dem auch (noch) die Zürcher Ausstellung von 1989 und die Merz'sche, luxuriös cool inszenierte Wiederholung suprematistischer Provokationsgesten profitieren durfte.

Eine neue Epoche: «1989» ist allerdings – und nicht nur im Bereich der Kulturpolitik – ein Termin des Abschieds und des grundsätzlichen Wandels. Er steht für den Anfang einer neuen Epoche;

ihre Merkmale sind die Entfesselung des Marktprinzips, der Gedanke der Ökonomisierung aller Lebensbereiche und die beschleunigte Verwirklichung einer vor allem durch die allgemeine Konsumproduktionslogik zusammengehaltenen Gesellschaft, die zugleich in die diversesten Spezialinteressengruppen zerfällt. Im Horizont dieses Zeitgeistes reduziert sich die Idee der Demokratie auf die Geltung der Mehrheitsregel. Demokratische Entscheidungen werden nach dem Muster des ökonomischen Wahl- und Tauschverhaltens interpretiert. Der politische Diskurs ist dann nichts anderes als ein Kampf um Marktanteile auf einem speziellen Markt; und «Öffentlichkeit» nur und nicht mehr als die Arena, in der die Konkurrenz um profitable Aufmerksamkeitsquoten stattfindet.

Dass «Kunst» (schon gar «zeitgenössische Kunst») seit spätestens einem Jahrzehnt unter dieselben Legitimationszwänge geraten ist, wie sie die Aufmerksamkeitsökonomie der medialisierten Öff-

fentlichkeit und die Deziisionsmechanik demokratischer Regierungsentscheide steuern, ist evident. Auch Kunst und Kultur müssen assets werden (im Standortwettbewerb der grossen Städte um Firmenhauptsitze und vermögende Privatiers); sie haben sich unter bestimmten Aspekten zu «rechnen» (wie zum Beispiel die sogenannte «Soziokultur», die potentiell rebellische Milieus besänftigt); «Aufwand und Ertrag» sind – wie in jeder Unternehmung – zu erfassen, zu vergleichen und in befriedigende Relationen zu bringen. Und wie alles in komplexen, hochdifferenzierten Gesellschaften müssen Kunst und Kultur primär von Experten begutachtet, ausgewählt und dem Einfluss des Laienpublikums entzogen werden.

Gerade das letztere, die Expertenherrschaft, ist freilich eine im Funktionsmodus der fortgeschrittenen Zivilisation verankerte Notwendigkeit, die auch in *Konflikt* mit den Kriterien der Marktikonsumlogik geraten kann: Warum eigentlich soll – gemäss Expertenmeinung – der demokratische Staat etwas subventionieren, was andererseits nur für eine kleine und oft sogar kaufkräftige Minderheit von Belang zu sein scheint? Die Auseinandersetzung um Kunst und Kultur gerät damit nicht zufällig in spürbare Widersprüche. Die Harmonie zwischen Kunst, Publikum und Demokratie kann sich nun in eine Zone selbstzentrierter Strudel und turbulenter Strömungen verwandeln, in ein für jeden treuherzigen Besucher – sei er Politiker, Bürokrat oder simpler Bürger – gefährliches «Bermudadreieck», in welchem man zwar nicht gerade sein Leben verliert, aber mindestens die Übersicht. – Wie, um Himmels willen, sollen Kunst, Publikum und Politik denn überhaupt noch in einen vernünftigen und konstanten Zusammenhang gebracht werden?

Ménage à trois: Die Frage bezeichnet tatsächlich ein schwieriges Problem. Wie immer in solchen Fällen ist es am besten, sich in erster Linie auf die

Analyse der Zusammenhänge und Verwicklungen zu beschränken, statt sogleich die grosse Lösung herbeizaubern zu wollen. Darum will ich jetzt nur einige wenige Einsichten erinnern, die drei (keineswegs nur für die Kulturpolitik grundlegende) Sachverhalte betreffen:

Erstens ist zu betonen, dass der Gehalt der Demokratie marktlogisch nicht zureichend zu begreifen ist. Zur liberalen und rechtsstaatlichen Demokratie, die wir als Ideal und Norm schätzen, gehören der Schutz von Minderheiten, die Sorge um Querdenker und der Respekt vor der und das Wissen um die Notwendigkeit von kategorischen Werten, die per Mehrheitsentscheid niemals ausser Kraft gesetzt werden dürfen.

Zweitens sind Kunst und künstlerische Produktivität allemal von einem Eigensinn geleitet, der sich Nützlichkeitsabwägungen immer wieder entzieht. Weder die Marktästhetik noch der politische *common sense*, noch ein traditioneller Kanon der Kritik vermag die Richtung zu dem hin festzulegen, was einmal ein «werthaltiges», «förderungswürdiges», «relevantes» Werk oder Kunstgeschehen sein wird. Kunst ist das wesentlich Unberechenbare und Überraschende. Dass eine Sache gelungen ist, zeigt sich immer erst dann, wenn sie betrachtbar präsent ist – und auch da oft bloss allmählich. Wer als Experte gegenwärtige Kunst- und Kulturproduktion in irgendeiner Hinsicht und unter irgendwelchen Kategorien bewerten will, muss also immer davon ausgehen, dass er sich in seinem Urteil gründlich irren könnte, obwohl seine Stellungnahme dennoch unverzichtbar bleibt. Auf irgendeine Meinung, auf irgendein Urteil müssen wir uns ja beziehen – als demokratische Subventionspolitiker genauso wie als kritische Gegenexperten oder als erregt-empörtes Laienpublikum.

Damit komme ich zum letzten Punkt: zum Publikum, das als geschlossenes Kollektiv nicht existiert, aber in der Hinsicht auf die Idee einer

lebendigen Öffentlichkeit gleichwohl einen Zusammenhang bildet. Natürlich gibt es ‚das‘ Publikum, ‚die‘ Aufmerksamkeit, welche als einheitliches Gut in grösserer Quantität für ‚die‘ Kunst zu gewinnen wären *nicht*, und schon gar nicht lässt sich das Publikum fassen, wie man den ‚idealtypischen Käufer für Katzenfutter‘ konzipiert. Im riesigen Gegenwartsraum der Kunst und Kulturerzeugung vermögen sich stets nur limitierte Interessen, begrenzte Zuständigkeiten und beschränkte Kenntnisse auszuformen, was zugleich bewirkt, dass alle Akteure einander in allen Rollen, in derjenigen des Experten wie in der des Laienrichters, begegnen (wer firm in klassischer Klaviermusik ist, hat von Comics, Popkultur und Patti Smith wenig Ahnung; wer viel von Film versteht, wird Ballett- und Tanzbanause sein, usw.). Aus den erwähnten drei theoretischen Einsichten: dass Demokratie *ohne Sinn für die Defizite der Mehrheitsmacht* zerfällt (1.); dass das Kunsturteil *Sachverstand ebenso braucht, wie es höchst fallibel bleibt* (2.); dass ‚das‘ Publikum eine *Chimäre* ist (3.), folgen, so denke ich, ohne weiteres auch drei praktisch bedeutsame Erkenntnisse: Zwar sind klare Qualitätskriterien und Werthierarchien als Entscheidungshilfen in Kunst- und Kulturfragen heute *weniger denn je* zu fordern (a), dennoch ist die staatlich-demokratische, *expertenabhängige Förderung* von Kunst und Kulturproduktion auf vielen Gebieten unumgänglich (b), *sollen nicht bloss das Massenhafte oder privat Privilegierte*, das unterhaltungsindustrielle Produkt und das Luxusgut, die Zukunft unserer zivilgesellschaftlichen Öffentlichkeit bestimmen – und deren *Vitalität nachhaltig schädigen* (c).

Auch nach ‚1989‘ also muss die Trias von Kunst, Publikum und Demokratie nicht gleich zum bösen Ort mutieren, wo Verstand, Fairness und republikanischer Konsens in Turbulenz geraten und versinken; aber zurück zur prästabilierten Harmonie der Nachkriegszeit, wird sie gewiss nicht

nochmals finden. Kurzum: Wir haben im *ménage à trois* zu leben, mit Eifersüchten, Missverständnissen und wechselnden Beziehungsformationen, aber wenigstens in dem *einen* Haushalt, den wir gemeinsam haben und erhalten möchten. ─

Georg Kohler, Prof. Dr. phil. und lic. iur.: Nach dem Studium der Philosophie und der Rechtswissenschaft in Zürich und Basel, einigen Assistenzjahren während des Doktorats und der Vorbereitung der Habilitation, war er von 1983-1991 in der Leitung eines Familienunternehmens in Wien tätig und arbeitete ausserdem als freier Publizist (v.a. für die ‚Neue Zürcher Zeitung‘). 1992-1994 lehrte er Politische Philosophie und Theorie an der Ludwig-Maximilian-Universität in München; seit 1994 ordentlicher Professor für Philosophie an der Universität Zürich.

1 Beat Wyss: *Das Ende der Bilder. Gerhard Merz und Platons Höhle*, in: *Neue Zürcher Zeitung*, Nr. 249, 26.10.1989.

2 Das Folgende stützt sich auf Aufsätze von Walter Grasskamp: *Rekonstruktion und Revision. Die Kunstvereine nach 1945, sowie Demokratie und moderne Kunst. Umwidmung und Demontage*, in: ders.: *Die unbewältigte Moderne. Kunst und Öffentlichkeit*, München 1989, S. 120-146.



Von der Kritik zum Tipp Literatur auf dem Kulturmarktplatz

Isabelle Rüf

Die Literaturvermittlung hat sich vom Kommentar hin zur Performance entwickelt, schreibt die bestandene Kulturjournalistin Isabelle Rüf. Das heisst aber noch lange nicht, dass der zunehmende Lärm der Literaturszene die einzigartige Stimme übertönt!



Am 22. September kam *Trois jours chez ma mère* von François Weyergans endlich in die Buchhandlungen. Seit Jahren schon kündigte sein Verleger Grasset diesen Roman jeden Herbst an. Und dann nichts. Als das Buch endlich erschien, erlitt der Pariser Mikrokosmos, der bereits von der Affäre Houellebecq erschüttert wurde, einen Schock, ähnlich einem zweiten Tsunami. Aus diesem Grund machte sich die Pressebetreuerin Sorgen. Werden die Medien vom Inhalt reden oder nur von den Missgeschicken, die dem Autor während seines langen Schweigen zugestossen sind?

