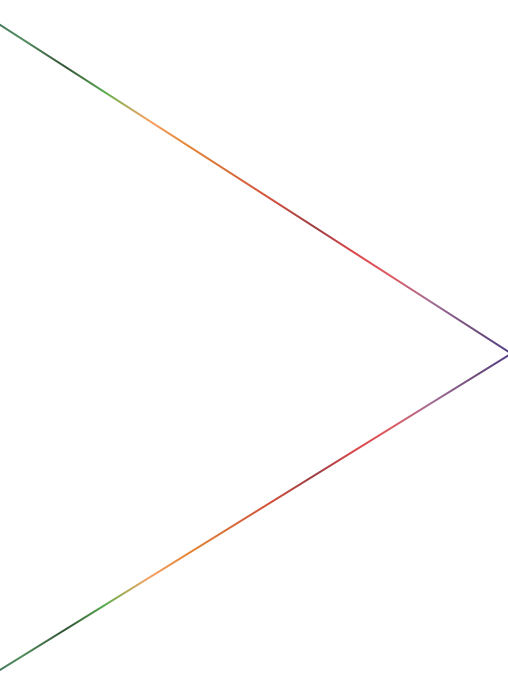

Auf die ‚Sachen selbst‘ zurückgehen

Aber kann eine Hinwendung zu den „Sachen“ selbst, also zu den eigentlichen Inhalten erfolgen, so wie es Edmund Husserl, Begründer der Phänomenologie fordert, wenn Yoga- und Kochkurse in Museen angeboten werden und die sozialen Medien vor und während der Veranstaltungen immer größeren Raum einnehmen? Oder allgemein ausgedrückt: Wenn das Drumherum wichtiger zu werden scheint als der Inhalt?

Ein Kommentar von Björn Johannsen



Blickt man in die Fachliteratur, in die Feuilletons und in die Praxis des Kulturmanagements, ist eines deutlich zu beobachten: Das Drumherum nimmt zu. Als Drumherum gelten Maßnahmen, die dreierlei dienen sollen: Mit ihrer Hilfe soll erstens Aufmerksamkeit erzielt werden, damit zweitens BesucherInnen in die Einrichtungen und zu deren Inhalten kommen. Drittens gilt das Drumherum als Nachweis, dass die BesucherInnen mit ihren Bedürfnissen gesehen werden: Das Kulturmanagement beruft sich dabei auf Befragungen, die besagen, BesucherInnen würden primär Wünsche nach Erlebnis, Spaß und Unterhaltung äußern. In einer Welt, die geprägt ist vom Diktat der Zahl – vom Wettbewerb über die Ökonomisierung vieler Lebensbereiche bis hin zum Drang des ständigen Verbesserns – entsteht die Sehnsucht nach einer temporären Befreiung von ihr. In einer Welt des Müssens ist es nahelegend, beim Genuss von Kunst und Kultur auch einfach nur dürfen zu dürfen. Hingegen zeigt sich die Befreiung vom Müssen auch anders: In der Sehnsucht nach Entschleunigung und nach Tiefe. Sie spiegelt sich unter anderem in dem allgegenwärtigen Thema „Achtsamkeit“ und in dem Streben nach bewussten und authentischen Lebensweisen wider. Aber es scheint, als griffen Kultureinrichtungen diese Sehnsucht nur selten auf, da auch sie unter dem Druck des Müssens stehen: Sie müssen, um nicht aus dem Spiel zu fallen, selbiges mitspielen und mittels

des nächsten Drumherums jene Aufmerksamkeit auf sich ziehen, damit die BesucherInnen ihre Zeit in und mit der Kultureinrichtung verbringen – und dem Diktat der Zahl entsprechend ein Gefälligkeit an den Tag legen, damit etwa am Ende positive Besuchszahlen einen wie auch immer gearteten Erfolg belegen. Aber verbringen BesucherInnen ihre Zeit schlussendlich auch mit dem eigentlichen Inhalt? Ist nicht viel eher der Punkt erreicht, als Kultureinrichtung und -management an einer Veränderung des Spiels – als ein bedeutender Wesenszug von Strategie – mitzuwirken?

Die vom Drumherum ausgehende Gefahr

Ohne Frage wird das Drumherum auch in der Fachliteratur enttarnt. Es werden Warnungen vor einer möglichen Verflachung und Eventisierung ausgesprochen – das ist nicht neu; jedoch wird des Öfteren die Warnung selbst aufgehoben: Die Maßnahmen, die hier kritisch als Zunahme des Drumherums betrachtet werden, erhalten dort ebenso oft eine positive Besprechung – am ehesten, wenn entweder die Öffnung der Kultureinrichtung oder die Teilhabe der BesucherInnen als besonders gelungen beschrieben wird. Zugang und Teilhabe, nahezu ohne Wenn und Aber, stechen Warnung.

