

Fokus Publikum

Mit Texten von: AKT, Vera Allmanritter, Barbara Alt, Muhammet Ali Başı, Herwig Bauer, Matthias Beitzl, Stefan Benedik, Elisabeth Bernroitner, Valerie Besl, Denice Bourbon, Jennie Carvill Schellenbacher, Magdalena Chowaniec, JG Danso, Sophia Diem, Sibylle Dienesch, Christiane Erharter, Alexander Erler, Zuzana Ernst, Markus Feigl, Angela Fink, Eva Fischer, Vera Gallistl, Lisa Gaupp, Ulrike Gießner-Bogner, Jan G. Grünwald, Kristina Hammer, Sophie Hanke, Gerald Harringer, Renate Höllwart, Stefan Huber, Birgit Johler, Freya van Kant, Kira Kirsch, Martin Kitzberger, Michaela Kohlbacher, Stephan Kuss, Linda Kutter, Andrea Lumplecker, maiz, Barbara Mayer, Eva Meran, Wolfgang Muchitsch, Simon Nagy, Matthias Naske, Anita Niegelhell, Katharina Nöstlinger, Katrina Petter, Stefania Pitscheider Soraperra, Gunilla Plank, Annette Rainer, Milo Rau, Fabian A. Rebitzer, Michael Salvi, Elisabeth von Samsonow, Martina Schiller, Ernst Schmiederer, Karin Schneider, Daniel Schönherr, Elisabeth Schweeger, Anja Sczilinski, Lorenz Seidler, Clemens Setz, Jasper Sharp, Elke Smodics, Monika Sommer, Yannick Steinkellner, Nora Sternfeld, Aron Stiehl, Verena Strasser, Istvan Szilagyi, Thomas Trabitsch, Doris Uhlich, Kay Voges, Krysztina Winkel, Jolanda de Wit, Renate Wurm, Yasmo, Michael Zechmann-Khreis, Alina Zeichen

Bundesministerium für Kunst, Kultur,
öffentlichen Dienst und Sport

***Fokus Publikum* versammelt 64 Positionen und Perspektiven von Vertreter:innen des österreichischen Kunst- und Kulturbereichs sowie der Wissenschaft.**

Praxisbeispiele und Studien fördern Fakten und Fiktionen zu Tage, die sich nicht nur mit dem tatsächlichen, sondern auch mit dem potenziellen Publikum auseinandersetzen und das Phänomen Publikum auf vielfältige Weise untersuchen.

Der Band lädt ein, einen neuen Begriff von Publikum zu entwerfen, als zentralem Akteur und relevantem Faktor des kulturellen Geschehens wie der Kulturpolitik.

6	Vorwort	
8	Einleitung	
15	Kapitel 1	Setting the Stage: Begriffe und Forschung
18	Daniel Schönherr	Kultur, halt nicht für alle? Soziologische
23	Lisa Gaupp	Anmerkungen zur kulturellen Beteiligung
30	Fabian A. Rebitzer	Macht oder Ermächtigung? Kulturpublikum
35	Vera Allmanritter	zwischen Inklusion und Exklusion „Wer fehlt?“ Balanceakte im Feld des Nicht-Publikums Wer sind meine (Nicht-)Besucher*innen?
45	Kapitel 2	Die Praxis fassen: Zahlen und Zugänge
48	Kay Voges	Publikum für die Zukunft
52	Markus Feigl	Das Publikum öffentlicher Bibliotheken in Österreich – von Nutzer:innen zu Akteur:innen
56	Herwig Bauer	Ein Festival für alle – und wie das so mit seinem Publikum ist
62	Wolfgang Muchitsch	Auf den guten Mix an Kennzahlen kommt es an!
64	Alina Zeichen	Das Publikum fällt nicht vom Himmel
68	Jolanda de Wit	Heute bin ich im Publikum, morgen Veranstalter:in und übermorgen Künstler:in
72	Gunilla Plank	Am Land gibt es kein Publikum, es gibt nur „die Leit“.
79	Kapitel 3	Kommunikation und Information
82	Valerie Besl	Wer sind wir und wie wollen wir erzählen
86	Verena Strasser	Publikum als Wissenstransfernetzwerk
90	Martin Kitzberger	Kinogenuss ohne Ende – das nonstop Kinoabo
93	Katharina Nöstlinger und Lorenz Seidler	Der Zeit ihre Kunst, der Kunst ihre Kommunikation.
97	Istvan Szilagyí	Publikum – digital
100	Aron Stiehl	Ohne unser Publikum wären wir nichts
103	Jasper Sharp	Unser Publikum war uns bis jetzt fast völlig unbekannt.
107	Michael Zechmann-Khreis	Darf man das museale Publikum fordern?
113	Kapitel 4	Gestern, morgen, heute
116	Renate Höllwart, Simon Nagy Elke Smodics und Nora Sternfeld	Die Parameter des Sprechens im Museum selbst benennen. Oder: Was wäre, wenn Partizipation nicht nur ein Schlagwort wäre?

120	Kryszтина Winkel	Keep it shiny, keep it real – im Stück, auf der Bag oder for real?
124	Anja Sczilinski	Wir brauchen selbstbewusstes Theater für junges Publikum!
128	Stefan Huber	„Mir ist langweilig.“
131	Karin Schneider	Mit, durch, für ... das Publikum – welches Publikum?
138	Ulrike Gießner-Bogner	Schule, Kunst und Kultur – eine Schnittstelle mit viel Potenzial
141	Vera Gallistl	Was bedeutet ein alterndes Publikum für Kunst-und Kultureinrichtungen?
151	Kapitel 5	Tradition und Innovation
154	Kristina Hammer	Das Publikum als oberste Wirklichkeit des Theaters
158	Matthias Naske	Publikum oder Publika
163	Stefania Pitscheider Soraperra	Wer ist unser Publikum?
166	Sibylle Dienesch, Angela Fink und Annette Rainer	Inklusion in der Museumspraxis – eine Selbstbefragung
169	Barbara Alt	Kann man ein Publikum klimaneutral machen?
173	Renate Wurm	DAS KINO. Salzburger Filmkulturzentrum
177	Barbara Mayer	Fragen erwünscht
180	Elisabeth Schweeger	Wir brauchen das Vis-à-Vis
185	Kapitel 6	Interventionen und Begegnungen
188	Milo Rau	Wenn das Theater ein Parlament ist, dann ist das Publikum der Souverän.
192	Linda Kutter und Alexander Erler	Selbstverständnis statt Erziehung: Wiesenrock in Wattens
196	Jennie Carvill Schellenbacher	„Ein guter Start, weiter so!“ Die Einbettung von Barrierefreiheit und Inklusion in die Museumsentwicklung
199	Birgit Johler und Anita Niegelhell	In Bewegung: das Volkskundemuseum in Graz und seine Beziehungen zu Gesellschaft und Öffentlichkeit
202	Stefan Benedik, Eva Meran und Monika Sommer	Warum es im Haus der Geschichte Österreich kein Publikum, aber viele „Anspruchsgruppen“ gibt
206	Katrina Petter	Verbündete der Kommunikation
210	Gerald Harringer	Kultur wächst durch Begegnung
215	Elisabeth von Samsonow	Das ersehnte ist immer das tatsächliche Publikum
221	Kapitel 7	Mehr Sichtbarkeit und Raum
224	Christiane Erharter	Maruša Sagadins <i>B-Girls, Go!</i> als Signifikant der Community Outreach

228	AKT	<i>Partecipazione / Beteiligung</i>
232	Martina Schiller	Vom un-fassbaren Publikum
236	Yannick Steinkellner	Das (fast) offene Format
240	Yasmo	Hautnah
242	Michaela Kohlbacher, Sophia Diem und Sophie Hanke	Von Wiener FLINTA-Nights und Quoten-Frauen
246	JG Danso	Ein diverses Publikum will mitgestalten
249	Kira Kirsch	<i>All over Vienna</i> – eine Reise mit dem Publikum

253 Kapitel 8

Strukturkritik und die Macht neuer Orte

256	Freya van Kant	Achtung Drag Queen! Über die Wichtigkeit der Drag Story Hours.
262	Thomas Trabitsch	Queering the Museum
265	Andrea Lumplecker	Publikum sein und werden-mit-anderen
269	maiz	Kulturarbeit als Weg zur gesellschaftlichen Partizipation
275	Muhammet Ali Baş, Magdalena Chowaniec und Stephan Kuss	Von „Neuen Freundschaften“ und involviertem Kuratieren
279	Elisabeth Bernroitner und Zuzana Ernst	Mehr als nur Zugang schaffen: Multi-perspektivität im Kuratieren und Ko-Kreation als Säulen für eine gerechte Kunstpraxis
286	Denice Bourbon	PCCC* and Her Audience
290	Ernst Schmiederer	Zuhören, damit der/die Andere erzählt. Manifest für erhöhte Sichtbarkeit

297 Kapitel 9

Alles anders. Alles neu?

300	Jan G. Grünwald	Das Publikum im digitalen Zeitalter – Annäherungen eines Pädagogen
306	Eva Fischer	Hybride Publika
313	Michael Salvi	Von Publikumsgeistern und der Architektur als Bühne
317	Matthias Beitzl	Wollen wir nur besucht werden?
320	Doris Uhlich	World in My Eyes
322	Clemens Setz	Was ist ein Publikum

Vorwort

Werner Kogler,
Vizekanzler und Bundesminister
für Kunst, Kultur, öffentlichen Dienst und Sport

Andrea Mayer,
Staatssekretärin für Kunst und Kultur

Kunst und Kultur sind auf einzigartige Weise an der Entwicklung unserer Gesellschaft beteiligt. Sie tragen zur Verständigung zwischen verschiedenen Gruppen und zur Stärkung demokratischer Werte bei. Eine zentrale Rolle hat dabei das Publikum.

Diesem – im wahrsten Sinne – entscheidenden Akteur hat das Bundesministerium für Kunst, Kultur, öffentlichen Dienst und Sport (BMKÖS) im Jahr 2023 einen Schwerpunkt gewidmet, mit einer umfassenden Studie sowie gezielten Kampagnen und Fördermaßnahmen.

Fokus Publikum ist ein weiterer Teil dieser intensiven Auseinandersetzung. Im Rahmen der Kunst- und Kulturstrategie des Bundes rückt das Buch das Publikum ins Zentrum und unterstützt damit Künstler:innen und Kulturinstitutionen bei ihrer Arbeit mit dem und für das Publikum.

Inmitten ständiger Veränderungen und Herausforderungen in der Kunst und Kultur ist es von entscheidender Bedeutung, die relevantesten Fragestellungen zu identifizieren und produktive, sektorübergreifende Debatten in Gang zu setzen. Das BMKÖS nimmt hier seine Verantwortung wahr und öffnet den erforderlichen Raum für Diskurs und Begegnung, indem es eine Vielzahl von Stimmen aus der Kunst- und Kulturlandschaft zusammenführt.

Wichtig zu betonen ist dabei, dass keine vorgefertigten Lösungen oder abschließenden Rezepte für die Ansprache, Information, Motivation oder Integration des Publikums vorlegt werden. Vielmehr möchten wir die Agilität, Strategie- und Anpassungsfähigkeit sowie die Fähigkeit zur Transformation aller Akteur:innen ansprechen.

Das ist von entscheidender Bedeutung, wenn der Kulturbetrieb sich flexibel den gesellschaftlichen Dynamiken anpassen will, die kontinuierlich auf ihn einwirken. Dazu gehören der unaufhaltsame technologische Wandel, der Klimawandel, soziale und ökonomische Ungleichheiten, Gesundheitskrisen, demografische Veränderungen, die Auswirkungen fortschreitender Globalisierung, aber auch Tendenzen der Deglobalisierung, tiefgreifende Veränderungen in der Arbeitswelt und politische Unsicherheiten. In einem sich immerfort verändernden Umfeld ist die Fähigkeit zur Anpassung ein Schlüssel zum Erfolg.

Die Vielstimmigkeit der Beiträge in *Fokus Publikum* entspricht dabei der Vielschichtigkeit des Publikums und unterstreicht, dass es keine eindimensionale Zielgruppe gibt, sondern eine Vielzahl individueller Interessen, Bedürfnisse und Ansichten.

Im Kontext von Kunst und Kultur ist die Publikumsorientierung keine bloße strategische Option, sondern ein Auftrag, die vielfältigen kulturellen Effekte für unsere Gesellschaft noch stärker zur Entfaltung zu bringen – mit unterschiedlichen Zielsetzungen:

1. Ein möglichst breites Publikum erreichen: Kunst und Kultur müssen für alle zugänglich sein, unabhängig von sozialen, wirtschaftlichen oder geografischen Barrieren. Jede:r Bürger:in sollte die Möglichkeit haben, an kulturellen Erlebnissen teilzuhaben und davon zu profitieren.
2. Offenheit und offenen Zugang sicherstellen: Kultureinrichtungen schaffen offene und inklusive Räume, in denen Menschen unterschiedlicher Hintergründe und Interessen willkommen sind. Bestehende Barrieren sollten abgebaut und der Zugang zu kulturellen Angeboten erleichtert werden.
3. Kulturelle Bildung stärken: Kulturelle Bildung ist eine Grundvoraussetzung für das Interesse an Kunst und Kultur und ein Schlüssel zur Förderung von Kreativität, kritischem Denken und interkulturellem Verständnis.
4. Öffentliche Finanzierungen sichern: Kulturelle Vielfalt und künstlerische Kreativität brauchen eine angemessene finanzielle Unterstützung. Investitionen der öffentlichen Hand sichern die Lebendigkeit des Kultursektors ab.
5. Partnerschaftlich an Strategien arbeiten: Die Zusammenarbeit zwischen der öffentlichen Hand, Kultureinrichtungen und der Zivilgesellschaft fördert eine nachhaltige kulturelle Entwicklung. Kultureinrichtungen sollen daher ermutigt werden, gemeinsam Strategien zu entwickeln, um mit dem Publikum in Austausch zu treten.

Wir hoffen, dass die in diesem Buch versammelten unterschiedlichen Einblicke und Perspektiven dabei helfen, die vielfältigen Verbindungen der künstlerisch und kulturell Aktiven mit den künstlerisch und kulturell Interessierten zu stärken, zu vertiefen und auszuweiten.

Einleitung

Christine Haupt-Stummer und Ina Sattlegger,
Kurator:innen-Kollektiv section.a

Wer ist Österreichs Kunst- und Kulturpublikum? Welche Bedürfnisse und Wünsche haben die Besucher:innen von Kunst- und Kulturveranstaltungen? Welche Unterschiede gibt es zwischen Stadt und Land, etablierten Institutionen und neuen Initiativen? Wie kommunizieren wir, wen erreichen wir und wer fehlt? Und was können wir voneinander lernen?

Das waren unsere Ausgangsfragen für diese Publikation. Von Anfang an vorhanden war der klare Wunsch, möglichst viele verschiedene Stimmen aus dem österreichischen Kunst- und Kulturbetrieb zusammenzubringen, möglichst viele Perspektiven auf das Publikum zu versammeln. Ein Angebot zu schaffen, das Einblick gewährt in Praxen, Positionen, Reflexionen und Kritik. Die vorliegenden 64 Texte spannen einen Bogen von der Theorie zur Praxis und involvieren Positionen von Künstler:innen, Initiativen und Institutionen ebenso wie Vermittlung, Produktion und Wissenschaft. Und diese Breite der Positionen macht auch die Diversität der Publika und Nicht-Publika sichtbar.

Im kuratorischen Umgang mit Vielstimmigkeit und Fülle an Beiträgen gibt es verschiedene Strategien. Keine kommt darum herum, Benennungen vorzunehmen, zu kategorisieren und zu labeln. So auch hier. Unser bewusst gewählter Zugang war es, einerseits über eine klassische Kapitelstruktur, andererseits durch diverse Systematisierungen und Querverweise den Lesenden einen bestmöglichen Überblick über den Inhalt und die Verortung der Texte zu geben. So haben wir *Fokus Publikum* in neun Kapitel unterteilt, die nicht hermetisch abgeschlossen sind, sondern miteinander in Beziehung stehen. Die darunter versammelten Texte bieten Einblicke in eine jeweilige Thematik, gehen aber vielfach weit darüber hinaus und beleuchten mehr, als sich in ein Kapitel fassen lässt. Manche Beiträge könnten auch an anderer Stelle platziert sein. Wir haben uns von Beitrag zu Beitrag überlegt, wo(mit) wir Bezüge herstellen möchten.

Die Texte aus Forschung und Wissenschaft im ersten Kapitel bereiten die Bühne für die weitere Auseinandersetzung. Sie führen erste analytische Rahmen ein und bringen Begrifflichkeiten ins Spiel. Das Nicht-Publikum, Konzepte für den Umgang mit Besucher:innenzahlen und Ansätze zum Verständnis von kultureller Inklusion und Exklusion stehen hier im Zentrum. Im zweiten Kapitel versammeln sich Beiträge aus der Perspektive der Praxis, die Herausforderungen und Lernkurven reflektieren und erste Einblicke in spezifische Herangehensweisen bieten. Und vor allem fragen: Kann Qualität in Publikumszahlen gemessen werden? Das dritte Kapitel blickt auf das Publikum aus der Perspektive der Kommunikation und Vernetzung. Wie erreiche ich wen? Wie kann Informationsarbeit aussehen? Welche Netzwerke gibt es? Im vierten Abschnitt finden sich künstlerische, vermittelnde und forschende Sichtweisen auf Publikum und Alter. Die Ausgangspositionen sind heterogen: Geht es um die Ansprache junger Besucher:innen als Publikum von morgen? Oder um den Umgang mit jeweils spezifischen Interessen, Wünschen und Bedürfnissen im Hier und Jetzt? Und was ist mit den älteren Generationen? Das fünfte, sechste, siebte und achte Kapitel beleuchten verschiedene Verortungen der Autor:innen innerhalb des mehr oder weniger institutionalisierten Kulturbetriebs. Während manche Kunst- und Kultureinrichtungen traditionell verankert agieren, brechen andere Akteur:innen explizit mit Konventionen oder schaffen sich eigene, neue Traditionen. Beides hat seine Legitimität, beides prägt den jeweiligen Blick auf das Publikum. Im letzten Kapitel geht es um die Zukunft: Was sind die Fragen, die wir

uns stellen müssen? Wo werden schon heute neue Konzeptionen von Publikum sichtbar? Hier geht es nicht primär um ein Neudefinieren, sondern um ein Eröffnen der Suche – virtuell wie real. Clemens Setz beendet das Buch mit der Frage: Was ist ein Publikum? Und schließt somit den Kreis. Vorerst.

Am Ende unseres Arbeitsprozesses haben wir sie – wenig überraschend – nicht gefunden: die beste Definition des Publikums. Die besten Antworten auf aktuelle Herausforderungen. Die beste Methode, ein Publikum statistisch zu erfassen. Und das war auch nie das Ziel. *Fokus Publikum* ist ein Angebot, ein Anfang. Unser Wunsch ist es, an bestehende Debatten anzuknüpfen und neue zu eröffnen. Was die Publikation definitiv bietet: die Möglichkeit, voneinander zu lernen und in einen Diskurs zu treten.

PS:

Gendern

Es war uns ein Anliegen, den Autor:innen freizustellen, welche textliche Form ihr Umgang mit Gender und Geschlecht hat. Die dadurch entstehenden unterschiedlichen Schreibweisen öffnen für uns einen ersten Einblick in das jeweilige Verständnis von Publikum.

Kurzbiografien

Die beigefügten Biografien der Autor:innen wurden anhand dreier Fragen formuliert: Wo stehe ich gerade? Woher komme ich? Was sind Wünsche für die Zukunft? Manche der Autor:innen sind hier aber auch ganz andere Wege gegangen.

Quellen

Am Ende vieler Texte findet sich eine alphabetisch sortierte Auflistung der für die Beiträge relevanten Ressourcen in Form von Literatur, Blogs oder Webseiten. Wir haben diese Form gewählt, da sie dem essayistischen Charakter dieses Sammelbandes eher entspricht als Fußnoten. Solche finden sich nur, wenn es sich um inhaltliche Bezüge handelt.

Empfehlungen

Am Ende vieler Texte findet sich (auch) eine Auflistung von Empfehlungen. Diese können geteiltes Erfahrungswissen oder geteilte Ressourcen (Texte, Projekte, Blogs, Datenbanken, Filme, etc.) sein, die für die Autor:innen über ihren Beitrag hinaus Relevanz in ihrer Arbeit haben, ihnen als Inspiration dienen oder die sie essentiell für unsere Zeit sehen.

Verweise

Unter Verweisen schlagen wir – ohne Anspruch auf Vollständigkeit – vier Bezüge zu weiteren Texten jenseits unserer Kapiteleinteilung vor.

eSeL-Bildnachweise

- S. 12/13 54. Biennale di Venezia: Markus Schinwald (Österreichischer Pavillon, 2011)
- S. 16 BELLEVUE. Das Gelbe Haus. Linz09 Kulturhauptstadt (Linz Spallerhof/
Bindermichl, 2009)
- S. 40/41 WOMAN. Feministische Avantgarde der 1970er-Jahre aus der Sammlung
Verbund (mumok, 2017)
- S. 46 Trisha Brown: In Plain Site. Man Walking Down the Side of a Building
(Tanzquartier Wien im MuseumsQuartier Innenhof, 2016)
- S. 76/77 Konzert Wiener Symphoniker (MuseumsQuartier Innenhof, 26. September
2021)
- S. 80 Über das Neue. Wiener Szenen und darüber hinaus (Belvedere 21, 2023)
- S. 114 Kinderkonzert (Konzerthaus Wien, 2008)
- S. 146/147 Gelatin – LOCH (21er Haus, 2013)
- S. 152 Adrian Paci (Kunsthalle Krems, 2019)
- S. 186 Höchste Eisenbahn. Festival der Regionen 2023 (Horní Dvořiště, 2023)
- S. 218/219 Public Program (Belvedere 21, 2020)
- S. 222 Eröffnung Impulstanz (MuseumsQuartier Innenhof, 2013)
- S. 254 Aktionstag Nachhaltigkeit (Akademie der bildenden Künste Wien, 2022)
- S. 294/295 VANITY (Kunsthalle Wien, 2012)
- S. 298 Willkommen in der Zukunft. Mitmachausstellung (Zoom Kindermuseum 2023)
- S. 328 Die Fünfte Säule (Secession, 2011)





Kapitel 1
Setting the Stage:
Begriffe und
Forschung
Daniel Schönherr
Lisa Gaupp
Fabian A. Rebitzer
Vera Allmanritter



Wir beginnen mit dem Blick aus der Forschung und fragen: Wie erfassen wir das Publikum überhaupt? Was sind unsere Blickwinkel und Werkzeuge? Was bedeuten Zugang und Teilhabe und wie sind sie messbar? Welche Ansätze und Konzepte gibt es, um Publikum über Besucher:innenzahlen und Nicht-Besucher:innen hinauszudenken? Welche Trittfallen gibt es im Spannungsfeld zwischen Inklusion und Exklusion? Inwieweit ist die Forderung nach mehr Diversität zielführend, wenn der Zugang zu Kunst und Kultur nach wie vor stark auf sozialer Herkunft beruht? Was kann in Bezug auf Einkommensungleichheit von Seiten der Kunst- und Kulturinstitutionen abgedeckt werden und wo ist die Politik gefragt?

Es geht hier also nicht um Definitionen und Festschreibungen, sondern um ein Verorten des Publikumbegriffs und das Einführen konzeptueller Instrumente, um das Bauen eines analytischen Fundaments. Denn das eine Publikum gibt es nicht, genauso wenig wie die eine Antwort auf Fragen der Inklusion oder die eine gute Statistik. Bestimmte Situationen bringen bestimmte Herausforderungen mit sich, spezifische Settings brauchen spezifische Zugänge. Nichtsdestotrotz bewegen wir uns in einer gemeinsamen Diskurslandschaft, mit Debatten, die aufeinander aufbauen und zueinander in Beziehung stehen, und mit Begriffen, die wir uns teilen.

Kultur, halt nicht für alle? Soziologische Anmerkungen zur kulturellen Beteiligung

Daniel Schönherr,
SORA Institut

In seiner Rede zur Eröffnung der Frankfurter Dramaturgentagung 1964 stellte der Schriftsteller Max Frisch folgende Frage: Was wäre, wenn von einem Tag auf den anderen sämtliche Theater der Welt geschlossen werden, auf ewig außer Betrieb, „nicht einmal ein Pförtner ist mehr da“? Frisch nutzte sein Gedankenspiel als Ausgangspunkt einer Selbstreflexion zur gesellschaftlichen Funktion des Theaters. Überraschend wenige Gedanken machte sich Frisch dabei um das Publikum, und schon gar nicht in den Sinn kam ihm die Frage: Würde den Menschen das Theater überhaupt fehlen?

Sechzig Jahre später kann diese Frage nun jeder und jede für sich selbst beantworten. Im ersten Jahr der Coronapandemie waren die Theater neun Monate geschlossen. Auch Kinos, Kabarettis und Konzertsäle blieben dunkel. Festivals, Lesungen und Vernissagen wurden abgesagt. Max Frischs Gedankenspiel aus 1964 war plötzlich Realität. Als dann sämtliche Einschränkungen im März 2022 wieder aufgehoben wurden, kam der nächste Schock: Wo blieb das Publikum? In den Feuilletons war die Rede von „**50 Prozent ist das neue ‚Ausverkauft‘**“ und die Theater wurden flugs zu „**Tempeln bürgerlicher Hochkultur**“ erklärt, die sich ihren eigenen Relevanzverlust nicht eingestehen könnten. Auch wenn sich die meisten Kommentare erstaunlich evidenzlos lasen, eröffneten sie doch die Möglichkeit, darüber nachzudenken, in welchem Ausmaß Menschen in Österreich am kulturellen Angebot teilnehmen.

Die von SORA im Auftrag des Bundesministeriums für Kunst, Kultur, öffentlichen Dienst und Sport durchgeführte Studie *Kulturelle Beteiligung in Österreich* ging dieser Frage nach. Zweitausend Menschen wurden zu ihrem Kulturverhalten befragt, wobei der Besuch von Kulturveranstaltungen und -stätten im Fokus stand. Ein erstes Ergebnis lautet: Rund 80 Prozent der Bevölkerung besucht mindestens ein Mal im Jahr eine Kultureinrichtung, die meisten schauen sich einen Kinofilm an, besuchen ein

Daniel Schönherr

ist seit 2010 Sozialwissenschaftler beim SORA Institut in Wien. Er studierte Vergleichende Literaturwissenschaften, heute ist er aber vor allem mit Zahlen, Daten und Statistik beschäftigt. Schönherr forscht u. a. zu Entwicklungen in der Arbeitswelt, Auswirkungen sozialer Ungleichheit in Arbeit und anderen Lebensbereichen sowie Diskriminierungserfahrungen, aktuell zu Klassismus in Österreich.

sora.at

Museum oder ein Denkmal. Relativierend dazu das zweite Ergebnis: Zu den **regelmäßigen** Kulturbesucher:innen zählen nur rund 20 Prozent. Diese Zahl könnte aber höher liegen, weil – drittes Ergebnis: Wer in welchem Ausmaß kulturelle Angebote besucht, ist sehr ungleich verteilt.

Ein Rückblick: 1975 erschien die erste Grundlagenstudie zur kulturellen Beteiligung. Das damalige Ergebnis, wonach „**bildungsmäßig unterversorgte soziale Gruppen weit weniger als andere am Kulturleben teilnehmen**“, wurde in drei Folgestudien bestätigt, zuletzt 2007. Die Wirkung des Befundes aber ließ stark nach. Führte die erste Grundlagenstudie 1975 noch zu heftigen innerpolitischen Diskussionen, war die eklatante Kluft zwischen unterschiedlichen Bildungsgruppen dreißig Jahre später kaum noch eines Nebensatzes wert. Aus dem politischen Anspruch „Kultur für alle!“ wurde über die Jahrzehnte scheinbar die gesellschaftliche Einsicht: „**Kultur, halt nicht für jede:n.**“

Daniel Schönherr,
Senior Researcher

Dazu beigetragen hat auch die Soziologie, so selbstkritisch muss man sein. Man nimmt etwa Ulrich Becks *Risikogesellschaft* (1986) in die Hand und liest über den sogenannten Fahrstuhl-Effekt: „**Die Klassengesellschaft wird insgesamt eine Etage höher gefahren. Es gibt – bei allen sich neu einpendelnden oder durchgehaltenen Ungleichheiten – ein kollektives Mehr an Einkommen, Bildung, Mobilität, Recht, Wissenschaft, Massenkonsum.**“ In Zeiten kollektiver Wohlstandszugewinne, so Beck, verlieren Klassenkonflikte an Bedeutung und Menschen können ihren individuellen Interessen freier nachgehen. Klassenidentitäten würden sich somit auflösen, fortan dominieren Lebensstile. Diese Individualisierungshypothese hat weit über die Soziologie hinaus resoniert, man denke nur an die Selbstverständlichkeit, mit der wir heute über **Milieus** und **Zielgruppen** diskutieren, über Hedonisten und Hipster, Prolos und Post-Materialisten. Auch der Kulturbetrieb nahm diesen Perspektivenwechsel vor. Audience Development verläuft heute unter den Schlagwörtern **Personalisierung**, **postmigrantisch** und **Cultural Diversity**. Umso mehr stellt sich die Frage, inwieweit vertikale Ungleichheiten zwischen oben und unten überhaupt noch die Teilnahme am kulturellen Angebot prägen oder ob Merkmale wie z. B. Alter, Wohnort oder Migrationshintergrund ausschlaggebender sind. Tatsächlich erweisen sich ganz Junge wie ganz Alte als am kulturaktivsten, Menschen in Städten gehen häufiger ins Theater als Menschen am Land und Menschen mit Migrationshintergrund besuchen lieber Museen und Kinos als Kabarettis oder die Oper.

SORA Institut,
Wien

Die stärksten Unterschiede aber lassen sich wie vor fünfzig Jahren entlang des formalen Bildungsniveaus feststellen. Während 41 Prozent der Menschen mit akademischem Abschluss mehrmals im Monat Kultureinrichtungen besuchen, sind es unter Menschen mit Matura 26 Prozent,

Menschen mit mittleren Abschlüssen 18 Prozent und Menschen mit Lehrabschluss 14 Prozent. Zwei Dinge haben sich seit der ersten Grundlagenstudie aber gewandelt. Zum einen verläuft die zentrale Trennlinie heute nicht mehr zwischen Menschen mit und ohne Matura, sondern zwischen Menschen mit und ohne akademischem Abschluss. Und zweitens lässt sich das Publikum nicht mehr länger in ein klassisches

Hoch- und Populärkulturpublikum einteilen. Daraus zu schließen, dass hochkulturelle Angebote in den letzten Jahrzehnten sozial durchlässiger geworden seien, wäre aber falsch. Vielmehr hat das Hochkulturpublikum seine Distinktionsgrenzen aufgehoben (oder zumindest verschoben), sodass es heute völlig selbstverständlich auch ins Kino, zu Festivals oder auf Popkonzerte geht.

Die starken Unterschiede zwischen Bildungsgruppen überraschen. Niemand muss vor dem Kinosaal oder an der Theaterkasse sein Abschlusszeugnis vorlegen. Warum also diese Kluft? Erklärungen gibt es viele. Akademiker:innen wohnen z. B. häufiger in Städten, wo das Kulturangebot breiter und besser erreichbar ist. Akademiker:innen sind seltener arbeitslos und erzielen im Schnitt höhere Einkommen, was Ticketkäufe erleichtert. Akademiker:innen bewegen sich vielleicht auch häufiger in kulturinteressierten Freundeskreisen, die sie auf neue Angebote aufmerksam machen. Statistisch erweist sich letztlich weder das soziale noch das ökonomische Kapital als ausschlaggebend, sondern das kulturelle Kapital. Und dieses vererbt sich in Österreich genauso weiter wie Vermögen. Die Hälfte aller Akademiker:innen sagt, sie kommen aus einer kunst- und kulturinteressierten Familie, genauso viele sagen, die Schulzeit habe ihr Interesse an Kunst und Kultur gefördert. Unter Menschen mit Lehrabschluss sagt dies nur jeder oder jede Sechste.

Die Studienergebnisse belegen, dass das kulturelle Angebot vor allem von jenen besucht wird, die schon als Kind und in der Schule zu Besuch waren. Hinzu kommt, dass niedriges kulturelles Kapital oft auch mit einem geringeren sozialen und ökonomischen Kapital einhergeht. Derart verfestigen sich Klassenunterschiede, wenn es darum geht, wer welche Kulturangebote nutzt oder eben nicht. Gleichzeitig stellen die Ergebnisse sowohl aktuelle kulturpolitische Ansätze als auch die Bemühungen kultureller Einrichtungen zur Erschließung und Bindung eines neuen Publikums in Frage. **Den meisten Diversity-Konzepten fehlt nämlich eine zentrale Dimension – die der Klasse bzw. sozialen Herkunft.** Somit werden die Theater, Opernhäuser und Museen zwar diverser, queerer, inklusiver und barrierefreier – aber halt nur für obere Klassen. Für Menschen, die keine Universität besucht haben, Menschen mit geringen Einkommen und Menschen in prekären Lebenslagen bleiben die Kultureinrichtungen weiterhin außer Sicht.

Die Ergebnisse der ersten Grundlagenstudie führten 1975 zu einem *Kulturpolitischen Maßnahmenkatalog*, den der damalige Unterrichtsminister Fred Sinowatz erstellen ließ. Darin ist zu lesen: „Heute, in einer Zeit der Wachheit und lebhaften Diskussion hinsichtlich noch bestehender Verteilungungerechtigkeiten muß sich Kulturpolitik als eine Variante von Sozialpolitik verstehen.“ Weiters sei unbestritten, **dass das Herzstück jeder demokratischen Kulturpolitik die Bildungspolitik ist.** Bildungs- und Sozialpolitik sollen dem Menschen dabei helfen, gesellschaftliche Umstände besser beurteilen zu können, damit er **klare Einsichten aller Art (z. B. in die wichtigen Kulturbereiche Arbeitswelt und Umweltschutz) und damit Entscheidungsfreiheit, kulturelle Freiheit, gewinnen kann.** Die Selbstverständlichkeit, mit der Kulturpolitik vor fünfzig Jahren noch im Kontext von Bildungs- und Sozialpolitik

Verweise

→ S. 275 Muhammet Ali Baş, Magdalena Chowaniec und Stephan Kuss, Von „Neuen Freundschaften“ und involviertem Kuratieren
→ S. 265 Andrea Lumplecker, Publikum sein und werden-mit-anderen
→ S. 158 Matthias Naske, Publikum oder Publika
→ S. 48 Kay Voges, Publikum für die Zukunft

gedacht wurde, ist verblüffend. Kulturpolitik als sinnvolle Fortsetzung von Sozial- und Bildungspolitik (in Anlehnung an Sinowatz) sollte auch heute die Leitlinie sein, zumal dies den Blick über die eigenen Reihen hinaus öffnen würde. Sowohl die Debatten um ausbleibendes Publikum als auch die Reaktion der Kultureinrichtungen zeigten nämlich reuig vor allem in eine Richtung: auf sich selbst.