Diese Sorgen lassen tief blicken. Im Frühjahr und Sommer 2005 waren nur die Trommeln zu hören, die das Erscheinen des neuen Romans von Michel Houellebecq ankündigten, und dies gleich-

zeitig in fünf Sprachen. Am Fernsehen, in allen Zeitungen und im Internet ist nur der Autor, seine Zigarette, seine existentielle Verzweiflung, sein Hund, sein Sexualleben, seine Beziehungen zur Sekte der Raelianer bis zur Übelkeit zu sehen. Als es erscheint, dramaturgisch geheimnisvoll aufgeladen, um die Lust anzustacheln, zeigt das Buch Qualitäten. Doch der Kritiker mag es fast nicht mehr lesen. Man darf annehmen, dass der potentielle Leser von dieser textuellen Belästigung ebenfalls müde ist. Trotzdem funktioniert das Räderwerk autonom: unmöglich, das Phänomen zu ignorieren. Im übrigen ist es soziologisch nicht uninteressant. Dennoch, wenn man es analysiert und anprangert, unterstützt man das System usw. Verschwindet der kritische Diskurs zugunsten der Promotion?

Wahrheit oder Bestsellerliste?: Auch wenn man sich nicht dem Gejammer hingibt, so muss doch festgestellt werden, dass der Fokus ein anderer ist. Früher arbeitete der Kritiker im Namen einer bestimmten Vorstellung von «Wahrheit». Aus der Masse von Büchern wählte oder schloss er die Werke nach den Kriterien aus, die er für objektiv hielt: das Schöne oder Innovative der Sprache, das Originelle der Gedankenwelt, die Form und den Inhalt und deren Dialog usw. Er stellte Zusammenhänge her, übte eben Kritik, denn das war sein Beruf. Er hatte gearbeitet, um ihn zu erlernen. In Deutschland und in den angelsächsischen Ländern war er oft durch eine akademische Ausbildung dazu legitimiert. Auf den Feuilletonseiten wandte er sich an eine gebildete Leserschaft. Vertraut mit den vorgefassten Meinungen seiner langen Artikel, entschieden sich seine Leser nach seinen Diktaten. Dieses utopische Leitbild gibt es noch immer in bestimmten Zeitungen, doch es ist im Schwinden begriffen.

Heutzutage stellt sich die Frage anders. Auf den Redaktionen sucht man sich das, was «die Leute» wollen, um ihren Wünschen nachzukommen. Da niemand diese verschwommene Masse kennt, versucht man sich mit indirekten Mitteln ein Bild von ihr zu verschaffen – der Bestsellerliste oder der Hörerumfrage –, mit Mitteln also, die ihrerseits Resultate des Angebots sind. So kommt es zu einer Selbstzensur. Werke, die als zu pointiert, zu schwierig oder innovativ gelten, werden ohne viel Federlesens ausgeklammert. «Die Leute» haben keine Zeit, lange Artikel zu lesen, also schreibt man Textchen mit Werbecharakter, versehen mit Sternchen oder Piktogrammen, um die Leser schnell ins Bild zu setzen.

Von diesem herablassenden Standpunkt aus schrumpft notgedrungen der Raum, den man den Buchbesprechungen gibt. Dem Fernsehen sind Gesprächsrunden lieber, zu denen sich wie bei einer Zirkusvorstellung ganz unterschiedliche Prominente einfinden, die sich vor einem aggressiven Moderator rechtfertigen müssen. In Zeitungen und Zeitschriften entscheidet man sich ab und zu für einen grossen Coup, zwei oder drei Seiten über einen Autor. Dazu braucht es etwas Skandalumwittertes (Houellebecq macht das mit seinen nihilistischen Provokationen perfekt) oder statt dessen eine schöne und/oder traurige Geschichte – Exil, Trauer, Missbrauch, Neuanfang nach Drogen oder Gefängnis, Abenteuer in der Ferne, politische Auseinandersetzung.

Diese verzerrten Betrachtungsweisen bestehen nebeneinander und lassen eine neue Landschaft hervortreten. Vor kurzem hat die Westschweizer Tageszeitung *Le Temps* die Teile «Kultur» und «Gesellschaft» im letzten Bund zusammengezogen.

Wer die beste Geschichte zu erzählen hat, kommt auf die äusserst begehrte letzte Seite. Gewöhnlich gewinnt die «Gesellschaft», und das ist auch normal: Sie bietet praktische Ratschläge, Innovationen, die das Leben leichter oder lustiger machen. Kultur ist dann an der Reihe, wenn auf der Bühne etwas Neues läuft, CDs oder Filme herauskommen. Der Leser nimmt die Neuheiten zur Kenntnis, und es ist ihm egal, ob sie in den Bereich «Gesellschaft» oder «Kultur» fallen. Kein Grund zum Klagen. Ausser bei Literaturpreisen, dem Tod eines Autors, einem Skandal, einer Zensur, eines Prozesses haben die Bücher ihren festen Platz, nämlich in den «Bücher»seiten der grossen Tageszeitungen oder Fachzeitschriften, von denen neugierige Leser wissen, dass sie sie dort finden können. Die Literatur hat noch einen anderen Zufluchtsort, nämlich die Kultursender der Staatsradios. Die Tatsache, dass es sich dabei um einen engsten Kreis handelt, schützt sie vor Hörerumfragen (doch wie lange noch?). Sie wollen nur eine kleine Hörerquote erreichen. In einem Land wie Frankreich sind das trotzdem Hunderttausende von Zuhörern, von potentiellen Lesern, die mit pointierten Informationen berieselt werden.

Die heutige Verlagssituation ist sehr merkwürdig. einerseits eine gewaltige Produktion, die grösstenteils dem Vergessen anheimfällt, noch bevor sie überhaupt eine Leserschaft erreicht hat. Die «rentrée littéraire» (der Bücherherbst), ein typisch französisches Phänomen, vermeldet diesen Herbst mehr als 600 Neuheiten, und das allein bei der Literatur. Andererseits ziehen ein paar vorausgeplante Knüller die Aufmerksamkeit auf sich (der erstaunlichste und am längsten anhaltende war *Der Da Vinci Code*), und die erkennt man unter anderem an der umfangreichen Sekundärliteratur, die da um sie herum wuchert – nicht weniger als fünf Kommentarbücher zu Houellebecq, noch ehe *Die Möglichkeit einer Insel* erscheint. Zwischen diesen beiden Polen: ziemlich diskreditierte und überholte Medien. «Die Presse macht keine Vorschriften mehr», stellen die Verleger fest, die in Zukunft die Buchhändler umhegen. Verliebt sich einer von ihnen in ein Buch, kann er mehr als tausend Exemplare verkaufen, was die Hälfte einer mittelgrossen Auflage bedeutet. Auszeichnungen wie der Prix des Auditeurs, der den Geschmack der Leute widerspiegeln soll, erfreuen sich ebenfalls grosser Beliebtheit. Hörernähe wird zu einem Ideal.

Kommentar oder Performance?: Die Glaubwürdigkeit hat sich vom Kommentar hin zur Performance verschoben. In den deutschsprachigen Ländern gehen Autoren seit langem mit ihrem neuen Opus auf Tournee und lesen daraus in

Schulen, Buchhandlungen, Bibliotheken, an Buchmessen und überall auf der Welt. Sie nehmen an Schreibworkshops, Debatten und Treffen teil, kurz und gut: Sie üben eine Paralleltätigkeit aus, die einen Teil ihrer Arbeit ausmacht. Man kann diese Struktur des Literaturmarktes bedauern, sich ihr entziehen oder sich widerwillig dazu hergeben. Man kann sie aber auch zum eigenen Nutzen umgestalten. Viele junge Autoren machen sich spielerische Strategien zu eigen, veranstalten Feste, Performances, Events, verbreiten ihre Texte auf dem Netz und fordern dort ihre Leser zum Dialog auf. Sie haben Recht: Sogar ein Schriftsteller ist ein Verkaufsargument. Wehe denen, die nicht die Phantasie herausfordern.

Alles spielt sich so ab, als genüge sich das Lesen nicht selbst. Seit ein paar Jahren zieht jeweils im Herbst eine Veranstaltung quer durch die französischsprachigen Länder. Sie trägt den seltsamen Namen «Fureur de lire» (Lesewut) und es finden innerhalb von wenigen Tagen Dutzende von Veranstaltungen statt. Es wird zum Schreiben aufgefordert, als müsste man den Wunsch zu schreiben erwecken, wo man doch schon überall von einer Logorrhoe übergossen wird. Dieses emsige Treiben verdeckt zwar, es bietet aber auch einen Resonanzkörper. Ein gewisser Puritanismus misstraut dem Erfolg und dem Geld, das damit verbunden ist. Dass Michel Houellebecq soviel verdient wie ein Fußballspieler und seine Bücher Europa überschwemmen, wo liegt da das Problem? Victor Hugo war auch reich und berühmt! Dass sich Herden von Jugendlichen im flotten Schreibstil von Amélie Nothomb wiedererkennen, was ist da schon Schlimmes dabei? Der Roman hat immer schon die Spiegelfunktion der Gesellschaft und des Individuums ausgeübt. Wirklich innovative

Werke hatten schon immer Mühe, einen Leserkreis zu finden. Die Zeit verstand es, eine Selektion vorzunehmen. Und das wird sie auch weiterhin tun. Die heutige Literaturszene ist besonders laut. Dieser Lärm übertönt vielleicht einzigartige Stimmen. Er kann sie aber nicht zum Schweigen bringen. Und viele spitzen die Ohren, um sie zu vernehmen. Verlagshäuser werden gegründet. Am Anteil «echter» Leser hat sich seit einem Jahrhundert nichts geändert. Kritiker liegen auf der Lauer und sind bedacht darauf, neue Talente zu entdecken. In diesem Herbst gibt es Bücher, die sie glücklich machen können. Wenn sie sich nicht mehr so akademisch ausdrücken, dann deshalb, weil sie sich an ein breiteres Publikum richten: Wer würde sich da beklagen? —

Aus dem Französischen von Markus Hediger

Isabelle Rüf, 1943 in Montreux geboren. Lizentiat in Humanwissenschaften an der Pariser Sorbonne (Ethnologie, Linguistik, Religionsgeschichte, Soziologie). Seit 1983 Literaturjournalisten bei *L'Hebo*, am *Radio de la Suisse Romande* und seit 2000 bei der Tageszeitung *Le Temps*.