Die Zunahme des Drumherums ist verbunden mit dessen Drängen ins Zentrum – es ist somit kein Drumherum mehr als vielmehr ein Mittendrin.

Auch wenn das Drumherum den primären Besucherbedürfnissen zu entsprechen scheint, zeigt sich eine Gefahr, die zu folgender These führt: Die Zunahme des Drumherums ist verbunden mit dessen Drängen ins Zentrum – es ist somit kein Drumherum mehr als vielmehr ein Mittendrin. Allerdings steht das Kulturmanagement vor dem Problem des Am-eigenen-Ast-Sägens: Programme, in denen das Drumherum ins Zentrum rückt, fehlt es nicht selten an Nachhaltigkeit. Kein Wunder, ist die Nachhaltigkeit doch der Langfristigkeit immanent. Der Fokus auf Bedürfnisbefriedigung durch Erlebnis, Spaß und Unterhaltung – beziehungsweise auf die Maßnahmen, die diese hervorbringen – fördert jedoch die Kurzfristigkeit. Fortan muss die Dosis erhöht werden, die fehlende Langfristigkeit durch eine Vielzahl aneinanderge-

reihter Kurzfristigkeiten kompensiert werden. Es liegt nahe, dass es im Laufe der Jahre dadurch immer schwerer werden wird, BesucherInnen das Faszinierende von Kunst und Kultur zu vermitteln.

Ist das Beschriebene aber tatsächlich so kritisch zu sehen? Ist es nicht viel eher positiv zu bewerten, wenn Kultureinrichtungen ihre BesucherInnen darin unterstützen, aus deren Alltag zu entfliehen und ihnen Ablenkung verschaffen? Auf den ersten Blick lautet die Antwort: Ja. Doch ist genaueres Hinsehen nötig: Zum einen ist da neben dem Bedürfnis nach Erlebnis, Spaß und Unterhaltung jene Sehnsucht nach Tiefe als Ausgleich zu einer schnelllebigen und immer fremder erscheinenden Welt. Und zum anderen ist da der Inhalt, für den viele Kultureinrichtungen stehen: Die Kunst in all ihren Ausdrucksformen. In der Kunst existiert ein Mehr, das etwa von Walter Benjamin „Aura“ oder von Christoph Menke „Kraft“ genannt wird, das sich dem Rezipienten mitteilen will. Dieses Mehr, das jene tiefergehenden Erfahrungen ermöglicht, indem man vor ihr und mit ihr verweilt, gilt es zu entdecken.

Dieses Mehr, das Kunst in alle seinen Ausdrucksformen existiert, und das jene tiefergehenden Erfahrungen ermöglicht, indem man vor ihr und mit ihr verweilt, gilt es zu entdecken.

Somit ist das beschriebene Drumherum eben kritisch zu bewerten. Eine Hinwendung zu den Sachen selbst kann schwerlich erfolgen, wenn der Akzent auf das Drumherum ein immer stärkerer wird, Langfristigkeit und Tiefe verhindert werden und das Kulturmanagement sich dem Muss des Gefälligseins unterordnet.

Folgen für das Kulturmanagement

In der Fachliteratur wird nicht selten der Rezipient als Vollender des Werkes beschrieben. Von dort aus wird der argumentative Weg zu einer „konsequenten Besucherorientierung“ geebnet. Gemeint ist damit, dass eine Kultureinrichtung „alle Anstrengungen“ auf sich nimmt, um ihre Inhalte BesucherInnen nahe zu bringen. Allerdings können Anstrengungen dieser Art auch direkt zum Drumherum führen. Daher spiegelt jene Argumentation nur die halbe Wahrheit wider: Verschiedenste Denker betonen zwar in ihren Ausführungen die Rezeption von Kunst.