Wenn Kinder in Mittel- oder Berufsschulen aber nicht dieselbe kulturelle Bildung vermittelt bekommen wie Kinder am Gymnasium, ist die Kritik an die Bildungspolitik zu richten. Wenn Eintrittskarten für Menschen nicht mehr leistbar werden, dann ist das auch ein Zeichen für eine fehlerhafte Sozialpolitik. Und wenn immer mehr Menschen sagen, ihnen fehle schlichtweg die Zeit für Kulturbesuche, müsste sich die Kultur eigentlich als erstes für eine Arbeitszeitverkürzung aussprechen.

Kulturelle Beteiligung bleibt letztlich Ausdruck vertikaler Ungleichheiten zwischen den Unteren und Oberen. Dabei lautet der häufigste Einwand: Nicht jeder Mensch muss in die Oper oder ins Museum gehen. Das stimmt, und zweifelsfrei sind nicht nur die Besuche, sondern auch die kulturellen Interessen verschieden. Problematisch wird es dort, wo keine kulturelle Beteiligung mehr stattfindet. Das hat schon Max Frisch in seiner Rede 1964 erkannt. Er bringt sein Gedankenspiel zum Abschluss und resümiert: **Gäbe es kein Theater, keine Literatur, keine Kunst und Kultur mehr, dann „liefe die Welt vielleicht nicht anders, aber sie würde anders gesehen, nämlich so wie die jeweiligen Nutznießer sie gesehen haben möchten: nicht in Frage gestellt“.**

Quellen

Ulrich Beck: Risikogesellschaft. Auf dem Weg in eine andere Moderne, Frankfurt am Main 1986.

Pierre Bourdieu: Ökonomisches Kapital, kulturelles Kapital, soziales Kapital, in: Reinhard Kreckel (Hg.): Soziale Ungleichheiten. Soziale Welt, Sonderband 2, Göttingen 1983, S. 183–198.

Bundesministerium für Unterricht und Kunst: Kulturpolitischer Maßnahmenkatalog. Erste Ansätze für eine Verbesserung des Kulturverhaltens, in: Bundesministerium für Unterricht und Kunst (Hg.): Kunstbericht, Wien 1975, S. 34–38.

IFES: Kultur-Monitoring. Bevölkerungsbefragung, Studienbericht, Wien 2007.
bmkoes.gv.at/dam/jcr:fa2e411a-dcd0-4249-a0af-1a165afd3258/kulturmonitoring_2007.pdf

Max Frisch: Der Autor und das Theater. Rede auf der Frankfurter Dramaturgentagung 1964, in: Hans Mayer (Hg.): Max Frisch. Gesammelte Werke in zeitlicher Folge, Bd. V (2), Frankfurt am Main 1998, S. 339–354.

Andreas Reckwitz: Die Gesellschaft der Singularitäten. Zum Strukturwandel der Moderne, Frankfurt am Main 2017.

Daniel Schönherr, Harald Glaser: Kulturelle Beteiligung in Österreich. Besuch von Kulturveranstaltungen, Kultureinrichtungen und -stätten, Endbericht, Wien 2023.
bmkoes.gv.at/Kunst-und-Kultur/Neuigkeiten/kulturelle-beteiligung.html

Macht oder Ermächtigung? Kulturpublikum zwischen Inklusion und Exklusion

Lisa Gaupp,
Institut für Kulturmanagement und Gender Studies –
Universität für Musik und darstellende Kunst Wien

Angesichts der globalen politischen Krisen sowie der sozial-ökologischen Herausforderungen des 21. Jahrhunderts und der damit einhergehenden Verschärfung sozialer Ungleichheiten stehen auch vermehrt Akteur*innen des Kulturbetriebs vor (vermeintlich) neuen Herausforderungen. Eine steigende Diversität an Lebensstilen, kulturellen Ausdrucksformen und die zugrundeliegenden globalen Verflechtungen in Geschichte und Gegenwart geraten u. a. durch weltweite Bewegungen wie Black Lives Matter oder #metoo vermehrt in den Fokus der Öffentlichkeit. Damit sind auch Kulturorganisationen und -initiativen gefordert, sich mit innerbetrieblichen ungleichen Machtstrukturen, dem Ausschluss großer Teile der Bevölkerung in ihrer Belegschaft und ihrem Publikum oder ihrem kolonialen und nationalsozialistischen Erbe auseinanderzusetzen. Diese Entwicklung schlägt sich nicht zuletzt in kulturpolitischen Strategien zur Erhöhung der Diversität im Kulturbetrieb oder der Inklusion von in diesen Bereichen bislang unterrepräsentierten Menschen nieder, die als öffentliche Steuerzahler*innen kaum von den Zahlungen der öffentlichen Kulturfördermittel als Publikum profitieren. Doch es stellen sich die Fragen, ob Ermächtigung – verstanden als Empowerment bislang unterrepräsentierter Gruppen – gegen ungleiche Machtstrukturen wirkt oder ob nicht mit jeder Inklusionsstrategie zwangsläufig Exklusion einhergeht oder diese gar erhöht?

Inklusion versus Exklusion

Ein intersektionales Verständnis von Diversität fokussiert Unterschiede zwischen Menschen, die als soziale Zugehörigkeiten entlang von soziokulturell konstruierten Kategorien wie **Race, Gender, Class, Ability** etc. gedacht werden und vor allem in ihrer Verschränkung und Überschneidung mit multiplen Diskriminierungserfahrungen zu sozialen Ungleichheiten führen beziehungsweise diese reproduzieren. In einer intersektionalen Gegenstrategie sollen daher die so in den Blick genommenen Menschen soziale Inklusion und Zugehörigkeit zu einem Ganzen erfahren. Bislang unterrepräsentierten sozialen Gruppen, wie beispielsweise Menschen mit Migrations- oder Fluchterfahrung oder Menschen mit (zugeschriebenen) Beeinträchtigungen, soll die Teilhabe am Kulturbetrieb

ermöglicht werden. Gleichzeitig erfüllt eine solche intersektionale Diversitätsstrategie häufig die diskursive Funktion des Ausschlusses, indem sie die Unterschiede zwischen Individuen, Gruppen oder größeren sozialen Formen hervorhebt und die entsprechenden „Zielgruppen“ häufig so auch erst konstruiert und homogenisiert.

Identifikation versus Othering

Die Gefahr einer Fremdzuschreibung der erwähnten sozialen Differenzkategorien liegt vor allem bei zielgruppenbezogenen Kulturprojekten vor. Wenn eine bestimmte Zielgruppe anhand einer oder mehrerer (miteinander verschränkter) sozialer Marker definiert, angesprochen und inkludiert werden soll, kann es zu **Tokenism** oder gar zu einer **Fallacy of Conflation** kommen, und die entsprechenden Personen werden nur unter den fokussierten Differenzkategorien homogenisiert. Daher gibt es jüngst mehr Bemühungen, von Fremdzuschreibungen (**Othering**) der Zielgruppenkonzeption hin zu Selbstbeschreibungen (**Identifikation**) der sogenannten Dialoggruppenkonzeption zu kommen. Auch im kulturtheoretischen Diskurs wird schon länger Kritik an (intersektionalen) Zuschreibungen geübt und beispielsweise vorgeschlagen, anstatt auf Differenzkategorien auf Relationen zu blicken. Selbstorganisierte Initiativen, zum Beispiel aus den verschiedenen Communitys heraus, intendieren gerade aufgrund dieser Kritik, etablierte Zuschreibungen umzudeuten, und erfahren mittlerweile mehr Sichtbarkeit, häufig durch Herausforderung des hegemonialen Diskurses. Ein Beispiel dafür ist die Selbstbezeichnung als **Angehörige der globalen Mehrheit**.

Repräsentation versus Transkulturalität

Ein solches Empowerment beziehungsweise Selbstermächtigung kann auf der einen Seite mehr Repräsentation von vormals unterrepräsentierten Gruppen auch im Kulturbetrieb bedeuten. Jedoch nutzt die extremistische Neue Rechte ebenfalls ein ganz ähnliches Argument wie das solcher Repräsentationsstrategien in ihren Forderungen auf ein „Recht auf Differenz“, gemäß dem die Vielfalt der Kulturen und Menschen ohne Vermischung gewahrt bleiben sollte, um die **eigene** (homo-

gen konzipierte) Kultur oder Identität nicht zu verlieren. Die ungelösten Fragen dabei sind und bleiben vor allem im Kulturbereich häufig: Wer spricht? Wer hat Zugang? Wer hat die Macht, (sich selbst) zu repräsentieren? Wer gehört überhaupt zur repräsentierten Gruppe und anhand welcher Merkmale oder Zugehörigkeiten hat jemand die Möglichkeit, Gruppenmitglied zu werden? Die diesen Fragen zugrundeliegende Skepsis gegenüber kultureller Repräsentation begünstigt die Verbreitung eines transkulturellen Diversitätsverständnisses, das – anstelle Differenzen zu fokussieren wie das intersektionale Diversitätsverständnis, das meist gleichzeitig Inklusion und Exklusion befördert – auf die Verbindungen und Zwischenräume zwischen Individuen, Gruppen oder kulturellen Ausdrucksformen blickt. Kulturprojekten, die entsprechend transkulturell konzipiert werden, wird allerdings zur Last gelegt, dass bestehende soziale Ungleichheiten, asymmetrische Machtstrukturen und Unterrepräsentationen lediglich verschleiert würden oder dass das Konzept der Transkulturalität als **westliche** Denkfigur kolonialistische und rassistische Ideologien reproduziere (Lavorano 2016).

Demokratische Transformation?

Gibt es denn bei all diesen zweiseitigen Medaillen dann überhaupt eine Möglichkeit, wie Kulturorganisationen sich ihrem Publikum nähern können, um zu inkludieren, ohne zu exkludieren, um Identifikation ohne Othering zu fördern und um Repräsentation und Transkulturalität zu erhöhen, ohne soziale Ungleichheiten zu verschleiern? Welche Macht kann das Publikum dabei erlangen und welche Möglichkeitsräume für das Publikum könnten kreierte werden, um den Kulturbetrieb demokratisch(er), gerecht(er) und fair(er) zu transformieren? Dieser Beitrag kann auf diese Fragen keine Antwort geben, die nicht ihrerseits Gefahr laufen würde, als universalistische „Blaupause“ zu fungieren. Es werden im Folgenden daher drei Ebenen vorgestellt, auf denen Kulturorganisationen und Einzelpersonen wie Kulturschaffende oder Publikumsangehörige in verschiedenen Kontexten und Kunstsparten sich jüngst darum bemühen, eine Transformation im Kleinen oder Großen anzustoßen, wie auch in den vielen Praxisbeispielen dieses Bandes zu erkennen ist. Diese drei

Ebenen sind nur zusammen und miteinander verschränkt zu denken, da sie sich gegenseitig bedingen und beeinflussen. Allen drei Ebenen zugrunde liegt ein konstruktivistisches Verständnis von sozialen und kulturellen Mehrfachzugehörigkeiten und Diversität, das Kontingenzen, Ambivalenzen und Widersprüche anerkennt und Kultur als dynamisch und veränderlich ansieht.

Diskurs

Die erste Ebene ist die Diskursebene, in der kultur- und sozialwissenschaftlichen Theorie meist Makroebene genannt, da hier u. a. eine Gesellschaft und die gesellschaftlichen Diskurse in den Blick genommen werden, die z. B. medial, politisch, wissenschaftlich oder künstlerisch geführt werden. Auf der Makroebene eine demokratische Transformation des Kulturbetriebs zu unterstützen kann u. a. durch Reflexion und Diskussion erreicht werden. Dabei scheint es wichtig, sich über Diskriminierungen und gesellschaftliche Ausschlussmechanismen bewusst zu werden, um den Diskurs mitzugestalten, beispielsweise durch die Teilnahme an öffentlichen Protesten, die Teilnahme am Mediendiskurs, die Organisation thematischer Veranstaltungen, durch Artivismus oder durch reflexive Wissenschaft.

Kollektive Strategien

Die eng mit der Makroebene verbundene Mikroebene fokussiert auf Individuen und Gruppen sowie auf ihre Beziehungen untereinander. Eine Transformation des Kulturbetriebs hin zu mehr Demokratie auf dieser Ebene könnte möglicherweise durch den Abbau ungleicher Macht-hierarchien unterstützt werden. Hierfür haben sich verschiedene kollektive Strategien als hilfreich erwiesen, wie das Bilden von Netzwerken und Kollektiven sowie der Zusammenschluss mit **Critical Allies** oder **Critical Friends**, um im Kollektiv mehr Macht ausüben zu können, beispielsweise durch **Collective Complaint**. Dafür scheint es auch hier unabdingbar, sich die Funktionsweise von Machtverhältnissen bewusst zu machen, um diese mitgestalten zu können.

Transformation organisieren

Die dritte Mesoebene fokussiert Kulturorganisationen, ob nun traditionell hierarchisch organisierte große Kulturhäuser oder auch kleinere

Glossar

Angehörige der globalen Mehrheit

„Angehörige der globalen Mehrheit“ ist die Selbstbezeichnung von Personen aus dem Globalen Süden. Sie legt terminologische Machtasymmetrien offen, die der etablierten Zuordnung zu einer Minderheitenperspektive innewohnen.

Shzr Ee Tan: Whose decolonisation? Checking for intersectionality, lane-policing and academic privilege from a transnational (Chinese) vantage point, Ethnomusicology Forum 30 (1), Oxfordshire 29 Jun 2021, S. 140–162. doi.org/10.1080/17411912.2021.1938447

Critical Allies oder Critical Friends

Mit „kritischen Verbündeten“ oder „kritischen Freunden“ werden unterstützende Beziehungen zwischen Individuen beschrieben, die beispielsweise eine gemeinsame Vision oder Strategie hervorbringen bzw. begünstigen können.

Marjolein Dennissen, Yvonne Benschop, Marieke van den Brink: Diversity Networks: Networking for Equality? British Journal of Management 30 (4), 2019, S. 966–980. onlineibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/1467-8551.12321

Collective Complaint

„Complaint“, die Beschwerde, heißt, die Wahrheit der Gewalt zuzugeben. „Collective Complaint“, „kollektive Beschwerde“, adressiert uns als Leser*in und erinnert daran, dass „wir nicht allein sind“.

Sara Ahmed: Complaint!, Durham 2021.

Fallacy of Conflation

„Fallacy of Conflation“ beschreibt den „Gleichsetzungsirrtum“, der vielen gut gemeinten Inklusionsbestrebungen inhärent ist, wenn zum Beispiel der nationale oder ethnische Hintergrund einer Person der von ihr favorisierten kulturellen Praxis gleichgesetzt wird, beispielsweise für den Einbezug von Jugendlichen mit türkischem Hintergrund Volksmusik aus der Türkei programmiert wird, die diese Jugendlichen jedoch wahrscheinlich genauso wenig praktizieren wie ihre Freund*innen mit österreichischem Hintergrund.

Margaret S. Archer: Structure, Culture and Agency, in: Mark D. Jacobs, Nancy Weiss Hanrahan (Hg.): The Blackwell Companion to the Sociology of Culture, Malden (MA)/Oxford (UK) 2005, S. 17–34.

Tokenism

„Tokenism“ bezeichnet die Praxis, dass ein*e Minderheitenvertreter*in als „Feigenblatt“ vermeintliche Inklusion erfährt, sich jedoch an den zugrundeliegenden Diskriminierungs- und Benachteiligungsstrukturen für diese oder andere Minderheiten nichts ändert.

Juliet Hess: Decolonizing music education. Moving beyond tokenism, in: International Journal of Music Education 33 (3), Thousand Oaks (CA) 2015, S. 336–347. journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0255761415581283

Lisa Gaupp

Mein Leben war immer geprägt davon, kulturelle Abgrenzungen zu überwinden zu versuchen, vor allem wenn diese Abgrenzungen auf nationale Bezüge verwiesen und durch ungleiche Machtrelationen vermittelt wurden. Ich verbrachte einige Jahre an verschiedenen Orten dieser Welt (Berlin, Hannover, Hamburg, Lüneburg, Deutschland; Albuquerque, San Francisco, USA; Jocotenango, Guatemala; Port-au-Prince, Haiti; Barcelona, Spanien) und studierte in inhärent interdisziplinärer Perspektive Angewandte Kulturwissenschaften, Interkulturelle und Internationale Studien, Musikethnologie und Soziologie der Kultur und der Künste an verschiedenen Universitäten (Leuphana Universität Lüneburg, Universität Autònoma de Barcelona, Hochschule für Musik, Theater und Medien Hannover).

Diese Interdisziplinarität und auch der globale Blickwinkel auf Fragen der Macht und soziale Ungleichheiten macht auch meine Stelle als Universitätsprofessorin für Cultural Institutions Studies am Institut für Kulturmanagement und Gender Studies (IKM) an der mdw – Universität für Musik und darstellende Kunst Wien aus, für die ich mit meiner Familie von Lüneburg nach Österreich übersiedelte. Wir widmen uns am IKM u. a. der Frage, wie Machtasymmetrien im Kulturbetrieb nicht nur kritisiert, sondern auch transformiert werden können, und richten gemeinsam mit 37 Partner*innen aus verschiedenen Organisationen weltweit im April 2024 ein erstes internationales inter- und transdisziplinäres Treffen Critiques and Disruptions of Power in the Arts an der mdw aus. Mein Wunsch für die Zukunft ist es dabei, dass das dabei entstehende Netzwerk und auch Kolleg*innen durch kofinanzierte Fellowships diese Diskussionen mitprägen, denen üblicherweise aufgrund von finanzieller Prekaritäts- oder Visaproblematiken die Teilnahme verwehrt bleibt.

Vereine und Interessensverbände. Hier werden häufig durch klassisches kulturmanageriales **Change Management** die Demokratisierung des Publikums, die Diversifizierung des Personals sowie die Erweiterung des Programms angestrebt, um die gewünschte Transformation des Kulturbetriebs anzustoßen. Die bereits genannten anderen beiden Ebenen lassen sich auch hier nicht ausblenden, wie beispielsweise die Debatte um die Restitution von Raubkunst (Makro) oder die angestrebte Reduzierung von Machtgefällen (Mikro) innerhalb der Organisation (Meso) zeigen. Um das Publikum zu demokratisieren und das Personal einschließlich der Künstler*innen zu diversifizieren, wird beispielsweise gemäß der genannten intersektionalen Diversitätsstrategien eine Gender-Balance in der Musikindustrie (keychange.eu) anvisiert oder die kulturelle Teilhabe von im öffentlich geförderten Kulturleben bislang unterrepräsentierten Bevölkerungsgruppen gefördert. Auch hinsichtlich des Programms, das in und durch Kulturorganisationen kuratiert wird, existieren verschiedene Ansätze, um den etablierten Kanon zu dekolonialisieren, die Sichtbarkeit der weltweiten Diversität kultureller Ausdrucksformen zu erhöhen oder antirassistische, dekoloniale oder transkulturelle Praktiken des Kuratierens umzusetzen.

Die utopischen Aspekte, die oft mit solchen Ansätzen verbunden sind, sollten allerdings ebenfalls kritisch reflektiert werden. Die Positionalität all dieser Konzepte sollte offengelegt werden, um nicht nur eine weitere Dichotomie von *The West and the Rest* (Hall 1994) zu reproduzieren. Jegliche Strategie zur Transformation des Kulturbetriebs mit, für und durch sein Publikum kann daher jeweils nur kontextuell und unter Beteiligung möglichst vieler pluraler Stimmen in einem permanenten Aushandlungsprozess gesehen werden.

Verweise

- S. 228 AKT, *Partecipazione / Beteiligung*
- S. 246 JG Danso, Ein diverses Publikum will mitgestalten
- S. 224 Christiane Erharter, Maruša Sagadins *B-Girls, Go!* als Signifikant der Community Outreach
- S. 269 maiz, Kulturarbeit als Weg zur gesellschaftlichen Partizipation

Quellen

- Natalie Bayer, Mark Terkessidis: Über das Reparieren hinaus. Eine antirassistische Praxeologie des Kuratierens, in: Natalie Bayer, Belinda Kazeem-Kamiński, Nora Sternfeld (Hg.): Kuratieren als antirassistische Praxis, Berlin/Boston 2017, S. 53–70.
- Homi K. Bhabha: The location of culture, London/New York 1994.
- Gurminder K. Bhambra: Rethinking modernity. Postcolonialism and the sociological imagination, New York 2007.
- Lisa Gaupp: The 'West' versus 'the Rest'? Festival Curators as Gatekeepers for Sociocultural Diversity, in: Victoria Durrer, Raphaela Henze (Hg.): Managing Culture. Reflecting On Exchange In Global Times, London 2020, S. 127–153.
- Lisa Gaupp: Epistemologies of Diversity and Otherness, in: Lisa Gaupp, Giulia Pelillo-Hestermeyer (Hg.): Diversity and Otherness. Transcultural Insights into Norms, Practices, Negotiations, Berlin/Boston 2021, S. 13–61.
degruyter.com/document/doi/10.1515/9788366675308/html?lang=en
- Lisa Gaupp, Anna Abraham, Frida Merve Akinay, Katharina Hilgert, Ana C. Mulder, Rebecca Schmidt, Viviane Schnitzler, Ole Thurich, Lukas Tiemon, Swantje Wurl, Mira Zimmermann: Curatorial Practices of the 'Global'. Toward a Decolonial Turn in Museums in Berlin and Hamburg?, in: Journal of Cultural Management and Cultural Policy 2020/2.
jcmcp.org/wp-content/uploads/2020/11/Gaupp-et-al._Curatorial-Practices-of-the-Global.pdf
- Lisa Gaupp, Alenka Barber-Kersovan, Volker Kirchberg (Hg.): Arts and Power. Policies in and by the Arts, Wiesbaden 2022.
doi.org/10.1007/978-3-658-37429-7
- Stuart Hall: The West and the Rest. Discourse and Power, in: Stuart Hall, Bram Gieben (Hg.): The Formations of Modernity, Cambridge 1994, S. 275–331.
- Stephanie Lavorano: Transkultureller Rassismus. Zum Diversitätsbegriff bei Wolfgang Welsch und Immanuel Kant, in: Stephanie Lavorano, Carolin Mehnert, Ariane Rau (Hg.): Grenzen der Überschreitung, Bielefeld 2016, S. 149–162.
- Andreas Reckwitz: Unscharfe Grenzen. Perspektiven der Kultursoziologie, Bielefeld 2008.
- Lynn Rother: Kunst durch Kredit. Die Berliner Museen und ihre Erwerbungen von der Dresdner Bank 1935, Berlin/Boston 2017.
- Joshua Schippling, Johannes Voit: Dialoggruppen der Musikvermittlung, in: Axel Petri-Preis, Johannes Voit (Hg.): Handbuch Musikvermittlung – Studium, Lehre, Berufspraxis, Bielefeld 2023, S. 175–181.
- J. P. Singh: Culture and International Development. Towards an Interdisciplinary Methodology, Arlington (VA) 2019.
britishcouncil.org/sites/default/files/final_manuscript_cultureintldev.pdf
- André Taguieff: From race to culture. The New Right's view of European identity, in: Telos Journal (98/99) 1993, S. 99–125.
- Katharina Walgenbach: Gender als interdependente Kategorie, in: Katharina Walgenbach, Gabriele Dietze, Antje Hornscheidt and Kerstin Palm (Hg.): Gender als interdependente Kategorie. Neue Perspektiven auf Intersektionalität, Diversität und Heterogenität, Köln 2007, S. 23–64.

„Wer fehlt?“ Balanceakte im Feld des Nicht-Publikums

Fabian A. Rebitzer,
Forschungsgruppe Empirische Sozialwissenschaften,
Stabsstelle Diversität – Fachhochschule Vorarlberg

Die Frage nach Publikum und Nicht-Publikum ist vielschichtiger, als es diese einfache binäre Gegenüberstellung zunächst vermuten lässt. Dies wird schon an der Einschränkung deutlich, die der Frage häufig nachgeschoben wird: „Das Publikum und damit auch das Nicht-Publikum gibt es nicht.“

Verwiesen wird damit auf die Diversität des Feldes, in dem sich Angebote und (potenzielle) Publika bewegen. Der Katalog potenzieller soziodemografischer, sozioökonomischer oder soziokultureller Kriterien, nach denen Homogenität oder Heterogenität des (Nicht-)Publikums bemessen werden könnte, ist lang und ließe sich zudem intersektional verschränken. Nicht minder divers sind auf der anderen Seite Kunst- und Kultureinrichtungen und ihre Angebote, die den Anspruch erheben oder sich mit dem an sie gerichteten Anspruch konfrontiert sehen, zukünftig für breitere Publika attraktiv zu sein. Zwischen als hoch- oder eher populärkulturell gelesenen Angeboten aller Kunst- und Kultursparten findet sich ein thematisch grenzenloser Optionsraum, eingebettet in diverse geografische, architektonische und sozialräumliche Kontexte, der zwangsläufig primär unterschiedliche Zielgruppen anspricht. Die Hypothese, dass die Unterschiede zwischen den Publika unterschiedlicher Institutionen größer und trennschärfer ausfallen als jene zwischen Publika und Nicht-Publika insgesamt erscheint nicht allzu gewagt.

Worum also geht es eigentlich bei der Frage „Wer fehlt?“? Die Frage expliziert ein wahrgenommenes Defizit. Das derzeitige Verhältnis von Angebot und Nachfrage wird als fehlerhaft gesetzt, und zwar nicht ausschließlich im Hinblick auf die Höhe der Nachfrage. Diese Feststellung ist nicht trivial, lassen sich im Diskurs doch Argumentationen finden, die die Notwendigkeit zur Auseinandersetzung mit Publika und Nicht-Publika primär unter einem ökonomischen Aspekt konstatieren: Die Besuchszahlen und damit die aus diesen generierten Einnahmen sollen steigen, um den Eigenanteil der Finanzierung der Einrichtungen zu erhöhen.

Fabian A. Rebitzer

leitet die Forschungsgruppe Empirische Sozialwissenschaften und die Stabsstelle Diversität an der Fachhochschule Vorarlberg. Mit dem Interreg-ABH-V-Projekt Neue Museumswelten und dem Projekt Lebens- und Einkommensverhältnisse Vorarlberger Kunstschaffender forscht er mit seinem Team auch zu aktuellen Themen im Kunst- und Kulturbereich. Er ist empirischer Soziologe und arbeitet mit seiner interdisziplinären Forschungsgruppe an einem breiten Spektrum an Themen in den Schwerpunkten Arts & Culture, Community Development, New Work & Organisation, Social Work & Inequality sowie Health & Care. Ziel seiner Forschungsgruppe ist es, durch die Erarbeitung empirischer Datengrundlagen fundierte Diskurse und Entscheidungen zu ermöglichen und einen Beitrag zur gesellschaftlichen Entwicklung zu leisten. Aktuell bearbeitet die Forschungsgruppe zwei internationale Projekte im Themenfeld gesellschaftlichen Zusammenhalts und freiwilligen Engagements, unter anderem auch im Bereich lebendigen Kulturerbes. Darüber hinaus arbeitet die Forschungsgruppe an mehreren Anträgen und Angeboten, darunter auch Evaluationen von Maßnahmen im Bereich der Kunst- und Kulturförderung sowie, innerhalb eines europäischen Konsortiums, an Projektideen an der Schnittstelle von Kunst und Pflege.

fhv.at/forschung/empirische-sozialwissenschaften

Die Frage „Wer fehlt?“ würde hier – im Sinne der Erschließung neuer Zielgruppen – aber erst relevant, sobald die Frage „Wie viele fehlen?“ nicht mehr durch die niederschwelligere Strategie des „more of the same“ gelöst werden kann. Somit kann die Frage zwar auch ein quantitatives, unmittelbar betriebswirtschaftliches Kriterium beinhalten, geht aber darüber hinaus. Dort, wo sich das Interesse an der Verbreiterung zu erreichender Bevölkerungsgruppen nicht mehr rein aus der ökonomischen Notwendigkeit speist, bekommt die Frage „Wer fehlt?“ allerdings einen normativen Charakter: Hier wurde auf Menschen vergessen, die eigentlich da sein sollten – sie sind nicht einfach nur nicht da, ihre Abwesenheit verweist auf eine explizite Leerstelle, deren Besetzung als Anspruch erhoben wird.

Fabian A. Rebitzer,
Leiter Forschungsgruppe Empirische
Sozialwissenschaften & Stabstelle
Diversität

Von wem wird also aus welchen Gründen der normative Anspruch erhoben, die – im Hinblick auf ihre qualitative Ausprägung im Einzelfall zu definierende – Leerstelle mit jedenfalls anderem als dem bestehenden Publikum zu befüllen und damit die Struktur aktueller Publika zu erweitern? Klar ist, dass dieser über die Interessen der Einrichtungen hinausreicht und auch auf einer politischen und gesamtgesellschaftlichen Ebene im Kontext von Partizipation und Chancengleichheit diskutiert wird. Jeder Mensch soll die Möglichkeit zur kulturellen Teilhabe haben und den Nutzen von Kunst- und Kulturangeboten genießen können, sei dieser in Bildung, Ästhetik oder schlicht Kontemplation zu suchen. Dieser Forderung kann schon grundsätzlich, aber insbesondere auch angesichts der teilweise erheblichen Förderungen von Kulturangeboten durch die öffentliche Hand kaum widersprochen werden.

Fachhochschule Vorarlberg,
Dornbirn

Eine relevante Differenzierung ist an dieser Stelle jene zwischen der Option, mit gleichen Chancen und diskriminierungsfrei an bestehenden Kulturangeboten partizipieren zu können und dem Anspruch, dass Kultureinrichtungen ihre Angebote für breitere Publika attraktiv machen sollen. Herausforderungen zeigen sich in beiden Handlungsfeldern. Die Möglichkeit, den ersten Anspruch erfüllen zu können, ist allerdings an eine wesentliche Voraussetzung geknüpft, die durch das zweite Feld bedingt ist: Menschen den gleichrangigen Zugang zu Kulturangeboten zu ermöglichen, macht erst Sinn, wenn Menschen diesen Zugang überhaupt zu beanspruchen suchen. Das setzt voraus, dass die „fehlenden“ Menschen um Einrichtung und Angebot wissen, um die barriere- und diskriminierungsfreie Nutzungsmöglichkeit wissen, über die hierfür notwendigen Ressourcen verfügen und vor allem um den Mehrwert wissen, den eine Wahrnehmung des Angebots in subjektiver Relation zu ihren alternativen Freizeitgestaltungsoptionen mit sich brächte.

Gehen wir zunächst von jenen Menschen aus, die neu für ein Angebot gewonnen werden sollen, müssen die Hürden bekannt sein: Ist das Angebot selbst oder dessen subjektiver Mehrwert für die Angesprochenen nicht bekannt, liegt die Herausforderung lediglich in der Kommunikation. Dann können Angebot und Mehrwert für neue Zielgruppen bekannt und plausibel gemacht werden, sei es durch Marketing, Ansprache im öffentlichen Raum, das Andocken an persönliche oder institutionelle Netzwerke. Zeigt sich aber, dass das Angebot und die

Wünsche der gesuchten Zielgruppen inhaltlich nicht in Deckung zu bringen sind, stellen sich gravierendere Fragen: Wer oder was soll oder kann eigentlich entwickelt werden, um diese Diskrepanz zu überbrücken? Die Idee, das bisherige Nicht-Publikum so zu entwickeln, dass es bestehende Angebote zukünftig annimmt, scheint gewagt, mit Ausnahme des langfristigen Ansatzes einer möglichst frühzeitigen Sozialisation, der Heranführung von Kindern und Jugendlichen an Kulturangebote im Bestreben, diese mit positiven Assoziationen als attraktive Handlungsoption im Bewusstsein der Menschen zu verankern.

Als weiteren Ansatzpunkt auf Seiten des bisher unterrepräsentierten Publikums ließe sich zwar die Möglichkeit begreifen, gezielt jene anzusprechen, die zumindest eine grundsätzliche Kulturaffinität und Vorsozialisation aufweisen, da dies im Hinblick auf die eingesetzten Ressourcen eine höhere Erfolgswahrscheinlichkeit verspräche. Wird die binäre Sicht auf Publikum und Nicht-Publikum also zugunsten des Bildes eines Spektrums überwunden, wäre zu fragen, ob es im System alternativer Freizeit- und Kulturangebote Andockstellen an Gruppen gäbe, die eher „noch nicht“ als „eh nicht“ auf das Angebot aufmerksam geworden sind und so durch wechselseitige Beziehungen für das bestehende Angebot hinzugewonnen werden könnten.