Der Leser als Sonderfall Zielpublika in einem mehrsprachigen Land

Von Marion Graf

Ist die mehrsprachige Schweiz überhaupt noch der Traumort der Übersetzer und eines entsprechend mehrsprachigen Lesepublikums? Seit ein paar Jahren nehmen die Übersetzungen im Angebot der Schweizer Verlage kontinuierlich ab. Die Recherche der Übersetzerin und Literaturkritikerin Marion Graf zur Situation in der französischsprachigen Schweiz lässt um so grössere Bewunderung für die Verlage aufkommen, die es trotzdem wagen!

Der Wettlauf um Rentabilität Internationale Bestseller. Startum. Schliessungen und Übernahmen von Buchhandlungen. Konzentration im Verlagswesen. Abschaffung von Literaturseiten in den Zeitungen. Seit ein paar Monaten hat der Wettlauf um Rentabilität die Verlagswelt erobert. Was bedeutet diese Revolution für den Leser, der bei diesem erbarmungslosen Krieg auf dem Spiel steht? Und insbesondere für den Leser von Übersetzungen in einem mehrsprachigen Land wie der Schweiz? Ist die Leserschaft dabei Gewinnerin oder Verliererin? In Ermangelung einer Antwort soll unsere Recherche wenigstens Anlass zu ein paar Überlegungen sein. Wir wollen hier der französischen Schweiz als doppelte Minderheit sowohl gegenüber Frankreich als auch gegenüber der deutschen Schweiz unsere Aufmerksamkeit schenken.

Anfang September, während die ersten der jährlich etwa 50 000 französischen Neuheiten, zu denen noch etwa 2500 aus der französischen Schweiz hinzukommen, wie von einer Welle auf den Markt gespült werden, verwandeln sich die Buchhändler in die entscheidenden Akteure der Buchkette. Ein wortgewandter Buchhändler – manchmal übrigens ferngesteuert vom mächtigen Besitzer der Buchhandlung – kann von einem Titel bis zu 1500 Exemplaren absetzen. Verlockende Schaufenster, schön angeordnete Bücherstapel, Tafeln, rote Buchschleifen, grüne Rabatte persönliche Empfehlungen des Buchhändlers erleichtern die Auswahl, beruhigen und lenken einen dabei.

Noch vor Erscheinen des Buches in der Originalsprache waren die Übersetzungsrechte schon verkauft und Paul Auster, Dan Brown, Philip Roth, Houellebecq und Harry Potter von den Verlagsagenten zu Leserfavoriten bestimmt worden.

Wenn er aber erst einmal im Bild ist über die Bücher, von denen alle reden, ist es dem Leser freigestellt, sich andere Bücher auszusuchen: Er ist verantwortungsbewusst, und das Angebot ist riesig. Wenn heute 20% der Übersetzungen inter-

nationale Grossefolge sind, so ergeben sich 80% aus reiflich überlegten Entscheidungen von Verlegern, die sorgfältig auf die Rezeption der Autoren in der Originalsprache achten. Wie lange noch bleibt das Angebot auf der Höhe dieser ausserordentlich diversifizierten Bedürfnisse?

Bei Françoise Berclaz Zermatten, einer unabhängigen Buchhändlerin in Sion, machen Übersetzungen die Hälfte der Verkäufe aus. Vor allem solche aus dem angelsächsischen Raum, doch es besteht auch ein besonderes Interesse für nordische und irische Autoren. Je nach Ferienziel der Käufer kann es aber auch kubanische oder südamerikanische Literatur sein ... Ein Auftritt am Fernsehen, ein grosser Artikel in einer Literaturbeilage oder vor allem die Mund zu Mund-Propaganda sind die wichtigsten Multiplikatoren. Obwohl sich diese allgemeine Buchhandlung in der Hauptstadt eines zweisprachigen Kantons befindet, sei die Neugier auf Schweizer Literatur, in Übersetzung oder auf französisch, marginal, gibt die Ladeninhaberin zu, auch wenn sie im Sinn hat, eine Abteilung von Büchern deutscher Sprache zu schaffen. *«Und dann müsste man vielleicht die Übersetzer von ausländischen Büchern herbeiziehen, die sprechen ja französisch, kennen das Werk eingehend, und das aus gutem Grund, und sie würden ein lebendiges Zeugnis ablegen über die verkannten Schwierigkeiten des Übersetzens.»*

Preise und Aufmerksamkeit Seit 1987 wird der Prix des Auditeurs des ersten Kanals des Radio de la Suisse Romande jedes Jahr an einen Schweizer Autor verliehen. Er ist einer jener verkaufsträchtigen Preise, auf den die Verleger versessen sind. Die Jury aus dem breiten Publikum besteht aus 24 Leserinnen und Lesern verschiedensten Alters und verschiedenster Herkunft und krönt nicht Autoren, sondern Texte, denen sie ihre Zustimmung gibt. Ob Übersetzung oder nicht, spielt keine Rolle. Entscheidender, bemerkt der Radiojournalist Louis-



Philippe Ruffy, sei die «provinzielle Ader», die manchmal zu einer Überbewertung des Erscheinungsortes führe: Ein West- oder Deutschschweizer, der in Paris herausgekommen sei, profitiere somit von einer Aura der Universalität, die sein in Lausanne oder Genf publizierender Kollege nicht habe. Bis auf einige regionale Veröffentlichungen finden sich auf den Tischen der Buchhandlungen von Grenoble und Genf dieselben Titel. Seit den 1960er Jahren haben ausländische Literaturen in Frankreich einen spektakulären Vormarsch verzeichnet. Übersetzungspreise, Preise für fremdsprachige Bücher wurden ins Leben gerufen, und der Übersetzerberuf hat sich professionalisiert. Der französische Kritiker André Clavel, der ganz nah an der Schweizer Grenze wohnt, macht sich «dieses Gegengift zur Egomanie, von der die derzeitige französische Produktion beherrscht wird», zunutze. Als professioneller Leser ausländischer Literatur freut er sich über diese Öffnung und erinnert daran, dass die Literatur der französischen Schweiz stolz sein könne auf eine lange Tradition der Porosität gegenüber anderen Literaturen. Manchmal hätten sie das auch ihren französischen Nachbarn zugute kommen lassen. Gute Gründe also, bei diesem fruchtbaren und anspruchsvollen Leser zu verweilen: «Die wichtigsten Westschweizer Autoren des 20. Jahrhunderts waren und sind grosse Leser – und oft auch Übersetzer und Vermittler – ausländischer Literatur, was bis vor kurzem bei den Franzosen kaum der Fall war. Man muss nur an Albert Béguin, Philippe Jaccottet, Georges Haldas, Etienne Barilier, Vahé Godel und viele andere denken. Die Vielsprachigkeit und das Schweizer Schulsystem stehen bestimmt am Anfang dieser Sensibilität, die übrigens heutzutage vielleicht ein wenig verloren geht.»

Die mehrsprachige Schweiz? Ist die mehrsprachige Schweiz überhaupt noch ein Schmelztiegel der Übersetzungen? Seit ein paar Jahren haben die sinkenden Zahlen etwas Beunruhigendes: 2004 waren von den 1904 in der Schweiz publizierten literarischen Werken 399 Übersetzungen (2003: 467 Übersetzungen auf 1833 Publikationen; eine Aufstellung der Übersetzungen nach Hauptsprachen für das Jahr 2004 zeigt die Grafik auf Seite 45). Betrachtet man alle Veröffentlichungen sowie alle Gattungen, so steht Englisch an der Spitze der 29 übersetzten Sprachen (sein Vorrang ist seit mindestens fünf Jahrzehnten belegt), gefolgt von den drei wichtigsten Landessprachen, dann vom Russischen, Spanischen und Arabischen. Angesichts einer Globalisierung, die mit mächtigsten Mitteln die Kulturen zu homogenisieren trachtet, muss man das Flair und die Kühnheit der unabhängigen Verleger begrüßen, für die in der Schweiz und anderswo das Wort Übersetzung

gleichviel bedeutet wie die Bestätigung der unendlichen Vielfalt der Welt: Ausschliesslich literarische Verlage wie Ammann, Unionsverlag, Lenos, Diogenes oder Casagrande im Tessin übersetzen viel und setzen bis zu 80 % ihrer Produktion im Ausland ab. In der französischen Schweiz war L'Age d'Homme (Lausanne) einer der ersten Verlage, der mitten im Kalten Krieg Autoren aus Osteuropa bekannt machte. Heute räumen zwei neuere Verlagshäuser, Noir sur Blanc (Montricher/Lausanne) und Métropolis (Genf), den ausländischen Literaturen einen wichtigen Platz ein. Doch der Referenzverlag auf dem Gebiet der Übersetzung ist derzeit Zoé (Genf), der 2005 sein dreissigjähriges Bestehen feiert. Als Kleinverlag mit drei Angestellten publiziert Zoé jährlich 25 Titel. 25 % des Katalogs, das heisst 140 Bücher, sind Übersetzungen.

Das Beispiel Editions Zoé Marlyse Pietri, Gründerin und Leiterin von Zoé, ist zuerst einmal Leserin. «Ich habe immer ausländische Autoren gelesen. Niemals hätte ich mich nur in einer Sprache einschliessen wollen. Ich erwarte von diesen Lektüren neue Horizonte und Themen, doch auch neue Haltungen gegenüber der Literatur sowie andere Strategien in der Erzählart. Ich suche weniger das Zeitgeschehen als vielmehr das Eintauchen in etwas Merkwürdiges, andere Rhythmen, Klänge und Farben. Bei einem übersetzten Buch habe ich weniger Anhaltspunkte, ich komme nicht in Versuchung zu klassifizieren, mein kritisches Urteil einzusetzen. Ich bin bereit, mich überraschen und faszinieren zu lassen. Ich lese langsam und nehme mir die Zeit, eine Welt in mich aufzunehmen – in letzter Zeit zum Beispiel die von Arto Paasilinna oder Andrea Camilleri. In einem ersten Schritt kümmere ich mich weniger um die literarische Qualität als vielmehr um die Existenz dieser unbekannt Welt, die sich dank der Übersetzung durchsetzt. Das heisst, wenn das Buch nicht viel taugt, merkt man das schliesslich, so dass man seiner überdrüssig wird.»

Mit der Veröffentlichung von Niklaus Meienberg hat Zoé von Anfang an die anderen Schweizer Literaturen bei sich aufgenommen, vor allem die deutschschweizerische. Zu diesem ersten Gebiet kam schliesslich noch ein zweites hinzu: die afrikanische Literatur, erweitert um die Literaturen des Südens in englischer Sprache. Diese beiden Welten sind persönliche Entscheidungen der Verlegerin. Da sie fließend Deutsch und Englisch spricht, ist es ihrer Meinung nach schwierig, Übersetzungen aus einer Sprache zu publizieren, die einem völlig fremd ist. Und so tut sie dies nur ausnahmsweise. Das wird diesen Herbst der Fall sein mit dem Start der Reihe «Les Classiques du monde», die ein Verband in Paris in Zusammenarbeit mit Zoé anbietet.