Da deren Startpunkt jedoch die Suche nach dem Wesen der Kunst ist, gelangen sie – in den unterschiedlichsten Formulierungen – zu der Überzeugung, dass das Zuwenden zu und das Konzentrieren auf das Werk der Schlüssel dafür ist, dieses in seiner Vielschichtigkeit und Tiefe überhaupt wahrnehmen zu können. Dies bedeutet im Umkehrschluss: Eine wirkliche und nachhaltige Besucherorientierung im Sinne dieser Ausführungen wäre jene, die das Erfahrbarmachen von Kunst und den Zugang zu ihrer Tiefe ermöglicht – und infolgedessen auf Maßnahmen verzichtet beziehungsweise diese minimiert, die in Form des Drumherums das Resultat einer konsequenten Besucherorientierung sind. Das Paradoxe ist, dass gerade das Mehr des Werkes dafür Sorge tragen kann, die identifizierten Bedürfnisse der BesucherInnen nach Erlebnis, Spaß und Unterhaltung zu stillen: Das Werk selbst ist das Erlebnis, das Erleben des Werkes selbst kann Spaß bringen. Des Drumherums bedarf es folglich nicht in dem zu beobachtenden Ausmaß.

Eine wirkliche und nachhaltige Besucherorientierung im Sinne dieser Ausführungen wäre jene, die das Erfahrbarmachen von Kunst und den Zugang zu ihrer Tiefe ermöglicht.

Ein derartiges Grundverständnis käme dem geforderten Verändern des Spiels gleich. Das Kulturmanagement muss sich dafür eine zentrale Frage stellen: Wie kann der Inhalt im Zentrum bleiben und dennoch Zugänge zu ihm geschaffen werden? Diese Frage kann das Kulturmanagement zu Neuem bringen. Es bedeutet, mehr denn je vom Inhalt aus zu denken; es bedeutet, Wertvolles langfristig zu bewahren; es bedeutet, nicht im Drumherum die – lediglich kurzfristige – Lösung aktueller Herausforderungen zu sehen; es bedeutet, sich gegen Trends auszusprechen; es bedeutet, einen größeren Ideenreichtum an den Tag zu legen.

Ohne Frage ist es anstrengend, Zugänge zu den Inhalten ohne Drumherum zu kreieren, die die BesucherInnen zu dem Faszinierenden des Inhalts führen. Dafür jedoch ist das Ringen um und mit Ideen, die Zugänge dieser Art schaffen, weitaus spannender und herausfordernder. Und: Nachhaltigkeit und Tiefe, für die Kultureinrichtungen nun einmal stehen, können indes ermöglicht werden.

Resümee: Zeit für ein kritisches Nachdenken

Die Kultureinrichtung muss zu einem Ort werden, an dem Inhalte um ihretwillen rezipiert werden und nicht mit einem hohen Maß des Drumherums aufgeladen werden müssen, wollen Interessierte zu einem Besuch bewegt, will der Anschluss an die Gesellschaft nicht verpasst, will die Legitimation nicht verspielt werden. Das heißt nicht, Kultureinrichtungen sollen sich der Welt entziehen. Doch mancherorts kann man sich des gegenteiligen Eindrucks nicht verwehren: Es wird das Eigentliche preisgegeben zugunsten des Drumherums und es darf an diesem Umstand in Zeiten der Teilhabe und der Teilhabemöglichkeiten keine Kritik geübt werden – man handelt schließlich den Bedürfnissen entsprechend. Eine analoge Rolle kommt den BesucherInnen zu, die sich den Inhalten auf neue – und gleichzeitig auf eine altbekannte – Weise zuwenden müssen und die somit Wertvolles bewahren vor einem Zeitgeist, dem Vieles zum Opfer zu fallen droht.

Es ist Zeit für ein kritisches Nachdenken im Kulturmanagement. Die These, das Drumherum lenkt vom Eigentlichen ab und muss minimiert werden, soll zwar als idealistisch, aber nicht als weltfremd, zwar als utopisch, aber nicht als naiv interpretiert werden. Denn das Wertvolle für den Einzelnen, aber auch für die Gesellschaft besteht darin, auf die Sachen selbst zurückzugehen.

LITERATUR

Andreas Reckwitz, *Die Gesellschaft der Singularitäten*, Suhrkamp Verlag, 2017

Hartmut Rosa, *Resonanz*, Suhrkamp Verlag, 2017

Georg W. Bertram, *Kunst als menschliche Praxis*, Suhrkamp Verlag, 2014

Reinold Schmücker, *Was ist Kunst?*, Vittorio Klostermann, 2014



Björn Johannsen lebte nach Studium (Orchester-schlagzeug / Kulturmanagement) und beruflicher Tätigkeit (Kulturberater für mehrere Jahre im Kloster Triefenstein und forschte dort zum Thema „Strategie“. Demnächst erscheint seine Dissertation „Strategie und Kultur – Neue Perspektiven für den öffentlichen Kultursektor“ im transcript-Verlag. Er ist Gründer der Kulturberatung „Fishberg“. Mehr Informationen: www.fishberg.de