Dass diese Möglichkeit allerdings der Idee einer Auflösung bspw. klassistisch bedingter Ungleichheiten in der Wahrnehmung von Kulturangeboten nicht genügen kann, liegt auf der Hand. Etwas ketzerisch wird daher von Kritiker:innen die Frage gestellt, ob Ungleichheiten und systemische Diskriminierungen in der Gesellschaft hier überhaupt aufgehoben werden können, wenn Perspektive, Maßnahmen und Lösungsversuche auf die Angebote des Kultursektors beschränkt bleiben. In der Folge wird die Prämisse der Frage „Wer fehlt?“ häufig mit der Gegenfrage herausgefordert, inwieweit die Verbreiterung des Publikums und das Aufbrechen entlang gesellschaftlicher Differenzierungsmerkmale und Prägungen gewachsener Gräben nicht nur überhaupt gelingen können, sondern

eigentlich gewünscht und als Ziel definiert werden sollten. Immerhin könne niemand gezwungen werden, überhaupt ins Museum zu gehen, geschweige denn in ein bestimmtes. Und bezüglich der Förderung der Angebote durch die öffentliche Hand ließe sich auch prüfen, ob Menschen, die an spezifischen Kulturangeboten nicht partizipierten, dafür nicht verstärkt alternative Freizeitgestaltungsoptionen nutzten, die ihrerseits auch, nur außerhalb der Kultursparte, gefördert würden oder werden könnten. Verkürzt wäre die Frage „Wer fehlt?“ aus dieser Perspektive schlechterdings zu beantworten mit: „Niemand!“ Es sind zwar nicht alle da, die Leerstelle wird aber nicht als defizitär wahrgenommen. Vielmehr brechen sich hier Sorgen Bahn, die Öffnung von Kulturangeboten für diversere Publika könne das bestehende Publikum irritieren, stören oder abschrecken, sodass man am Ende womöglich gar kein Publikum mehr habe. Hieran wird nicht nur deutlich, wie breit die Positionen in Bezug auf das Nicht-Publikum auseinanderliegen, sondern auch, wie weit die Auseinandersetzung damit in allgemeingesellschaftliche, wertebasierte Diskurse um soziale Ungleichheit und (Chancen-)Gleichheit, die Nutzung und Verteidigung öffentlich geförderter Räume und Angebote durch verschiedene Bevölkerungsgruppen hineinreicht.

Für Kultureinrichtungen bringt dies weitere Herausforderungen mit sich, denn sie müssen sich in diesem Spektrum positionieren. Dass dies ein ganzheitlicher Entwicklungsauftrag ist und sich nicht nur auf Marketing beschränkt, zeigen Befragungen, Begehungen und Erfahrungen im Rahmen des Interreg-ABH-V-Projekts *Neue Museumswelten – eine explorative Annäherung an (Nicht-)Besucherbeziehungen zur Aktivierung der Teilhabe diverserer Publikumsgruppen durch neue Angebotsformate*. Wenn neue Zielgruppen bestehende Angebote in bestehenden Strukturen doch wahrnehmen, stellen sie teilweise dennoch bereits neue Anforderungen an das Haus, seine Mitarbeiter:innen und bestehende Publikumsgruppen. Sie bringen andere oder eben auch noch gar keine settingspezifische Sozialisationen und Umgangsformen mit, erschließen sich Räume und Angebote anders, sind bspw. interaktiver, lebendiger oder lauter,

möchten anders miteinander oder mit den Ausstellungsstücken interagieren. Sie haben andere Erwartungen, Wünsche und Bedürfnisse und können damit Mitarbeiter:innen und Besucher:innen überfordern, die bisher eher homogene und für das Setting einheitlich sozialisierte Besucher:innen gewohnt waren. Entsprechende Interessens- oder auch Zielkonflikte, wenn Personal sowohl Angebote zielgruppengerecht vermitteln als auch um Ruhe und Sicherheit der Besucher:innen und Ausstellungsstücke bemüht sein soll, können zu Überforderung und Spannungen führen, die ein für alle Beteiligten angenehmes Erlebnis beeinträchtigen. Das kann sowohl auf Seiten der neuen Besuchenden als auch auf Seiten des Personals zu der Einschätzung führen, dass diese Kombination nicht passt – eine fatale Konsequenz, für deren Berichtigung es kaum eine zweite Chance geben wird. Ohne ganzheitliche Organisations- und auch Personalentwicklung wird die Einladung neuer Zielgruppen also unter Umständen wenig nachhaltig bleiben.

Hieraus folgt, dass mit der Diversität des Publikums neben den Anforderungen an das Personal auch die Heterogenität der Wünsche und Erwartungen an die Kultureinrichtung und deren Angebot sowie dessen Präsentation zunimmt. Diversere Vermittlungsmedien, Interaktions- oder Partizipationsmöglichkeiten so zu integrieren, dass zwischen heteroeneren Rezeptionsstilen keine wechselseitigen Störeffekte auftreten, ist ein Feld potenzieller Herausforderungen. Sollen zudem für diversere Interessensgruppen thematische Anknüpfungspunkte in den jeweiligen Lebenswelten adressiert werden, steigt evtl. auch die Breite des angebotenen Themen- und Aktivitätsspektrums. Versuchen bspw. Museen auch dadurch für breitere Publika attraktiv zu werden, dass sie über das Museumsangebot hinaus weitere Angebote und Räume zur Freizeitgestaltung integrieren, mag das gelingen, darf aber nicht dazu führen, dass das eigentliche Konzept Museum in den Hintergrund gerät und damit obsolet wird. Erweiterungen und Diversifizierung müssen gelingen, ohne dass Kontur und Schwerpunkt des Kulturangebots sich auflösen und beliebig werden. Wer allen alles bieten möchte, spricht niemanden mehr gezielt an. Wer aber etwas von Wert bietet, sollte dies so tun, dass es sich alle Menschen so erschließen und wahrnehmen können, wie sie möchten und es ihnen entspricht. Und sich dazu eingeladen fühlen.

Verweise

→ S. 317 Matthias Beitzl, Wollen wir nur besucht werden?

→ S. 154 Kristina Hammer, Das Publikum als oberste
Wirklichkeit des Theaters

→ S. 131 Karin Schneider, Mit, durch, für ... das Publikum
– welches Publikum?

→ S. 180 Elisabeth Schwegler, Wir brauchen das Vis-à-Vis

Wer sind meine (Nicht-) Besucher*innen?

Anregungen aus der Forschung für die
praktische Beantwortung dieser Frage

Vera Allmanritter,
Institut für Kulturelle Teilhabeforschung | IKTF

„Ohne Publikum ist alles nichts“

– so könnte man es plakativ sagen, wenn es um die Zukunft von Kultur- und Freizeitangeboten geht. Ohne ausreichend große und breite Nachfrage sehen sich öffentlich geförderte Kulturangebote mit Legitimationsfragen rund um ihre Förderung konfrontiert. Und For-Profit-Angebote stehen dann ohnehin vor wirtschaftlichen Herausforderungen, bricht ihnen doch der Verdienst weg. Es ist somit nur logisch, wenn sich Kulturangebote, aber auch ihre etwaigen Fördergeber*innen mit der Frage auseinandersetzen, wer die aktuellen Besucher*innen und Nicht-Besucher*innen sind. Auf Basis dieser Informationen können Kulturanbieter*innen strategisch wie operativ Überlegungen anstellen, wie Besucher*innen gebunden und neue beziehungsweise andere erreicht werden können. Und Fördergeber*innen erfahren, wie es um den Status quo der kulturellen Teilhabe in ihrem Zuständigkeitsbereich steht und wie sie ihn verändern können. So weit, so gut. Aber: Glücklicherweise sind diejenigen, denen hierzu ausreichend Daten vorliegen. Nichtbesucher*innenbefragungen finden in vielen Städten nicht gerade regelmäßig statt und kontinuierliche Besucher*innenbefragungen sind bei vielen Kulturangeboten auch nicht unbedingt Standard.

Vera Allmanritter,
Leiterin

Alles eine Frage der Definition

Bevor entsprechende Erhebungen praktisch umgesetzt werden können, aber auch beim Blick in bereits erhobene Daten – man entschuldige an dieser Stelle den typischen Forschungseinwand – sind allerdings ohnehin ein paar Definitionen und inhaltliche Festlegungen zu reflektieren. Wenn es bestehende (Nicht-)Besucher*innendaten gibt, stellt sich die Frage: Wie lese ich sie für meinen Betrieb? Und worauf gilt es zu achten, wenn ich (als Institution) mein eigenes Publikum befrage? Kurzum: Woher kommen die Daten, was sind die Kategorien dahinter und was können mir die Auswertungsergebnisse überhaupt sagen? Von diesen Setzungen hängt einiges ab, eigentlich sogar alles. Je nachdem, wie sie ausfallen, gibt es beispielsweise unglaublich viele Besucher*innen und wenige Nichtbesucher*innen oder umgekehrt. Möglicherweise werden auch Daten erhoben, die erstens nicht in der Lage sind, die Diversität der (Nicht-)Besucher*innen zu beschreiben, und zweitens womöglich auch noch von Befragten als diskriminierend empfunden werden. Oder aber die Daten liefern ohnehin nur wenig Gehaltvolles für ein besseres Verständnis von kultureller Teilhabe und für die praktische Zielgruppenarbeit. Im Folgenden wird in aller Kürze auf diese drei bedeutsamen „Achtungs“ aus der Forschungserfahrung des Instituts für Kulturelle Teilhabeforschung eingegangen.

Institut für Kulturelle
Teilhabetorschung | IK Tf,
Berlin

Vorab: Was ist der verwendete Kulturbegriff und wo finde ich mich da?

Bevor Sie in eine Studie blicken oder Ihre eigenen Kategorien entwickeln, fragen Sie sich, auf welchem Kulturbegriff die Studie basiert. Wird ein enger Kulturbegriff verwendet, der kulturelle Angebote auf die sogenannte Hochkultur verengt, wird der Anteil der Nichtbesucher*innen größer sein, als wenn auch populärkulturelle Angebote wie Clubs, Kinos oder sogar Sportveranstaltungen mitgemeint sind. Geht es nur um öffentlich finanzierte Kulturangebote, Angebote einer Sparte oder

Angebote nur einer einzelnen Einrichtung?
Vielleicht besucht eine Person ebenjene kulturellen Angebote nicht, stattdessen aber privat finanzierte Angebote oder andere Sparten beziehungsweise Einrichtungen. Oder sind tatsächlich diejenigen gemeint, die überhaupt keines der genannten Angebote besuchen?

Achtung 1: Die zugrundeliegende Definition von (Nicht-)Besucher*in ist zu klären

Was wird also als konkreter Besuch gezählt? Werden dabei alle Angebote respektive Spielorte eines Kulturangebots in den Blick genommen? Programm- und Vermittlungsangebote? Nur Besuche von spezifischen Vorstellungen oder Ausstellungen? Werden nur Anwesende vor Ort gezählt, nur Individualbesucher*innen oder auch Gruppen? Zählt man nur ab einer bestimmten Besuchsdauer? Was ist mit digitalen Besucher*innen (siehe hierzu bspw. auch Allmanritter 2021; Renz 2016)? Gleichermaßen wichtig ist die Frage, wie viele Besuche in einem bestimmten Zeitraum erfolgt sein müssen, damit jemand statistisch als Besucher*in verstanden wird. Eine der bekanntesten Studien zum Kulturnutzungsverhalten der deutschen Bevölkerung ist das KulturBarometer. Nichtbesucher*innen sind hierin diejenigen, die seltener als einmal im Jahr Kulturbesuche tätigen. Gelegenheitsbesucher*innen tun dies seltener als einmal pro Monat, aber mindestens einmal pro Jahr. Vor dem Hintergrund dieser Festlegung kommt eine – inzwischen 20 Jahre alte – Studienausgabe aus dieser Reihe auf die regelmäßig zitierten circa 50 Prozent Nichtbesucher*innen und circa 35–40 Prozent Gelegenheitsbesucher*innen, während nur circa 5–10 Prozent der deutschen Bevölkerung nach dieser Einteilung zu den Vielbesucher*innen gehören. Diese KulturBarometer-Studie fand aber auf jeden Fall auch heraus, dass damals nur 17 Prozent der Befragten in ihrem Leben noch nie Museen/Ausstellungen besucht hatten. Das könnte man dann vielleicht tatsächlich als echte Nichtbesucher*innen der entsprechenden Angebote bezeichnen (vgl. Zentrum für Kulturforschung 2005; Keuchel 2005). Oder aber die 29 Prozent der Befragten, die vor 10 Jahren in der deutschen *Allgemeinen Bevölkerungsumfrage der Sozialwissenschaften* sagten, sie gehen nie in Museen/zu

Vera Allmanritter

leitet seit 2020 das damals neu gegründete Institut für Kulturelle Teilhabeforschung | IKTF. Nebenher unterrichtet sie an der Fachhochschule Potsdam. Sie ist studierte Politikwissenschaftlerin und promovierte Kulturmanagerin und arbeitete sowohl für verschiedene Hochschulen als auch in Kultureinrichtungen oder als Selbstständige im Feld. Ihr Wunsch für die Zukunft ist eine bessere Datenlage zu kultureller Teilhabe und sie ist optimistisch: Im Moment steht eine Ausweitung des Zuständigkeitsbereichs des IKTF von Berlin auf Deutschland im Raum.

Das Institut für Kulturelle Teilhabeforschung | IKTF

in Berlin erforscht, welche Bedingungen kulturelle Teilhabe begünstigen oder verhindern. Als unabhängige Forschungseinrichtung liefert das IKTF Kultureinrichtungen, Kulturpolitik und -verwaltungen umfassendes Basiswissen für die datenbasierte Entwicklung ihrer Teilhabe-Strategien.

iktf.berlin

Ausstellungen (vgl. ALLBUS 2015)? Gleichzeitig muss das nicht bedeuten, dass diese Personen keine Teilhabe am (öffentlichen) kulturellen Leben haben. Hier zählt also wieder: Wie wird Kultur definiert? Auf den ersten Blick mag die Abgrenzung von **Besucher*in** versus **Nichtbesucher*in** einfach erscheinen. De facto ist sie aber Ergebnis begrifflicher und empirischer Setzungen, die in verschiedenen Studien sehr unterschiedlich ausfallen können und entsprechend werden dabei auch ganz andere Ergebnisse herauskommen.

Achtung 2: Die Diversität: (Nicht-) Besucher*innen zu erheben braucht Diversitätskenntnisse

In der Regel wird neben der Besuchsfrequenz die strukturelle Zusammensetzung der (Nicht-) Besucher*innen betrachtet. Diversität ist in aller Munde und in Folge auch vermehrt die Diversität innerhalb der Nachfrage von Kulturangeboten. Aber wie wird Diversität jeweils definiert? Ist damit rechtlich Festgeschriebenes gemeint, wie beispielsweise die im Allgemeinen Gleichbehandlungsgesetz (AGG) in Deutschland verankerten sechs Dimensionen

ethnische Herkunft und Nationalität, Geschlecht, Religion oder Weltanschauung, Behinderung, Alter sowie sexuelle Orientierung und Identität?¹ Oder werden weitere Kriterien in den Blick genommen, wie die in der *Charta der Vielfalt* beispielsweise aufgeführten: Wohnort, Einkommen, Familienstand? Bevor eine Erhebung überhaupt stattfinden sollte, wäre zudem zu reflektieren, ob Sie selbst ausreichend aufgestellt sind, um wirklich zu dem durchzudringen, was Sie messen wollen und was Ihnen dann vorliegende Befragungsergebnisse sagen. Egal von welcher Definition von Diversität ausgegangen wird, als berechnete Rückfragen von Befragten dürfte kommen: Warum möchte man diese Informationen überhaupt haben? Und was soll mit diesen Informationen getan werden? Geht es hierbei um den Abbau von Diskriminierung? In Folge ist zu überlegen, wie gesuchte Informationen diversitätssensibel abgefragt werden können. Nehmen wir ein gängiges Beispiel: eine Abfrage von Migrationshintergrund.

Er wird in (Nicht-)Besucher*innenbefragungen oftmals über die Frage herausgefunden, ob jemand selbst oder die Eltern eine „andere“ Nationalität haben oder hatten als die des jeweiligen Landes. Das mag für Befragte bei der Beantwortung zeitsparend sein, wenn sie eben über keinen Migrationshintergrund verfügen. Es ist aber letztlich nichts anderes als ein so genanntes **Othering**, kurz: eine betonte Unterscheidung und Distanzierung von den **Anderen**, während man selbst ja der Normalfall, sprich ohne Migrationshintergrund ist. Das kann von Befragten entsprechend als diskriminierend wahrgenommen werden. Eine Befragung, die solche Faktoren nicht berücksichtigt, wird mit hoher Wahrscheinlichkeit zu keinen qualitativ hohen Daten führen. Ein wenig diversitätssensibles Vorgehen löst bei Menschen mit Betroffenenperspektive Verletzungen aus. Befragte antworten oftmals auf entsprechende Fragen schlicht nicht. Und zugleich ist auch eine Interpretation der erhobenen Daten eine Herausforderung. Menschen mit Migrationshintergrund stammen aus der ganzen Welt. Liegt nur ein Gesamtanteil von ihnen vor, sagt das entsprechend sehr wenig aus. Aufzeigen kann man damit im Vergleich zu Daten statistischer Ämter Abweichungen der Zusammensetzung der Besucher*innen von der Bevölkerung. Ob die Befragten aber beispielsweise Diskriminierung aufgrund ihrer Hautfarbe erleben, erfahren Sie auch nicht mit Angaben zu Ländern. Sie wissen mit Informationen zum Migrationshintergrund damit nichts über mögliche Ausschlussprinzipien bei Kulturbesuchen, denen begegnet werden muss.

Achtung 3: (Nicht-)Besucher*innen nach Soziodemografie zu betrachten reicht nicht

Die Abfrage von Diversitätsmerkmalen allein ist aber auch ganz generell nicht ausreichend für ein Verständnis von kultureller Teilhabe. Zwar sind Daten wie Migrationshintergrund oder Alter leicht abzufragen, sie haben aber für die Erklärung von Entscheidungsprozessen und Verhalten von (Nicht-)Besucher*innen nur wenig Relevanz. Viel aussagekräftiger ist

¹ Dieselbe Definition ist in Österreich im Bundesgesetz über die Gleichbehandlung (Gleichbehandlungsgesetz) verankert.

hier die Abfragung von Lebensstilen. Unter **Lebensstil** wird dabei verstanden: Wie tickt jemand? Was ist einer Person im Leben wichtig? Was für Produkte werden gekauft? Und wie und mit wem wird Freizeit verbracht? (Siehe hierzu bspw. Otte 2008 oder Klein 2011.) Informationen zu den Lebensstilen von (Nicht-)Besucher*innen sind mehrfach nützlich: Sie ermöglichen ein tieferes Verständnis von kultureller Teilhabe und deren Entwicklung im Zeitverlauf ganz generell. Über einen Abgleich der Verteilung von Lebensstilen in der Bevölkerung mit der Verteilung von Lebensstilen innerhalb der Besucher*innenschaft von Kulturangeboten lässt sich ein detailliertes Bild der Besucher*innen, aber auch von in der Besucher*innenschaft unterrepräsentierten Bevölkerungsgruppen zeichnen. Und zugleich können die Lebensstile der Zielgruppenarbeit dienen. Dafür können beispielsweise über ein Bilden von **Personas** Strategien der kulturellen Teilhabe wie auch Kulturmarketing- und/oder Kulturvermittlungsmaßnahmen entwickelt werden. Dies ist unter anderem auch deshalb von Bedeutung, weil die Lebensstile eben auch zu Kriterien querliegen, die sehr oft für ein besseres Verständnis der (Nicht-)Besucher*innen herangezogen werden. Nehmen wir als ein Beispiel das Alter: Hier wird von der Lebensstilforschung sehr gern das Beispiel der soziodemografischen Zwillinge herangezogen, und dies mit Hilfe von König Charles III. und Ozzy Osbourne. Denn beide sind tatsächlich gleich alt, haben Kinder, Kunden, sind verheiratet und verfügen über viel Geld – dennoch würde sicherlich niemand vermuten, dass sie im Hinblick auf ihr Kulturnutzungsverhalten gleich ticken würden. Hier hilft der Blick auf deren Lebensstile deutlich mehr. Und so gibt es eben auch ganz global nicht die jungen oder alten Menschen, die Wohlhabenden oder die Menschen mit Migrationshintergrund. Sie alle verteilen sich auf verschiedene Lebensstile. Und Zugehörige der Lebensstile sind sich übrigens untereinander dann viel ähnlicher als Menschen gleichen Alters, Einkommens oder auch Migrationshintergrunds (vgl. hierzu bspw. Allmanritter 2017).

Quellen

- ALLBUS: Allgemeine Bevölkerungsumfrage der Sozialwissenschaften (Studien-Nr. 5240, deutsche Version), GESIS Datenarchiv, Köln 2014.
[gesis.org/allbus/inhalte-suche/studienprofile-1980-bis-2021/2014](https://www.gesis.org/allbus/inhalte-suche/studienprofile-1980-bis-2021/2014)
- Vera Allmanritter: Audience Development in der Migrationsgesellschaft. Neue Strategien für Kulturinstitutionen, Bielefeld 2017.
- Vera Allmanritter: Zukunftsweisende Zielgruppenarbeit durch Nicht-Besucher*innenforschung. Bestandsaufnahme und Perspektiven, in: Henning Mohr, Diana Modarressi-Tehrani (Hg.): Museen der Zukunft. Trends und Herausforderungen eines innovationsorientierten Kulturmanagements, Bielefeld 2021.
- Bundesministerium der Justiz: Allgemeines Gleichbehandlungsgesetz (AGG), 2023.
[gesetze-im-internet.de/agg/BJNR189710006.html](https://www.gesetze-im-internet.de/agg/BJNR189710006.html)
- Charta der Vielfalt: Für Diversity in der Arbeitswelt, 2023: [charta-der-vielfalt.de](https://www.charta-der-vielfalt.de)
- Susanne Keuchel: Das Kulturpublikum zwischen Kontinuität und Wandel – Empirische Perspektiven, in: Bernd Wagner (Hg.): Jahrbuch für Kulturpolitik, Essen 2005.
- Armin Klein: Kulturmarketing. Das Marketingkonzept für Kulturbetriebe, München 2011.
- Gunnar Otte: Sozialstrukturanalysen mit Lebensstilen. Eine Studie zur theoretischen und methodischen Neuorientierung der Lebensstilforschung, Wiesbaden 2008.
- Thomas Renz: Nicht-Besucherforschung. Die Förderung kultureller Teilhabe durch Audience Development, Bielefeld 2016.
- Zentrum für Kulturforschung: Tabellenband zum 8. KulturBarometer, Bonn 2005.

Verweise

- S. 202 Stefan Benedik, Eva Meran und Monika Sommer, Warum es im Haus der Geschichte Österreich kein Publikum, aber viele „Anspruchsgruppen“ gibt.
- S. 141 Vera Gallistl, Was bedeutet ein alterndes Publikum für Kunst- und Kultureinrichtungen?
- S. 62 Wolfgang Muchitsch, Auf den guten Mix an Kennzahlen kommt es an!
- S. 97 Istvan Szilagyi, Publikum – digital

Kapitel 2 bis 4

Die Kapitel 2 bis 4 stecken grundsätzliche Parameter der Arbeit mit dem Publikum ab: Auslastung, Reichweite, Informations- und Kommunikationswege, Communitys oder Bubbles, Generationsunterschiede und ein stetes Lernen vom Publikum. Über diese rein faktischen Blickwinkel hinaus bieten einzelne Texte sehr spezifische Lösungsansätze, die vom pragmatischen Vorgehen bis hin zu radikal neuen Möglichkeitsräumen reichen.

Kapitel 2

Die Praxis fassen: Zahlen und Zugänge

Kay Voges

Markus Feigl

Herwig Bauer

Wolfgang Muchitsch

Alina Zeichen

Jolanda de Wit

Gunilla Plank



Die Texte im zweiten Kapitel bieten einen Einstieg in die Perspektive der Praxis. Kann man Qualität wirklich in Zahlen messen? Welche alternativen Ansätze gibt es? Welche Herausforderungen bringt Kulturarbeit in ländlichen Regionen mit sich? Was bedeutet Publikumsarbeit in Ausnahmesituationen wie einer Pandemie oder auch bei einer Neuübernahme?

Verschiedene Sparten, Formate, räumliche und zeitliche Settings bringen unterschiedliche Bedürfnisse und Verständnisse von Kunst und Kultur und – letztendlich – jeweils spezifische Herausforderungen mit sich. Finanzielle Ausstattung, gesellschaftliche Sichtbarkeit, mehr oder weniger strukturelle Privilegierung – all das bestimmt maßgeblich mit, wie Institutionen, Initiativen und Künstler:innen ihr Publikum (mit-)denken. In diesem Kapitel werden Grundannahmen infrage gestellt, Lernkurven reflektiert und erste Einblicke in spezifische Herangehensweisen gegeben. Zum Beispiel, was es braucht, um als Bücherei im Hier und Jetzt einem öffentlichen Auftrag nachzukommen, wie kulturelle Care-Arbeit am Land gelingen kann oder wie man als vermeintliches Nischenfestival die lokale Bevölkerung abholt.

Publikum für die Zukunft

Kay Voges,
Volkstheater Wien

Neben den großen Künstler*innen, die hier gelebt, gearbeitet und gewirkt haben, verdankt Wien seinen Ruf als Kulturmetropole auch ganz entscheidend seinem Publikum. Vor Corona berichteten einige Wiener Opernhäuser, Konzerthäuser und Theater regelmäßig Auslastungszahlen von bis zu 100 Prozent. Während in New York, London oder Berlin die Abo-Zahlen zurückgingen, profitierte das Wiener Kulturleben von der Planungssicherheit, die ein kultiviertes, feinsinniges und leidenschaftliches Publikum offeriert.

Bis zur Pandemie fuhr Wien gut so: Gleichzeitig wurden aber auch viele wichtige Reformen in Bezug auf die Professionalisierung von Werbetechniken und Vertriebsstrukturen auf die lange Bank geschoben, die bspw. angelsächsische Kulturinstitutionen unter dem Titel des Audience Developments aufgrund kulturpolitischen Drucks, sinkender Förderungen und dem damit einhergehenden Bedarf, neue Einkommensquellen zu erschließen, seit nun Jahrzehnten entwickelt haben. Vertraut hat man dabei wohl auch auf das alte Bonmot, dass Krisen in Wien immer so spät dran sind, dass sie eigentlich schon keine mehr sind, wenn sie hier ankommen.

Dass die Krise diesmal nicht an Wien vorbeizog, wissen wir alle. Wie an anderen Wiener Institutionen fehlten uns nicht nur das nötige Wissen, die Techniken und Ressourcen, um den plötzlichen und anhaltenden Ausfall eines Großteils des etablierten Publikums aufzufangen und abzufedern. Bei uns am Volkstheater verdichtete sich Corona mit anderen Faktoren zum perfekten Sturm: Intendantenwechsel und langfristige renovierungsbedingte Schließungen kosten in der Regel jedes Haus Abonnent*innen. Bei uns kam noch eine zumindest kritische Medienlandschaft dazu, die argwöhnisch begutachtete, was denn ausgerechnet ein Deutscher am Volkstheater zu suchen habe, und Teile des bisherigen Publikums vom Besuch abhielt. Summa summarum: Als wir zur Spielzeit 2021/22 erstmalig wieder Abon-

nements für unsere Inszenierungen im Haupt- haus anbieten konnten, konnten wir gerade noch 250 Stück absetzen.

In Theaterkreisen spricht man von drei bis vier Spielzeiten, die es braucht, um ein Haus zu positionieren, eine Öffentlichkeit und einen Markt für ein künstlerisches Angebot zu schaffen. In der nun angelaufenen Spielzeit 2023/24 schreiben wir nun wieder vierstellige Abonnementzahlen. Bis zu meinem Abschied 2025 sollen es 3.000 sein. Auch andere betriebswirtschaftliche Indices wachsen: Die Anzahl der aufgelegten Tickets, Spieltage, Auslastung und Einnahmen haben sich kontinuierlich und teils dramatisch gesteigert im Verlauf der vergangenen zwei Spielzeiten. Ungewöhnlich an unserer Geschichte ist, glaube ich, dass dieses Postpandemie-Wachstum im Vergleich zu anderen Wiener Kulturinstitutionen nicht durch die Rückkehr des angestammten Publikums, sondern durch die Gewinnung neuer Zielgruppen erfolgte.

Zugegeben: Der Fokus auf neue Publikums- schichten entsprach eher meinem Selbstver- ständnis als Theatermacher denn strategisch- analytischen Überlegungen. Ich habe weder Theaterwissenschaften noch Regie studiert und meine Leidenschaft für die Bühne über die Musik, die Malerei und den Film entdeckt. Ich verstehe Theater als eine multidisziplinäre, immanent offene Kunstform, die sich im Kon- text gesellschaftlicher Entwicklungen ständig

Kay Voges,
Künstlerischer Direktor

Volkstheater Wien,
Wien

verändert und neu erfindet. Als eine Kunst, die sich damit aber auch an alle richtet und nicht nur an die „üblichen Verdächtigen“. Das äußert sich inhaltlich in meinen Stücken und den Spielplänen, die ich zusammenstelle, aber auch in der Art und Weise, wie ich versuche, ein Haus zu führen. Mein Ziel war es – und ist es –, möglichst viele Wege in das Volkstheater zu öffnen. Das schaffen wir, indem wir eine große Spannbreite an Programmen und künstlerischen Positionen und Formen anbieten: Neben klassischem Sprechtheater gibt es bei uns auch Konzerte, Lesungen, Ausstellungen, Filmscreenings, Clubnächte und viele hybride Formen mehr. Theater ist zudem für mich immer Kommunikation! Das Ensemble kommuniziert mit dem Publikum und vice versa. Die Dramaturgie kommuniziert mit dem Publikum vor und nach den Vorstellungen bei Gesprächen.

Wir kommunizieren innerhalb des Hauses. Und durch die Vernetzung mit anderen Institutionen, Multiplikator*innen und Communitys kommunizieren wir in die Stadt hinein. Durch die Diversifizierung des Programms sprechen wir ein breites Publikum an und wir strecken unsere Fühler in die ganze Stadt aus. Wir haben nicht nur ein diverseres Publikum, sondern auch eine Verjüngung hat stattgefunden, die auch bei Kolleg*innen aus der Presse Eindruck macht. Margarete Affenzeller vom Standard schreibt: „Das Volkstheater öffnet ein weiteres Mal seine Arme und hatte so viel junges Publikum bei der Premiere wie woanders selten.“

Neue Zielgruppen haben wir aber auch durch traditionellere Marketingtechniken und -maßnahmen gewonnen. Hierzu haben wir in den letzten Jahren personelle Ressourcen, Wissen und Fähigkeiten gewonnen und entwickelt. So gibt es am Volkstheater eine Community-Managerin, die unsere Vernetzung mit anderen kulturellen Szenen in der Stadt professionalisiert hat. Wir nutzen die durchaus erschreckenden Möglichkeiten digitaler Technologien, um spezifische Publikumssegmente sehr gezielt anzusprechen. Und wir messen und analysieren unsere Fortschritte – auch im Hinblick auf den Einsatz unserer Ressourcen und unsere Wachstumschancen.

Wobei, die wichtigsten Kennzahlen sind für mich dann doch andere: Bei einer Publikums-umfrage im Mai 2023 haben 77 Prozent der Teilnehmer*innen gesagt, dass das Programm des Volkstheaters eine Bereicherung für das künstlerische Angebot der Stadt ist. Und noch schöner war das Feedback des Publikums eines Turbobier-Konzerts im Theater: „Vielen Dank, dass wir nun auch in dieses Theater dürfen.“

Letztlich ist es das, was ich in Wien mit dem Volkstheater schaffen möchte: Wir wollen ein Ort sein für Vielfalt und Schönheit, für Komik und Tragik, für Literatur und Grenzerfahrung, für Utopien und Pop. Ein Raum, der das Hier und Jetzt im Blick behält. Kurz: ein Ort, an dem Kunst möglich werden soll für die Stadt und für alle, die in ihr wohnen. Eben auch, um ein Publikum für die Zukunft zu schaffen.

Kay Voges

wurde 1972 in Düsseldorf geboren und begann seine Bühnenkarriere als Regieassistent am Theater Oberhausen. Als freier Theater- und Opernregisseur inszenierte er unter anderem in Hamburg, Berlin, Wien, Frankfurt und erwarb sich den Ruf eines multimedialen Theater-erneuerers. 2010 wurde er als Intendant ans Theater Dortmund berufen, das er mit gewagten, manchmal verstörenden und häufig preisgekrönten Bühnen-experimenten bundesweit wie international bekannt machte. In der Ruhrgebietsstadt gründete er zudem die Akademie für Theater und Digitalität. Seit der Spielzeit 2020/21 ist Kay Voges künstlerischer Direktor des Volkstheater Wien. Unter seiner künstlerischen Leitung wurde das Volkstheater 2022 zum ersten Mal seit 1970 zum Berliner Theatertreffen eingeladen (mit humanistää!, Regie: Claudia Bauer) und in der Kritiker*innen-Umfrage von Theater heute im selben Jahr zur zweitbesten Bühne im deutschsprachigen Raum gewählt. Zur Spielzeit 2025/26 kehrt Voges ins Rheinland zurück und wird Intendant des Schauspiel Köln. Er hofft, dass bis dahin weder die AfD weitere Wahlen noch der FC Bayern München Meisterschaften gewinnt und dass er bis zu seinem Abschied aus Wien die Zahl der Volkstheater-Abonent*innen noch einmal verdoppeln kann.

Das Volkstheater Wien

versteht sich seit 1889 als Bühne für Geschichten und Ausdrucksformen nicht aristokratischer Herkunft. Die Geschichten auf der Bühne kommen und kamen aus der Mitte der Gesellschaft, haben immer wieder Theaterskandale ausgelöst, gegen verkrustete Strukturen gekämpft, Debatten losgetreten, das Publikum begeistert und konfrontiert. Eine komplexe Gegenwart benötigt mehr denn je Theater, das vor den Anforderungen der Jetztzeit nicht ängstlich davonläuft – und stattdessen mutige, lustvolle, kluge Impulse setzt.

volkstheater.at

Verweise

- S. 306 Eva Fischer, Hybride Publika
- S. 90 Martin Kitzberger, Kinogenuss ohne Ende – das nonstop Kinoabo
- S. 188 Milo Rau, Wenn das Theater ein Parlament ist, dann ist das Publikum der Souverän.
- S. 313 Michael Salvi, Von Publikumsgeistern und der Architektur als Bühne

Das Publikum öffentlicher Bibliotheken in Österreich – von Nutzer:innen zu Akteur:innen

Markus Feigl,
Büchereiverband Österreichs

Die Geschichte öffentlicher Bibliotheken beginnt vor dem Hintergrund der Aufklärung in der Mitte des 18. Jahrhunderts. Zu dieser Zeit gründeten Verlage und Buchhandlungen kommerzielle Leihbibliotheken, um das große Interesse einer seit der Einführung der allgemeinen Schulpflicht zunehmend lesekundigen Bevölkerung – vor allem an den großen Revolutionen und politischen Umwälzungen des 18. Jahrhunderts sowie an den weltweiten Entdeckungsreisen – zu bedienen.