2004 in der Schweiz publizierte literarische Werke

	total	davon Übersetzungen	davon CH-Autoren	ausl. Autoren
deutsch	1042	237 (22,7 %)	25	212
französisch	544	91 (16,7 %)	13	35
italienisch	106	38 (35,8 %)	3	35
rätoromanisch	9	1	1	–
englisch	142	20 (14,1 %)	1	19

(Diese Zahlen hat uns Philippe Girard, Schweizerische Landesbibliothek, freundlicherweise bekanntgegeben.)

Drei Erfolge zeigen die Vielfalt der Leser, die Zoé mit seinen Übersetzungen erreicht: Blösch von Beat Sterchi erhielt den Prix des Auditeurs und bewegte die Leser von fiktionaler Literatur. *Dumm und dick*, die Autobiographie von Rosemarie Burri, eroberte wiederum Leser, die versessen sind auf Zeugen- und Lebensberichte. Robert Walser schliesslich findet seine Leser vor allem in Frankreich. «Bei uns», erläutert die Verlegerin, «ist eine Übersetzung ab 3000 verkauften Exemplaren ein Erfolg. Doch ich bin sehr zufrieden mit den 2000 verkauften Exemplaren der Erzählbände der Südafrikanerin Bessie Head.»

Einen neuen Autor auf den Markt zu bringen, ist ein heikles Unterfangen. Die Manövriermarge eines literarischen Verlags ist sehr eng. «Es gibt keinen Markt für innovative Schreibarten, für neue Ästhetiken. Und ausserdem leiden wir am Verschwinden von Zwischennetzen: weniger Kritik, dem Sterben der unabhängigen Buchhandlungen (in drei Jahren haben in der französischen Schweiz 42 Buchläden dichtgemacht)... Und Events mobilisieren beträchtliche Mittel, die in unseren Budgets nicht vorgesehen sind. Trotzdem gibt es Leser von eher schwierigen Werken, das weiss ich. Das Problem besteht nur darin, sie zu erreichen.»

Bei Zoé ist der Leser nicht Kunde, sondern Partner, beinahe Komplize in Sachen Entdeckungen. Deshalb gehören schlechte Verkaufquoten bei übersetzten Büchern nicht unbedingt zu den schlimmsten Nachrichten. «Richtig enttäuschend ist es mit anzusehen, wenn ein Autor nach einem Erfolg geht. Zu den schönen Überraschungen gehört es, die Rechte zu bekommen.»

In dem Büchlein *Une aventure éditoriale dans les marges*, publiziert aus Anlass des 25jährigen Bestehens des Verlags, schildert Marylse Pietri das Dilemma, das jedem grenznahen Verleger, der zwei Leserschaften von unterschiedlicher Sensibilität gegenübersteht, wohlbekannt ist. Die französische Schweiz ist ja kleinräumig. Ein literarischer Verlag, so wie ihm Zoé vor Augen schwebt, kann sein Programm nicht nur auf die Leserschaft der französischen Schweiz ausrichten, sonst erstickt er und muss Kompromisse einge-

hen. Diesbezüglich ist der Vertrieb in Frankreich durch Harmonia Mundi, und dies seit 1992 – umgekehrt vertreibt Zoé Harmonia Mundi in der Schweiz – einer der grossen Trümpfe des Hauses. Ein für die Zukunft wahrscheinlich entscheidender Trumpf: «In diesem kleinen Land muss ein Verlag, der literarische Texte publiziert, unterstützt werden, damit er sie anderswo anbieten kann. Unterlässt man dies, lässt man das westschweizerische Verlagswesen sterben: Denn wenn wir eines Tages in der Schweiz nur noch Filialen der grossen Pariser Unternehmen haben, so werden das bloss noch regionale Verlage sein, die weder den hiesigen Autoren noch dem, was meiner Meinung nach die ganze Stärke der französischen Schweiz in Bezug auf Frankreich ausmacht, mehr die gleiche fordernde Aufmerksamkeit schenken werden: ihre Sensibilität für die kulturelle Andersartigkeit. Letzten Endes werden die Leser dafür bezahlen müssen.» ▬

Aus dem Französischen von Markus Hediger

Bibliographie:

Marylse Pietri, *Une aventure éditoriale dans les marges*, Editions Zoé, Genf 2000

Marion Graf, «L'édition littéraire en Suisse» in: *Feuxcroisés 4*, 2002 (Vertrieb Editions d'En Bas, Lausanne)

Pierre Jourde, *La Littérature sans estomac*, L'Esprit des péninsules, Paris 2002

André Schiffrin, *Le Contrôle de la parole, l'édition sans éditeurs*, suite, La fabrique, Paris 2005

Die Verfasserin dankt ganz herzlich all jenen, die ihr bei dieser Umfrage Rede und Antwort gestanden haben.

Marion Graf ist Literaturkritikerin mit Spezialgebiet Lyrik und Übersetzerin aus dem Russischen und Deutschen. In den letzten Jahren hauptsächlich von Robert Walser. Sie ist zur Zeit Präsidentin der CH-Reihe, welche die Veröffentlichung zeitgenössischer Schweizer Autoren in Übersetzung fördert.

Mit den Augen des Kollektivs

Wie individuell ist unser Geschmacksurteil?

Roy Schedler

Der Begriff «Publikumsgeschmack» ist negativ besetzt. Was der breiten Masse gefällt und den Zuspruch vieler findet, das kann in landläufiger Lesart keinen ästhetischen Wert haben. Roy Schedler, Kulturmanager der ersten Stunde, versucht aufzuzeigen, wie es um die Individualität des ästhetischen Urteils tatsächlich bestellt ist |



Wer öfter ins Theater geht und mit etwas Glück in die richtige Aufführung gerät, der kennt diese Erfahrung: «Ein Engel geht durch den Raum» beschreibt jenen Moment, wo plötzlich, scheinbar zufällig, eine magische Stille auftritt und die Zeit stehenzubleiben scheint. Wir wagen kaum mehr zu atmen; wir sind hellwach und sehen das Geschehen auf der Bühne wie mit anderen Augen. In Frankreich sagt man dazu: «Un ange passe», in Russland «Ein Polizist wird geboren» und in den Niederlanden: «Jesus fährt auf dem Trottinett». Die Sprache des Theaters, das wissen wir seit Peter Brooks legendärer Afrikareise, ist weltumspannend.

Das Besondere an diesem Phänomen ist indes nicht seine Ubiquität, sondern die kollektive Erfahrbarkeit. «Ein Engel geht durch den Raum» ist

eine gemeinsame Erfahrung des Publikums, unhintergebar und intersubjektiv nachprüfbar: Wir spüren diesen Moment zur selben Zeit und mit derselben Intensität wie jeder andere auch. Die Präsenz dieses Augenblicks übersteigt unseren alltäglichen Erfahrungshorizont: Es ist, als würde diese plötzlich einbrechende Stille die Grenzen unseres Ichs sprengen und uns zu einem Teil eines grösseren Ganzen machen. Denn so unerwartet uns diese Stille mit dem Hier und Jetzt verbindet, so nah kommt uns auch unser Sitznachbar. «Ein Engel geht durch den Raum» verwandelt uns von individuellen Theaterbesuchern in ein Publikum, das als Kollektiv sieht, hört und fühlt.

Damit nicht genug. Das wirklich Besondere an «Un ange passe» ist – wenn nicht die Gewissheit, so doch zumindest eine starke Ahnung –, dass



mit dieser gemeinsamen Erfahrung auch eine gemeinsame Erkenntnis einhergeht. Anstelle unserer subjektiven Wahrnehmung tritt ein kollektives «Für-Wahr-Nehmen». Wir sind uns nicht nur über den magischen Moment als solchen einig, wir glauben auch zu wissen, was er uns zu verstehen gibt: Das ist passiert, und so ist es gemeint.

Ob sich uns in dieser Stille das Erhabene im Sinne Kants offenbart, ob wir darin das Aufblitzen eines spirituellen Lernprozesses einer Bühnenfigur erkennen oder ob wir eine Art kollektives Samadhi erleben, wäre eine eigene Untersuchung wert. Am Mysterium des magischen Engels interessiert uns im Rahmen dieses Essays nur der Publikumsgeschmack als solcher. Ist das, was vielen gefällt – weil sie das Dargebotene ähnlich wahrnehmen

und entsprechend gleich beurteilen –, zwangsläufig konventioneller Mainstream? Wonach richten wir uns eigentlich, wenn wir eine Aufführung, ein Buch oder ein Konzert bewerten? Urteilen wir nach individuellen Kriterien oder werten wir als Kollektiv? Und wenn letzteres zutrifft: Nach welchen Merkmalen und Maßstäben erfolgt ein kollektives Urteil?

Das (scheinbar) individuelle ästhetische Urteil: Es entspricht unserer Gewohnheit, dass wir bei ästhetischen Urteilen aus einem atomistisch konzipierten «Ich» argumentieren: «Ich liebe die Inszenierungen von Christoph Marthaler.» oder: «Harry Potter kann ich nicht ausstehen.» Wir berufen uns auf subjektive Präferenzen, wobei wir unser ästhetisches Urteil mit moralischen, ethischen und politischen

Überzeugungen verschränken, die wiederum auf individuellen Eindrücken und Wertestandards gründen. Dieses ›Ich‹, das sich so äussert, übersieht geflissentlich die gesellschaftlichen Voraussetzungen der eigenen Subjektivität. Persönlicher Geschmack ist immer das Ergebnis der eigenen Geschichte und also der jeweiligen sozialen und kulturellen Einbettung. Unsere Vorliebe für Pink Floyd unterscheidet sich hierin nicht von unserer Abneigung gegen Blattspinat.

«Wir schauen mit den eigenen Augen, aber wir sehen mit den Augen des Kollektivs», heisst es in einem Buch von Ludwik Fleck. Wir mögen die Dinge um uns herum zwar individuell erfahren, über ihre Bedeutung können wir uns aber nur in der Gemeinschaft verständigen. Als gerichtetes Wahrnehmen mit entsprechendem gedanklichem und sachlichem Verarbeiten des Wahrgenommenen schwebt der kollektive Denkstil quasi als etwas Übergeordnetes über unserer individuellen Denkart. Wir wollen – ja müssen – unsere Wahrnehmungen immer durch das Kollektiv bestätigt wissen.

