

Kulturen sollten sich nicht kultivieren, sondern kulturell inspirieren

Ein ungemanagter Kulturrundgang im Quartier

Ich stelle mir die Frage, wo Kultur (ent)steht und wo sie zu finden ist. Darum gehe ich aus dem Haus, auf die Strasse zum Kinopalast in der Nähe. Dort sollte doch Kultur stattfinden. Es sieht aber erschreckend dunkel aus. Ach ja, heute ist ein Feiertag. Der Kebab-Stand und die Kinos sind geschlossen. Hier beginnt Kulturmanagement im Kleinen, Unbewussten, denn ich - respektive mein kulturelles Gedächtnis - sollte wissen, dass das Kino an gewissen Feiertagen geschlossen ist. So wurde das mal entschieden. Heute begreifen viele den Grund dafür nicht mehr, aber man hält noch daran fest.

Da also auch mein türkischer Kebabstand geschlossen ist, spaziere ich weiter zum Bundesplatz. In der Mitte des Kreisels sind normalerweise Blumenkulturen, heute glänzen da Badewannen. Wieso nur? Das könnte eine gelungene Marketingaktion des Kulturmanagers der Wohnausstellung in der Lumag Halle sein. Ach was, diese Idee hatte der nicht, das war sicher nur ein kreativer Landschaftsgärtner.

Der Hunger treibt mich weiter zum nahen „Pizza Blitz“. Eine Russin und mehrere MitarbeiterInnen aus dem ehemaligen Jugoslawien machen und verkaufen mir (Schweizer)eine italienische Pizza; mit amerikanischem Schweinefleisch. Weitere Kunden kommen übrigens aus Indien, Spanien und der Schweiz. (Die verschiedensten Kulturen gemanagt und geleitet in der Pizzeria und vom multikulturellen Pizzeriateam.)

Zurück in meiner Wohnung lege ich die neue CD von Herbert Grönemeyer ein. Wieso ist seine Musik eigentlich Kultur? Weil sie etwas auslöst, weil sie Gefühle und Interpretationen oder Diskussionen anregt; weil seine Aussage nicht nur in Worten steht, sondern auch zwischen den Zeilen; weil sie etwas bewirkt.

Genau dort ist die Schwierigkeit des Kulturmanagements. Es gilt, die Aussage (ob existent oder nicht) unverfremdet ans Publikum zu bringen. Um das Kunstwerk nicht zu banalisieren, darf die Aussage zwischen den Zeilen nicht thematisiert werden, gleichzeitig muss aber genau das Publikum angelockt werden, welches diese Botschaft sucht. Dass dieses Unterfangen schwierig ist, versteht sich bereits darin, dass eine Aussage für jedes Individuum respektive in jeder Situation verschiedene Bedeutungen haben kann.

Der Kulturmanager hat aber nicht nur die Aufgabe zu orientieren, sondern auch den nötigen Rahmen für die zentrale Kulturaktion zu schaffen. So gesehen ist ein Kulturmanager ein spezialisierter Generalist oder einen generalisierter Spezialist. Dies tönt unmöglich, ist aber genau das Aufgabengebiet des Kulturmanagers. Er muss - sei er nun Spezialist oder Generalist – merken, wann welche Fähigkeiten gefragt sind und wann wer oder was eingesetzt werden muss.

Daher könnte man ihn auch als Projektmanager bezeichnen. Einen aber, welcher nur einen Chef kennt: die Kultur. Denn nur so kann Kultur die kreative, aufklärerische und inspirative Funktion wahrnehmen, welche sie beinhalten sollte. Darum braucht es, wie Peter Bendixen sagt: „Manager für Kultur“. Denn, diese „vermanagen“ die Kultur nicht, sondern managen für die Kultur.

Dann ist es auch egal, ob unter Kultur die Volks-, Unternehmens-, Gesprächs-, Ess-, Wein-, Klein-, Blumen- oder Sprachkultur verstanden wird. Denn so steht immer der harmonisch verbindende positive, innovative - sprich kulturelle - Teil im Zentrum. Dann wird nicht mehr länger die Kultur gemanagt, sondern das Management kultiviert. Dann entsteht die eine neue Kultur, welche die Welt mit Nachsicht managt. Und darum nicht die Kultur kultiviert, sondern Kulturen sich kulturell inspirieren lässt.

Tobias von Wartburg im Rahmen des (NDK) Nachdiplomkurs Kulturmanagement
Praxis abc – Kurs 6 – November 02