Nachdem das Staatsgrundgesetz von 1867 die Möglichkeit eröffnete, Vereine zu gründen, wurden diese auf Gewinn ausgerichteten „Leihbibliotheken“ nach und nach von den kostenlos zugänglichen „Volksbüchereien“ verdrängt. Diese wurden von Volksbildungs- und Kulturvereinen nach dem Vorbild der im Umfeld der amerikanischen Volkshochschulbewegung entstandenen „public libraries“ errichtet.

Ein Bericht des Wiener Zweigvereins des Allgemeinen Nieder-Österreichischen Volksbildungs-Vereins aus dem Jahr 1889 gibt einen Eindruck vom Publikum dieser frühen öffentlichen Bibliotheken: Es soll gute Unterhaltungs- und Sachliteratur in den „Hütten der Armuth“ verbreitet werden, um die „von der Schule in der Volksbildung gelassenen Lücken zu ergänzen“. Das Publikum dieser „Anstalten“ setzte sich aber bereits von Anfang an aus den verschiedensten sozialen Gruppen zusammen, wobei „Arbeiter und Gehilfen“ mit rund 40 Prozent den größten Anteil bildeten.

Markus Feigl

Anfänglich war Markus Feigl als Fagottist tätig, nach dem Studium als Mitarbeiter des Kunstkollektivs transmediale Gesellschaft daedalus. Nachdem er etliche Jahre Bibliothekar in der Wienbibliothek im Rathaus war, zeichnete er als bibliothekarischer Leiter acht Jahre für die Angebote der Büchereien Wien verantwortlich. Seit 2016 ist er Geschäftsführer des Büchereiverbandes Österreichs, der die österreichischen öffentlichen Bibliotheken und deren Träger unterstützt, die Aus- und Fortbildung der Bibliothekar:innen organisiert und für das BMKÖS die Büchereiförderung des Bundes administriert. Ein Wunsch an die Zukunft ist, dass die große gesellschaftliche Bedeutung öffentlicher Bibliotheken noch stärker ins öffentliche Bewusstsein rückt.

bvoe.at

Kinder und Jugendliche sind anfänglich noch nicht als eigene Nutzergruppe ausgewiesen, Lehrlinge und Gewerbeschüler:innen sind um die Wende vom 19. zum 20. Jahrhundert im Ausmaß von rund 10 Prozent vertreten. Der Anteil von Kindern und Jugendlichen stieg im Lauf der Jahre kontinuierlich an und so weist die vom Büchereiverband Österreichs für die Statistik Austria erstellte Statistik der öffentlichen Bibliotheken Österreichs 2022 bereits einen Anteil von 41,7 Prozent an Kindern (0–13 Jahre) des Gesamtpublikums öffentlicher Bibliotheken aus und einen Anteil an Jugendlichen von 7,3 Prozent. Im Jahr 2022 wurden die öffentlichen Bibliotheken Österreichs von insgesamt 682.928 Menschen genutzt, was 7,6 Prozent der Gesamtbevölkerung entspricht (trotz steigender Zahlen im letzten Jahr sind die Zahlen vor der Corona-Pandemie noch nicht wieder erreicht).

Das Ziel öffentlicher Bibliotheken war bisher vor allem, einen guten und sorgfältig ausgewählten Bestand passiv verfügbar zu machen. Aus diesen Beständen konnten dann die Nutzenden ihre Auswahl treffen. Die literarische Versorgung und Bereitstellung von Information für breite Bevölkerungsgruppen sind bis zu diesem Zeitpunkt die wesentlichsten Dienstleistungen öffentlicher Bibliotheken. Die meisten Versuche, Bibliotheken zeitgemäßer und nutzer:innenfreundlicher zu gestalten, waren auf eine Optimierung des Angebots ausgerichtet: So wurde etwa der Ausbau digitaler Angebote intensiviert und es wurden oftmals auch beträchtliche Anstrengungen unternommen, um das Ambiente der Bibliotheken einladender zu gestalten.

In letzter Zeit kam es auch zu einer deutlichen Intensivierung der Veranstaltungsaktivität: Neben ihren grundsätzlichen Aufgaben organisieren Österreichs öffentliche Bibliotheken eine Vielzahl unterschiedlichster Veranstaltungen. Insgesamt wurden 2022 8.554 Veranstaltungen mit insgesamt rund 200.010 Teilnehmenden durchgeführt, darunter literarische Lesungen, Vorträge, Kurse und Workshops. Mit 5.465 literarischen Veranstaltungen und 151.249 Teilnehmenden fungieren die öffentlichen Bibliotheken übrigens als größter österreichischer Anbieter literarischer Veranstaltungen.

Die Ausrichtung der gegenwärtigen Bibliotheksarbeit steht damit nach wie vor in der historischen Tradition der Volksbildungsbewegungen: Oberstes und oftmals einziges Ziel der bibliothekarischen Arbeit ist die Unterstützung der individuellen Persönlichkeitsentwicklung von Menschen aus allen Bevölkerungsgruppen. Die Nutzenden öffentlicher Bibliotheken können im Regelfall nur die Rolle von Konsument:innen einnehmen, ist doch der vorherrschende Bibliotheksprozess linear, produktorientiert und passiv.

Diese grundsätzliche Ausrichtung der öffentlichen Bibliotheken entspricht damit zwar im Wesentlichen dem 2022 erneuerten Manifest für öffentliche Bibliotheken, das vom Weltverband der Bibliotheken IFLA und der UNESCO erarbeitet wurde, es ist aber sehr fraglich, ob das ausreichen wird, um den öffentlichen Bibliotheken auch weiterhin eine gesellschaftliche Relevanz zu sichern. Der Unterstützung der individuellen Entwicklung sollte zumindest ebenbürtig die Förderung der kollektiven Intelligenz der lokalen Gemeinschaft gleichgestellt werden, mit Fokus „auf der Stimulation der Wissensschaffung, auf neuen Arbeits- und Kooperationsformen mit Partnern und der Öffentlichkeit, auf Begegnungen, dem Austausch und Ko-Kreation“. Es wird bei einer zukunftsfähigen öffentlichen Bibliothek also in erster Linie um die Schaffung und den Austausch von Wissen gehen, anstatt um die Verbreitung von Informationen.

Rob Bruijnzeels, der Mitgründer des international agierenden niederländischen Bibliothekskollektivs Ministerium für Vorstellungskraft Rotterdam – dem Vorreiter und wesentlichsten Impulsgeber des Büchereiverbandes Österreichs im Weiterdenken der Aufgaben öffentlicher Bibliotheken und bei der Weiterentwicklung des österreichischen Büchereiwesens – formuliert diesen Paradigmenwechsel so:

„In unseren Augen ist das Ziel der Bibliothek der Zukunft, den eigenen Beständen neue gesellschaftliche Relevanz zu verleihen, indem sie die Besucher:innen der Bibliothek herausfordern, bisher unbekannte Verbindungen zu entdecken und neue Erkenntnisse zu gewinnen.“

Verweise

→ S. 35 Vera Allmanritter, Wer sind meine (Nicht-) Besucher*innen?
→ S. 317 Matthias Beitzl, Wollen wir nur besucht werden?
→ S. 138 Ulrike Gießner-Bogner, Schule, Kunst und Kultur – eine Schnittstelle mit viel Potenzial
→ S. 177 Barbara Mayer, Fragen erwünscht

Diesem Verständnis nach sollen Nutzer:innen inspiriert und zugleich aufgefordert werden, auf den Bibliotheksbestand zu reagieren und ihre eigenen Assoziationen mitzuteilen. Idealerweise kommt es zu einer Interaktion mit anderen Nutzer:innen, aber auch den Bibliotheksmitarbeiter:innen, wodurch neue Bedeutungen und Erkenntnisse generiert werden können. So kann ein zyklischer Prozess aus Inspiration, Kreation und Teilhabe entstehen.

Aktuell beschäftigt sich der Büchereiverband Österreichs intensiv mit der Weiterentwicklung des öffentlichen Bibliothekswesens in Österreich, wobei hierbei dem Publikum eine ganz besondere Rolle zukommt. Ziel ist eine Bibliothek, in der das Publikum, also die Nutzer:innen, aktiv an einem Prozess der Wissensentwicklung und des Wissensaustauschs teilnehmen – ein Prozess, in dem Partizipation im Mittelpunkt steht und die Bibliotheksnutzer:innen zu Akteur:innen werden.

Quellen

- Rob Bruijnzeels: Die Bibliothek: aussterben, überleben oder erneuern?, in: Bibliothek Forschung und Praxis, Vol. 39, Nr. 2, Berlin 2015, S. 225–234.
- Rob Bruijnzeels: In sieben Schritten unterwegs zur Bibliothek der Zukunft. Herausgegeben von der Kulturstiftung des Bundes, Halle an der Saale 2020.
- IFLA-UNESCO Manifest für öffentliche Bibliotheken 2022
ifla.org/public-library-manifesto
- Alberto Martino: Die deutsche Leihbibliothek. Geschichte einer literarischen Institution (1756–1914), Wiesbaden 1990.
- Ministerium für Vorstellungskraft Rotterdam
ministerievanverbeelding.nl/de
- Nora S. Stampfl: Zwischen Realität und Virtualität. Zur Verortung öffentlicher Bibliotheken, in: Petra Hauke (Hg.): Öffentliche Bibliothek 2030 Herausforderungen – Konzepte – Visionen, Bad Honnef 2019, S. 61–67.
edoc.hu-berlin.de/bitstream/handle/18452/20974/061_stampfl.pdf?sequence=1
- Statistik der Öffentlichen Büchereien Österreichs 2022
bvoe.at/sites/default/files/2023-05/Statistik2022-I.pdf

Ein Festival für alle.
Und wie das so mit
seinem Publikum ist.

Herwig Bauer,
Poolbar Festival

Das Wacken Open Air hat's einfach: Das ist immer ausverkauft, bevor irgendjemand überhaupt das Programm kennt. Die Gründe: Es hat einen legendären Namen, ein einschlägiges Programm – und eine zuverlässige Zielgruppe: Freund:innen harter Gitarrenmusik, die gerne dorthin gehen, wo alle hingehen. Bei uns ist das anders: Einen guten Namen und zuverlässig gutes Programm haben wir zwar auch, aber ein extrem diverses Publikum, das sich aus dem ebenso diversen sechs-wöchigen Programm die jeweils individuell als „Rosinen“ identifizierten Programmpunkte rauspickt. Aber wie finden sich Rosinenpicker:innen und Rosinen?

Vorarlberg gibt sich gerne urban. Aber Vorarlberg ist schon auch Provinz. Eine sehr schöne und attraktive Provinz, in der viele intelligente, offene und engagierte Menschen leben. Aber konservative Denkmuster sind fest verankert, es gibt keine Uni, es gibt nur sehr wenige Locations mit „Poolbar-Kultur“, die dem Poolbar Festival durch den Aufbau einer „Szene“ in die Karten spielen. Wir können also nicht einfach „die Szene“ aktivieren und das Poolbar Festival ist ausgebucht. Wir stellen uns vielmehr programmatisch und kommunikativ sehr breit auf und stecken ein anspruchsvolles, ambitioniertes kulturelles Programmangebot in die Verpackung eines „Festivals für alle“. Wir locken mit „Pop“ und konfrontieren dann unser Publikum mit Nischen – als Synonym für das Unerwartete, das Unbeachtete. Für den Rockstar kommen, aber als Support eine Kunstperformance sehen. Ein Ticket für die Hipster-DJs kaufen und mit dem Ticket Literatur serviert bekommen. Oder auch: Junge kommen in Partylaune und staunen rückblickend, dass sie mit Senior:innen getanzt und geredet haben. Es hat 30 Jahre gebraucht, bis das durchgedrungen ist und wir das nötige Vertrauen gewinnen konnten, aber inzwischen sind „die Vorarlberger:innen“ stolz auf „ihr Poolbar Festival“.

Stefan Sagmeister hat mir einmal erzählt, dass er extra an einem Nachmittag, als gar

Herwig Bauer

ist ein 1973er aus Feldkirch, Vorarlberg. Er hat eigentlich (in Innsbruck, Mexiko und Wien) Architektur studiert, parallel dazu das Poolbar Festival gegründet und sich nach dem Diplom voller Inbrunst zu 100 Prozent dem Festival gewidmet – nicht aber ohne die Architektur eine tragende (sic!) Rolle beim Festival spielen zu lassen. Wie jedes Jahr im Herbst wird reflektiert und konzipiert. Heuer mit Schwerpunkt Digitalisierung, Automatisierung und Perfektionierung der Organisation. In der Hoffnung und Erwartung, dass dann noch mehr Fokus auf die Entwicklung der Inhalte gelegt werden kann.

poolbar.at

kein Betrieb war, gekommen ist, nur um unser Design zu sehen. Eine:der wichtigsten Headliner:innen ist tatsächlich immer die Gestaltung. Die ist jedes Jahr anders – und hat einen enormen Impact auf den Besucher:innenzuspruch. Ist die Gestaltung übel, kommt das Publikum exakt zum Beginn des Programmpunktes und verschwindet danach. Ist die Gestaltung gut, verbringt das Publikum lange Tage und Nächte beim Poolbar Festival. Was sich natürlich auch beim Gastrokonsum niederschlägt. Zu unserem Publikum haben wir keine validen Daten, mit Theorie und Forschung haben wir es diesbezüglich nicht so. Aber Themen wie Konkurrenz durch andere Angebote und Medien, Post-Corona-Lethargie, Inflation und hohe Ticketpreise liegen als Herausforderungen ohnehin auf der Hand. Daher im Folgenden einige unwissenschaftliche, intuitive und vielleicht sogar naive Einschätzungen und beispielhafte Schilderungen, wie das beim Poolbar Festival so ist mit dem Publikum:

Wer kommt warum?

Zum Poolbar Festival kommt nicht „Österreichs Kunst- und Kulturpublikum“ – zum Poolbar Festival kommen Menschen aus extrem unterschiedlichen Gründen. Viele natürlich wegen des kulturellen Angebots, das antiprovinziell anmutet. Einige der Besuchsmotive haben aber mit „Kunst und Kultur“ bisweilen nichts zu tun – und das ist gut so. Kultur verliert so ihren elitären Schrecken, wird vorerst beiläufig wahrgenommen und später, im Idealfall, geliebt. Wir haben ohnehin eine Sehnsucht, jene zu erreichen, die „ausgehen“ wollen, aber eigentlich empfänglich wären für mehrwertige Inhalte.

Bei manchen Programmpunkten ergibt sich auch beim Poolbar Festival der „Wacken-Effekt“: Die Leute einigen sich darauf, „man geht dort hin“, selbst wenn ihnen die Band nicht bekannt ist. Manchmal entwickelt sich ein Hype – meistens bei Programmpunkten, die nicht sehr sperrig sind. Viele wollen jedes Jahr mindestens einmal zum Poolbar Festival, und wenn man die Programmpunkte nicht kennt – und das soll ja so sein, das Poolbar Festival steht auch für Entdeckungen – ist die Freundeskreisdynamik ein zuverlässiger Guide: Man geht hin, weiß, dass auch alle Freund:innen dort sind. Und manchmal muss man „aus Deklarationsgründen“ hin: Wenn Danger Dan auftritt, kommen alle links und human denkenden Menschen. Wer nicht dabei ist, läuft Gefahr, als Abtrünnige:r betrachtet zu werden. Also gehen auch die hin, die mit der Musik vielleicht nicht viel anfangen können. 2023 waren es 32.000 Menschen. Das Publikum kann weder am Alter noch am Geschlecht festgemacht werden. Passende Adjektive könnten sein: kultur- und gestaltungsaffin, neugierig, offen, tolerant, friedlich, gebildet, evtl. auch unkonventionell, alternativ, lebenslustig, kritisch.

Warum kommen Leute nicht?

„Lauter Grüne“, „lauter Linke“, „lauter G’schissene“, „lauter Spinner“. Aber auch: „Dafür bin ich zu alt“ und gleichzeitig: „Dort sind lauter Alte“. Solche Zuordnungen begleiten das Poolbar Festival schon immer. Ja, es gibt beim Poolbar Festival alle Genannten. Aber die sind alle überraschend okay. Und offen. Und friedlich und harmlos. Und es gibt auch ganz viele ganz andere Menschen beim Poolbar Festival. Und immer mehr Leute verstehen: Das Poolbar Festival ist für alle da.

Apropos Alter: Bewusst setzen wir Akzente in verschiedene Altersrichtungen – 2023 sprach Symba die „Jungen“ an, noch nie gab es so viele Anfragen besorgter Mütter und Väter, wo sie das Formular finden, das ihre 14-Jährigen ermächtigt, trotz des Alters aufs Festival zu dürfen. Und gleichzeitig hatten wir bei Helge Schneider noch nie so viele Anfragen von älteren Damen und Herren, die sich erkundigten, ob sie denn einen Hocker zum Stehkonzert mitbringen dürften.

Aber auch Anlässe, die Generationen verbinden, stehen auf dem Programm: Der Sound@V ist eine Art „Vorarlberger Amadeus“ – er bringt uns die jungen Bands und deren stolze Omis, und die Kooperation mit dem ORF Vorarlberg tut das Übrige, um „Poolbar-fernes“ Publikum zu erreichen. Noch extremer generationenübergreifend: der Brunch jeden Sonntag. Live-Musik, gutes Essen, Workshops für Jung und Alt in Sachen Kunst, Kreativität, Urbanismus, Zirkus. Babys und Greise lieben den Sonntagmorgen beim Poolbar Festival.

Was haben wir in fast 30 Jahren gelernt?

Bier versus Diskurs: Jahrelang haben wir versucht, den Diskurs inmitten der Party zu platzieren: Diskussionen und Kunstwettbewerbsjury-Sitzungen fanden mitten im Publikum statt. Aber wir mussten uns eingestehen: Die Biertrinker:innen wollten ungehemmt lachen dürfen und die Diskutierer:innen wollten ungestört reden können. Mit Niederschwelligkeit locken und dann doch komplexe Themen zu verhandeln – das geht nicht zusammen.

Und umgekehrt: Wenn im Zusammenhang mit der großen Party eine Lesung kommuniziert wird, orten viele Partygänger Langeweile und bleiben zu Hause – oder woanders. Daher: Diskurs und Festival werden seit 2019 getrennt: Das Raumfahrtprogramm wurde ins Leben gerufen, um Leerstände und dritte Orte in ganz Vorarlberg mit diskursiven und/oder partizipativen Programmpunkten zu bespielen. Seit 2023 auch zeitlich getrennt, im Herbst, nach dem Festival. Hier bieten sich Raum und Kontemplation für konzentrierte Gespräche. Es gibt nicht den Anspruch, viele Menschen zu erreichen, sondern die richtigen zu erreichen.

Eintritt frei oder „zu teuer“: Für ein Festival gelten immer andere Vorzeichen und Regeln als für einen Jahresbetrieb. „Festival“ bedeutet immer komprimierte Inhalte, eine große Angebotsvielfalt, viele Menschen. Das ist mit anspruchsvollem Programm nicht immer einfach, daher ist die Versuchung groß, über freien Eintritt oder günstige Eintrittspreise der Publikumsgunst nachzuhelfen. Punktuell ist das auch richtig und wichtig – aber gerade stark geförderte Kulturbetriebe oder auch Institutionen und Unternehmen, die nebenbei mal ein Gratis-Festival springen lassen, können mit solchen Maßnahmen bisweilen den ganzjährigen Kulturbetrieb ordentlich unter Druck setzen oder gar aushebeln. Das Publikum freut sich über den freien Eintritt, die Künstler:innen freuen sich über marktunüblich hohe Honorare – und beide Seiten erwarten sich das dann als Standard. Das wiederum geht natürlich nicht, daher ist mit solchen Aktionen Vorsicht geboten. Umgekehrt sollen durch zu hohe Eintritts- oder auch Konsumationspreise keine potenziellen Kulturinteressent:innen ausgeschlossen werden. Das Poolbar Festival sucht seinen Weg irgendwo dazwischen. Sicher nicht falsch: Das Poolbar Festival ist Teil der Aktion Hunger auf Kunst und Kultur und ermög-

licht so Bedürftigen bestimmte Kartenkontingente bei freiem Eintritt.

Herwig Bauer,
Geschäftsführer

Verantwortung und Gewohnheitsmuster: Dem Publikum kann nicht nur in Sachen Kultur einiges zugemutet und zugetraut werden, sondern auch in puncto Gewohnheiten. Das hat uns Corona gelehrt: Während im Sommer 2020 die meisten Veranstalter:innen noch in Schockstarre verharrten, haben wir die Poolbar-Architektur so adaptiert, dass trotz Pandemie ein Festival im Korsett der damaligen Bestimmungen stattfinden konnte – ohne sich nach Korsett anzufühlen. Ganz im Gegenteil: Den Gästen wurden Podeste für jeweils vier Personen im Gelände zugewiesen. Auf diesen Podesten konnten sie sich frei bewegen, sogar tanzen, und sie konnten sich frei zu Bars und WCs bewegen, kamen aber unaufgefordert wieder unverzüglich zur jeweiligen „Homebase“ zurück. Es entwickelte sich mitten in der Pandemie ein neuartiges Poolbar-Erlebnis, das auch in den Folgejahren nachwirkte: Noch heute ist das Setting eine lose Mischung aus Steh- und Sitzplätzen, organisiert sich das Publikum selbst und arrangiert sich, wenn die am Boden Sitzenden sich plötzlich entscheiden, bei entsprechender Stimmung auf Stehkoncert zu switchen.

„Hochverlegen“ als Todsünde: Das Poolbar-Publikum schätzt gute Gestaltung und familiäres Ambiente. Die für uns größte Liebeserklärung war der Shitstorm, als wir uns erlaubt hatten, das in Sekunden ausverkaufte, im Alten Hallenbad geplante Konzert von Marilyn Manson in die Messehalle Dornbirn zu verlegen.

Poolbar Festival,
Feldkirch

Gute Gestaltung als An- und Abstands-Booster: Oft haben wir die Erfahrung gemacht, dass vermeintlich der Zerstörung ausgesetzte Dinge besonders respektiert werden – Glühbirnen auf Augenhöhe, fragile Objekte im Publikumsbereich. Aber je zarter, desto mehr Vorsicht scheint beim Publikum hervorgerufen zu werden.

Respekt durch Awareness: Unser Publikum ist ein gutes. In der abschließenden Besprechung mit der Stadtpolizei hat es fast schon Tradition, dass der Polizeichef eine Ode an die Friedfertigkeit des Poolbar-Publikums anstimmt und seiner Verwunderung Ausdruck verleiht, dass es für ein Festival mit zigtausenden Menschen quasi keine Polizeieinsätze braucht. Aber nicht immer funktioniert die Sache mit dem respektvollen Miteinander. Speziell zu späterer Stunde und mit steigendem Lärm- und Alkoholpegel werden gelegentlich Grenzen überschritten. Das Respektieren des:der Anderen aber ist für uns ein hoher Poolbar-Wert. Daher haben wir 2023 erstmals ein Awarenesskonzept etabliert, das in den kommenden Jahren weiterentwickelt werden soll. Es soll Bewusstsein schaffen – im Publikum, aber auch im Poolbar-Team und bei den Künstler:innen. Und es soll bei Bedarf Hilfe bieten.

Dass gutes Programm immer sein Publikum findet, stimmt so nicht ganz. Man muss nachhelfen.

Es ist kompliziert. Es ist anstrengend. Es ist hart. Es ist fabelhaft.

Empfehlungen

Wie erreichen wir Leute, die wir nicht erreichen?

Die Hausaufgaben in der Kommunikation – Poolbar Magazin, Plakate, Citylights, Inserate, Homepage, Social Media – machen wir. Aber für zahlreiche Programmpunkte macht es Sinn, mehr in die Tiefe zu gehen, z. B.:

- Wir werben auf Spotify direkt bei den Leuten, die „unsere Bands“ hören, für die jeweilige Performance bei uns.
- Den Künstler:innen, die bei uns auftreten, – egal ob lokale Band oder internationale Superstars – stellen wir Fotos, Filme, Werbemittel zu deren Verwendung zur Verfügung. Sie erreichen ihre Fans und Freunde besser als wir.
- Spezielle Kooperationen und Publikumsgewinnungsmaßnahmen.

Gelegentlich helfen Partnerschaften, um jene Menschen zu erreichen, die ansonsten keinen Zugang zum Poolbar Festival hätten. Oft gehen Bemühungen um Offenheit einher mit erfolgreicher Publikumsgewinnung:

- Wir kooperieren mit Clubkollektiven, die uns sehr junges Publikum bescheren.
- Wir haben einen eigenen Kurator für Liechtensteiner Kultur, kooperieren mit der Liechtensteiner Regierung und der Kulturstiftung Liechtenstein, um verstärkt Publikum aus dem Nachbarland zu aktivieren.
- Wir machen queeres Open-Air-Kino mit GoWest (Verein für LGBTIQ).
- In Kooperation mit GoWest und @feminis_tisch_feldkirch wurde ein Tisch als gut sichtbarer Q-Point

auf dem Festivalgelände installiert. Er signalisiert ein „Welcome“ an die LGBTIQ-Community und ist als Angebot für Queers & Friends gedacht, die gemeinsam feiern möchten.

- Mit einem Shisha-Corner am Festivalgelände haben wir 2023 versucht, jene Kulturkreise zu erreichen, die wir z. B. mit aktuellen, auch hippen Bands aus dem orientalischen Raum nicht erreicht haben.
- In Kooperation mit der Initiative Radeln ohne Alter wird nicht mobilen, mehrheitlich älteren Menschen die Möglichkeit geboten, bequem per Fahrraddrikscha zum Jazzbrunch zu kommen.
- Das Poolbar Fußballturnier bringt ebenso wie der Skate Jam über den Sport andere Zielgruppen in Poolbar-Kontakt.
- Das Poolbar Style Café mit wöchentlich neuen Design-Hosts sowie gelegentliche Floh- und Design-Märkte und diverse Street-Food-Angebote bereichern das Festivalangebot und machen den Poolbar-Besuch zum „Erlebnis“.
- Mit Vermietungen an Partnerunternehmen bzw. der Veranstaltung von Lehrlingsgalas (in Kooperation mit der Wirtschaftskammer) und Corporate Events machen wir ebenfalls beste Erfahrungen. Die Voraussetzung: Die Veranstaltung wird in Abstimmung mit uns konzipiert, muss einen Poolbar-Touch haben. Das reguläre Poolbar-Programm wird nicht tangiert – Lehrlingsfeiern und Corporate Events starten am Nachmittag und gehen fließend in einen normalen Poolbar-Abend über. So stolpern die Corporate Gäste ins Poolbar-Programm, kommen mit dem Poolbar-Publikum in Kontakt – und sind oft begeistert und kommen wieder.

Verweise

- S. 286 Denice Bourbon, PCCC* and Her Audience
- S. 210 Gerald Harringer, Kultur wächst durch Begegnung
- S. 192 Linda Kutter und Alexander Erler, Selbstverständnis statt Erziehung: Wiesenrock in Wattens
- S. 240 Yasmo, Hautnah

Auf den guten Mix an Kennzahlen kommt es an!

Wolfgang Muchitsch,
Museumsbund Österreich

Die Museumsarbeit ist die Summe vieler Einzelteile, von denen leider nur die wenigsten sichtbar vom Publikum, den Eigentümer:innen, den Medien und anderen Stakeholdern wahrgenommen werden. Das wäre grundsätzlich kein Problem, würde man die Leistungen des Museums nicht allein auf seine Besucherzahlen reduzieren. Diese Methode ist, auch wenn sie vielfach von den Museen selbst sehr gerne angewandt und nach außen getragen wird, zu einseitig.

Die Besucher:innenorientierung ist zugegebenermaßen noch nicht in allen Museen zur vollen Blüte gediehen, Publikumsbefragungen bleiben, so sie überhaupt durchgeführt werden, unter Verschluss, jedoch ist die tägliche Museumspraxis **ausschließlich** für die Öffentlichkeit(en) gedacht. Museen bewahren das Natur-, Kultur- und Kunsterbe **für** die sie umgebenden Gesellschaften und diese Arbeit ist nicht damit abgetan, indem ein Bruchteil der Sammlungsobjekte in Ausstellungen präsentiert wird, die zu jenen Besucherzahlen führen, die am Jahresende als Publikumerfolg bewertet werden.

Die Ausstellungen sind aber nur der nach außen sichtbare Teil der täglichen Museumsarbeit. Hinter den Kulissen werden Museumsobjekte gezielt gesammelt, konserviert, restauriert, digitalisiert, beforscht, verliehen und **auch** für Ausstellungen ausgewählt. Dafür benötigt es umfangreiche Expertise sowie personelle und finanzielle Ressourcen. Und daher ist es zu einseitig, die Besucherzahlen von Ausstellungen als einzigen Gradmesser des Erfolges heranzuziehen, nur weil sie am nachvollziehbarsten und augenscheinlichsten sind. Und es bleibt auch die Frage im Raum, was die Quantität des Besuchs über die tatsächliche Qualität einer Ausstellung aussagt? Sind Ausstellungen zu unbequemen oder schwierigen Themen weniger wichtig, nur weil sie potenziell weniger Besucherzahlen bringen?

Ein guter Mix an Ausstellungen macht es aus, ebenso wie ein guter Mix an Kennzahlen den Erfolg dokumentiert. Die vom Museumsbund Österreich erstellte MuseumsScorecard (museums-scorecard.at) ist eine Anregung,

die Museumsarbeit multiperspektivisch zu dokumentieren und sichtbar zu machen. So kann ein regionales Museum mit wenigen Besuchen sehr wohl ein wichtiger regionaler Kulturträger sein, weil die Besucher:innen aus der unmittelbaren Umgebung kommen und vermittelt durchs Haus gehen. Ein ehrenamtliches Museum kann ein wichtiger sozialer Ort der Begegnung sein, weil Dutzende Ehrenamtliche eine sinnvolle Beschäftigung finden. Ein großes Museum mit vielen internationalen Besucher:innen ist auch ein bedeutender Wirtschaftsfaktor; ein Museum, das sich aktuellen Themen widmet und jeden Freitag fürs Klima streikt, ist ein wichtiger Seismograf der Gesellschaft; ein Museum, das eine hohe Anzahl an Leihfragen pro Jahr erhält, ist ein wichtiger Bewahrer des kulturellen Erbes etc. Die Summe der täglichen Museumsarbeit belegt den Erfolg der Institution im Sinne der Bewahrung und Vermittlung des Kunst-, Kultur- und Naturerbes und nicht die bloße Besucherzahl.

Wolfgang Muchitsch

ist über die Wissenschaft und das Kulturmanagement in die Museumsleitung gekommen. Zurzeit ist er Direktor des Landesmuseums für Kärnten sowie Ehrenpräsident des Museumsbundes Österreich. Für die Zukunft wünscht er sich eine ganzheitliche Betrachtung der umfangreichen Leistungen eines Museums abseits reiner Besucherzahlen.

museumsbund.at

Empfehlungen

- neues museum. Die österreichische Museumszeitschrift. neuesmuseum.at
- Gottfried Fliedl museologien.blogspot.com

Verweise

- S. 154 Kristina Hammer, Das Publikum als oberste Wirklichkeit des Theaters
- S. 30 Fabian A. Rebitzer, „Wer fehlt?“ Balanceakte im Feld des Nicht-Publikums
- S. 180 Elisabeth Schweeger, Wir brauchen das Vis-à-Vis
- S. 236 Yannick Steinkellner, Das (fast) offene Format

Das Publikum fällt nicht vom Himmel

Denkanstöße von Alina Zeichen,
IG KIKK Interessensgemeinschaft der Kulturinitiativen
in Kärnten/Koroška

Österreich sieht sich selbst als Kulturnation und schreibt sich dieses Selbstverständnis in seine Regierungsprogramme. Untrennbar von Programmierungsdiskussionen sind Diskussionen darüber, für wen diese Programme gemacht werden. Dass der Fokus auf Publikum bzw. zukünftiges Publikum gerade jetzt wieder und in dieser Form aufgegriffen wird, ist ein wichtiges Zeichen dafür, dass auch Verantwortungsträger*innen die Notwendigkeit erkannt haben, diese Diskussionen über den gesamten Kulturbetrieb und in der breiten Öffentlichkeit zu führen. Denkanstöße aus der Praxis der freien Kulturarbeit müssen darin Platz finden.

Anstoß 1: Nachhaltige Publikumsentwicklung braucht qualitätsreiche Publikumsforschung

Forschung ist aufwendig und kostspielig und muss für jede Kulturinitiative separat gemacht werden, denn nicht alle haben das gleiche Publikum. Und dafür braucht es zusätzliche finanzielle Ausstattung der Kulturinitiativen. Eine Vorlage dafür wäre die ASSET-Studie der IG Kultur Österreich. Publikumsforschung kann nicht aus dem Ärmel geschüttelt oder nebenher gemacht werden. Wenn man herausfinden will, wer das eigene Publikum ist, braucht man Daten und Fakten. Diese erhält man durch direkte Befragungen vor Ort. Das ist zeitaufwendig und kann nicht vom Publikumsdienst nebenbei gemacht werden. Dies muss in die Organisationsstruktur, in die strategische Entwicklung sowie ins Marketing integriert werden. Dafür bedarf es Personal mit Expertise dazu, wie Befragungen am besten gemacht, wie Strategien und Marketingkonzepte umgesetzt werden können. Leider reicht auch nicht eine einmalige Publikumsbefragung, sie muss alle paar Jahre wiederholt werden. Publikumsforschung ist keine Eintagsfliege oder mal schnell erledigt und kann nur mit zusätzlichem Budget geschafft werden. Gerade für kleine, dezentrale Kulturbetriebe und Initiativen ist das eine Herausforderung.

Deshalb: Wenn wir mehr erheben wollen als Besucher*innenzahlen (und das sollten wir unbedingt wollen), braucht es mehr Geld von der öffentlichen Hand dafür.