Auch Aussagen über ästhetische Qualitäten sind prinzipiell kollektiv. Zum einen, weil unsere Urteile als Resultat gelebter Erfahrungen auf einer gesellschaftlich organisierten kulturellen Praxis gründen (Spinat gab's immer, wenn wir bei der Grossmutter essen mussten), zum andern, weil die Praxis, in der diese Urteile geäussert werden (im Feuilleton, in der Theaterpause im Foyer etc.), immer auch gesellschaftlich geprägt ist. Selbst für die Kriterien, auf denen unsere Urteile gründen, muss oft erst Übereinstimmung erzielt werden. Ästhetische Merkmale sind keine geschlossenen Konzepte und bedürfen immer wieder der gegenseitigen Überprüfung. Die Grenzen zwischen ›ironisch‹, ›sarkastisch‹ und ›zynisch‹ sind fließend – aber ohne Zuverlässigkeit des Kriteriums hat das Qualitätsurteil keine Gültigkeit. Ästhetische Urteile existieren darum notwendigerweise nur im sozialen Raum, ganz unabhängig davon, ob sie individuelle Überzeugungen durchsetzen sollen oder weil sie als Ordnungsstifter des Kulturbetriebs regulative Funktionen erfüllen.

Das kollektive ästhetische Urteil: Wie im Fall des Engels, der durch den Raum geht, ist das ›Publikumsurteil‹ also mehr als die Summe der individuellen Wertschätzungen der Besucher. Das wirft die Frage nach dem theoretischen Bezugssystem auf, demgemäss wir als Publikum unser Urteil fällen, wenn uns die Erkenntnis – in Abwesenheit des magischen Engels – für ein Mal nicht intuitiv zufällt und wir uns über das Drama, das sich vor uns auf der Bühne abspielt, auch nicht diskursiv verständigen können. Wann und warum interes-

siert und gefällt uns eine Aufführung? Und wann schauen wir um halb elf auf die Uhr und stellen dann fest, dass es erst Viertel vor neun ist?

Vermutlich dann, wenn die Aufführung unseren Erwartungen entspricht bzw. diese enttäuscht. Schönheit liegt bekanntlich im Auge des Betrachters – es sind die Wünsche und Dispositionen der Rezipienten, an denen sich ästhetische Qualität bemisst, nicht die Eigenschaften des Artefakts. Ästhetische Qualität hat keine ontologische Dimension: Die Qualität eines Kunstwerks befindet sich nicht im Kunstwerk selbst, wie beispielsweise der Zucker in einem Kuchen, sondern ist, wie wir bereits gesehen haben, ein soziales Konstrukt.

Das sagt sich leicht dahin und führt uns mitten hinein in die aktuelle Diskussion um Besuchsmotive, Anreizstrategien und nachfrageorientiertes Kulturmarketing. Konsultiert man die jüngsten Untersuchungen zur Nutzeranalyse von Kulturinstitutionen, dann regen sich aber beträchtliche Zweifel an der Aussagekraft von empirischen Besucherumfragen. Das gilt nicht nur für die gestellten Fragen («Wie wichtig ist für Sie die Anregung zur Reflexion?»), sondern auch für die Auswahl der Antworten, die darauf gegeben werden können (auf einer fünfstufigen Skala von ›sehr wichtig‹ bis ›völlig unwichtig‹). In Bezug auf die Gestaltung des Spielplans lassen sich daraus kaum sinnvolle Schlüsse ziehen. Wer nach den Interessen und Motiven von Zuschauern und Museumsbesuchern fragt, der stösst nicht nur auf komplexe sozialpsychologische Problemstellungen, sondern rührt auch an grundsätzliche Fragen zur Rolle und Funktion von Kunst und Kultur.

Dass Kunst und Kultur bestimmte Funktionen im Dienste der Gesellschaft und der innerweltlichen Erfahrung erfüllen, ist ein Gemeinplatz. Kunst und Kultur erzeugen Wirkungen, intendierte und gesteuerte ebenso wie unbeabsichtigte oder zufällige. Wirkungen sind Empfindungen, Gefühle, Emotionen und Stimmungen, die bestimmte Vorstellungen in uns wecken, aus denen sich wiederum Motive, Ziele, Antriebe für unser Verhalten entwickeln. Für die eigene Lebensgestaltung sind Ziele (als Voraussetzungen für bestimmte Wirkungen) unabdingbar. Über die Setzung von bestimmten Zielen formulieren wir letztlich Glücksansprüche, die sich in unserem Leben verwirklichen sollen. Dazu gehören – wie im Falle eines Theaterbesuchs – die Erfüllung von ästhetischen Präferenzen (raffiniertes Bühnenbild, poetische Sprache, charismatische Schauspieler), intellektuelle Herausforderungen (schlüssiges Regiekonzept, anregendes Programmheft) und gesellschaftliche Repräsentationswünsche (festliche Abendgarderobe, Sicherung des sozialen Status etc.).



Als eine Art post-autoritäre Kosten- / Nutzenrechnung müsste eine Theorie der guten Unterhaltung somit die Mechanismen aufzeigen, die unsere Aufmerksamkeit im Hinblick auf die Erfüllung von künstlerisch verfassten Glücksansprüchen steuern. Aber sie sollte unseren Erkenntnishaunger (*docere*) nicht gegen unser Mussebedürfnis (*delectare*) ausspielen, sondern beide als Spielräume der menschlichen Seele anerkennen. Gute Unterhaltung – nicht im Sinne einer ästhetischen Klassifizierung, sondern funktional als mehrdimensionaler Medieninhalt gedacht – zeichnete sich dann in erster Linie dadurch aus, dass sie ebenso ›Haltung‹, zeigt wie sie ›Halt‹ bietet: als handwerkliche Herausforderung, deren *performance* sich daran misst, dass das Publikum hinterher klug aussieht und nicht anästhetisiert auf der Strecke bleibt.

Das ästhetische Urteil des Kollektivs: Wie also könnte ein geeigneter Kriterien-Mix einer Ausstellung oder einer Theateraufführung aussehen, die uns ›gut unterhält‹ und damit die Voraussetzungen für unsere Glücksansprüche erfüllt? Oder anders: Welche konstitutiven Merkmale muss ein künstlerisches Artefakt aufweisen, damit sich ein Publikumsurteil überhaupt entwickeln kann?

Ein erster Ansatz ergibt sich in Anlehnung an den Ausdruck ›pursuit of happiness‹ in der amerikanischen Unabhängigkeitserklärung: Nennen wir diese Kriterien ›fun‹, ›impact‹ und ›profit‹. Sie sind miteinander verquickt, ergänzen und bedingen sich gegenseitig, unterscheiden sich aber voneinander durch den Grad unserer bewussten Wahrnehmung.

– Fun oder ›*thou shalt not bore the public*‹. Billy Wilders Bonmot erklärt sich praktisch von selbst und steht für Unterhaltung überhaupt: Etwas ist dann spannend und interessant, wenn es uns nicht langweilt oder gleichgültig lässt. Um nicht zu langweilen, muss ein Gegenstand oder eine Tätigkeit uns emotional einbinden und/oder intellektuell fordern. Die Trickkiste im Dienste des Fun-Faktors ist gut gefüllt, handwerkliche Regeln gehören ebenso dazu wie Effekthascherei und Manipulation.

– Impact steht für die ›objektive‹ Seite unserer Anwesenheit, gewissermassen für die physische Erfahrung, dabei gewesen zu sein. «Hast Du ›Riverdance‹ gesehen?» – «Ja». «Und?» – «Super». Mehr gibt es nicht zu sagen, aber das hat weniger mit ›Riverdance‹ als mit ›impact‹ zu tun. Warum und weshalb wir an etwas teilnehmen, was wir dabei erleben und erfahren, ist im Vergleich zur Tatsache sekundär, dass wir überhaupt teilnehmen und wir uns selber ein Bild machen können.

Mit ›impact‹ verbindet sich ein potentieller Gestaltungsspielraum, der uns Einflussmöglichkeiten und Bedeutung verleiht. Über ›impact‹ erleben wir aber auch Gruppenzugehörigkeit und Gemeininn, etwa als Zugehörigkeit zu einer bestimmten Szene. Ästhetische Vorlieben definieren Lebensstile, die die Gesellschaft formen und sie gleichzeitig segmentieren und strukturieren. Gerhard Schulze unterscheidet in seinem soziologischen Bestseller *Die Erlebnisgesellschaft* fünf Erlebniswerte, die den Begriff ›impact‹ weiter ausdifferenzieren: Streben nach Rang, Geborgenheit, Konformität, Selbstverwirklichung und Simulation.

– Profit schliesslich meint subjektiven Gewinn im weitesten Sinne. Das kann jede Art von Bereicherung sein, neue Erkenntnisse ebenso wie die Bestätigung alter Überzeugungen, unmittelbare Handlungsanleitungen oder aber Ein- und Ansichten und Glaubenssätze, aus denen wir die Wertestandards ableiten, an denen sich unsere Individualität festmacht. Dass sich etwas gelohnt hat und es ›einem etwas bringt‹, ist ohne Bewusstwerdung allerdings nicht möglich. ›Profit‹ setzt Reflexivität voraus, im Gegensatz zu ›fun‹ und ›impact‹, die auch unbewusst wirksam sind.

Die konzeptionelle Nähe dieser Kriterien zum Instrumentarium des Erlebnismarketings ist offensichtlich. ›Fun‹ und ›impact‹ hängen eng mit den Empfindungen und Emotionen zusammen, mit denen unsere Glücksansprüche tapeziert sind. Weiter fällt die zunehmende Subjektivität der einzelnen Kategorien auf: Über den Unterhaltungsfaktor ›fun‹ einer Theateraufführung wird sich die Mehrheit des Publikums weitestgehend einigen können – die Bewertung von ›profit‹ dagegen wird höchst unterschiedlich ausfallen. Das liegt an der generellen Innenorientierung von psychophysischen Wirkungen. Man spricht in diesem Zusammenhang vom ›Erlebniswert‹ als einem «subjektiv erlebten, durch das Produkt (...) vermittelten Beitrag zur Lebensqualität des Konsumenten». Für die Herleitung eines Publikumsurteils benötigen wir somit ein anderes Modell, welches das subjektive Empfinden des einzelnen Besuchers zunächst in die Gesamtwahrnehmung des Publikums einbindet und dann mit dessen individuellen ›brain-skript‹ gewissermassen rückkoppelt. Das Resultat wäre eine subjektiv gestützte Wertschätzung der Veranstaltung, die gleichzeitig auch als Publikumsurteil Gültigkeit hätte.

Das BCOS-Modell: Einen solchen Bezugsrahmen könnte das BCOS-Modell bilden, das im (Social) Marketingansatz von Alan R. Andreasen eine zen-



trale Rolle spielt. «BCOS factors» oder «behavioral drivers» stehen für die Begriffe «benefits» (Vorteile), «costs» (Kosten), «others» (Andere) und «self-efficacy» (eigentlich: Selbst-Wirksamkeit, gemeint ist Selbstvertrauen bzw. der Glaube an und in die eigenen Fähigkeiten). Nach Andreassen bestimmen diese Faktoren unser Verhalten. Dieses zu beeinflussen, um ein bestimmtes Handeln auszulösen (Geld spenden, Freiwilligenarbeit leisten etc.), ist Gegenstand des Nonprofit-Marketings.

«Benefits» und «costs» entsprechen unseren Begriffen «Nutzen» und «Kosten», wie wir sie aus der Alltagssprache kennen. Im Marketing stehen sie für die Austauschbeziehung bei einer marktrelevanten Transaktion: Der Konsument muss bestimmte Kosten vergegenwärtigen, um im Gegenzug (für ihn) nützliche Objekte oder Dienstleistungen zu erwerben. Im privatwirtschaftlichen Sektor bedeuten «cost» in aller Regel Geld oder Zeit; im Nonprofit-Bereich können das aber auch Schmerz (etwa beim Blut spenden), Scham (sich auf HIV testen lassen), Schuld (einen geistig behinderten Exhibitionisten anzeigen) oder eine Vielzahl von anderen komplexen Entscheidungskriterien sein. Eine der zentralen Herausforderungen im Nonprofit-Marketing besteht darin, attraktive Vorteile in Aussicht zu stellen, um die «costs» solcher psychologischer Barrieren zu überwinden.

Allerdings beschränkt sich unser Entscheidungshorizont nicht auf eine sorgsam austarierte Kosten-/Nutzen-Rechnung allein. Unser Denken und Handeln wird von der Umwelt nicht nur mitgeprägt, sondern mitunter auch mitbestimmt. Wir alle kennen Fälle, in denen wir nach langer Güterabwägung zu einer gut begründbaren Lösung gekommen sind, um dann eine völlig andere Entscheidung zu treffen, nur weil uns jemand anderer dazu angehalten hat. Wir können uns zwischenmenschlichem oder sozialem Druck nicht verschließen – dementsprechend hat unser persönliches Umfeld («others») auch massgeblichen Einfluss auf unser Tun und Handeln. Aus der Sicht des Nonprofit-Marketings kann diese Kraft für oder gegen ein bestimmtes Verhalten eingesetzt werden; idealerweise setzt man sie dann ein, wenn sie bei einem bestimmten Anliegen hilft und minimiert sie, wenn sie hinderlich ist.

Aber selbst wenn der Nutzen all unseren Einsatz aufwiegt und der soziale Druck sich zu unserem Vorteil auswirken würde, so müssen wir deswegen noch immer nicht handeln. Das ist dann der Fall, wenn wir uns die Entscheidung bzw. deren Folgen nicht zutrauen, weil es uns am entsprechenden Vertrauen in die eigenen Fähigkeiten mangelt. Die meisten Raucher sind überzeugt, dass die Vorteile überwiegen, wenn sie mit Rau-

chen aufhörten, und sie wissen auch, dass ihre Umwelt positiv auf diesen Entschluss reagieren würde – allein, sie trauen sich diesen Schritt nicht zu. Den sozialen Druck («others») zu erhöhen oder auch nur die Vorteile (Gesundheit, finanzieller Gewinn) weiter hervorzuheben, ist dann kontraproduktiv, weil sie nur die bestehenden Versagergefühle verstärken.

Wie also urteilen wir als Publikum nach dem BCOS-Modell, wenn es etwa um eine Theateraufführung geht? Lassen wir «fun» und «impact» als allgemeine «benefits» stehen, dann wären zu den «costs» all diejenigen Eigenschaften der Vorstellung dazuzurechnen, die wir als Publikum ebenfalls gemeinsam erfahren: Das kann die schlechte Luft im Saal ein, die harten Stühle, der Umstand, dass es kein Pausenbuffet gibt etc. Diese Logik gilt auch für die «others»: Die enthusiastische Besprechung der Aufführung in der Zeitung, der gute Ruf des Regisseurs, das generelle Renommee des Theaters etc. setzen uns ebenfalls als Gemeinschaft unter Druck. Einzig die «self-efficacy» bleibt individuell, wenn wir dafür unsere subjektive Urteilskraft einsetzen.

Im Falle eines positiven Publikumsurteils im Sinne einer ästhetisch begründeten Wertschätzung lässt sich das kollektive Verdikt theoretisch auf die folgende Formel bringen:

- Die «benefits» übersteigen die «costs»
- die Gruppendynamik der «others» wirkt positiv auf die individuelle «self-efficacy», indem es diese entweder stützt oder – wenn wir die Meinung der «others» nicht teilen – diese unser subjektives Urteil relativiert bzw. nivelliert.

Umgekehrt lehnen wir eine Theateraufführung dann ab, wenn

- die «benefits» die «costs» nicht aufwiegen können
- unsere «self-efficacy» dem Druck der «others» offen zu widerstehen vermag, oder aber wir pflichten der (negativen) Einschätzung der «others» bei (das wirft dann allerdings die Frage auf, warum wir uns die Vorstellung überhaupt ansehen).

Freilich – ob dieser konzeptionelle Ansatz tatsächlich einem Publikumsurteil gerecht wird, wie dieses in der Praxis entsteht, und inwieweit dieses Modell auch den verschiedenen Kunstgattungen (Literatur, Musik, Film) und deren jeweiligen Rezeptionsformen (Literatur als gemeinsame Lektüre, als Lesung, als Hörbuch etc.) entspricht, wäre in einer Vielzahl von Einzeluntersuchungen zu bestimmen.

Aber auch ohne die entsprechende empirische Beweisführung steht als Ergebnis fest, dass unser auch so individuelles Urteil mitnichten so eigen-





ständig ist, wie wir das gerne hätten. Ästhetische Urteile sind immer kollektiv geprägte Wertschätzungen, wie diese Ausführungen aufgezeigt haben. Schlimmer noch: Unsere subjektive Einschätzung ist vermutlich dann am treffendsten, wenn sie mit dem allgemeinen Publikumsgeschmack übereinstimmt. Das ist fürwahr eine grosse narzisstische Kränkung. Zum Trost bleibt uns da nur zu wünschen, dass alsbald wieder ein Engel durch unsere Räume gehen möge. ─

Von Hause aus Theaterregisseur, arbeitete Roy Schedler neun Jahre lang beim *Migros Kulturprozent*, dem grössten privaten Kulturförderer der Schweiz. Von 1999 bis 2003 war er bei der Schweizerischen Landesausstellung *Expo.02* für alle Projekte im Bereich der Darstellenden Künste verantwortlich. Dazu gehörte auch die Gesamtleitung von fünf Theatern auf den vier *Arteplages*.

Seit 2004 leitet er die Geschäftsstelle der Solothurner Filmtage und berät Kultureinrichtungen und Nonprofit-Organisationen bei *NonproCons* in Basel und Zürich. Als Dozent ist er an der Zürcher Hochschule Winterthur, der Hochschule für Gestaltung und Kunst Zürich und an den Universitäten Bern und Freiburg tätig.

Weiterführende Literatur

- Andreasen, Alan R.; Kotler, Philip: *Strategic Marketing for Nonprofit Organizations*, New Jersey 2003
- Hügel, Hans-Otto (Hrsg.): *Handbuch Populäre Kultur*, Stuttgart 2003
- Kleimann, Bernd; Schmücker, Reinhold (Hrsg.): *Wozu Kunst? Die Frage nach ihrer Funktion*, Darmstadt 2001
- Stiehler, Hans-Jörg / Früh, Werner (Hrsg.): *Theorie der Unterhaltung*, Köln 2003
- Zembylas, Tasos: *Kulturbetriebslehre*, Wiesbaden 2004

Mischformen und Schnittmengen

PROGR – Das Kulturlabor am Standort Bern

Beate Engel

Im August 2004 wurde das ehemalige Progymnasium am Waisenhausplatz in Bern für eine temporäre Zwischen-
nutzung in ein Atelierhaus mit Ausstellungs- und Veranstaltungsprogramm verwandelt. Das daraus entstandene
«PROGR_Zentrum für Kulturproduktion» ist in kürzester Zeit zu einem wichtigen Treffpunkt von Künstlerinnen und
Künstlern und ihren Publika geworden. Die Kuratorin Beate Engel schildert, wie es dazu kam |

Seit die Schüler vor einem Jahr aus dem ehemaligen Progymnasium am Berner Waisenhausplatz ausgezogen sind, hat sich viel getan hinter den dicken Sandsteinmauern des umgetauften *PROGR_Zentrum für Kulturproduktion*. Aus den Schulzimmern sind Ausstellungsräume und Ateliers geworden, in denen mehr als 100 Kulturschaffende aus den verschiedenen Sparten zu günstigen Mietkonditionen auf insgesamt 4500 qm arbeiten. Im vergangenen Jahr haben ca. 120 Veranstaltungen im PROGR stattgefunden, von Ausstellungen mit Atelierkünstlern und mit unseren Gästen aus dem In- und Ausland zu den Konzerten von *bee-flat* in der Turnhalle und den Diskussionsveranstaltungen *Tacheles* der Künstlervereinigung *Visarte*. Die Fülle der Veranstaltungen und die grosse Zahl der Anfragen stellt uns vor schwierige Aufgaben: Auf der einen Seite gilt es, die ungeheure Dynamik, die sich im Umfeld des PROGR entwickelt hat, voranzutreiben, auf der anderen Seite möchten wir der allgemein grassierenden «Eventitis» vorbeugen. Wie können wir mit unseren begrenzten personellen und finanziellen Ressourcen sinnvoll zur Belebung der Kulturszene Berns beitragen und wie können wir den Bedürfnissen des Publikums am besten entsprechen? Wie positionieren wir uns in einer Stadt, in der es bereits eine Fülle an Kulturinstitutionen gibt, u.a. das neueröffnete Zentrum Paul Klee und demnächst die neue Abteilung Gegenwart des Kunstmuseums?