Anstoß 2: Nachhaltige Publikumsentwicklung braucht niederschwellige Nahversorgung – von Anfang an

Das Publikum kommt nicht einfach, weil man gute künstlerische Qualität liefert, weil man avantgardistisch, klassisch, zeitgenössisch usw. ist, sondern das Publikum kommt, wenn es neugierig und interessiert ist. Meistens ist ein Interesse an Kunst und Kultur in diesen

Personen schon vor langer Zeit geweckt worden. Wesentlich dafür sind Kunst- und Kulturvermittlung für Kinder und Jugendliche, aber auch für Menschen mit anderen Bedürfnissen. Denn: Zugang zu Kunst und Kultur wird in Österreich häufig immer noch vererbt. Er kann nicht nur in der Familie weitergegeben werden. **Das heißt: Gerade die kulturelle Nahversorgung in den Regionen ist enorm wichtig, denn da werden schon Kinder und Jugendliche an Kunst und Kultur herangeführt.** Im örtlichen Kulturverein können sie sich ausprobieren, ihr Appetit auf Kunst und Kultur wird geweckt und sie erfahren, dass Kunst und Kultur ihr Leben bereichern können.

Deshalb: Es braucht einerseits gute Vermittlungsprogramme und andererseits Möglichkeiten, Angebote, wo sich Kinder und Jugendliche beteiligen können und nicht nur berieseln lassen müssen. Damit wird der Hunger, der Appetit, die Neugier geweckt. So schaffen wir fruchtbaren Boden für das Publikum oder die Beteiligten der Zukunft.

Anstoß 3: Nachhaltige Publikumsentwicklung braucht Repräsentation und Niederschwelligkeit

Es braucht Angebote, welche die Diversität der Menschen, die in Österreich leben, auch repräsentieren: mit unterschiedlichen Geschlechtern, Sexualitäten, Religionen, Sprachen, Herkunft, Altersstufen usw. im Scheinwerferlicht der Bühnen. Es geht um Repräsentanz. Wenn man die Bevölkerung so breit wie möglich als Publikum in die Kulturbetriebe bekommen möchte, dann muss man auch dementsprechend breite Angebote schaffen. Das sind mehrsprachige Angebote, nonverbale Angebote, niederschwellige Angebote etc. Natürlich muss nicht jeder einzelne Kulturbetrieb alles abdecken, aber in seiner Gesamtheit sollte er Angebote für alle Bedürfnisse und Interessen machen. Für jede*n sollte etwas Passendes vorhanden sein.

Darüber hinaus ist es fast noch wichtiger herauszufinden, wer **nicht** dabei ist, sich ausgeschlossen fühlt. Und was die Motive sind, dass Menschen Kunst und Kultur bzw. spezielle Formate nicht besuchen. Nicht kommen. Ist z. B. der Zugang nicht leicht und niederschwellig genug? Niederschwellig vor allem in der Preisgestaltung?

Deshalb: Gerade Initiativen wie Hunger auf Kunst und Kultur sind enorm wichtig, damit so viele Menschen wie möglich sich den Kunst- und Kulturgenuß auch leisten können. Er darf nicht zu einem Luxusgut werden.

Anstoß 4: Erfolgreiche Kulturarbeit kann nicht ausschließlich in Besucher*innenzahlen gemessen werden

Auslastungs- und Besucher*innenzahlen sind als Kennzahl zur Erfolgsmessung relativ uninteressant und wenig hilfreich. Bei großen Häusern und Festivals noch eher, weil sie auch über dementsprechende Budgetmittel für ein ausbalanciertes Programm verfügen, aber für kleinere Initiativen, die mit sehr bescheidenen Budgets operieren, ist es nicht zielführend. Klar ist es für Kulturarbeiter*innen und Künstler*innen wichtig, dass ihre Programme gerne besucht und gesehen

werden. Denn jede*r Veranstalter*in will mit ihrem*seinem Angebot viele Menschen erreichen. Das ist ein intrinsisches Interesse einer*s jeden Veranstaltenden. Erfolgsmessung generiert aus diesen Kennzahlen führt aber oft dazu, dass Programm mit dem Fokus gestaltet wird, möglichst viele Besucher*innen anzulocken. Das wird dann schnell kommerziell affirmativ, anstatt sich auf die eigenen Stärken zu konzentrieren. Darunter leidet unweigerlich die künstlerische Qualität und es wird x-beliebiger Einheitsbrei produziert. Das bringt immer gleiche, leidenschaftslose Programme hervor. Niemand wagt mehr ein Risiko. Damit fördert man letztendlich auch einen kreativen Stillstand. **Die Qualität von Kulturarbeit kann und darf nicht nur anhand von Zahlen und Prestige definiert werden.**

Deshalb: Wenn der Schwerpunkt auf öffentlichen Kulturbetrieben, die Prestige verleihen, liegt, dann ist das maximal ein Tourismusfaktor und sollte daher aus den Tourismusbudgets gezahlt werden und nicht aus den Kulturbudgets. Wenn die österreichische Bevölkerung teilnehmen und Publikum sein soll, dann braucht es andere Ansätze als die bisherigen. Bis 2019 war das Wirkungsziel noch „Stärkere Verankerung der Kunst und Kultur in der Gesellschaft“ und wurde 2020 abgelöst von „Stabile Rahmenbedingungen für die zeitgenössische Kunst und deren Vermittlung“. Der politische Wille ist hier gefragt: Wohin soll uns die gemeinsame Reise führen? Was sind die geeigneten politischen Strategien dafür?

Verweise

→ S. 169 Barbara Alt, Kann man ein Publikum klimaneutral machen?
→ S. 196 Jennie Carvill Schellenbacher, „Ein guter Start, weiter so!“ Die Einbettung von Barrierefreiheit und Inklusion in die Museumsentwicklung
→ S. 269 maiz, Kulturarbeit als Weg zur gesellschaftlichen Partizipation
→ S. 173 Renate Wurm, DAS KINO. Salzburger Filmkulturzentrum

Alina Zeichen

ist in Kärnten/Koroška geboren und aufgewachsen. Sie studierte Kulturwissenschaft und -management und ist im Bereich Konzeption, Dramaturgie und Organisation von Kulturprojekten leitend tätig (derzeit bei UNIKUM und KD Barba). Sie ist Vorsitzende der IG KiKK Interessensgemeinschaften der Kulturinitiativen in Kärnten/Koroška und lehrt an der Universität Klagenfurt/Celovec.

kaernten.igkultur.at

Empfehlungen

- ASSET – Audience Development / Endbericht: Jonathan Goodacre, Michal Lážnovský, Martina Pecková Černá (Hg.): The Audience in Centre Stage. Audience Segmentation System in European Theatres. ASSET – European Cooperation Project, 2018–2021, Prag 2021.
igkultur.at/projekt/asset-audience-development
- Fair Pay für Kultur
fairpaykultur.at

Heute bin ich im Publikum, morgen Veranstalter:in und übermorgen Künstler:in

Jolanda de Wit,
OKH Vöcklabruck

Ein Kulturhaus als Gemeingut? Grenzen zwischen Publikum, Künstler:innen und Kulturarbeiter:innen überwinden? Das OKH Vöcklabruck zeigt, wie es geht. Jolanda de Wit gibt Einblick in die Arbeit in einem offenen Kulturhaus.

Das Publikum im OKH Vöcklabruck sind immer auch diejenigen Personen, die vielleicht einmal selbst mitwirken und das Haus mittragen. Diese „Publikumsentwicklung“ garantiert den Erhalt des Kulturhauses und ermöglicht in weiterer Folge eine dezentrale, selbstorganisierte Programmkuratation. Denn dort, wo eine Handvoll Personen motiviert ist, selbst aktiv etwas zu tun und ehrenamtlich Zeit zu investieren, stehen die Chancen gut, dass für diesen Bereich tatsächlich die Nachfrage das bestehende Angebot in der Region übersteigt. Für einen Kulturbetrieb, der stark vom Engagement jeder einzelnen Person lebt, sind Personen im Publikum also immer auch potenziell zukünftig Engagierte, die selbst zu Mitwirkenden oder Veranstalter:innen, zu Künstler:innen oder Kulturarbeiter:innen werden können. Um dies zu ermöglichen, braucht es entsprechende Aufmerksamkeit und Begleitung sowohl in der Präsentation und Vermittlung von Kunst als auch im Community Building oder dem Bereitstellen von Infrastruktur. Inspiriert durch andere Felder, in denen das gemeinschaftliche Teilen von Gütern grundlegend ist (Stichwort: Open Source), wenden wir im OKH Vöcklabruck diese Ansätze auf ein gemeinschaftlich gegründetes Kulturhaus an. Zurzeit sind neben wenigen hauptamtlichen Teilzeitangestellten und einem ehrenamtlichen Vorstand rund 150 Ehrenamtliche aus der Region in der Gestaltung von Programm und Kulturhaus aktiv.

Ebbe und Flut

In den letzten Jahren kommen immer mehr Vertreter:innen von Gemeinden aus ganz Österreich zu Führungen ins OKH Vöcklabruck und fragen: „Wie gelingt es, so viele unterschiedliche Gruppen und Bedürfnisse unter einem Dach zu vereinen?“ Die Gemeinden wissen, dass sie Angebote für ihre Bürger:innen brauchen, um attraktiv zu bleiben. Möglichkeitsräume, wie offene Kulturhäuser es sein können, sind dabei ein guter erster Schritt. Obwohl Leerstand in vielen Gemeinden Thema ist, wird wenig öffentlich nutzbarer und gestaltbarer Raum zur Verfügung gestellt. Leistbarer Raum ist generell knapp. Und weil auch dem OKH nur eine begrenzte Anzahl an Räumen zur Verfügung steht, wurde das **Nutzungsprinzip von „Ebbe und Flut“** eingeführt. Damit ist gemeint: Du reservierst den Raum, nutzt und gestaltest diesen nach deinen Bedürfnissen (Flut). Danach folgt die Ebbe: Du ziehst dich wieder zurück und gibst den Raum für die nächsten Nutzer:innen frei. Damit soll erreicht werden, dass das Haus vielfältig und lebendig bleibt, denn die Räume wären innerhalb kürzester Zeit belegt, würden sie hauptsächlich an fixe Gruppen vergeben. So wird eine Umgebung (eine hybride Raumnutzung) geschaffen, in der unterschiedlichste Gruppen das Haus als ihren eigenen Gestaltungsraum wahrnehmen, obwohl er ihnen nicht exklusiv gehört.

Verweise

- S. 228 AKT, *Partecipazione / Beteiligung*
- S. 279 Elisabeth Bernroither und Zuzana Ernst, Mehr als nur Zugang schaffen: Multiperspektivität im Kuratieren und Ko-Kreation als Säulen für eine gerechte Kunstpraxis
- S. 18 Daniel Schönherr, Kultur, halt nicht für alle? Soziologische Anmerkungen zur kulturellen Beteiligung
- S. 236 Yannick Steinkellner, Das (fast) offene Format

Community Building

Eine transparente und aktive Kommunikation spielt eine zentrale Rolle in unserer Arbeit. Damit erhalten wir Vertrauen für Entscheidungen, die wir fällen, und Entwicklungen, die wir vorantreiben. Das Netzwerk um das OKH Vöcklabruck ist mittlerweile groß und es gilt laufend daran zu arbeiten, dieses Vertrauen zu halten. Das gelingt u. a. durch Beziehungsarbeit. Die seit 2018 implementierten Bürotage, an denen hauptamtliche Kulturarbeiter:innen zu fixen Zeiten vor Ort sind, werden ausgesprochen gut angenommen. Die physische und kontinuierliche Präsenz vor Ort dient sowohl der Beziehungspflege zu den Communitys als auch der Möglichkeit für Interessierte, die das OKH noch nicht kennen, vorbeizukommen, Fragen zu stellen und einen Blick in die Räume zu werfen. Damit können wir abseits von E-Mail und Telefon für unsere Communitys noch präsenter sein, laufende Anfragen am kurzen Weg klären oder Besichtigungen im Haus bündeln. Zusätzlich bieten wir seit 2022 einen monatlichen Community-Abend an, um Austausch abseits der Veranstaltungstage von bereits Engagierten sowie das leichtere Andocken für neue Interessierte zu ermöglichen. Allein im Jahr 2022 stießen so 20 neue Engagierte zum Haus dazu.

Ein großer Teil der Personen, die wir ansprechen, sind „everyday creatives“ – ein Begriff, den eine britische Studie aus 2022 so erklärt: Während weniger als die Hälfte der britischen Bevölkerung mindestens einmal jährlich eine Aufführung oder Ausstellung besucht, geben 85 Prozent an, regelmäßig kreativen Aktivitäten nachzugehen, ohne dabei jedoch mit kulturellen Institutionen in Berührung zu kommen. Diese „Alltagskreativen“ ziehen ihre Inspiration und Ideen zwar oft aus der Interaktion mit Kulturinstitutionen, sei es durch Kunstprogramme oder Museumsbesuche, wünschen sich aber mehr, zum Beispiel: Interesse an und Feedback zu ihrer kreativen Arbeit, praktische Ressourcen (Räume, Materialien, Förderungen mit geringem Verwaltungsaufwand, Unterstützung bei Bewerbung und rechtlichen Fragen), Möglichkeiten einer Gemeinschaft beizutreten bzw. diese zu bilden oder etwa Ratschläge, welche Ressourcen und Netzwerke ihnen zur Verfügung stehen, von denen sie vielleicht noch nichts wissen. Ein offenes Kulturhaus und sein Netzwerk können all das bieten.

Ein urbaner Ankerpunkt an der Vöckla

Kulturangebote, die bewahren möchten, sind in der Region gut verankert und aufgestellt, doch Kultur, die Neues ausprobieren möchte, muss immer noch ihren eigenen Weg finden und aktiv gestaltet werden. Zum Beispiel hat sich im OKH ein neuer Chor gegründet, weil die Lust am Singen da war, aber kein Angebot abseits des Kirchenchors. Von Beginn an wurde das OKH stärker aus der Sicht der Nutzer:innen als aus der des Publikums gedacht: Wer wird den Raum zukünftig bespielen und wie müssen wir diesen gestalten, damit ihn möglichst viele nutzen möchten und auch können? Welche Rahmenbedingungen braucht es dafür? Dabei wird bei Entscheidungen immer versucht diejenigen einzubeziehen, die es betrifft. In der Region gibt es auch eine Szene an Regionalentwickler:innen. Der Wunsch, die Region zu transformieren, ist groß. Der Gedanke, die Region durch und mit Kultur zu verändern, ist stark verankert: die unmittelbare Umwelt schöner zu machen und sich dadurch dort, wo man wohnt, wohler zu fühlen. Zudem gibt es

feministische Ansätze, gegen patriarchale, konservative Strukturen Orte zu gestalten, an denen sich FLINTA-Personen wohlfühlen und vernetzen können. Dies sind Strukturen, die im ländlichen Raum oft fehlen.

Kultur einfach machen

Das OKH dient jungen Künstler:innen und Kulturarbeiter:innen als Raum, um sich mit wenig Risiko ausprobieren zu können. Diese Zielgruppen zu begleiten, zu beraten und gut durch ihre erste Veranstaltung zu führen, sind elementare Bestandteile der Kulturarbeit vor Ort. Dabei gilt es, mit oft ganz einfachen Mitteln schöne Ergebnisse und Erlebnisse zu erzielen. Ähnlich digitaler Präsentationsplattformen versuchen wir den physischen Raum für unterschiedliche Ausdrucksformen, Ideen und Interessen leicht zugänglich und einstiegsgünstig zu halten. Wir setzen dabei auf schnelle und klare Kommunikation, vereinfachte Abläufe durch leicht zu bedienende Infrastruktur, die wir laufend weiterentwickeln (so gibt es beispielsweise ein Lichtmischpult oder Tontechnik, die auch für Unerfahrene zu bedienen sind) und einen überschaubaren Organisationsaufwand. Gleichzeitig kommunizieren wir klare Nutzungsbedingungen und Regeln, wie dieser Raum zu nutzen ist. Beispielsweise wird das Programm im OKH bereits seit 2013 gemäß den Green-Event-Standards veranstaltet. War dies zu Beginn ein Angebot an alle anderen Veranstalter:innen, diese Maßnahmen ebenfalls umzusetzen, indem beispielsweise Mehrwegbecher zur Verfügung gestellt oder Bio-Caterings weiterempfohlen wurden, ist es seit letztem Jahr für alle, die im Haus veranstalten möchten, Pflicht, Mehrwegbecher zu nutzen.

Alle, die das OKH mitaufgebaut haben, waren einmal Publikum und wollten irgendwann selbst den Rahmen gestalten und über Themen, auftretende Künstler:innen und den Ort bestimmen. Etwas, das uns wichtig war, fehlte und wir waren bereit, sehr viel Freizeit zu investieren. Heute ist der Gründungsgedanke, Kultur zu machen und einen Ort dafür zu gestalten, selbst zur gelebten Kultur geworden. Diese prägt die Kulturarbeit von Haupt- und Ehrenamt im OKH Vöcklabruck nachhaltig.

Factbox

Getragen wird das OKH vom Verein Kunst- und Kulturhaus Vöcklabruck: Dieser gründete sich 2007 mit dem Ziel, ein kulturelles Präsentations- und Produktionszentrum in Vöcklabruck zu schaffen. Nach einer Bausteinaktion 2010 und Minimaladaptierungen eröffnete der Verein 2012 das Kulturhaus im ehemaligen Krankenhaus. Die Stadtgemeinde stellt das Haus mietfrei zur Verfügung. Nutzung und Vergabe von Räumen liegen beim Team des OKH Vöcklabruck. Raumarbeiten und ähnliche Entwicklungen werden selbst übernommen. Größere Investitionen, die nicht durch Ehrenamt gedeckt und durch das hauseigene Budget nicht ermöglicht werden können, werden von der Stadtgemeinde finanziert. Zuletzt wurde der Verein mit dem Österreichischen Kunstpreis 2021 ausgezeichnet.

Jolanda de Wit

1984 geboren, ausgebildete Sozialarbeiterin aus Vöcklabruck. Seit 2010 engagiert für den Aufbau des OKH Vöcklabruck, welches 2021 vom BMKÖS mit dem Österreichischen Kunstpreis ausgezeichnet wurde. Seit 2012 Ko-Sprecherin des Vereins und seit 2018 als Community-Managerin im OKH tätig. Wunsch für die Zukunft: stärkeres politisches Verantwortungsbewusstsein für eine menschliche und lebenswerte Zukunft.

Das OKH – Offenes Kulturhaus Vöcklabruck

ist seit 2012 kultureller Regionalversorger und gleichzeitig Möglichkeitsraum für Zukunftsmodelle. Der kulturelle Austausch und die Vielfalt zeitgenössischer Kunst bilden ein Stück urbaner Insel mit Ankerfunktion an der Vöckla. Am Areal des alten Krankenhauses werden überregionale Impulse gesetzt – getragen, belebt und weiterentwickelt durch das gemeinnützige Engagement vieler.

okh.or.at

Quelle

John Wright: Research digest. Everyday creativity, 2022.
culturehive.co.uk/CV/resources/everyday-creativity/2

Am Land gibt es kein
Publikum, es gibt nur
„die Leit“.

Gunilla Plank,
muraerInnen

„Und? Worn't wui ane Leit do?“ ¹

Grundsätzlich: Am Land gibt es kein Publikum, es gibt nur „die Leit“. „Die Leit“ sind das, was in urbanen Räumen als „die Gesellschaft“ bezeichnet wird, nur unmittelbarer und direkter.

„Die Leit“ sind die undefinierbare Menge, die sich eine Meinung bildet, die über dich redet, die Urteile fällt und gern auch ein Scherflein drauflegt beim Verbreiten dessen, was wirklich passiert ist. Es sind jene, die still werden, wenn du dich ihnen näherst, die von der anderen Straßenseite ganz genau herüberschauen, wenn du vorbeigehst. „Die Leit“ sind jene, die dich am Samstagvormittag, wenn du mit dem Milchpackerl an der Kassa stehst, noch gezeichnet von der Veranstaltung am Vorabend, fragen: „Und? Worn't wui ane Leit do?“

Die Frage ist komplex. Darin verbirgt sich nämlich der generelle Zweifel, ob das überhaupt jemanden interessiert, was du da machst. Zugleich steckt Neugier darin, **wen** es wohl interessiert haben könnte. Wenn man dann den Anfänger*innenfehler macht und mit einem Ja antwortet, dann zerfallen „die Leit“ plötzlich in Individuen.

„Wer wor den oller?“ ²

Das ist die klassische Folgefrage. Damit werden all jene identifiziert, die sich aus dem Rudel herausgelöst haben, und Überlegungen zu deren Beweggründen, deine Veranstaltung zu besuchen, angestellt. Die Anonymität des Publikums, die in Ballungszentren üblich ist, existiert am Land nicht. „Die Leit“ sind vorsichtig und skeptisch, wenn jemand etwas Neues anfängt.

Einerseits gibt es die unverfänglichen, meist traditionellen oder zumindest konservativ angelegten Veranstaltungen, zu denen man hingehen kann oder sogar soll, weil es alle tun: Zeltfeste, Frühjahrskonzerte, Bauerntheater, Faschingsfeste. Dabei macht man sich nicht verdächtig.

Gunilla Plank

wurde am Land in Oberwölz (Stmk.) sozialisiert. Sie ist Obfrau des Vereins murauerInnen, Projektbegleiterin von Iron Women, Mitglied des Women*s Action Forum und derzeit als selbstständige Kulturaktivistin mit Schwerpunkt Regionalentwicklung tätig.

Die murauerInnen

sind ein Frauennetzwerk, das mit viel Freude, Humor und gegenseitiger Unterstützung den angewandten Feminismus am Land praktiziert. Konsequentes Rumnerven in patriarchalen Strukturen inklusive.

facebook.com/murauerInnen

Andererseits gibt es feministische Konzerte, Lesungen zur nationalsozialistischen Vergangenheit, Vorträge über existenzielle Krisen. Das ist dann etwas ganz anderes.

Filmvorführungen zum Thema Häusliche Gewalt: „Warum war sie wohl dort?“; „Mit wem ist die nochmal verheiratet?“; „Traust dem sowas zu?“

Daher kommen oft nur wenige Zuseher*innen, die Veranstaltung säuft ab. Dann steht man auf der Bühne, versucht, mit professionellen Worten und guter Laune den in letzter Minute herangeschafften Anwesenden – Mutter, Tante und beste Freundin, dicht aneinandergedrängt in der zweiten Reihe – zu erklären, wie toll und wichtig es ist, dass sie heute da sind.

Übel ist sowas, man stirbt allerdings nicht daran, auch wenn es sich in dem Moment so anfühlt. Man wächst und man lernt, wie viel

man aushält, wie lange man braucht, um sich wieder aufzurichten, wie „die Leit“ funktionieren und was wirklich wichtig ist. Am Land. Wesentlich ist zum Beispiel das direkte und unmittelbare Kommunizieren der Veranstaltungen. Man muss benennen, was passieren wird, wann, warum und wie alles ablaufen wird. Keine geschraubten Sätze, keine Worthülsen und Floskeln, sondern klar sagen, was Sache ist.

„Die Leit“ sind nämlich nicht deppert, sie sind vorsichtig, vor allem die Frauen. Sie spüren, wenn man es ernst meint. Dafür braucht es Zeit, Beziehungsarbeit und Vertrauensaufbau. Strukturförderung ist das Zauberwort, denn diese kulturelle Care-Arbeit finanziert sich nicht von selbst und muss langfristig gedacht werden. Verbindungen gehören aufgebaut, gefestigt und erweitert, bis zu dem Punkt, an dem man nicht mehr „für die Leit“, sondern „mit die Leit“ etwas macht. Dann gedeihen die Projekte und man steht im Zentrum, während sich die Dinge rundherum neu ordnen, weil sich die Menschen persönlich angesprochen fühlen und weil alle, die da sind, auch mit ganzem Herzen dabei sind.

Und wenn du dann am Samstagvormittag mit deinem Milchpackerl an der Kassa stehst, noch gezeichnet von der Veranstaltung am Vorabend, dann traut sich plötzlich niemand mehr nachzufragen, aus Angst, du könntest die Gegenfrage stellen:

„Und? Wo wirst du eigentlich gestern?“³

Verweise

- S. 286 Denice Bourbon, PCCC* and Her Audience
- S. 23 Lisa Gaupp, Macht oder Ermächtigung? Kulturpublikum zwischen Inklusion und Exklusion
- S. 206 Katrina Petter, Verbündete der Kommunikation
- S. 163 Stefania Pitscheider Soraperra, Wer ist unser Publikum?

¹ Worn't wui ane Leit do?

(Waren tatsächlich Leute dort?) Übersetzung: Ich gehe davon aus, dass deine Aktivitäten nicht das geringste Interesse bei der ländlichen Bevölkerung hervorrufen und würde mir diese Annahme von dir gerne bestätigen lassen.

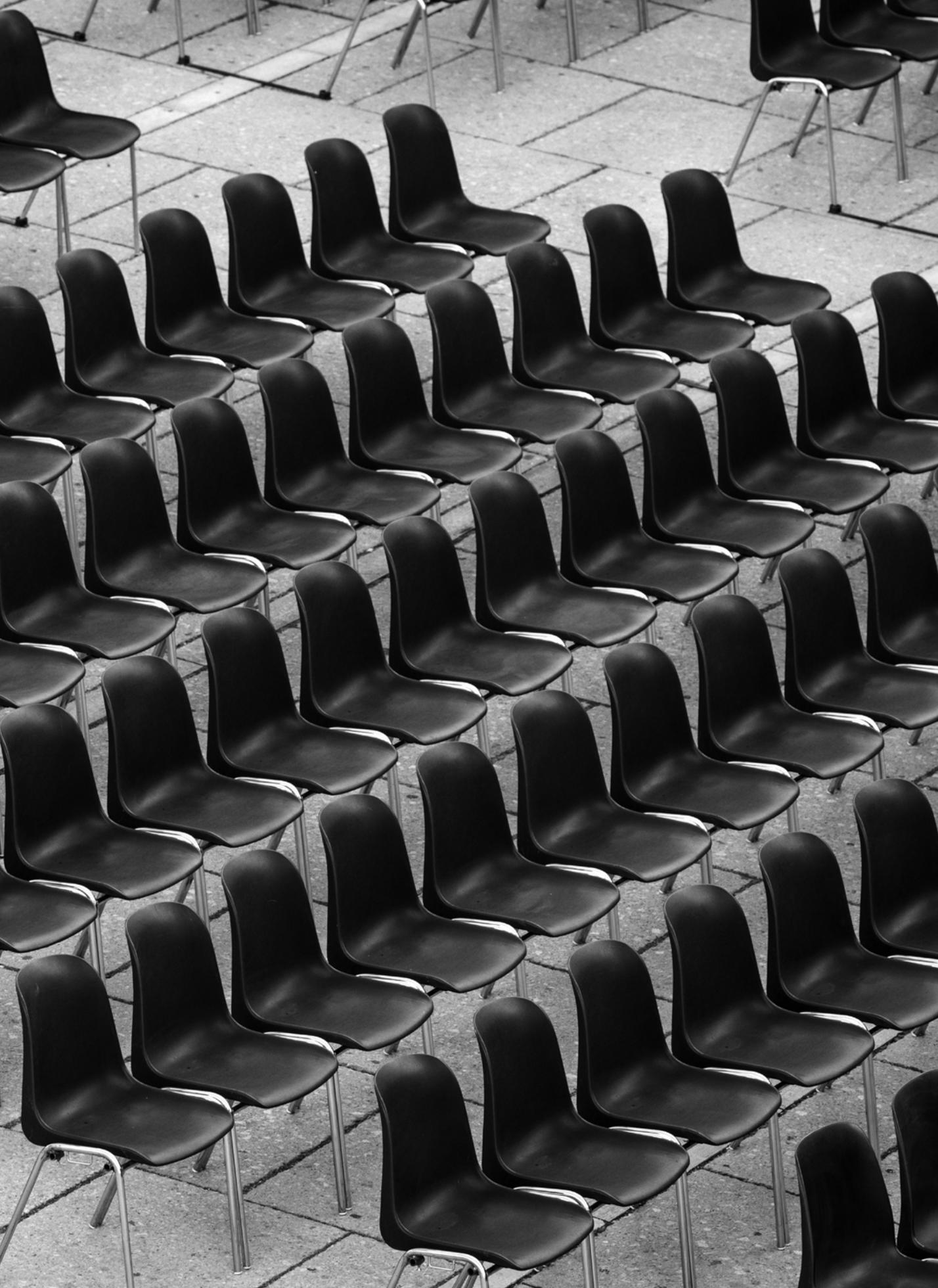
² Wer wor den oller?

(Wer war denn dort?) Übersetzung: Da tatsächlich jemand dort gewesen zu sein scheint, hätte ich gerne detaillierte Informationen zu den gestern anwesenden Personen, um eine exakte soziale und gesellschaftliche Positionierung deiner Person durchführen zu können.

³ Und? Wo wirst du eigentlich gestern?

Übersetzung: Nachdem du mir jahrelang mit deinen unangenehmen Fragen nicht nur emotional zugesezt, sondern mich auch permanent als Außenseiterin abgestempelt hast, möchte ich die Gelegenheit nutzen, dir mitzuteilen, dass gestern etwas Großartiges passiert ist. Ohne dich!





Kapitel 3
Kommunikation und
Information
Valerie Besl
Verena Strasser
Martin Kitzberger
Katharina Nöstlinger und
Lorenz Seidler
Istvan Szilagyi
Aron Stiehl
Jasper Sharp
Michael Zechmann-Khreis



Das dritte Kapitel versammelt Einblicke in verschiedene Praxen der Kommunikations- und Vernetzungsarbeit, von Film über Theater und bildender Kunst bis hin zu Festivals. Die Fragestellungen lauten: Wie erreiche ich „mein“ Publikum? Wie kann Informationsarbeit unter diversen Vorzeichen gestaltet werden? Und wie pflege ich demokratische Beziehungsarbeit, die über rein informative Kommunikation hinausgeht? Wie kann ich mein Publikum im Dialog fordern und wie mache ich es zu einem Verbündeten?

Und weiter: Was sind neue Herausforderungen in der Kommunikation? Wie kann österreichische Kunst einem internationalen Publikum zugänglich gemacht werden? Und über welche Kanäle können institutionsübergreifende Initiativen landesweite Sichtbarkeit für Kunst- und Kulturprogramme generieren?

Wer sind wir und wie wollen wir erzählen

Valerie Besl,
vielseitig ||| Kommunikation

Das Publikum ist das Publikum. Es ist im besten Fall euphorisch und manchmal gelangweilt. Es fühlt sich still bestätigt und empört sich dann wieder sehr gerne auch lautstark. Es wird manchmal älter und bleibt dann doch wieder ewig jung. Und dann fläzt es mal lieber zuhause auf der Couch und liest und streamt oder wird uns in anderen Häusern untreu. Wie das eben in Beziehungen so ist.

Wenn wir uns also die Frage stellen, wo das Publikum geblieben ist – und zahlreiche Studien zu Audience Development zeigen, dass sich diese Frage nicht erst in pandemischen Zeiten aufgetan hat, sondern Kultureinrichtungen schon viel früher ein verändertes Nutzerverhalten feststellen mussten – dann hilft es vielleicht zuerst einmal festzuhalten, dass das Publikum dort ist, wo es immer war.

Ihm vorzuwerfen, dass es nicht die eine, fassbare Gruppe an Menschen ist, die es mit diversen Marketingwerkzeugen in die Zange zu nehmen gilt, würde ihm und uns nicht gerecht werden, weil es das Pferd von hinten aufzäumt, was bekanntlich in den seltensten Fällen gut ausgeht. Das Publikum braucht vielleicht einfach nicht mehr das, was wir glauben, ihm auf eine bestimmte Art zu vermitteln.

Sodass ganz zu Beginn die viel zielführendere Frage sein muss: Wer sind wir, die wir Kultur schaffen? Sind wir authentisch in dem, was wir tun, was wir wollen? Sind wir in Zeiten der Auf- und Abweichung von Fakten und Verbindlichkeiten konsequent im Vertreten unserer Werte und verlässlich im Umsetzen unserer künstlerischen Ansprüche? Ist das, was wir vermitteln wollen, dringlich und unverwechselbar genug, dass es sich lohnt, es zu sehen und zu hören?

Und wenn wir jetzt immer noch nicken: Wie wollen wir dann über uns erzählen – vor allem dann, wenn wir damit immer weniger Menschen erreichen?

Wer sind wir

Die Frage nach dem Verbleib des Publikums ist also nicht zuvorderst eine Debatte über die Aktualität von Inhalten und die Zeitgemäßheit von Formen entlang eines nivellierenden, größten gemeinsamen Nenners. Und dennoch muss sich eine Kultureinrichtung die Frage beantworten können, warum genau diese Geschichte, dieses Thema, genau so und gerade jetzt erzählt werden muss. Denn ist diese Dringlichkeit als emotionalisierender Wert nicht vorhanden: Wie kann dann unsere Einladung als Gastgeber:innen, sich ein bestimmtes Stück anzusehen, glaubhaft formuliert, vom Publikum nachvollzogen und neugierig angenommen werden? Denn bevor eine Besucherin, ein Besucher überhaupt erst Platz nimmt, müssen sie und er sich ganz direkt auch von uns gemeint fühlen.

Verweise

→ S. 249 Kira Kirsch, *All over Vienna* – eine Reise mit dem Publikum

→ S. 206 Katrina Petter, *Verbündete der Kommunikation*

→ S. 72 Gunilla Plank, *Am Land gibt es kein Publikum*, es gibt nur „die Leit“.

→ S. 163 Stefania Pitscheider Soraperra, *Wer ist unser Publikum?*

Bei der Bindung von Besucher:innen wird von der Stadt aus ganz gerne aufs Land geschickt, im direkten Vergleich aber doch gleich abgewunken. Schließlich müssten sich die gut besuchten Festivals dort ja nicht gegen ein tägliches Überangebot im hochgetakteten städtischen Kulturkalender durchsetzen. Dabei wird viel zu selten genauer hingesehen, wer denn diese Menschen sind, die ein sogenanntes „kulturfernes“ ländliches Publikum scharenweise begeistern, wie sie es gezielt ansprechen und wie sie es schaffen, eine verbindliche Beziehung aufzubauen und diese zu pflegen.

Denn in den meisten Fällen ist es nicht eine Frage des verfügbaren Angebots. Und die zielführende Währung nicht das Marketingbudget, sondern die vielen persönlichen, regionalen Netzwerke, die alle am Projekt Beteiligten anwerfen. Sei es, um dort mit einer Bewerbung präsent zu sein, vor allem aber, um in selbigen mit ihrer persönlichen Empfehlung die wohl verbindlichste Einladung auszusprechen. Dass man die Säle im (fast) täglichen Spielbetrieb großer städtischer Häuser nicht mit den Netzwerken der Mitarbeiter:innen füllen kann, ist nachvollziehbar. Aber tragen alle Beteiligten die jeweiligen Inhalte mit Begeisterung nach außen? Und wenn nicht, warum eigentlich nicht? Dazu kommt, dass bei Kulturveranstaltungen am sogenannten Land der Begriff des Publikums vielfach über ein Interessensgemenge hinaus gedacht wird: Das Publikum, das sind die Menschen der jeweiligen Region, die es zu erreichen gilt. Was in der Regel das Verständnis voraussetzt, dass zuallererst für diese Menschen programmiert und inszeniert wird. Kulturarbeit als Beziehungsarbeit auf Augenhöhe.

Und wie wollen wir erzählen

Bis vor einigen Jahren gab es noch klare inhaltliche Zuständigkeiten in den Kulturredaktionen, jeder Zielgruppe konnte ihr Medium zugewiesen werden, um sie darüber je nach Inhalten anzusprechen. Verkaufszahlen von Büchern wurden an printmedialen Auflagezahlen festgemacht, eine große redaktionelle Besprechung verhalf noch gesichert zum Buchbestseller oder zu ausverkauften Theatersälen. Print-Auflagezahlen von Zeitungen und Zeitschriften sind die Messlatten von gestern. Und das Nutzer:innenverhalten ist heute ein gänzlich anderes, viel schwerer einordenbares. Als digitale Informationsquellen dienen nicht nur journalistisch bespielte, faktenbasierte Seiten von Medienhäusern, sondern vermehrt die Kanäle der sozialen Medien. Auch die mediale Verweildauer und die Wege durchs Netz sind individueller und sprunghafter, und es ist daher weniger nachvollziehbar geworden, wie sich informiert wird. Und doch können wir versuchen, unserem Publikum zu folgen, uns auf seine digitale Spur zu begeben. Nicht algorithmisch analysiert gedacht, sondern aus einer thematisch-inhaltlichen Perspektive heraus.

Vergleicht man Informationsquellen mit einer gedruckten Tageszeitung, so dienen die einzelnen, nach Ressorts gegliederten Teile der inhaltlichen Orientierung. Die digitale Entsprechung gibt zwar diese Ordnung wieder, verknüpft aber die einzelnen Inhalte thematisch miteinander. Der Wirtschaftsteil wird dann nicht mehr automatisch zur Seite gelegt, weil er digital über ein Thema mit anderen Teilen verlinkt ist und jedes Ressort zum Weiterklicken in andere einlädt. Eigentlich auch nichts

wirklich Neues, denn die wenigsten Besucher:innen denken in ihrem Kulturkonsum in Ressorts, Sparten oder Genres, sondern interessieren sich für die unterschiedlichen Aspekte unserer Lebenswelt.

Was heißt das also für die Kommunikation mit unserem Publikum? Wenn wir unseren Besucher:innen auf ihren Spuren folgen, so müssen wir mit unseren Erzählungen in alle Informationskanäle vordringen und sie dort platzieren. In der Medienarbeit gelingt das nur, wenn wir thematisch kommunizieren, mit unseren Geschichten zusätzlich in anderen Ressorts landen, gedankliche Verbindungen schaffen und Themen mit neuen Denkansätzen ins Gespräch bringen. Das Publikum, das sind auch hier die Leser:innen eines Mediums, die es zu erreichen gilt.

Und wir müssen die jeweilige Sprache des jeweiligen Kanals sprechen, über den wir kommunizieren. Da unterscheidet sich das städtische nicht vom ländlichen Umfeld, weil die medialen Kanäle da und dort dieselben sind. Viel wichtiger ist es, das jeweilige Publikum als unser Gegenüber wie in einem persönlichen Gespräch stets vor Augen zu haben, es im direkten Diskurs und nicht auf einer Metaebene anzusprechen, damit es sich von uns gemeint fühlt. Und in dieser Ansprache authentisch und wiedererkennbar zu bleiben. Denn jede an unser Publikum gerichtete Erzählung ist ja immer eine Art Versprechen, das wir einlösen müssen, sobald sich der Vorhang hebt. Und auch in der Ansprache von neuen, verheißungsvollen Zielgruppen erreichen wir nichts, wenn wir uns inhaltlich oder im Jargon anbieten. Denn auch hier geht es um den Aufbau einer Beziehung, die unter schlechten Vorzeichen steht, wenn wir uns über- und unser Gegenüber unterschätzen.

Unser Denken in Zielgruppen entspricht wie das Denken über die Ressortgrenzen hinaus viel mehr dem Publikum, dessen Interessenslage ja vielfach geneigt sein kann. Wir müssen also in der sogenannten Zielgruppenarbeit abseits der von uns bespielten Kanäle vor allem kooperativ denken, uns mit neuen Partner:innen vernetzen, die sich nicht immer nur im Spektrum einer gemeinsamen Schnittmenge bewegen. Das Publikum sind vielleicht

Valerie Besl

studierte Germanistik und Geschichte. 2008 gründete sie die Agentur vielseitig ||| Kommunikation in Wien. Seither beschäftigt sie sich mit Medienarbeit, PR sowie der Konzeption und Umsetzung von Veranstaltungen mit Schwerpunkt Literatur, Film, Theater und Bildende Kunst. Aktuell begleitet sie u. a. das Rabenhof Theater, die Musicbanda Franui oder den Stadtkino Filmverleih. Valerie Besl freut sich jedes Mal aufs Neue, wenn es still wird im Saal und die Zuschauer:innen einmal mehr gebannt sind von dem, was vor ihnen auf Bühne und Leinwand passiert.

vielseitig.co.at

nicht immer alle, aber doch viel mehr, als wir in der Regel erreichen. Thematisch gedacht und befüllt können so ergänzende Verbindungen entstehen und – wechselseitig – viel eher bisher nicht erreichte Zielgruppen angesprochen werden. Aber zuerst einmal müssen wir uns wieder auf Augenhöhe bewegen: bei partizipativen Projekten des Austauschs dem Publikum zuhören, nicht vom Bühnenrand herab, sondern aus seiner Mitte heraus. Nur so entstehen im **Community Building Schnittstellen als gemeinsamer Anker und Plattformen als gemeinsame Basis**.

Es gelingt uns nicht immer, das oben Angedachte vollumfänglich umzusetzen, vor allem, wenn die unterschiedlichsten Ressourcen dafür fehlen. Immer bedenken sollten wir aber zumindest, dass wir unser Publikum nicht nur an einem der wohl schönsten Orte der Begegnung treffen, sondern diese Begegnung schon viel früher beginnt.

Publikum als Wissenstransfer- netzwerk

Verena Strasser,
Community Building Austria

Community Building Austria (CBA) beschäftigt sich seit 2019 mit Strategien und Erfahrungen im Aufbau von Communitys. Alle Gründungspersonen kommen aus dem Kunst- und Kulturbereich und sie einte damals die frustrierende Erfahrung, neben dem, was man eigentlich machen wollte – Kunst und Kulturprojekte – auch noch Werbung machen zu müssen. Flyer verteilen? Auf Social Media Beiträge kommentieren, liken, sharen? Auf Facebook Freund:innen und Bekannte zur Veranstaltung einladen? Dauert ewig, nervt und dann kommen doch nur wenige. Information und Kommunikation ist ein Tätigkeitsfeld, das oft zu wenig Ressourcen hat. Hier setzt Community Building an.

Einer der vielen Vorteile von Community Building gegenüber anderen Formen der Kommunikation ist, dass die Ressourcen, die für Kommunikation nötig sind, tendenziell eher abnehmen als zunehmen. Wer Teil einer stabilen Community ist, geht weniger leere Meter, weil Kommunikationsmaßnahmen stark auf die Bedürfnisse und Interessen der Community abgestimmt sind. Brauchen wir eigentlich noch Facebook? Frag deine Community.

Als Community-Expert:innen wissen wir, dass Information im Community Building keine Einbahnstraße ist. Beteiligungsmöglichkeiten sind nicht nur ein wichtiges Sounding Board für das künstlerische wie nicht-künstlerische Angebot, sondern liefern auch Input für die Weiterentwicklung der künstlerischen Organisation. Dabei ist es für Community Building grundsätzlich unerheblich, ob Konzerthaus oder ehrenamtlicher Kulturverein.

Im Zentrum von Community Building steht eine wertebasierte Zusammenarbeit aller Dialoggruppen, die an einer Gemeinschaft beteiligt sind. Machen wir es an einem Beispiel konkret: Wir verstehen „Burgtheater“ auf drei Ebenen: als physischen Ort, als konkrete Organisation und Arbeitsplatz und als Kulturraum. Zur Burgtheater-Community gehören für uns alle Personen und Personengruppen, die in Aufbau und Weiterentwicklung der Gemeinschaft, die den Kulturraum „Burgtheater“ mitgestaltet, nachhaltig und aktiv involviert sind.

Community Building bedeutet für uns die strategische, nachhaltige Entwicklung einer sinnstiftenden Gemeinschaft. Zentral ist also der Mehrwert für die Menschen, die an der Community beteiligt sind. Sehen sie den Sinn ihrer Beteiligung an der Gemeinschaft?

CBA versteht sich als lernende Organisation, die innovative Strategien auch selbst ausprobiert. Für unser Community Resilienz Tool waren wir zuletzt wieder einmal mutig. Wir hatten im Team eine grobe Idee: ein Workshop, den Communitys selbstständig anwenden können, zum Thema Resilienz. Da auch wir unter der Post-Covid-Müdigkeit litten, kamen wir über einen shitty first draft nicht hinaus. Also entschieden wir uns, gemeinsam mit unserer Community an dem Entwurf weiterzuarbeiten. Wir luden ausgewählte Community-Expert:innen ein, achteten auf Diversität und Community Building Mindset. Jede Person wurde persönlich eingeladen, mit einer individuellen Begründung. Die Personen waren also nicht Vertreter:innen einer Gruppe, sondern ganz konkret gemeint. Ihr Mehrwert für CBA war klar. Damit CBA der Mehrwert für die Teilnehmer:innen klar werden konnte, gestalteten wir ein Facilitation-Konzept für unser Treffen, das die Interessen und das Bedürfnis nach Wohlbefinden der Teilnehmer:innen abdecken würde. Nach einem Check-In und einem inhaltlichen Input stellten wir unseren shitty first draft vor. Im Anschluss probierten die Teilnehmer:innen die Elemente des Tools aus. Nach einem gemeinsamen Mittagessen (auch Pausen gehören facilitated) nahmen wir uns viel Zeit für die Reflexion. Dabei war für die Moderation klar, das Community Building Mindset transparent zu machen und zu stärken: Wir lernen voneinander. Wir gehen wertschätzend miteinander um. Wir sind eine Gemeinschaft.

Beim Check-Out hörten wir genau das, was wir uns zuvor als Ziel gesetzt hatten: Die Teilnehmer:innen waren nach sechs Stunden Workshop ausgelaugt und müde, aber auch inspiriert und motiviert. Für uns ein wunderschönes Zeichen: Wir als Organisation hatten viel über die Wirkungsweise unseres Angebots und unsere Zielgruppen gelernt. Wir hatten neuen Input für zukünftige Entwicklungsschritte bekommen und eine neue Community, denn die Teilnehmer:innen wollten sich wiedersehen und weiter voneinander lernen. Die „Community Heads“ – so nennen sich die Teilnehmer:innen unserer Netzwerktreffen jetzt – lernten nicht nur ein neues Tool kennen, das sie auf ihre Bedürfnisse anpassen konnten, sondern lernten von uns Grundzüge zum Aufbau von Communitys und erhielten voneinander Erfahrungen zu Resilienz in der Arbeit mit Gemeinschaften.

Analog kann Publikum von Kulturinstitutionen neu gedacht werden. Keine Abverkäufe, sondern Netzwerktreffen mit klarem Mehrwert für Institution und Publikum. Teilen wir unser Wissen ehrlich und auf gleicher Hierarchieebene miteinander. Dann profitieren die Institution, die angestellte Community Facilitation, die künstlerischen Produktionen, die Kommunikationsabteilung, die Geldgeber:innen und das bestehende wie neue Publikum. Gehen wir aufeinander zu – im Sinne der **Demokratisierung von Kunst und Kultur.**

Verena Strasser

ist Strategin bei Community Building Austria und arbeitet als Produktionsleiterin für Theater-, Tanz- und Performanceprojekte in Deutschland und Österreich. Schon während ihres Studiums der Theater-, Film- und Medienwissenschaft und des Theater- und Orchestermanagements in Wien, Leipzig und Frankfurt am Main sowie aktuell in ihrer Arbeit beschäftigt sie sich intensiv mit den verschiedenen Communities, die es rund um ein Theater gibt oder geben könnte. Besonderen Fokus legt sie hierbei auf das Publikum und vor allem das Nicht-Publikum, das ihrer Meinung nach in Zukunft am Theater mehr mitgedacht und einbezogen werden sollte.

communitybuilding.at

Empfehlungen

- Patrick Glogner Pilz, Patrick S. Föhl: Handbuch Kulturpublikum. Forschungsfragen und -befunde, Wiesbaden 2016.
- Thomas Renz: Nicht-Besucher im Kulturbetrieb. Ein Überblick des aktuellen Forschungsstands und ein Ausblick auf praktische Konsequenzen der Publikumsforschung in Deutschland, in: Birgit Mandel (Hg.): Teilhabeorientierte Kulturvermittlung. Diskurse und Konzepte für eine Neuausrichtung des öffentlich geförderten Kulturlebens, Berlin 2016.
- Martin Tröndle (Hg.): Nicht-Besuchersforschung. Audience Development für Kultureinrichtungen, Berlin 2019.
- Donna Walker-Kuhne: Invitation to the Party. Building Bridges to the Arts, Culture and Community, New York 2005.

Verweise

- S. 224 Christiane Erharter, Maruša Sagadins *B-Girls, Go!* als Signifikant der Community Outreach
- S. 306 Eva Fischer, Hybride Publika
- S. 215 Elisabeth von Samsonow, Das ersehnte ist immer das tatsächliche Publikum
- S. 68 Jolanda de Wit, Heute bin ich im Publikum, morgen Veranstalter:in und übermorgen Künstler:in

Kinogenuss ohne Ende – das nonstop Kinoabo

Martin Kitzberger,
nonstop Kinoabo

Gerade das junge Publikum ist es gewöhnt, jeden Film immer sehen zu können, wann es möchte. Wie kann man diese Form des Medienkonsums mit dem Zauber des Kinos vereinen und dabei auch neues Publikum gewinnen?

Die Kinobranche steht aktuell vor vielen Herausforderungen. Streamingdienste werden eine immer größere Konkurrenz. Filme werden oftmals nur für eine sehr kurze Zeit exklusiv im Kino gezeigt oder sind direkt nach der Veröffentlichung auf Streaming-Plattformen verfügbar. Darüber hinaus kämpft die Branche seit Jahren mit fehlendem Nachwuchs cinephiler Besucher:innen und rückläufigen Besucher:innenzahlen.

Vor dem Hintergrund dieser Herausforderungen wurde das nonstop Kinoabo auch als eine Gegenstrategie von 18 Kinos quer durch Österreich ins Leben gerufen. Die Grundproblematik, gegen die man ankämpfen will, ist: Wie kann man Publikum im Kino halten, junges Publikum ins Kino bringen und vor allem auch für Filme jenseits der großen Blockbuster begeistern, zum Beispiel auch für heimische Filme?

Ein Abo-Modell mag dabei vielleicht auf den ersten Blick ein bisschen altmodisch wirken, ist aber eigentlich der Versuch, den Zauber und die Besonderheit von Kino – nämlich einerseits die liebevolle Kuratierung der Betreiber:innen und Programmierer:innen und andererseits die einzigartige Atmosphäre und Community – mit diesen zuvor beschriebenen Rahmenbedingungen zu verbinden. Quasi eben ein Streaming-Modell für Kinos. Mit besserer Filmauswahl.

Das Programm wird weiterhin liebevoll von den Kinos kuratiert und ausgewählt, aber das Abomodell ermöglicht einen möglichst niederschweligen Konsum. Ich kann einfach ins Kino gehen, wann ich möchte und darauf vertrauen, dass es „irgendeinen“ Film für mich geben wird. Statt endlos durch die Streaming-Angebote zu scrollen und am Ende doch wieder die Lieblingsserie zu schauen, kann man jetzt an jedem beliebigen Abend der Woche einfach ins Programmkino ums Eck.

Martin Kitzberger

hat Kulturökonomie in Rotterdam studiert und dort das Kinoabo-Modell Cineville kennen und lieben gelernt. Seit 2021 arbeitet er gemeinsam mit Wiktorija Pelzer vom Stadtkino im Künstlerhaus an der Umsetzung des nonstop Kinoabos in Österreich, das Anfang 2023 gestartet ist. Derzeit arbeitet er an der Ausweitung des Abos auf weitere Kinos und ein breiteres Publikum. In Zukunft soll das nonstop Kinoabo vielen Menschen regelmäßig die Magie des Kinosaals vermitteln und für fantastische Filmabende sorgen.

nonstopkino.at

Empfehlung

- [Niederländisches Kinoabo-Modell Cineville cineville.nl](http://Niederländisches_Kinoabo-Modell_Cineville_cineville.nl)

Kinos reagieren auf das nonstop Kinoabo und das neue bzw. auch anders konsumierende Publikum auch mit speziellen Angeboten: Werkschauen einzelner Regisseur:innen, Blockbuster vergangener Jahrzehnte, Genrespecials, Kultfilme etc.

Aus den ersten Monaten des Kinoabos haben wir gelernt, dass unser Publikum unterdurchschnittlich jung ist, der:die typische nonstop-Abonent:in ist 29 Jahre alt. Das „normale“ Durchschnittsalter von Programmkinobesucher:innen in Österreich liegt mit über 50 Jahren um einiges höher. Wir erreichen diese ältere Zielgruppe mit dem Abo aber noch nicht so gut, viele Angebote von nonstop sind stark digital verhaftet. Wie man diese Altersgruppe für nonstop, aber auch für Kino generell begeistert, wird sicher ein Thema für das kommende Jahr werden.

Martin Kitzberger,
Geschäftsführer

Was wir außerdem sehen, ist die Experimentierfreudigkeit des Publikums. Natürlich wollten im Sommer 2023 alle *Barbie* sehen, aber genauso eben kleinere Dokus, ältere Arthouse-Hits oder Nischenfilme.

Wie sich das Ganze entwickeln könnte, kann man in den Niederlanden sehen, wo es ein ähnliches Modell – Cineville – bereits seit 15 Jahren gibt. Angefangen hat das Projekt in Amsterdam, mittlerweile sind mehr als 60 Kinos über das ganze Land verteilt bei Cineville dabei. In Holland gibt es quasi keine schwer zu vermarktenden Arthouse-Filme mehr – es sind Cineville-Filme. Ich kenne das aus meiner eigenen Cineville-Erfahrung während meines Studiums in Rotterdam. Kino war in meinem Freundeskreis die natürlichste Abendgestaltung. Nach der Uni und vor der Bar ging es ins Kino. Oftmals ohne zu wissen, welcher Film überhaupt läuft. Es war klar, es wird „irgendeinen“ Film für uns geben, den Kinobetreiber:innen für uns ausgesucht haben. Und wenn ein Film mal den Ansprüchen oder dem Geschmack nicht genügt hatte, ging man einfach die nächsten Tage wieder in einen anderen Film.

nonstop Kinoabo,
Wien

Filme ermöglichen es uns, innerhalb von 90 Minuten in andere Lebensrealitäten einzutauchen oder auch kurz der Wirklichkeit zu entfliehen. Filme unterhalten und bilden, sie lösen Emotionen aus, sie sorgen für Diskussionsstoff. Die Möglichkeit, dem Publikum eine große Bandbreite dieser Momente zu schaffen und dabei einen niederschweligen Zugang zu bieten, ist das cinephile Ziel von nonstop. Die ersten Schritte dafür wurden bereits gemacht, aber der Weg ist noch ein Stück weiter.

Verweise

- S. 128 Stefan Huber, „Mir ist langweilig.“
- S. 158 Matthias Naske, Publikum oder Publika
- S. 236 Yannick Steinkellner, Das (fast) offene Format
- S. 124 Anja Sczilinski, Wir brauchen selbstbewusstes Theater für junges Publikum!

Der Zeit ihre Kunst, der Kunst ihre Kommunikation.

Katharina Nöstlinger und Lorenz Seidler,
eSeL

Die Erweiterung der eSeL-Kommunikationskanäle
vom E-Mail-Verteiler der späten 1990er-Jahre zu
neuen Kanälen für Communitys und zu
Messenger-Diensten

„Kunst kommt von Kommunizieren!“ lautet die Maxime der Plattform eSeL.at, die seit bald 25 Jahren als Schnittstelle zwischen Künstler*innen, Museen, Institutionen und kunst- und kulturinteressiertem Publikum dient. Ein akribisch geführter Kunstkalender bietet, gemeinsam mit unermüdlicher fotografischer Dokumentation, Überblick und Empfehlungen des Wiener Kunstgeschehens, ergänzt um subjektive Berichterstattung via soziale Medien und wöchentliche Newsletter. Die eSeL REZEPTION im MuseumsQuartier Wien dient als Ausstellungsfläche, Arbeitsplatz und Auskunftsbüro. eSeLs Kunstprojekte stellen ergänzend gezielte Aspekte zeitgenössischer Kunst humorvoll zur Diskussion.

Der Ursprung: eSeL Mehl

Mittels der performativen Identität eines unermüdlich über Kunst forschenden eSeLs begann Lorenz Seidler (damals als Student der Kunstgeschichte) 1998, sich mithilfe seines persönlichen Kalenders den Kunstbetrieb zu erschließen und diesen Überblick via eSeL Mehl-Newsletter zu verbreiten, nicht zuletzt, um darin neben anderen Empfehlungen auch auf die eigene Radiosendung Radio eSeL. Die Sendung mit dem Schaf auf Radio Orange 94 hinzuweisen. Zugleich experimentierte SL unter dem Pseudonym eSeL als Blogger mit neuen Formaten digitaler Kunstberichterstattung.

Der Newsletter eSeL Mehl wuchs schnell. Bald freuten sich tausende Abonent*innen über interessensspezifische Empfehlungen in ihren damals noch weniger strapazierten Inboxes. Die Popularität des Newsletters nahm vorweg, wie geteilte Interessen im digitalen Raum „Community-Kanäle“ und in Folge auch soziale „Bubbles“ hervorbringen, die mit dem Anspruch auf Allgemeingültigkeit von „Leitmedien“ zunehmend konkurrieren.

Professionalisierung und Medienwandel: der Schwarm

Mit zunehmender Professionalisierung, einem wachsenden eSeL-Team und der – durchaus ambivalenten – „Demokratisierung“ der Medienlandschaft durch Social Media eröffnete sich die Chance, die eigene Bubble zu erweitern und der Pluralität der Gesellschaft durch den Kontaktaufbau zu neuen Publikumsgruppen gezielt gerecht zu werden. Dafür entwickelt sich seit dem Jahr 2021 das Blogger*innen-Netzwerk eSeLSCHWARM als wechselndes Team von „Botschafter*innen“ aus unterschiedlichen Communitys. Deren individuelle Perspektiven auf Kunst- und Kulturerleben in Wien werden auf den eSeL-Kanälen verbreitet, zugleich vermitteln die eSeLSCHWARM-Mitwirkenden in den eigenen Social-Media-Kanälen ihre Erfahrungen mit Kunst an ihre Communitys. Mit der Einbindung von „Micro-Influencer*innen“ geschieht eine aktive und umsichtige Erweiterung von Publikumsgruppen, mit der Intention, das ursprüngliche (Selbst-)Ermächtigungsmoment von eSeL und die Reichweiten der etablierten Kanäle an neue Generationen und Communitys weiterzugeben. Die eSeLSCHWARM-Botschafter*innen werden eingeladen, Kunstangebote zu erproben, aber auch eigene Programmempfehlungen zu ergänzen, Nischen zu erforschen und ihre Eindrücke sichtbar zu machen.

Das Kernstück: der Kalender

Parallel erweiterte sich die Kalenderplattform als moderierter Überblick um unterschiedliche Szenen, Disziplinen und deren Programmangebote. Die Neugestaltung der Website dient erneut als Denkanstoß, ob, wie und welche zusätzliche(n) Zielgruppen erreicht werden sollen und wie gleichzeitig der ursprüngliche, widerständige Spirit des Grautiers erhalten bleibt. Weiterhin steht nicht die Maximierung von Reichweite, sondern eine Präzisierung der Ansprache von Nutzer*innengruppen im Vordergrund.

Kommunikationskanäle erweitern: Telegram

Mit dem Aufbau des eSeL48hours Tipp-Telegram reagierte eSeL auf neueste Medienentwicklungen und erweiterte sein Repertoire um einen weiteren Kanal. Nur zwei Kunstempfehlungen pro Tag – eine aus dem „etablierten“ Wiener Kunstangebot und ein Geheimgewinn aus den und für die eSeLSCHWARM-Communitys – werden direkt über den Messenger-Dienst Telegram an die Abonnent*innen des Kanals versandt. Damit versorgt eSeL dort mit Kunstinformationen, wohin sich der Kommunikationsalltag, vor allem in den kommenden Jahren, verlagern könnte – auf das Smartphone und ins Private. Diese Bewegung, weg von öffentlichen Plattformen, bedeutet auch ein Abwenden von deren kommerzieller Verwertung von User*innendaten, den dort vorherrschenden Inszenierungszwängen und nicht zuletzt der algorithmischen Vormoderation davon, welche Inhalte überhaupt ihr Publikum erreichen.

Nachhaltigkeit und Transparenz: die Wissenschaftsabteilung

Seit diesem Jahr wird eine wissenschaftliche Verwertbarkeit der eSeL-Kalenderdatenbank als „europäisches digitales Kulturerbe“ umgesetzt

Verweise

→ S. 286 Denice Bourbon, PCCC* and Her Audience
→ S. 300 Jan G. Grünwald, Das Publikum im digitalen Zeitalter – Annäherungen eines Pädagogen
→ S. 206 Katrina Petter, Verbündete der Kommunikation
→ S. 262 Thomas Trabitsch, Queering the Museum

und eine Wissenschaftsabteilung im eSeL-Team etabliert. Diese wird die umfangreichen Datensammlungen der Plattform in den kommenden Jahren sowohl für die Forschung als auch für „Citizen Science“-Erkundungen durch „Lai*innen“ aufbereiten.

Die Konstante: eSeLs Ambition

Kunst wird für eSeL erst durch die Rezeption des Publikums zur Kunst. Kommuniziert werden Informationen, die Kunst auf Augenhöhe erfahrbar machen sollen – mit dem Ziel, auch jene zu ermutigen, die vielleicht noch keine Freude in der Auseinandersetzung mit Kunst finden konnten. Tradierte Konventionen der Kunstrezeption sollen hinterfragt und neue erprobt werden, vom eSeLSCHWARM bis hin zu den individuellen Nutzer*innen des eSeL-Informationsservices. Das Einladen und Sichtbarmachen unterschiedlicher Perspektiven dient Institutionen und Künstler*innen als Feedback. Statt sein Publikum zu „erziehen“, soll das System Kunst dazu „erzogen“ werden, der heutigen Gesellschaft in ihrer Diversität Rechnung zu tragen.

Katharina Nöstlinger und Lorenz Seidler,
wissenschaftliche Mitarbeiterin und
Leiter

eSeL,
Wien

Katharina Nöstlinger

hat sich an der Universität Wien (Publizistik- und Kommunikationswissenschaft und Gender Studies) u. a. mit unterschiedlichen Marginalisierungen im Kunst- und Kulturbetrieb sowie dem Queeren von Ausstellungstexten in Museen beschäftigt. Nun arbeitet sie bei eSeL an der wissenschaftlichen Aufbereitung der Kalenderdatenbank und freut sich darauf, wenn die Wiener Kunstereignisse der letzten Jahre von allen Interessierten durchforstet werden können.

Lorenz Seidler

lebt und arbeitet als „ästhetische Lebensform“ in Wien und im Internet. Er ermöglicht sich – neben lustvoller Praxis als Fotograf und Kommunikator – eigene Kunstprojekte (u. a. in Galerie 5020, Christine König Galerie, FOTO WIEN, Essl Museum, steirischer herbst, OÖ Kulturquartier, KOER Wien & NÖ).

eSel.at

eSeLSCHWARM: [instagram.com/eselschwarm](https://www.instagram.com/eselschwarm)

eSeL48hours Tipp-Telegram: t.me/eSeLTippTelegram

Publikum — digital

Istvan Szilagy,
treat agency

Die digitalen Medien eröffnen nie dagewesene Möglichkeiten der Demokratisierung und Verbreitung von Inhalten – nur um dann im vollständig unreglementierten Informationskonsummarkt neue Inhalte geradezu zu ersticken. Darin bringen sie auf schmerzvolle Art und Weise auf den Punkt, wie schwierig sich ihr Publikumsbegriff eigentlich gestaltet.

Istvan Szilagyi,
Geschäftsführer

Einerseits haben wir es hier mit Medien zu tun, die (theoretisch) sehr präzise messen können, wie ein bestimmtes Publikum zusammengestellt ist. Gleichzeitig zeigen sie am besten auf, wie schwierig die Aufgabe wirklich ist, relevante, massenwirksame Angebote im Kunst- und Kulturbereich zu schaffen.

treat agency,
Wien

Zu dieser präzisen Messung gehört nicht nur die geografische und demografische Zuordnung und dass wir genau wissen, welche Inhaltsteile wie viele Eindrücke hinterlassen, sondern auch, dass wir beurteilen können, wie tief sich User:innen mit diesen Inhalten auseinandersetzen. Es lassen sich also genaue Publikumsstatistiken für einzelne Inhalte erstellen, womit sich ablesen lässt, wofür sich wer genau interessiert.

Aber was definiert mein Publikum? Einerseits natürlich die Inhalte (wen interessiert, was ich zeige?), andererseits aber gibt es natürlich oft den Wunsch nach einem gewissen Bildungsauftrag (wie kann ich möglichst allen erklären, was ich zeige?). In beiden Fällen ist es wichtig, das Publikum zu zerlegen. Am besten mit Personas. Dies sind fiktive Charaktere, die eine Zielgruppe repräsentieren und so sichtbar machen. Mit KI lassen sich für eine einfachere Vorstellung auch passende Bilder zu diesen Personas generieren. Sie helfen uns, mit Beispielen und Attributen ein (Ziel-)Publikum besser zu verstehen. Und sie helfen uns auch, zu bestimmen, auf welchen Plattformen wir diese Menschen erreichen und mit welchen Medien wir konkurrieren. Schlussendlich buhlen wir

nämlich immer alle um die Zeit unserer Empfänger:innen, eine teure Ressource.

In die angesprochene Kerbe der Demokratisierung und Verbreitung schlägt auch die Tatsache, dass bei den unterschiedlichen Plattformen unterschiedliche Mittel zum Erreichen eines (Reichweiten-)Ziels möglich sind. So ist hier maßgebend, welche Medien (Video, Text, Bild) man einsetzt und wie. Zum Beispiel sind Reichweiten bei Reels (Bewegtbild) oder Sliders (mehrere Bilder in einem Post) auf Instagram aktuell recht hoch. Diese Eigenheiten verändern sich aber mit der Zeit und müssen permanent beobachtet werden. Neben dem Zielpublikum bestimmt das Umfeld auf diesen Kanälen, in welcher Tonalität wir reden möchten, welche Sprache wir für Texte verwenden etc.

Noch komplizierter wird es dann auf der eigenen Webseite – oft die zentrale Stelle, an der quasi alles an möglichem Publikum zufriedenstellend bedient werden muss. Hier müssen nicht nur unsere **User Journeys** berücksichtigt werden (Leuten die Inhalte, die sie wollen, möglichst schnell zu zeigen oder ihre digitale Reise – ausgehend von anderen Orten – möglichst interessant weiterzuführen), sondern auch darauf geachtet werden, die unterschiedlichsten technischen Vorgaben zur Inklusion und Zugänglichkeit zu erfüllen.

Inklusion ist übrigens ein Feld, mit dem sich insbesondere die österreichische Kulturlandschaft sehr schwertut. Die Bildlandschaft der meisten großen Museen ist schmerzvoll heteronormativ, weiß und enabled. Gefühlt hat selbst die Werbebranche bessere Benchmarks.

Aber zurück zum Publikum: Die differenzierte Herangehensweise bedeutet auch, dass Inhalte mehrfach angepasst werden müssen. Eine Herausforderung, die kaum mehr eine ist: Für die Erstellung von kreativen, inklusiven Varianten von Texten (aber auch Bildern) eignen sich die generativen KI-Modelle (ChatGPT) hervorragend. Eine endlose Ressource für die Erstellung von Texten, gerichtet an Profis, Kinder und Amateure, perfekt abgeleitet. Leider wird das Potenzial hier noch nicht ausgeschöpft. Doch mit der Zeit werden sich diese unterstützenden Tools zur Ansprache unterschied-

Istvan Szilagyi

kommt aus der Neugier, steht gerade mitten im Durchbruch – meistens sitzend – und wünscht sich in Zukunft mehr Bewusst-Sein. Er ist CEO der treat agency.

treat.agency

licher Publikumssegmente durchsetzen. In der dichten Kulturlandschaft Österreichs gäbe es hier auf jeden Fall viel Potenzial.

Was sich in der digitalen Ära natürlich auch vehement ändert, ist das Verhalten des Publikums: Passiv Betrachtende sind unsere Rezipient:innen keinesfalls, das Partizipative ist mittlerweile Alltag. Das trägt zwar selten positiv zur Inhaltsvermittlung bei, schafft aber weiterhin einiges an Möglichkeiten und es wäre ratsam, auf Inputs aus der **Community** (auch so ein Publikumsbegriff) einzugehen.