Fliessende Übergänge: Wir bewegen uns ganz bewusst zwischen den Stühlen: Der PROGR ist kein alternatives Kulturzentrum, aber auch kein klimatisiertes Kunsthaus. Die *Cafébar Turnhalle* in der ehemaligen Turnhalle ist für viele das Eintrittstor zum PROGR. Die *Cafébar* hat sich schnell zu einem beliebten Szene-Treffpunkt entwickelt. Die Atmosphäre erinnert zeitweise an ein kreatives Grossraumbüro: hier entstehen Bühnenbilder auf dem Papier, hier werden Budgets ausgefeilt und kulturpolitische Debatten initiiert, hier werden neue Bekanntschaften geschlossen. Der Übergang vom sozialen Treffpunkt zum Kulturprogramm ist fliessend. Gerade für aktuelle Kunstprojekte, in denen es vermehrt um Prozesse, um den Einbezug der Publika und um Interdiszi-

plinäres geht, braucht es flexible Strukturen. Kultur findet im PROGR nicht nur in der Ausstellungszone oder in der Kleinen Bühne im 1. Stock statt, sondern kann auch auf dem Turnhallenboden oder dem Estrich einen Platz finden. Schon auf der Treppe hinauf zur Ausstellungszone etwa macht sich ein leises, aber eindringliches elektrisierendes Surren bemerkbar, das zum Programm des *LEERRAUM()* gehört, der sich im 1. Stock in der Ausstellungszone befindet. Mit ihrem Projekt wollen die Betreiber Michael Pfister (Fotograf und Kulturmanager) und Zimoun (Multimediakünstler) die Berührungspunkte zwischen visueller Kunst und Musik ausloten (www.leeraum.ch). *Pass Auf*, ein temporäres Gastprojekt der spanischen Künstlerin Adela Picón, wurde mit einer Art Passkabine im Flur direkt am Eingang der Bar installiert. Hier konnten sich die Mitspieler um einen Schweizer Pass bewerben, indem sie einen Fragebogen am Computer ausfüllten und ein Passfoto machen liessen. «Für mich war der PROGR der denkbar beste Ort für dieses Projekt.» sagt Adela Picón. «In einer Galerie hätten wir nie so verschiedene und so viele Leute erreicht. Jeden Tag haben sich zwischen 10-20 Besucher eingeschrieben.» (www.passauf.ch)

Arbeit an der Basis: In der breiten Öffentlichkeit ist wenig bekannt, was Gegenwartskunst eigentlich ist und was sie sein könnte, es sei denn in einer verschobenen Wahrnehmung, wenn Ausstellungen durch Skandale in der Presse von sich reden machen wie das Centre Culturel Suisse in Paris mit der «Hirschhorn-Affäre» oder vor kurzem die Mahjong Ausstellung im Kunstmuseum Bern, wo ein Exponat eines chinesischen Künstlers gezeigt wurde, zu dem ein Embryokopf gehört. Wir bieten alltägliche Sensationen: Führungen durch die Ateliers und Veranstaltungen und Ausstellungen, in denen unsere Besucherinnen und Besucher direkt erleben können, wie heute die Kunst von morgen entsteht. In der Programmgestaltung wird die Lust am Neuen und Unerprobten hoch gewichtet. In der Aula gingen zum Beispiel die erste eigens inszenierte Produktion eines Theaterstudenten oder die erste Modeschau einer jungen Modemacherin aus dem Atelierprogramm über die Bühne. Immer wieder hat sich gezeigt, dass

die Kulturschaffenden, die hier arbeiten, unsere wichtigste Infrastruktur sind, denn sie bringen Ideen in das PROGR-Programm ein und sind die besten Agenten in eigener Sache. Einer dieser Multiplikatoren ist Heinrich Gartentor, der im PROGR ein Gastatelier betreibt und vor kurzem per Internetaktion der Bieler Dienststelle Kultur zum neuen «Kulturminister der Schweiz» gewählt wurde. Er ist sicher, dass durch den PROGR im Zentrum der Stadt die Kultur an eine neue Stelle gerückt wird: *«Man geht dort hin, um einfach mal zu schauen – ohne Hemmungen zu haben, dass man vielleicht etwas nicht versteht oder etwas zu elitär sein könnte. Im PROGR lernt man Kulturschaffende kennen. Durch dieses Selbstverständnis wird die Kultur Berns für die Bevölkerung greifbarer. Von dieser Entghettoisierung werden mittelfristig auch die grösseren Kulturbetriebe profitieren und eine breitere Akzeptanz finden.»*

Networking: Dadurch, dass sich auch Institutionen wie die Visarte, das Kino Kunstmuseum, die Camerata oder die Hochschule der Künste mit Geschäftsstellen oder Proberäumen im PROGR eingemietet haben, ist eine ideale Ausgangslage für die Zusammenarbeit entstanden. Die Visarte ergänzt unser Programm mit der Gesprächsreihe *Tacheles*, wo im monatlichen Turnus u.a. kulturpolitische Themen erörtert werden, das Kino Kunstmuseum betreibt ein Openair Kino im Innenhof, die Hochschule der Künste zeigt Abschlussarbeiten ihrer Diplomandinnen und Diplomanden. Wichtig ist uns, bestehende Institutionen in Bern nicht zu konkurrenzieren, sondern stattdessen das Networking untereinander zu intensivieren. Die Weihnachtsausstellung 2004 fand sowohl im Kunstmuseum, der Kunsthalle als auch im PROGR statt. Das Ausstellungsprogramm des PROGR wird in enger Kooperation mit der Stadtgalerie entwickelt. Zusammen mit verwandten Institutionen aus anderen Sparten schlagen wir Brücken zwischen verschiedenen Kulturen, etwa mit einem Kunstbeitrag zum arabischen Festival *La Mer Blanche* des Schlachthaus-Theaters. Damit tragen wir der Multioptionsgesellschaft Rechnung, in der es immer weniger klar definierbare Nutzergruppen von Kulturangeboten gibt. Das traditionelle kulturinteressierte Bürgertum hat schon lange einem individualisierten Publikum Platz gemacht, das die verschiedensten Mischformen der Kultur verfolgt und sich je nach Anlass in immer neuen Schnittmengen zusammenfindet.

Das Publikum als Partner: Wir machen keine Publikumsbefragungen, um unsere Zielgruppen nach Alter, Einkommen oder sozialer Herkunft zu quantifizieren und zu beeinflussen, doch wir wissen,

dass das PROGR-Publikum ausserordentlich heterogen ist. Nicht nur die Discos sind gut besucht, auch Spezialveranstaltungen wie zum Beispiel ein Vortrag zur israelischen Videokunst finden ihr Publikum. Nicht nur die Kunstsparten, sondern auch die Publikumsschichten vermischen sich: Der Club der 70jährigen, die hier zur Schule gegangen sind und an einer Führung teilnehmen, die Studierenden vom Institut für Kunstgeschichte, die in der Aula einen Kongress veranstalten, der private Sammler, der regelmässig hier seinen Mittagssnack geniesst und ab und zu unsere Ausstellungen besucht usw. Eigentlich unterscheiden wir auch nicht zwischen den Künstlerinnen und Künstlern und dem Kunstpublikum. Denn «das Publikum» als «das Andere» ist eigentlich immer eine Fiktion. Uns geht es darum, Beziehungsnetze innerhalb einer offenen Gemeinschaft herzustellen und persönliche Begegnungen zwischen Kulturschaffenden, untereinander und mit den Besucherinnen und Besuchern zu ermöglichen. Oft ist es doch so, dass Kulturschaffende gleichzeitig auch zum Publikum gehören. Oder sie generieren einen Teil des Publikums selbst, indem sie es einbeziehen in die Realisierung ihrer Arbeiten. *«C'est le spectateur qui fait l'œuvre.»* Dieses Motto von Marcel Duchamp steht über vielen Projekten, die hier entstehen.

«Es gehört doch ganz klar zum Künstlersein, das man in Kontakt mit der Öffentlichkeit tritt», meint die Malerin Renée Magana. Sie hat zusammen mit einer Gruppe von PROGR-Künstlerinnen und -Künstlern das Plakatprojekt *Selbstporträt als Strasse* ins Leben gerufen. *«Wir wollten etwas zusammen machen und ausserdem zeigen, dass der PROGR ein wichtiger Bestandteil des Stadtlebens ist.»* 27 PROGR-Künstlerinnen und -Künstler entwarfen mit verschiedenen Mitteln Portraits von Berner Strassen, vom Turnweg bis zum Längwiligweg, die in Plakatform auf dem Waisenhausplatz vor dem PROGR präsentiert wurden und auf unserem einjährigen PROGR-Jubiläumfest restlos versteigert wurden. Dieses Projekt demonstriert, was den PROGR-Künstlerinnen und -Künstlern längerfristig wichtig ist: Es geht nicht nur darum, temporär Raum mitten im Stadtzentrum nutzen zu können, es geht auch um eine Integration ins öffentliche Bewusstsein, um eine aktive Zeitgenossenschaft. ─

Beate Engel, geb. 1964, ist Kunsthistorikerin und Kulturmanagerin. Sie leitet die Berner Stadtgalerie (www.stadtgalerie.ch).

Die Leitung des PROGR (Beate Engel / Geschäftsführerin und Kuratorin und Katrien Reist / Leiterin Atelierprogramm) kuratiert und koordiniert Ausstellungen und Projekte u.a. mit den Atelierkünstlerinnen und -künstlern und betreut ausgewählte Gastveranstaltungen (www.progr.ch).



Zum Davonlaufen? Das Theater um die Theaterkrise

Andreas Kotte
Frank Gerber

Dem Theater läuft das Publikum davon, wird geklagt. Das ist falsch. Noch nie hatte Theater in der Schweiz so viele

Zuschauer wie heute. Zwei Theaterwissenschaftler sagen uns, wo diese sitzen I

Verboten, geächtet, totgesagt? Die Geschichte des Theaters kann als Geschichte seiner Krise geschrieben werden. Doch der Patient ist stark und hat alle Krisen überlebt, die tatsächlich genauso wie die herbeigeredeteten. Zu den tatsächlichen Krisen gehören etwa Theaterverbote wie das vom Reformator Johannes Calvin über die Stadt Genf verhängte. Zu den herbeigeredeteten gehört die «Krise» um Christoph Marthaler als Intendant des Schauspielhauses der Zwingli-Stadt Zürich am Anfang des 21. Jahrhunderts. Und für die Zeit dazwischen lassen sich auch jede Menge Tiefs belegen: Erst wurde das Theater durch die ihm auferlegten Bildungsaufgaben erstickt, dann sagten ihm Kulturpessimisten den sichern Tod voraus wegen der Erfindung des Kinos. Und natürlich bedeutete fünfzig Jahre später die Einführung der Television den noch sichereren Tod.

Das Theater hat alles überlebt: Die Reformierten in Genf haben zur Lebensfreude zurückgefunden und verfügen heute über eine der lebendigsten Theaterszenen des Landes. Aus den Zwängen der moralischen Anstalt hat sich das Theater mit eruptiver Kreativität befreit und zu neuen Formen gefunden, von der Operette bis hin zur Performance. Und die Entwicklung der technischen Medien Kino, Fernsehen und Internet haben das unmittelbar-körperliche Theater nie ernsthaft konkurrenziert. Sonst hätten die Besucherzahlen der subventionierten Häuser nicht ausgerechnet in den Achtzigerjahren des 20. Jahrhunderts ein Hoch erreicht.

Doch trotz all dieser und noch weiterer Belege dafür, dass das Theater seit Jahrhunderten, ja seit Jahrtausenden aus jeder Krise gestärkt hervorgeht, wird seit ein paar Jahren von neuem über seinen bevorstehenden endgültigen Tod geredet und geschrieben. Ganz nach dem Motto: Der Mensch ist lernfähig – die Erde ist eine Scheibe. Kenntnisse der Theatergeschichte werden nicht eingefordert, oft wären diese sogar nur hinderlich für die selbst gebastelte Argumentationskette – etwa wenn die Abschaffung von Subventionen gefordert wird. Beispielsweise hat die *Weltwoche* Shakespeare dafür gelobt, dass er mit seinem Theater vor allem Geld verdienen wollte. Der Hof habe sich aber auf Maskenspiele verlegt und sei finanziell für deren Ausrichtung aufgekommen, «und so versetzten verschwenderische Subventionen dem erfolgreichsten Theater, das die Menschheit je gekannt hat, den Todesstoss.» (Weltwoche vom 12.9.02) Diese Beweisführung ist theaterhistorisch falsch, unter anderem deshalb, weil Shakespeares Theater parallel zu subventioniertem Theater existiert hat und nicht durch dieses abgelöst wurde.

Zwei Wochen später will die gleiche Zeitung nicht nur die Subventionen, sondern gleich das ganze

Theater abschaffen. «Lasst das Theater in Pension gehen» lautet der Titel eines Artikels, der dem Theater höchstens noch eine Berechtigung als Dramenmuseum zugesteht, denn bei der «Wundertüte Gegenwartstheater» stünden die Subventionen in einem krassen Widerspruch zu den wenigen noch nicht davongelaufenen Zuschauern. Mit solchen Überlegungen steht die Weltwoche nicht alleine da, doch auch in der x-ten Wiederholung bleibt die Aussage unkorrekt. Zum ersten liegt es geradezu in der Natur von Subventionen, dass sie für etwas ausgegeben werden, das eben nicht selbsttragend, der Gesellschaft aber etwas wert ist. Absurd die Vorstellung, ein rentables Unternehmen erhalte Subventionen der öffentlichen Hand. Und zweitens trifft nicht zu, dass dem Theater die Zuschauer davonlaufen.

Es stimmt zwar, dass die Stadttheater einen spürbaren Besucherrückgang verzeichnen seit den goldenen 80er Jahren. Betrachtet man jedoch einen längeren Zeitraum und verfolgt die Publikumschwankungen seit dem Ende des Zweiten Weltkrieges, so stellt man fest, dass es die Jahre der Hochkonjunktur sind, die markant vom Mittel abweichen und nach oben ausschlagen. Der aktuelle Zuschauerschwund relativiert sich auf ein Minus von knapp zehn Prozent gegenüber dem langjährigen Durchschnitt.

Steigende Zuschauerzahlen: Diese Zuschauer haben – für den Moment – den Stadttheatern den Rücken zugekehrt, nicht aber dem Theater als solchem. Denn Tatsache ist ebenfalls, dass die Gesamtzahl der Theaterbesucher in der Schweiz in den vergangenen zwanzig Jahren kontinuierlich gestiegen ist, und zwar um 600'000 oder 17,4 Prozent auf fast 3,8 Millionen. Es finden also mehr Leute den Weg ins Theater, und es hat eine Wanderung stattgefunden vom Stadttheater in andere Theaterformen, hin zur Freien Szene und zum Volkstheater. Jede dieser drei Theaterformen erreicht in der Schweiz über eine Million Zuschauer. Es ist an der Zeit, beim Diskurs über das Theaterpublikum den Blick zu öffnen und nicht mehr nur auf die 28 Stadttheater zu fokussieren. Denn daneben existieren eine grosse Anzahl von höchstens teilsubventionierten Kleinbühnen wie etwa die Tuchlaube in Aarau und zahlreiche professionelle Freie Gruppen. Parallel dazu können sich die Zuschauer für das Amateur- und Volkstheater wie etwa die Emmentaler Liebhaberbühne entscheiden. Oder sie machen gleich selbst mit: Jeder hundertste Schweizer, jede hundertste Schweizerin ist Mitglied in einem der über sechshundert Theatervereine.

Betrachtet man die Summe aller Theaterzuschauer, so hat eine Zunahme stattgefunden. Doch ein-

Theaterlexikon der Schweiz

Im September 2005 erschien das Theaterlexikon der Schweiz. Rund 3600 Artikel in einer der vier Landessprachen und 800 Abbildungen dokumentieren das Theaterschaffen der Schweiz in Geschichte und Gegenwart, mit Schwerpunkt auf dem 20. Jahrhundert. Personenartikel stellen das Gros der Einträge. Das Standardwerk ist während acht Jahren am Institut für Theaterwissenschaft der Universität Bern entstanden, unterstützt neben vielen andern durch die Schweizer Kulturstiftung Pro Helvetia.

*Theaterlexikon der Schweiz – Dictionnaire du théâtre en Suisse –
Dizionario teatrale svizzero – Lexicon da teater svizzer*
(Hg. Andreas Kotte), Zürich 2005

zelle Häuser haben tatsächlich viel Publikum verloren. Allerdings zeigt die Erfahrung, dass solche Schwünge meist vorübergehender Natur sind. Zweitens ist es unzulässig, von einem Einbruch etwa beim Schauspielhaus Zürich auf die gesamte Theaterlandschaft der Schweiz zu schliessen. Und drittens sind es immer diese künstlerischen Wagnisse, die dem Theater neue Impulse verleihen und ihm so längerfristig das Publikum sichern. Zuerst wird das Neue, Unbekannte als Ärgernis empfunden, und es werden Türen zugeschlagen. Dann entwickelt es sich zum Trend, den auch andere experimentierfreudige Theater übernehmen. Und schliesslich findet es Eingang in den Mainstream. Sogar konservative Häuser wie das Stadttheater Bern pflegen heute ganz selbstverständlich eine Ästhetik, die vor dreissig Jahren grosses Aufsehen erregt hat – und erreichen damit höchste Auslastungsquoten. Verkürzt ausgedrückt: Die leeren Sitze der heutigen innovativen Intendanten sichern morgen volle Häuser in der Provinz. Das Publikum hat in der kleinräumigen Schweiz jederzeit die Wahl, ob es lieber beim Säen oder lieber beim Ernten dabei ist.

Es ist ein wesentliches Merkmal von Theater, dass es ohne Publikum nicht existiert. Ein Gemälde ist ein Gemälde, auch wenn es verborgen vor den Augen der Öffentlichkeit im stillen Kämmerlein hängt, Theater hingegen beginnt erst Theater zu sein im Zusammenspiel mit dem Publikum. Ohne dieses ist es höchstens eine Probe oder ein geschriebenes Drama, niemals jedoch Theater. Umgekehrt lässt sich aber die Existenzberechtigung von Theater nicht aus einer möglichst hohen Zuschauerzahl ableiten. Wer das tut, blendet

Internationale Forschung

Nur eine exakte Datenlage erlaubt eine ernsthafte Diskussion. Das Institut für Theaterwissenschaft der Universität Bern (ITW) forscht seit zwölf Jahren zur Theaterlandschaft der Schweiz. Seit 2005 arbeitet es in einem internationalen Projekt mit: Theatersysteme kleinerer Länder Europas. Dabei liegt der Fokus bewusst auf Ländern, die nicht zu den intensiv erforschten grossen Theaternationen gehören. Beteiligt sind die Niederlande, Irland, Dänemark, Estland, Ungarn und die Schweiz. Ein Ziel des ITW innerhalb dieses Projekts ist die Entwicklung eines Instruments zur Erhebung von Publikumsdaten. Die im Haupttext erwähnte Studie ist eine Voruntersuchung dazu. Das Instrument soll Theaterdisponenten, Kulturpolitikern und der interessierten Öffentlichkeit gleichermaßen verlässliches Zahlenmaterial liefern. Das Projekt läuft während vier Jahren.

die Qualitätsfrage aus und setzt das interaktive Theater den Einwegmedien Kino und Fernsehen gleich. Kino und Fernsehen erreichen viele, Theater wenige. Solches Quotendenken passt in unsere Zeit mit knappen öffentlichen Finanzen. Es passt in eine Zeit, die alles dem Gesetz des Boulevards unterstellt: Nur was von einem breiten Publikum akzeptiert wird, hat eine Daseinsberechtigung. Aber die Rechnung übersieht, dass Theater im Gegensatz zum Film nicht reproduzierbar ist und gerade daraus seine Stärke zieht. Theater ist eine Beziehung, kein Produkt; nicht die Technik, sondern der menschliche Körper steht im Vordergrund. Dieser wesentliche Unterschied ist der Grund, weshalb sich das Theater nie vom Kino oder vom Fernsehen hat verdrängen lassen. Theaterbesuch und Medienkonsum bestehen als Nebeneinander von Freizeitangeboten. Ein wachsender Teil des Publikums betrachtet Theater eben nicht als Medium, sondern als Interaktion. Und geht deshalb ins Theater.

Das Theater hat in seiner Geschichte schon unzählige echte Krisen überlebt. Es wird die herbeigeredete aktuelle Krise erst recht überleben – mit Freude und Lust. ─

Prof. Dr. Andreas Kotte ist Direktor des Instituts für Theaterwissenschaft (ITW) der Universität Bern.

Lic. Phil. Frank Gerber (ITW) arbeitet am Forschungsprojekt zu den Theatersystemen der kleineren Länder Europas.