Als Abschluss vielleicht doch ein paar ermunternde Worte für die, die denken, sie sind „zu klein“: Besonders in den so präzisen Möglichkeiten, tatsächliche Relevanz zu messen, steckt auch die Möglichkeit, Angebote am Leben zu halten, die offensichtlich einer Nische zuzuordnen sind – und darauf stolz zu sein.

Es braucht hier aber ein neues Verständnis: Klein zu sein im digitalen Raum heißt nicht irrelevant zu sein. Es heißt womöglich einfach: nur mit den richtigen Leuten zu sprechen. Das führt auch zu einer Umkehr der Argumentation: Genau Aktivitäten im Nischenbereich gehören gefördert, Diamanten der Vermittlungsarbeit mit der richtig abgedeckten Zielgruppe.

Verweise

→ S. 35 Vera Allmanritter, Wer sind meine (Nicht-)Besucher*innen?

→ S. 202 Stefan Benedik, Eva Meran und Monika Sommer, Warum es im Haus der Geschichte Österreich kein Publikum, aber viele „Anspruchsgruppen“ gibt.

→ S. 300 Jan G. Grünwald, Das Publikum im digitalen Zeitalter – Annäherungen eines Pädagogen

→ S. 48 Kay Voges, Publikum für die Zukunft

Ohne unser Publikum wären wir nichts

Aron Stiehl,
Stadttheater Klagenfurt

Verweise

- S. 141 Vera Gallistl, Was bedeutet ein alterndes Publikum für Kunst- und Kultureinrichtungen?
- S. 177 Barbara Mayer, Fragen erwünscht
- S. 188 Milo Rau, Wenn das Theater ein Parlament ist, dann ist das Publikum der Souverän.
- S. 173 Renate Wurm, DAS KINO. Salzburger Filmkulturzentrum

Ein leeres Theater ist ein schlechtes Theater. Wir machen Theater allein für unser Publikum. Durch unsere Geschichten und vor allem dadurch, wie wir diese Geschichten erzählen, möchten wir alle Kärntnerinnen und Kärntner ansprechen und sie verführen zu neuen Welten in unserem Theater. Besser: in ihrem Theater. Es ist das Theater des Landes und seiner Bürgerinnen und Bürger.

Ich bekenne mich zu einem Theater, das modern ist und Dinge hinterfragt. Theater muss aktuell sein, aufregen, neugierig machen. Dabei ist es mir wichtig, dass Theater offen ist für jeden und alle Schichten. Es muss Geschichten erzählen und Kopf und Gefühl gleichermaßen ansprechen – es muss beseelen und beseelt sein. Besonders wichtig ist mir dabei, auch den *Alpe-Adria-Raum* und die slowenische Volksgruppe mit ihrem reichen Schatz an kulturellen Werten miteinzubeziehen. Diese verschiedenen Kulturen und Sprachen sind eine große Chance für Kärnten und sein Theater.

Unsere typische Besucherin ist, wie wohl in den meisten Theater- und Opernhäusern im deutschsprachigen Raum, weiblich und über 50 Jahre alt. Wir kommunizieren mit unserem Publikum über unterschiedlichste Kanäle, in erster Linie aber natürlich über die Aufführungen. Hier manifestiert sich unsere Botschaft, mit allen Künstler*innen, die in unseren Produktionen mitwirken, und allen Mitarbeiter*innen des Hauses auf und hinter der Bühne. Das Ziel ist es, die Zuschauer*innen zu berühren. Und die Fähigkeit, sich berühren zu lassen, beruht auf Vorstellungskraft. Darin liegt die Wirkung des Theaters: Es ist eine Botschaft an die Fähigkeit des Publikums, sich etwas vorzustellen.

Für die Kommunikation der Inhalte, Werbung und Marketing nutzen wir Printprodukte, Außenwerbung, Online-Kommunikation und Pressearbeit. Unverzichtbar sind das Erforschen der Bedürfnisse unserer Kunden und die gezielte Kundenansprache. Trotz der rasanten Entwicklung digitaler Formate sehen wir aber auch, dass analoge Kommunikation nach wie vor eine

Aron Stiehl

geboren in Wiesbaden, studierte Musiktheater-Regie bei Götz Friedrich an der Hochschule für Musik und Theater Hamburg. Von 1996 bis 2001 war er als Spielleiter an der Bayerischen Staatsoper engagiert, wo er u. a. 2001 *Dido und Aeneas* und 2005 *Medusa*, ein Auftragswerk der Staatsoper, inszenierte. Von 2001 bis 2020 wohnte Aron Stiehl in Berlin und war freiberuflich tätig. In dieser Zeit wurde er u. a. 2007 nach Tel Aviv eingeladen, um *Die Entführung aus dem Serail* mit dem Israel Philharmonic Orchestra unter Zubin Mehta in Szene zu setzen. Zubin Mehta engagierte ihn zudem 2009 für die Regie der *Götterdämmerung* mit *La Fura dels Baus* in Florenz und Valencia. Seit 2020 ist Aron Stiehl Intendant am Stadttheater Klagenfurt. Er ist weiterhin auch international als Regisseur tätig. Für ihn gehören Kultur und Politik zusammen: „Wir müssen für unsere Werte, unseren Rechtsstaat und unsere Demokratie eintreten und gegen die Gefahr kämpfen, die von den antidemokratischen Rändern kommt. Dafür erzähle ich weiterhin meine Geschichten durch mein Wirken als Theatermensch und hoffe, dass die Zeiten sich beruhigen.“

Das Stadttheater Klagenfurt

ist das Landestheater für Kärnten und Kärntens größte Kulturinstitution. Es steht in der Dreiländerregion *Alpe-Adria* (Österreich, Slowenien, Italien) und ist das südlichste Theater des deutschsprachigen Raums. 1908–1910 vom legendären Architektenduo Helmer & Fellner im freien Empirestil erbaut, feierte das Stadttheater 2010 sein hundertjähriges Jubiläum.

stadttheater-klagenfurt.at

wichtige Rolle spielt, ebenso die Empfehlungen unter Freunden und Bekannten.

Zusätzlich stehen Vermittlungsangebote wie Matineen, Einführungen vor der Vorstellung durch unsere Dramaturgie sowie Führungen am Programm. Dies sind wichtige Kundenbindungsinstrumente, die Einblicke in unsere Arbeit gewähren und die vom Publikum auch sehr gut angenommen werden.

Seit dieser Spielzeit gibt es im Stadttheater Klagenfurt auch erstmals einen Freundeskreis. Damit möchten wir Menschen erreichen, die sich für unsere künstlerische Arbeit begeistern, sich mit unserem Haus verbunden fühlen und mit ihrem Engagement noch intensiver am Theatergeschehen teilnehmen wollen. Wir bieten Probenbesuche und Künstler*innengespräche an. Die Menschen des Landes sollen sich mit dem Theater identifizieren. Es muss ein selbstverständlicher Teil dieses Landes sein.

Besonders wichtig ist uns auch, die Kooperationen mit der freien Szene und anderen Kulturschaffenden im Land auszubauen. Um diese wichtige Verbindung zu stärken, haben wir das Format DiskussionKultur ins Leben gerufen. Denn auch das Diskutieren scheinen wir neu erlernen zu müssen. In der heutigen Zeit, da Populisten mit ihren „einfachen Wahrheiten“, mit Angst Politik machen und vermeintliche Lösungen anbieten, ist Theater wichtiger denn je, denn Theater ist politisch und war es immer. Hier kann man spielerisch üben, andere Meinungen auszuhalten. Und genau das macht Demokratie aus. Somit sind wir als Theater, ebenso wie die freie Szene, mitverantwortlich für gesellschaftliche Entwicklungen.

Unser Publikum wird zunehmend älter, das ist eine der großen Herausforderungen im Kulturbetrieb. Um vermehrt jüngeres Publikum ans Haus zu binden, engagieren wir uns vor allem mit Maßnahmen wie Vermittlungsarbeit an Schulen, unseren Theaterspielclubs, Ausbau der Online-Angebote sowie U27, unserem Club für junge Menschen bis 27 Jahre.

Dem Theater und den Stücken eine Seele und eine Heimat geben – das ist mein Wunsch und meine Aufgabe. Dass aus jedem Theaterabend ein Fest wird, im Sinne Goethes: „Da ist Poesie, da ist Malerei, da ist Gesang und Musik, da ist Schauspielkunst und was nicht noch alles! Wenn alle diese Künste und Reize von Jugend und Schönheit an einem einzigen Abend und zwar an bedeutender Stufe zusammenwirken, so gibt es ein Fest, das mit keinem anderen zu vergleichen!“

Empfehlungen

- Thomas Mann: Der Zauberberg, Berlin 1924.
- Stefan Zweig: Die Welt von Gestern, London 1942.

Unser Publikum war
uns bis jetzt fast völlig
unbekannt.

Ein Gespräch mit Jasper Sharp,
Phileas – The Austrian Office for Contemporary Art

Seit fast zehn Jahren gibt es Phileas. Gegründet mit Unterstützung einer Gruppe privater, philanthropischer Personen war die Organisation vor allem im Hintergrund des zeitgenössischen österreichischen Kunstbetriebs aktiv. Bis jetzt. Seit März vergangenen Jahres ist sie auch explizit nach außen sichtbar: In neuen Räumen im 1. Wiener Bezirk vereint sie Büro und Ausstellungsfläche und ist für alle Interessierten niederschwellig besuchbar. Und das mit einem neuen Namen: Phileas – The Austrian Office for Contemporary Art.

Ein bisschen stellt Phileas die Publikumsfrage auf den Kopf. Phileas fragt nicht: *Wie bringen wir die Menschen zur Kunst?*, sondern: *Wie tragen wir die österreichische Kunstszene nach außen zu den Menschen?* Denn Phileas bringt hauptsächlich österreichische Positionen auf Biennalen und zu Ausstellungen in der ganzen Welt. Von Sydney über Lyon und Istanbul zur Manifesta und in den Österreichischen Pavillon nach Venedig. Seit diesem Jahr besteht zusätzlich eine Art öffentlich-private Kooperation mit dem BMKÖS. Was bedeutet so ein Setup für den eigenen Publikumsbegriff? Wie denkt man Publikum, wenn man mit dem Großteil der Besucher:innen nie in Kontakt kommt, weil die eben nicht in Österreich sind?

Phileas ist so etwas wie ein infrastruktureller Bühnen- und Rahmenbauer für hier verortete zeitgenössische Künstler:innen außerhalb Österreichs, finanziert durch die Gelder privater Partner:innen, die seit diesem Jahr durch öffentliche Mittel ergänzt werden. Der Fokus liegt auf der Hintergrundarbeit: Jedes Projekt wird, soweit das geht, vom ersten Konzept an begleitet – von Einladungen an internationale Kurator:innen zum Besuch von Künstler:innenateliers in Österreich über die Produktion und den Austausch mit internationalen Partner:innen bis hin zur Eröffnung und der Weitervermittlung aus Österreich stammender Kunst in die Kulturöffentlichkeit und an Museumssammlungen in der ganzen Welt. Private Förderungen und dahinterstehende Vereine sind im internationalen Kunstkontext Usus. Zentral, und vielleicht ungewöhnlich, ist bei Phileas die Rolle der Mitglieder: Sie bekommen keine fertigen Konzepte vorgestellt, sondern sind von Anfang an als Partner:innen in den Prozess involviert. Oder, in den Worten von Jasper Sharp: *„Wir drücken unseren Mitgliedern nicht ein Tagesmenü in die Hand und sagen: ‚Wählt aus, Mahlzeit und Danke.‘ Wir schreiben das*

gesamte Menü mit ihnen gemeinsam.“ 56 Personen sind aktuell im Freundeskreis. Eigentlich auch eine Art von Publikum? Jasper Sharp hat sie nie als solches definiert, sie sind für Phileas viel eher eine Erweiterung des Teams. Sie bringen ihr Wissen mit und ein, es ist ein gemeinsames Wachsen und Voneinander-Lernen: „Wohin fließt unsere Unterstützung überhaupt und für was und warum? Welche potenzielle Bedeutung, Relevanz oder Dringlichkeit hat ein bestimmtes Projekt im Vergleich zu einem anderen?“ Es gab in den vergangenen Jahren eine Lernkurve für beide Seiten. Und das, so Sharp, ist nicht nur wichtig für Phileas, sondern für die ganze Szene.

Zurück zur Frage des Publikums: Die Mitglieder sind es also nicht. Zumindest nicht direkt: „Unser Publikum war für achteinhalb Jahre fast nur im Ausland, also ein so gut wie unbekanntes Publikum. Seit März 2022 haben wir auch ein öffentliches Gesicht hier in Wien. Und das wollen wir.“ Die Unsichtbarkeit von Phileas in Österreich stand dem Anspruch von Zugänglichkeit im Weg. Die Idee einer eigenen Ausstellungsfläche in Wien kam ursprünglich von den Künstler:innen, mit denen Phileas Projekte realisierte. Denn deren Community sitzt zu großen Teilen hier. Es gab den Wunsch, die im Ausland gezeigten, aber hier konzipierten Werke auch hier zu zeigen, sie mit der lokalen Community und Freund:innen zu teilen. Der prominente Platz an der Ringstraße war dabei nie der Plan. Aber es ist sinnvoll, einen gut sichtbaren Ort zu haben, der von Künstler:innen, Kurator:innen und anderen Kooperationspartner:innen einfach besucht werden kann. „Und jetzt ist unser Publikum sehr interessant: Ungefähr die Hälfte sind Zufallsbesucher:innen – wir sind nahe an vielen bekannten Sehenswürdigkeiten. Aber auch viele aus der Szene kommen – wir sitzen zwischen der Akademie, Secession, Galerien und großen Museen.“

Mit einem öffentlichen Standort kommen auch neue Herausforderungen. Das Publikum in Wien ist kein „side product“ und auch keine potenzielle Geldquelle. „Mit dem neuen Ort können wir mit dem Publikum in Dialog treten. Und das wollen wir auch.“ Ein Vermittlungsprogramm existiert bereits, einschließlich Workshops für Kinder. Das soll noch ausgebaut werden.

Darüber hinaus bespielt Phileas auch ein internationales Fachpublikum: Kurator:innen und Kunstkritiker:innen, mit denen die Organisation im Rahmen von Visitor-Programmen im Austausch steht, Museen und Kunsthallen, mit denen sie zusammenarbeitet, Sammler:innen und Galerien, mit denen sie vernetzt ist. Und zwar in Form eines Wissenstransfers: „Was ist los in der zeitgenössischen Szene? Was machen wir? Es geht ums Zusammenbringen: Künstler:innen, Kurator:innen, Mitglieder, Kritiker:innen, Museen, Politiker:innen. Die Collaborators.“ Das Phileas-Publikum ist also eine Mischung aus Supporters, Collaborators und Besucher:innen in der ganzen Welt und jetzt auch in Wien. Jasper Sharp tut sich trotzdem schwer mit dem Begriff eines „eigenen“ Publikums: „Unser Logo ist irgendwo am Eingang versteckt. Es geht uns um ein Publikum für die Künstler:innen, nicht für uns.“ Das spiegelt auch die Auswahl der Ausstellungen in Wien wider: Welche der aktuellen internationalen Projekte wären in Wien sinnvoll zu zeigen? Oder anders: Wer wurde schon lange nicht in Österreich gezeigt? Drei Antworten darauf waren bis jetzt Markus Schinwald, Friedl Kubelka und John Gerrard. Sie alle haben ein eigenes Publikum.

Verweise

→ S. 56 Herwig Bauer, Ein Festival für alle – und wie das so mit seinem Publikum ist
→ S. 210 Gerald Harringer, Kultur wächst durch Begegnung
→ S. 158 Matthias Naske, Publikum oder Publika
→ S. 68 Jolanda de Wit, Heute bin ich im Publikum, morgen Veranstalter:in und übermorgen Künstler:in

Die Devise lautet also: Wie kriege ich die Kunst zu den Leuten? – und nicht umgekehrt. Das kann neue Handlungsräume öffnen. Es eröffnet die Frage: Was wird übersehen? Wo gibt es junges oder vergessenes Potenzial? „Phileas ist immer noch ein work in progress. Wir lernen, was gebraucht wird. Wir entwickeln uns jedes Jahr weiter und passen uns an die Bedürfnisse der Szene an.“ Nächstes Jahr starten einige neue Initiativen. Ein dezidiertes Ziel ist es, ganze Ausstellungen, die von österreichischen Museen produziert wurden, in Institutionen anderer Länder zu zeigen. Im kommenden Jahr gibt es über 60 Einreichungen für Biennalen. Über all dem steht der Wunsch, die Szene zu stärken: „Alles, was in Österreich konzipiert und produziert wird, sollte die Möglichkeit haben, wenn es das braucht, nach außen gebracht zu werden. Und das ist ein langwieriger Prozess. Aber es ist wahnsinnig spannend. The Austrian Office for Contemporary Art, ich meine ... It's a big responsibility!“

Jasper Sharp,
Direktor

Phileas – The Austrian Office
for Contemporary Art,
Wien

Jasper Sharp

ist ein britischer Kurator und Kunsthistoriker. Er begann seine Karriere 1999 bei der Peggy Guggenheim Collection in Venedig, wo er als Leiter der Ausstellungen und Sammlungen tätig war. Nach seinem Umzug nach Wien arbeitete er zunächst als Kurator bei Thyssen-Bornemisza Art Contemporary (TBA21). Als Kurator für moderne und zeitgenössische Kunst am Kunsthistorischen Museum kuratierte er zwischen 2011 und 2021 mehr als zwanzig Ausstellungen, von großen Retrospektiven und kleineren Schwerpunktprojekten bis hin zu Präsentationen der historischen Sammlungen des Museums, ausgewählt von Ed Ruscha, Edmund de Waal und Wes Anderson & Juman Malouf. Er war Kommissar des Österreichischen Pavillons auf der 55. Biennale von Venedig, Gründungskurator des Vortragsprogramms der Frieze Masters, London, und kuratiert regelmäßig Ausstellungen in internationalen Museen und Kunsthallen.

Phileas – The Austrian Office for Contemporary Art

wurde 2014 in Wien von Jasper Sharp und Moritz Stipsicz als unabhängige philanthropische Organisation gegründet, die durch die Beiträge privater Mitglieder finanziert wird. Im Jahr 2023 ging sie eine Partnerschaft mit dem österreichischen Bundesministerium für Kunst, Kultur, öffentlichen Dienst und Sport (BMKÖS) ein, um eine neue Organisation mit dem Namen Phileas – The Austrian Office for Contemporary Art zu gründen. Durch die Bündelung unseres Know-hows und die Kombination öffentlicher und privater Ressourcen können wir Künstler:innen und Institutionen noch besser unterstützen und zu einer Stärkung der Position Österreichs in der internationalen Landschaft der zeitgenössischen Kunst beitragen.

phileas.art

Darf man das museale Publikum fordern?

Michael Zechmann-Khreis,
Tiroler Landesmuseen

Museen werden traditionell gerne von internationalen und nationalen Tourist*innen sowie von Einheimischen besucht. Die Besuchsgründe dieser beiden Hauptbedürfnisgruppen sind dabei sehr unterschiedlich. Während Tourist*innen eher vom Museum oder Ort an sich – unabhängig von den Sonderausstellungen angezogen werden, wollen lokale Gäste ihren Kulturhunger stillen, wollen bestimmte Sonderausstellungen sehen, wollen Zeit mit der Familie oder Freund*innen verbringen, den Feierabend mit Kolleg*innen ausklingen lassen oder sich bestimmte Objekte anschauen, von denen sie in den lokalen Medien gehört haben (soweit die Erkenntnisse aus den eigenen Besucherbefragungen bis 2020).

Doch sie wollen nicht belehrt werden, sie wollen selbst etwas erleben, Teil des Geschehens sein. Wir sollten diese lokalen Besucher*innen daher nicht als emotionslose Zielgruppe, sondern als Gäste denken, deren Bedürfnisse gestillt werden wollen. Das lokale Publikum muss in der Ansprache emotionaler als das touristische Publikum gesehen werden. Hinzu kommt, dass in beiden Gästesegmenten die Anforderungen an den Museumsbesuch stark vom Alter abhängen. In den letzten Jahren waren es vor allem die Faktoren Unterhaltung, Freizeitspaß und Erlebnis, die bei den 20- bis 40-jährigen Gästen in den Nicht-Besucher*innenumfragen deutlich an Wichtigkeit zugenommen haben. Mit steigendem Alter sinkt dieser Wert und das Bedürfnis nach Bildung und Lernen steigt. Aber wollen beide Gruppen geistig gefordert werden? Wir haben in den letzten Jahren viel in die Aktivierung jüngeren Publikums investiert. Damit haben sich auch die Marketingaktivitäten zur Ansprache derer Bedürfnisse gewandelt.

Dieses diverse Publikum im heutigen Werbeüberfluss zu erreichen, stellt eine große Herausforderung im Museumsmarketing und der Museumskommunikation dar, die durch klassische Zielgruppenansprache nicht bewältigbar ist. Das Museum ist kein unemotionaler, neutraler Ort der Wissensvermittlung mehr, sondern ein lebendiger, aktiver Ort, der

aktuelle Probleme und Diskussionen thematisiert und sich als Ort des Gesprächs zur Verfügung stellt. Ich sehe es als wichtig an, als Museum aktuelle Diskussionen kritisch zu beleuchten und dabei die Bedürfnisse des lokalen Publikums zu verstehen und einzubinden. Das heißt u. a., durch Marketingaktionen ein Bild des Museums zu generieren, das zum einen dazu beiträgt, selbst oft ins Museum zu gehen, und andererseits Tourist*innen durch Locals positive Bilder über das Museum zu vermitteln. Denn das Segment der Tourist*innen wird maßgeblich durch lokale Multiplikatoren wie Taxifahrer*innen, Hotelangestellte oder andere Kontaktpersonen ins Museum gebracht. Dies muss durch gute lokale Kampagnenarbeit, interessante Ausstellungen, lokale Kommunikationsmaßnahmen, aber auch durch gezielte emotionale Aktionen erreicht werden. Im Jahr 2022 haben wir ein solches waghalsiges Projekt zwischen Marketing, Vermittlung und Ausstellung durchgeführt, das neue Publikumsschichten ansprechen und zeitgleich eine aktuelle und wichtige Debatte thematisieren sollte.

Klima und Museum

Seit Sommer 2022 klebten sich Klimaaktivist*innen in Museen fest, um politische Maßnahmen gegen die Klimakrise zu erzwingen. Nach einigen Wochen fanden Lebensmittel Einzug in die Protestform. Kartoffelpüree, Mehl und Tomatensuppe wurden auf Kunstwerke geschüttet. Viele Museen reagierten auf die Aktionen, indem sie das Sicherheitspersonal aufstockten und verstärkt Taschenkontrollen durchführten. Nicht in Dialog zu treten, nicht politisch zu handeln und sprachlich zu eskalieren, förderte eine Gewaltspirale, die weder der Sache noch allen Beteiligten dienlich war. Wir sahen diese museale Krise als Chance, als Institution ein Statement zu setzen und gleichzeitig neue Publikumsschichten anzusprechen. Mit der Aktion #noclimartchange reichten wir Klimaaktivist*innen die Hand und boten ihnen eine öffentliche Plattform im Museum. Den Aktivist*innen wurde im Rahmen dieses Projektes ein Ausstellungsraum zur Verfügung gestellt, der von ihnen frei gestaltet werden und bei freiem Eintritt besuchbar sein sollte. Die Aktion lud kurz vor Weihnachten 2022 alle Museumsgäste dazu ein, Kartoffelpüree, Mehl und Tomatensuppe aktiv ins Museum zu bringen. Diese Lebensmittelspenden wurden aber nicht gegen Kunstwerke geschleudert, mit ihnen wurden bedürftige Menschen in Tirol unterstützt.

Dass die Idee funktionierte, war schnell klar, denn sowohl Caritas als auch die Aktivist*innengruppen Erde brennt!, Fridays For Future Innsbruck, Fridays For Future Kufstein, Letzte Generation und Protect our Winters (POW) waren gleich mit an Bord und kuratierten in wenigen Tagen die Aktion #noclimartchange. Neben der Vorstellung der einzelnen Gruppen, ihrer Ideen, Motivationen und Hintergründe wurden Filme zum Thema gezeigt und die Probleme der Klimakrise mit Texten, Infografiken, Streikschildern und Kunstwerken vermittelt. Im Zentrum stand eine Box, in der man die Lebensmittelspenden abgeben konnte. Das Museum begleitete die Aktion mit Pressearbeit und Marketing.

Auswirkungen auf das Publikum

Marie Curie werden die Sätze „Nothing in life is to be feared, it is only to be understood. Now is the time to understand more, so that we may

fear less” zugeschrieben. Ihre Aussage ist heute aktueller denn je und hier in zweierlei Hinsicht relevant. Einerseits sollten wir uns vor dem Klimawandel nicht fürchten, denn wenn wir ihn verstehen und entsprechend handeln, so können wir ihn noch einbremsen. Andererseits fürchten Museen Klimaaktivist*innen, anstatt sie und ihre Anliegen zu verstehen. Der ungewöhnliche Weg der Tiroler Landesmuseen tat genau dies: zuhören, verstehen und dabei helfen, die Politik zum Handeln zu bringen und das Publikum zu informieren. Die Letzte Generation schreibt hierzu im Endbericht der Aktion: „Es gehört Mut dazu, sich gegen den Strom zu stellen. Das Landesmuseum hat diesen Mut aufgebracht und die Letzte Generation ins Museum eingeladen.“

Klimaaktivist*innen die Hand zu reichen und ihnen eine öffentlich Plattform im Museum zu bieten, sie zum Dialog einzuladen und gemeinsam für dieselben Ziele zu kämpfen, war ein Konzept, das für beide Seiten problematisch hätte werden können. Die Gruppen mussten befürchten, museal verstaubt zu wirken und das Museum musste befürchten, in den Medien als Handlanger „klimaterroristischer Aktivitäten“ dargestellt zu werden. Die Frage war: Konnte man das museale Publikum derart fordern? Ja. Konnte man. Denn das Gegenteil war der Fall. Die Bedürfnisse des lokalen Publikums wurden angesprochen, darunter vor allem die aktive Teilnahme am Museumsgeschehen, die Vermittlung eines brennenden Themas, das Lernen über das Klima und über die Aktivist*innen sowie das Erleben des Museums als lebendigen Ort der Diskussion und Deeskalation. Die vielen Diskussionsveranstaltungen, die während der Aktion in den Räumen des Ferdinandeums stattgefunden haben, zeigten das enorme Interesse des vornehmlich jungen Publikums an diesem Thema.

Es ist wichtig zu erwähnen, dass das Thema Klimaschutz alle Altersgruppen betrifft und dass alle Altersgruppen als Aktivist*innen aktiv sind. Es zeigte sich jedoch, dass durch diese Aktion eher jüngeres Publikum nachhaltig von den Landesmuseen angezogen werden konnte, während das ältere Bestandpublikum das Bedürfnis nach Bildung und Lernen stillte. Auch die Reaktionen im Besucherbuch zeigten die positive Wirkung der Aktion. Das Medienecho war enorm, sowohl national als auch international wurde ausführlich und wohlwollend über das Projekt berichtet.

Die Idee, Bedürfnisse des lokalen musealen Publikums zu stillen, kontroverse Themen zur Diskussion zu stellen, Aktivismusgruppen zum Dialog einzuladen und so eine nachhaltige Änderung des Bildes der Museen und der Gruppen zu unterstützen, funktioniert. Der Effekt ist bis heute spürbar. Die Tiroler Landesmuseen sind als Ort der Diskussion im Fokus, Menschen aller Altersgruppen gehen ins Museum, kommen mit anderen ins Gespräch, erleben etwas, bilden sich fort und tragen ein positives Bild in die Welt.

Ja, man darf museales Publikum fordern, man soll es sogar. Museen sind eben kein neutraler Ort, der verstaubtes Wissen vermittelt, sie sind ein lebendiger Ort der Diskussion, sie geben gesellschaftspolitisch relevanten Themen Raum und sie sollten Teil der Lebenswelt des lokalen Publikums sein. Ich würde sogar sagen, das heutige Publikum will gefordert werden.

Michael Zechmann-Khreis

ist geboren und aufgewachsen in Innsbruck. Er absolvierte ein Diplomstudium der Zoologie (Abschluss 2004) und Doktoratsstudium in Sprach- und Medienwissenschaften (Abschluss 2018) an der Universität Innsbruck. Seit 2018 ist er Leiter des Bereichs Marketing und Kommunikation der Tiroler Landesmuseen.

Die Tiroler Landesmuseen

definieren sich als Ort, an dem Kultur und Kunst erlebt werden sollen. Ziel ist die Erforschung Tirols, seiner Natur, Geschichte, Kultur, Kunst, Wirtschaft und Technik sowie die Kenntnis von Land und Leuten.

tiroler-landesmuseen.at

Quellen

Steigerung der Attraktivität von Museen für 20- bis 40-Jährige. Eine quantitative empirische Untersuchung durch Studierende des Management Center Innsbruck, 2021.

Michael Zechmann-Khreis: Endbericht #noclimartchange, Projektbericht, Tiroler Landesmuseen, Innsbruck 2023.

Alia Lübben: Klimaaktivismus in Tiroler Museum „Etwas abzusperrern, ist mir innerlich zuwider“, Monopol 19. Dezember 2022.
monopol-magazin.de/etwas-abzusperrern-ist-mir-innerlich-zuwider

Kurier 29. November 2022: Tomatensuppe – ja bitte! Tiroler Landesmuseum gibt Aktivisten Raum.
kurier.at/kultur/tomatensuppe-ja-bitte-tiroler-landesmuseum-gibt-aktivisten-raum/402241617

Verweise

→ S. 169 Barbara Alt, Kann man ein Publikum klimaneutral machen?

→ S. 192 Linda Kutter und Alexander Erler, Selbstverständnis statt Erziehung: Wiesenrock in Wattens

→ S. 215 Elisabeth von Samsonow, Das ersehnte ist immer das tatsächliche Publikum

→ S. 290 Ernst Schmiederer, Zuhören, damit der/die Andere erzählt. Manifest für erhöhte Sichtbarkeit

Kapitel 4

Gestern, morgen, heute

Renate Höllwart,
Simon Nagy,
Elke Smodics und
Nora Sternfeld
Kryszтина Winkel
Anja Sczilinski
Stefan Huber
Karin Schneider
Ulrike Gießner-Bogner
Vera Gallistl



Die Kategorie Alter ist ein ganz spezifischer Blick-winkel, wenn wir über Publikum nachdenken. Zentral ist die Frage der Teilhabe: Wie erlangen junge Generationen einen ersten Zugang zu Kunst und Kultur? Wie schaffe ich Angebote, die Personen höheren Alters als aktive Teilnehmende einbinden? Die hier versammelten Texte bringen dazu verschiedenste Ansätze an den Tisch: Geht es darum, ein Publikum von morgen zu formen oder werden verschiedenste Generationen als „fertiges Publikum“ mit eigenen Interessen, Wünschen und Bedürfnissen adressiert? Fühlen sich „die Jugendlichen“ in dieser Kategorie überhaupt gesehen und repräsentiert? Und wie wirkt sich das explizite Arbeiten mit jungen Menschen auf die internen Strukturen von Kultureinrichtungen aus? Was verändert sich? Oder anders gefragt: Wie kann Outreach nach innen wirken?

Was alle Texte vereint, ist ein Kreisen um die Frage der Ausgestaltung von Partizipations- und Mitgestaltungsräumen und das Anerkennen der Relevanz, die alle Altersgruppen für den Kunst- und Kulturbereich haben.

Die Parameter des
Sprechens im Museum
selbst benennen.
Oder: Was wäre, wenn
Partizipation nicht
nur ein Schlagwort
wäre?

Renate Höllwart, Simon Nagy, Elke Smodics und Nora Sternfeld,
Büro trafo.K

Partizipation, was ist das noch einmal? Das Wort selbst scheint für viele Museen von heute von großer Bedeutung. Doch dabei bleibt das, was mit Partizipation eigentlich gemeint ist, oft unklar und lässt viele Fragen offen: Wer entscheidet am Ende, was gemacht wird? Geht es bei Partizipation nicht darum, dass gemeinsam demokratisch entschieden wird? Warum werden dann die meisten Institutionen, die Partizipation als Schlagwort benutzen, dennoch nicht demokratischer? Und was könnte Vermittlung dazu beitragen, dass es anders wird?

Unser Projekt *Ein Museum. Echt jetzt?* setzte hier an. Es ging darum, Museum vom Kern her neu und gemeinsam zu denken. Und so fing alles mit der Frage an, wieso es in Wien eigentlich kein Jugendmuseum gibt. Klar war vor dem Hintergrund des Gesagten: Es geht dabei nicht um ein Museum **über** Jugend, sondern um ein Museum, das **von** Jugendlichen gestaltet wird und **für** Jugendliche ist.

Über einen Zeitraum von zwei Jahren haben wir mit mehreren Gruppen von Jugendlichen über kuratorische Strategien, Selbstrepräsentation und Identitäten diskutiert, immer gemeinsam mit Künstler*innen und deren Methoden. Die Jugendlichen entwickelten sehr klare Vorstellungen darüber, was ein Jugendmuseum sein müsste: Es sollte ein Rückzugsraum sein, ein Ort zum selbstbestimmten Austausch untereinander, zugleich auch ein Präsentationsraum für die eigenen Anliegen und ein Lernort für Erwachsene. Das Museum sollte queere Realitäten zeigen, offen für alle sein und Widerstandsgeschichten ausstellen. Diese Vorstellungen teilten sich allesamt den Wunsch nach mehr Sichtbarkeit: Sichtbarkeit für die eigenen Fragen, Positionen, Erfahrungen. Und Sichtbarkeit für Geschichten, die sonst nicht erzählt werden. Diese sollte durch die Beständigkeit und Dauerhaftigkeit einer eigenen Institution hergestellt werden.

Büro trafo.K

sind Renate Höllwart, Simon Nagy, Elke Smolics und Nora Sternfeld. Wir kommen aus einem Praxisfeld, das an der Schnittstelle von Kunstvermittlung und kritischer Wissensproduktion liegt. Wir stehen immer wieder aufs Neue vor der Frage, was geschehen kann, wenn unterschiedliche Wissensformen, künstlerische Strategien und gesellschaftsrelevante Themen zusammenkommen. Wir verstehen Vermittlung als Intervention in gesellschaftliche Verhältnisse, die wir verändern wollen. Unser Wunsch ist, dass diese Veränderungen real werden und ein gutes Leben für alle zur Selbstverständlichkeit wird.

trafo-k.at

Verweise

- S. 202 Stefan Benedik, Eva Meran und Monika Sommer, Warum es im Haus der Geschichte Österreich kein Publikum, aber viele „Anspruchsgruppen“ gibt
- S. 279 Elisabeth Bernroither und Zuzana Ernst, Mehr als nur Zugang schaffen: Multiperspektivität im Kuratieren und Ko-Kreation als Säulen für eine gerechte Kunstpraxis
- S. 23 Lisa Gaupp, Macht oder Ermächtigung? Kulturpublikum zwischen Inklusion und Exklusion
- S. 290 Ernst Schmiederer, Zuhören, damit der/die Andere erzählt. Manifest für erhöhte Sichtbarkeit

Die Parameter des Sprechens im Museum selbst benennen.
Oder: Was wäre, wenn Partizipation nicht nur ein Schlagwort wäre?

Renate Höllwart, Simon Nagy,
Elke Smodics und Nora Sternfeld,
Kollektiv

Büro trafo.K,
Wien

Gerade weil sie sich selbst in bestehenden Institutionen als nicht repräsentiert wahrnahmen, forderten die Jugendlichen ein, nicht bloß als „Zielgruppe“ diverser Museen angesprochen zu werden, sondern die Parameter des Sprechens im Museum selbst zu bestimmen. Dabei bewegten sie sich rasch von der Zuschreibung „Jugend“ weg. Die vermeintliche Identität als Jugendliche benannten sie als Markiertheit, die nichts mit ihrer Selbstwahrnehmung zu tun hat, sondern die vielmehr andauernd von der Gesellschaft an sie herangetragen wird: durch den Ausschluss aus demokratischen Prozessen, durch schulische Disziplinierung, durch das Nicht-ernst-genommen-Werden seitens Erwachsener. Nicht die Zugehörigkeit zu einer bestimmten Altersgruppe, sondern die selbst gewählten Themen und Strategien waren es, die ihre Vergemeinschaftung bestimmten.

All diese Forderungen waren Ergebnisse einer partizipativen Projektarbeit, die sich über lange Zeiträume zog und auch uns die Möglichkeit gab, unsere Vorannahmen und Vorstellungen mehrmals über Bord zu werfen. Partizipation bedeutet für uns, nicht einen projektförmigen Rahmen zu bauen, in dem Jugendliche dann zum Mitspielen eingeladen werden, sondern die Grundlage dafür zu schaffen, dass die Beteiligten ihre eigenen Ansprüche und Forderungen entwickeln. Partizipative Vermittlung meint, Räume und Bedingungen zu schaffen, um etwas gemeinsam zu entwickeln und kollaborativ zu produzieren. Eine der wichtigsten Voraussetzungen dafür ist ein offener Ausgang. So entstehen unerwartete gemeinsame Ergebnisse, die das, was wir für Kultur und Museum halten, im Kern herausfordern und es genau darin doch sind. Die Sammlung der entstandenen Projekte auf unserer Website jugendmuseumjetzt.at kann davon einen Eindruck geben. Sie stellt ein ephemeres Archiv von Momenten transformativer Vermittlungsarbeit dar.

Seit einem guten Jahr ruht die Kampagne um ein Jugendmuseum allerdings. Das hat sehr pragmatische Gründe: Denn partizipative, kollaborative und transformative Arbeit erfordert nicht nur die Offenheit aller Beteiligten, sondern vor allem auch Zeit und Geld. Unser Projekt wurde gefördert durch die Kulturkatapult-Förderung 2020, die uns zwei Jahre der intensiven Arbeit mit zahlreichen Beteiligten ermöglichte. Seit dieser einmaligen Ausschüttung existiert keine vergleichbare, geschweige denn eine kontinuierliche Förderung freier und institutionsunabhängiger Vermittlung in Wien oder Österreich.

Das erachten wir nicht nur als erhebliche Bremse für das Projekt eines künftigen Jugendmuseums in Wien, sondern als Aushöhlung von demokratischen Prozessen. In unserem Verständnis bedeutet, demokratisch zu sein und partizipativ zu handeln, Menschen mit der Möglichkeit auszustatten, eigene Forderungen zu artikulieren, Sprachformen zu entwickeln und Medien zu deren Äußerung zu erproben. In der Laufzeit des Projekts *Ein Museum. Echt jetzt?* ist genau das passiert. Deutlich ist dabei nicht nur das Potenzial partizipativer und transformativer Kulturarbeit geworden, sondern auch die dringende Notwendigkeit stabiler Fördersysteme für transformative Arbeitspraxen.

Empfehlungen

- Büro trafo.K (Hg.): Strategien für Zwischenräume. Ver_Lernen in der Migrationsgesellschaft, schulheft 1/17 – 165, Innsbruck/Wien/Bozen 2017.
- Büro trafo.K: Drei Fragen an . . . , in: Art Education Research, Heft der SFKP/SSPA, No. 23/2023.
sfkp.ch/artikel/drei-fragen-an-buro-trafok
- Elke Smodics: So kompliziert wie Situationen sind, in: participate No. 10/2014.
p-art-icipate.net/so-kompliziert-wie-situationen-sind/?pdf=4067
- Nora Sternfeld: Um die Spielregeln spielen! Partizipation im post-repräsentativen Museum, in: Susanne Gesser, Martin Handschin, Angela Jannelli, Sibylle Lichtensteiger (Hg.), Das partizipative Museum: Zwischen Teilhabe und User Generated Content. Neue Anforderungen an kulturhistorische Ausstellungen, Bielefeld 2012, S. 119–126.

Keep it shiny, keep it
real – im Stück, auf
der Bag oder for real?
Akteur*innen und
Outreach an der
Wiener Staatsoper

Krysztina Winkel,
Wiener Staatsoper

Die Abteilung Vermittlung & Outreach lädt in ihren Projekten Kinder, Jugendliche und junge Erwachsene in den Probenraum ein, um gemeinsam inter- oder transdisziplinäre Stücke zu komponieren, choreografieren und gemeinsam mit Profis der Wiener Staatsoper aufzuführen.

Mitmachen darf jede*r: Eine Teilnahme erfolgt ohne Casting, bestimmte Vorkenntnisse oder finanziellen Anmeldebeitrag. Ein Zusammentreffen junger Kreativer diverser Hintergründe, Perspektiven, Stärken und Interessen ist erwünscht – **gearbeitet wird mit dem, was im Raum ist.** Auch die Spielorte sind verschieden: Kulturhaus Brotfabrik in Favoriten, das Atelierhaus im 6. Bezirk, outdoor auf dem Karlsplatz, eine U-Bahn-Unterführung. Die klassische Trennlinie – wer ist hier Publikum und schaut zu, wer spielt – vermischt sich seit drei Jahren in den sogenannten Labor-Projekten. Ausgehend von Stoffen aus dem Repertoire wird geprüft, welche Themen für die jungen Künstler*innen relevant sind und wie man eine inhaltliche oder ästhetische Brücke ins Heute oder neue fiktive Erzählwelten bauen kann. Die Offenheit für die Ideen der Teilnehmer*innen erfordert ein starkes Bekenntnis von oben und Mut und Vertrauen von Seiten des Hauses in den zu Beginn sehr offenen und ungewissen Prozess. Denn auf einmal stehen im Spielplan, auf der Homepage oder im Leporello der Wiener Staatsoper neben Balletten und Opern wie *Dornröschen*, *Wozzeck* oder *Il ritorno d'Ulisse in patria* Werktitel wie *The Start Up*, *Die Kaugummi-Göttin* oder *Imprint*. Titel, die die Jugendlichen selbst geprägt und mit ihren Inhalten, Erzähl- oder körperlichen Ausdrucksweisen und Gedankenketten in Musiktheater oder Tanz übersetzt haben.

Zentral in der partizipativen Arbeit ist neben dem Fokussieren auf ein für die jungen Akteur*innen akutes gesellschaftliches Thema, wie beispielsweise Femizide, Identitätsfragen oder die Ausgrenzungsgesellschaft, dass die von ihnen gestalteten Libretti, Choreografien oder musikalischen Bausteine – ja, dazu können auch mal ein „Bananenbrotrezept-Duett“ oder ein „Narzyst*innen-Trio“ gehören – von den Musiker*innen der Wiener Staatsoper mit der gleichen Wichtigkeit und Selbstverständlichkeit gespielt und begleitet werden wie die großen Werke im Graben. Und ja, auch ein Sopran aus dem Opernstudio kommt dann im Rahmen einer „Jugendchatoper“ in die eventuelle Verlegenheit, einen von Schüler*innen geschriebene Text, z. B. inspiriert aus Computerspielwelten wie Fortnite, zu singen oder eine Szene mit einer Jugendlichen zu beenden, die sich mit Sätzen wie **Keep it shiny, keep it real!** aus ihrer Szene, in welcher sie gerade ein TikTok-Video dreht, verabschiedet. Es geht neben Augenhöhe auch um Nähe, Vertrauensaufbau und ganz simpel darum, miteinander Zeit zu verbringen: im Probenraum, in der Pause oder auf der Premierenfeier, bei der z. B. Staatsopernmusiker*innen mit den jungen Darstellenden nicht nur eine Pizza, sondern auch die Spotify-Playlist teilen. Wenn die jungen Akteur*innen dann einmal selbst ins große Haus gehen, um wirklich nur Zuschauer*innen

zu sein, ist die Freude groß, wenn sie bei einem Besuch von *Carmen* merken: „Hey, da unten im Graben sitzt Wolfgang, der hat bei uns damals in *Der letzte Tag* im Kulturhaus Brotfabrik auch Flöte gespielt, den kenn' ich!“

Die Narrative und Spielorte der Stückentwicklungen bestimmen auch wiederum das (neue) Publikum jener Werke. Viele Schüler*innen kommen im 10. Bezirk im Kulturhaus Brotfabrik bei einer Aufführung des Opern- oder Tanzlabors das erste Mal in Berührung mit Musiker*innen der Staatsoper. Dass jene mit Gleichaltrigen eine Bühne teilen, macht nicht nur das präsentierte Werk an sich, sondern hoffentlich auch die Institution der Wiener Staatsoper nahbarer und baut für einige Hemmschwellen ab, auch einmal etwas **im großen Haus** am Ring anzuschauen.

Während kokreative Prozesse zwischen Künstler*innen der Staatsoper, den jeweiligen Kooperationspartner*innen (z. B. Superar, Tanz die Toleranz oder Künstler*innen aus der freien Szene wie Aaron Hader) und den jungen Theatermacher*innen selbst Effekte auf alle Beteiligten haben, stellt sich natürlich dennoch oft die Frage, wie solche Prozesse auch in die Institution selbst hineinspielen. Können partizipative Projekte und die daraus entstehenden Begegnungen und Kokreationen nicht nur die Demografie (wenn auch in kleinen Schritten) des bisherigen Staatsoperpublikums, sondern auch die Prozesse, Strukturen, Haltungen eines so großen, historisch geprägten Hauses transformieren? **Wie kann Outreach nach innen reichen und ehrlich eine Beziehung in beide Richtungen prägen, pflegen und im besten Falle längerfristig aufrechterhalten?** Die Antworten hat die Staatsoper sicher bei weitem noch nicht alle gefunden, aber vielleicht den ersten Teil der Gleichung: Offenheit und Neugier gegenüber dem, was die Jugendlichen sagen oder schreiben, wenn sie nicht nur Rezipient*innen, sondern aktive Mitgestalter*innen sein können.

Dass **Keep it shiny, keep it real!** nun als Slogan den ersten Jugend-Merchartikel der Staatsoper, eine Umhängebag, zierte oder ein Bühnenbildelement einer Labor-Produktion den Gang zum Büro des Staatsoperndirektors dekoriert, sind kleine Bewegungen nach innen, die beim zweiten Hinschauen mehr als eine Marketingaktion sein können, nämlich eine kleine alltägliche Erinnerung an einen Teil der Outreach-Vision. Und zwar übersetzt in: **Keep it shiny** = mit Spielwut, Gestaltungslust und (allen möglichen) theatralen Mitteln Theaterzauber schaffen und Stimmen junger Leute amplifizieren; **keep it real** = auf dem Boden bleiben, immer prüfen und fragen, worum geht es eigentlich? Was bewegt (die Welt)?

Um örtlich eine Lücke zwischen „den großen Produktionen“ und intimeren Outreach-Formaten zu schließen, wäre ein gemeinsamer (von Profis und Communitys genutzter) Wirkungsraum wünschenswert. Einen großen Schritt in diese Richtung geht die Wiener Staatsoper in der Saison 2024/25. Dann wird im Winter am Karlsplatz eine junge Bühne eröffnet, die neben Uraufführungen, experimentellem Musiktheater und Tanz die Werke der partizipativen Labore im gleichen Licht zeigt. Jenes Haus wird Gastgeber und erweitertes Zuhause sowohl für

Projekte und Werke mit dem festen Ensemble der Wiener Staatsoper, dem hauseigenen Opernstudio, der Operschule und Ballettakademie als auch für das erste generationsübergreifende Community-Ensemble der Wiener Staatsoper, das City-Labor.

Kryszтина Winkel

in Aachen geboren und im Rheinland, im Ruhrgebiet und in Coventry (UK) theaterspezialisiert, leitet seit 2020 die Vermittlungs- und Outreacharbeit an der Wiener Staatsoper, führt im Kinder- und Jugendtheaterbereich Regie und ist zudem aktuell Lehrende an der Universität für Musik und Darstellende Künste Wien sowie Vice-Chair von RESEO – The European Network for Opera, Music and Dance Education. Für die Zukunft wünscht sich Kryszтина, dass man mehr über Inhalte, Formen und Ästhetiken von Musiktheater und Tanz für junges Publikum spricht anstatt über die Frage „Warum überhaupt?“; denn: Theater schauen und gestalten über Zugang zu Kultur sind Grundrechte jedes jungen Menschen und können eine Plattform und „fiktiver Probenraum“ sein, Gesellschaft im Mikrokosmos so zu testen und zu gestalten, wie wir es uns für die „große Welt“ wünschen würden.

wiener-staatsoper.at/jung

@wienerstaatsoper_jung auf Instagram

Verweise

- S. 275 Muhammet Ali Baş, Magdalena Chowanec und Stephan Kuss, Von „Neuen Freundschaften“ und involviertem Kuratieren
- S. 249 Kira Kirsch, *All over Vienna* – eine Reise mit dem Publikum
- S. 265 Andrea Lumplecker, Publikum sein und werden-mit-anderen
- S. 269 maiz, Kulturarbeit als Weg zur gesellschaftlichen Partizipation

Wir brauchen selbst- bewusstes Theater für junges Publikum!

Anja Sczilinski,
ASSITEJ Austria. Junges Theater Österreich

Die Vielfalt im Theater für junges Publikum ist groß: Ob experimentelles Performancetheater für Kinder, junge, frische Texte von Autor*innen, Stückentwicklungen in Ko-Kreation mit Jugendlichen oder Stücke, in denen das Publikum zum Mitspielen aufgefordert wird, zum Mit-Entscheiden, Mit-Bestimmen, Mit-Erzählen – die Teilhabe ist ein wichtiges und großes Erfahrungsfeld im Theater für junges Publikum. Jugendliche und Kinder werden dort abgeholt, wo sie sich befinden: in ihrer eigenen Lebenswelt, mit mobilen Inszenierungen, die auf das Publikum zugehen, sogar örtlich in ihrer Schule, in ihren Bezirken, in ihrem Grätzl.

Theater für junges Publikum heißt Vielfalt, vertritt Werte, lässt uns das eigene Handeln in Bezug zur Welt überprüfen, das **Miteinander** immer wieder befragen, neu entdecken und es erschafft neue Denk- und Erfahrungsräume. Junge Menschen sind auf der Suche nach ihrem eigenen Platz im Leben, in der Gesellschaft. Sie befragen die Welt, die bestehende Ordnung neu und stellen Altes, Überholtes in Frage, möchten die großen Fragen ans Leben für sich, für uns alle neu beantworten, ihre eigenen Antworten finden. Junge Menschen sind unser aller Zukunft und ihnen wird eine Welt, eine Gesellschaft hinterlassen, in der es vieles zu überprüfen, weiterzuentwickeln und zu ändern gibt. Sie stellen mutig die allergrößten Fragen über unsere Existenz.

Warum Theater für ein junges Publikum?

Professionelles Theater für junges Publikum verhandelt genau diese brennenden Themen unserer Zeit auf Augenhöhe, ermöglicht es, sich mit diesen großen Fragen fantasievoll auseinanderzusetzen, vermittelt Kindern, Jugendlichen und jungen Erwachsenen diese Themen mit verschiedenen ästhetischen Mitteln, abseits vom Mainstream, von sozialen Medien, Netflix – analog auf der Bühne mit wahren Begegnungen und Auseinandersetzungen. Das gemeinschaftliche Gefühl und das kollektive Bewusstsein werden gestärkt. Junge Menschen reagieren offen und neugierig auf die verschiedenen Themen, Ästhetiken und Kulturvermittlungsangebote, die auf sie und ihr Alter zugeschnitten sind, die sie ernst nehmen, ihnen etwas zutrauen, sie involvieren und professionell von hoher Qualität angeboten werden.

Fragestellungen, die im Erwachsenentheater aktuell verhandelt werden, wie **Wer macht Kultur für wen?**, **Wer erzählt welche Geschichten?** und **Welche Perspektiven werden repräsentiert?** sind im Theater für junges Publikum seit längerem Alltag. Theaterschaffende für junges Publikum haben immer ihr Publikum im Fokus, Theatervermittlung ist seit vielen Jahren fixer Bestandteil der Theaterarbeit.

Verweise

- S. 154 Kristina Hammer, Das Publikum als oberste Wirklichkeit des Theaters
- S. 256 Freya van Kant, Achtung Drag Queen! Über die Wichtigkeit der Drag Story Hours.
- S. 100 Aron Stiehl, Ohne unser Publikum wären wir nichts
- S. 64 Alina Zeichen, Das Publikum fällt nicht vom Himmel

Schlüsselwort Partizipation

Die Diskursfähigkeit der Kinder und Jugendlichen wird verbessert, Safe Spaces werden geschaffen. In vor- und nachbereitenden Workshops, Projekten oder moderierten Publikumsgesprächen dürfen Kinder und Jugendliche ihre eigenen Zugänge (er-)finden, Wunschhaltungen und Reaktionen auf die verhandelten Konflikte selbst ausprobieren, daran wachsen und anschließend als junge Expert*innen über die Inszenierungen mit Profis diskutieren.

Persönliche Teilhabe ist immer wieder Mittelpunkt vieler Produktionen und Projekte. Beim STELLA*23 (Theaterpreis für herausragende Leistungen für junges Publikum) beispielsweise gibt es einen Sonderpreis der Jury für partizipative Projekte. Theater wird niedrigschwellig für alle Interessierten und für jedes Alter zugänglich gemacht. Diese wichtige zukunftsorientierte Arbeit dieser Theatersparte und Kunstform unterstützt und fördert den Nachwuchs – das vielseitige, diverse Publikum für jetzt und für die Zukunft.

Anja Sczilinski,
Vorstandsvorsitzende

Theater ist politisch – haben alle ein Recht auf Theater?

Jeder junge Mensch in Österreich ist schulpflichtig. Mit Vorstellungen und Angeboten für Schüler*innen erreichen wir **alle** Zuschauer*innen aus allen sozialen Schichten, allen Schulsparten und -arten, aus unterschiedlichen Herkunftsländern, mit verschiedenen Religionen und kulturellen Hintergründen. Die große Bandbreite und Diversität des jungen Publikums in Österreichs wird hier sichtbar.

Alle jungen Menschen in Österreich sollten die Möglichkeit haben, das Theater als Ort für gesellschaftliche Auseinandersetzungen und Beteiligung kennenzulernen – am besten direkt ab der Volksschule oder früher. Unsere Aufgabe als Theaterschaffende ist es, Kinder und Jugendliche von Anfang an ans Theater heranzuführen, ihnen zu ermöglichen, dass das Theater und der Besuch dieser Kulturinstitutionen ein Teil **ihres** Lebens werden. Wenn junge Menschen regelmäßig mit Theater in Berührung kommen, mit einem Programm für jeweils alle Altersstufen, und wenn wir als Theaterschaffende mit ihnen in einen ehrlichen inhaltlichen Dialog treten, Auseinandersetzungen auf Augenhöhe führen, dann empfindet ein junges Publikum diese Institutionen, diese Theater auch als ihre Orte, die sie durch alle Lebensphasen begleiten. Dann werden diese Orte der Begegnung auch Teil ihres Erwachsenenlebens sein. Es ist unsere Aufgabe und Herausforderung, uns mit diesem kritischen jungen Publikum ernsthaft auseinanderzusetzen. Denn das junge Publikum ist auch das ehrlichste Publikum, das plötzlich lauthals für ihre Protagonist*innen mitkämpft, laut schreiend das Wort ergreift, den Zuschauer*innen-Raum, die Bühne, das gesamte Theater zum Beben bringt. Diese Art von Einmischung ist für alle ein großes Vergnügen, sie kreiert ein kollektives Bewusstsein und stärkt die Gemeinschaft. Die Arbeit aller, die Theater für junge Menschen und mit jungen Menschen produzieren, leistet einen wichtigen Beitrag zum sozialen und kulturellen Miteinander und stärkt die gesamte Theaterszene. Theater für junges Publikum ist ein Medium, welches auf erfrischende und aktuelle Weise informiert, über Weltsituationen aufklärt, gesellschaftliche Auseinandersetzungen ermöglicht, die eigenen Gefühle anspricht, junge Menschen ernst nimmt und sie auf dem Weg zu „mündigen Bürger*innen“ begleitet.

ASSITEJ Austria,
Junges Theater Österreich,
Wien

Was braucht Theater für junges Publikum?

Für die Zukunft wünsche ich mir ein gemeinsames kraftvolles Agieren aller Kulturschaffenden, ein Implementieren des Schwerpunktes Theater für junges Publikum in allen künstlerischen Ausbildungs- und Studiengängen und ein selbstbewusstes Theater für diese wichtigste Zielgruppe mit der Unterstützung aller politischen Akteur*innen und Bürger*innen, verbesserten Bedingungen für Protagonist*innen und mit einem gestärkten Wir-Gefühl. Und **alle** Schüler*innen sollten mindestens einmal pro Schuljahr/pro Spielzeit verpflichtend ins Theater gehen und Kultur erleben. Ein Theaterbesuch soll als ein fixer Bestandteil des Unterrichts im österreichischen Bildungssystem verankert werden. Kulturelle Bildung soll aktiv von **allen** gelebt werden.

Anja Sczilinski

Ihre Arbeit als Regisseurin und Kulturvermittlerin, inklusive vieler Projekte im zeitgenössischen Tanz, hat Anja Sczilinski mit der freien Szene in Deutschland und der Tanzszene in São Paulo, Brasilien verbunden, aber vor allem an viele große deutschsprachige Theaterinstitutionen geführt. Bevor sie als Leitungsmitglied am Bayerischen Staatsschauspiel die junge Sparte aufbauen und etablieren durfte, leitete sie für das Bundesministerium für Unterricht, Kunst und Kultur in Österreich ein Modellprojekt für kulturelle Bildung, SCHAUSPIEL AKTIV!, am Schauspielhaus Graz und baute OPER AKTIV! für die Oper in Graz mit auf. Sie unterrichtete an verschiedenen Hochschulen, Universitäten und Bildungseinrichtungen in Deutschland, Österreich und Italien. Seit 2019 ist sie als künstlerische Leitung des Burgtheaterstudios am Burgtheater in Wien tätig. Sie setzt sich stark für die professionelle Nachwuchsförderung junger Schauspieler*innen, Regisseur*innen und Autor*innen ein und ebenso für das Nachwuchspublikum: Sie ist verantwortlich für die Programm- und Spielplangestaltung für junges Publikum am Burgtheater. Anja Sczilinski ist Vorstandsvorsitzende der ASSITEJ Austria.

Die ASSITEJ Austria

ist der Dachverband des professionellen Theaters für ein junges Publikum in Österreich. Sie dient als Schnittstelle für nationale und internationale Vernetzung und leistet mit ihrer Lobbyarbeit einen wesentlichen Beitrag zur weiteren Sichtbarmachung und Stärkung der darstellenden Kunst für ein junges Publikum.

assitej.at

Empfehlungen

- Blog des Burgtheaterstudios
burgtheater.at/studioblog
- STELLA-Darstellender.Kunst.Preis für junges Publikum
assitej.at/stella

„Mir ist langweilig.“

Stefan Huber,
Österreichisches Filmmuseum

Verweise

→ S. 192 Linda Kutter und
Alexander Erler, Selbstver-
ständnis statt Erziehung:

Wiesenrock in Wattens

→ S. 322 Clemens Setz,

Was ist ein Publikum

→ S. 290 Ernst Schmiede-
rer, Zuhören, damit der/die
Andere erzählt. Manifest für
erhöhte Sichtbarkeit

→ S. 173 Renate Wurm,
DAS KINO. Salzburger Film-
kulturzentrum

Das Österreichische Filmmuseum ist seit 2019 Partner des Projekts Cinemini Europe (cinemini-europe.eu), in dessen Rahmen wir im internationalen Austausch und mit finanzieller Unterstützung des Creative-Europe-Programms erstmals in unserer Geschichte Filmvermittlung für Kinder im Alter von 3 bis 6 Jahren entwickeln und erproben. In diesem Text möchte ich in Rückgriff auf dieses Projekt auf zwei Punkte eingehen: erstens auf die Haltung, mit der wir in dieses Vorhaben gingen, und zweitens auf eine zentrale Erkenntnis, die wir im Laufe von inzwischen fast fünf Jahren Arbeit mit Kleinkindern gewonnen haben und die auch für die Arbeit mit anderen Publika außerordentlich hilfreich ist.

Zur Haltung, mit der wir in dieses Projekt starteten und die wir bis heute mit fester Überzeugung einnehmen: Kinder sind nicht – wie so oft zu hören ist – das Publikum der Zukunft. Sie sind ein Publikum der Gegenwart und haben das Recht, als solches ernstgenommen zu werden. Die Bezeichnung „Publikum der Zukunft“ hat einige Implikationen, die ich für problematisch halte: Zunächst jene, dass Kleinkinder noch kein „fertiges“ Publikum seien und Kunstvermittlung die Aufgabe habe, sie zu einem solchen zu erziehen oder – noch gruslicher – zu formen. Nichts könnte falscher sein: Kinder sind in jedem Alter – egal wie jung – vollwertiges Publikum mit eigenen Bedürfnissen, Vorlieben, Interessen, Desinteressen, Meinungen, Protesthaltungen, Gestaltungswünschen. Und zweitens: Ich sehe die Aussage kritisch, dass die Arbeit mit Kindern deswegen so wichtig sei, weil über diesen Weg gesichert werden könne, dass in kommenden Jahrzehnten erwachsene Menschen Geld für Kulturveranstaltungen ausgeben und dadurch deren Fortbestand sichern würden. Eine Erziehung zu Konsument*innen also. Dass Kinder, die mit Kunst in Kontakt kommen, sich auch in späteren Jahren gerne mit Kunst beschäftigen, mag durchaus sein und ist ein schöner Effekt.

Stefan Huber

macht seit 2012 Vermittlungsveranstaltungen im Österreichischen Filmmuseum und ist seit 2013 ebendort als Filmvermittler angestellt, seit 2019 leitet er diesen Bereich. In dieser Rolle ist und war er beteiligt an nationalen und internationalen Vermittlungsprojekten wie Jugendliche programmieren (seit 2016), Filmästhetik und Kindheit (2016–2018), Interkulturelle Filmbildung (2017–2021) oder Cinemini (seit 2019), außerdem ist er Teil diverser Jurys und als Moderator tätig. Er studierte Deutsche Philologie in Wien und Barcelona, war bis 2006 an der Schnittstelle Film/Radio tätig und ist Lebens- und Sozialberater in Ausbildung und unter Supervision.

Das Österreichische Filmmuseum

widmet sich seit 1964 der Bewahrung, Erforschung und Präsentation des Mediums Film. Seine Tätigkeiten sind so vielfältig wie das Medium selbst: Das Filmmuseum betreibt ein Kino, bewahrt Sammlungen, ist eine Forschungs- und Bildungsstätte.

filmmuseum.at

Meiner Ansicht nach hat Kunstvermittlung aber emanzipatorische Ziele: Die Förderung von kritischer, intellektueller und kreativer Auseinandersetzung mit der Welt auf Basis von Empathie, gegenseitiger Wertschätzung und Solidarität. Auch und besonders um den Preis, dass dadurch nicht brave Konsument*innen entstehen, sondern Menschen, die auch den bestmeinenden Kulturinstitutionen zeigen, was ihnen passt und was nicht, auf dass es zu produktiven Konflikten und zukunftsgestaltenden Auseinandersetzungen kommt. Das mag nicht immer angenehm sein, hat aber das Potenzial, alle Beteiligten weiterzubringen.

Stefan Huber,
Leiter Filmvermittlung

Doch Haltung ist nur die eine Seite, die andere ist die tatsächliche Praxis, das Sammeln von Erfahrung. Und diese hat im Projekt *Cinemini* für mich zu folgender Einsicht geführt: Kunstvermittlung kann erst dann ihr volles Potenzial entfalten, wenn der*die Vermittler*in bereit ist, Kontrolle über den Verlauf einer Veranstaltung oder eines Projektes abzugeben. Um mögliche Unklarheiten vorab aus dem Weg zu räumen: Ich halte es für sehr wichtig, eine Vermittlungsveranstaltung gründlich vorzubereiten und zu planen. Aber für ebenso wichtig halte ich es, in der Veranstaltung selbst bereit zu sein, all diese Pläne über den Haufen zu schmeißen, wenn das Interesse des Publikums in eine ganz andere Richtung führt. Kleinkinder haben die wunderbare Eigenschaft, genau diese Qualität aus einem*einer Erwachsenen herauszuholen. Und das ist für die Vermittlung ein wahres Geschenk, das mir u. a. in der titelgebenden Aussage eines Kindes überreicht wurde.¹ Erwachsene geben ähnliche Rückmeldungen, nur subtiler. Kinderveranstaltungen bieten also Erfahrungen und Erkenntnisse, die auch für die Arbeit mit jedem anderen Publikum von großem Nutzen sind und mich zu Einsichten geführt haben, die sich hier nicht im Detail wiedergeben, aber zu zentralen Orientierungspunkten zusammenfassen lassen:

Österreichisches
Filmmuseum,
Wien

- Es ist für alle bereichernd, in der Kunstvermittlung auf die Ausgewogenheit von intellektueller, kreativer und spielerischer Beschäftigung zu achten.
- Wenige Inhalte und für diese viel Zeit einplanen, irgendwas „nur kurz“ zu machen funktioniert nicht.
- Nicht immer aus der Position des*der Wissenden sprechen, sondern auch mal Fragen stellen, auf die man selber (noch) keine Antworten hat.
- Und – wie gesagt – die Bereitschaft, alle vorab gemachten Pläne auch mal über den Haufen zu werfen.

Der Begriff Publikum wird oft mit einer passiven Rolle assoziiert: Das Publikum nimmt Platz und kriegt ab, was auch immer rund um es geschieht. Die Arbeit mit Kindern kann lehren, den aktiven und gestalterischen Anteil, den jedes Publikum an einer Veranstaltung hat, wahrzunehmen, wertzuschätzen und zu fördern. Es ist erstaunlich, was dann alles geschehen kann.

¹ Um gleich mal auf einen vermuteten Einwand zu antworten: Kleinkinder sind generell, auch im berüchtigten „Heutzutage“ in der Lage, sich für längere Zeit und auf ihnen unvertraute Inhalte zu konzentrieren (wie lange genau, hängt dann tatsächlich zu einem hohen Grad vom Alter ab). Zehn Minuten abstrakter Film und 20 Minuten Gespräch darüber sind absolut möglich. Außer, es interessiert sie nicht, dann sind sie nach zwei Minuten mit anderem beschäftigt, so meine Erfahrung.

Mit, durch, für ... das Publikum – welches Publikum?

Karin Schneider,
Lentos Kunstmuseum und Nordico Stadtmuseum

Das Publikum, die Besucher*innen, die „Audience“, die Teilnehmer*innen ...

Karin Schneider,
Leiterin Kunstvermittlung

Lentos Kunstmuseum &
Nordico Stadtmuseum,
Linz

sind alles Begriffe, die – mit jeweils einem unterschiedlichen Beiklang – auf jene verweisen, die „wir“ ansprechen, adressieren wollen, die auf die Beziehung zwischen den Kunst- und Kulturinstitutionen mit ihrem „Außen“ verweisen. Die Schwierigkeiten, dieses Verhältnis gut zu fassen, deuten sich bereits durch die Sprechweise an: „Wir“, die Vermittler*innen, die wir in den Institutionen in Bezug auf ein Publikum arbeiten, imaginieren uns manches Mal als die „Hüter*innen der Schätze“, aber auch oft als die „Hüter*innen und Produzent*innen von Wissen“ und die „Wissenden“ darüber, in „welche Häppchen“ dieses zerteilt werden muss, um „verdaulich und vergnüglich“ zu erscheinen. Daher führen die Vorstellungen davon, wer die „draußen“ sind, „für“ welche wir diese Arbeit machen, oft auch Projektionen, Fantasien, Wünsche, Ansprüche und Ängste bezüglich eines imaginären Publikums mit: Wie sind jene „da draußen“, die „wir“ gerne hier „drinnen“ haben wollten? Wir imaginieren – je nach Weltsicht, Erfahrungen, Tagesverfassung oder Position im Museum – „das Publikum“ als besonders bedürftig oder auch als besonders klug und kritisch. Als Vermittler*innen sind wir oft mit den unterschiedlichsten Ansprüchen konfrontiert bzw. wissen wir, dass diese auch ein Hinweis auf die „Widersprüche der Welt“ sind: Einerseits kann und soll Vermittlung zu den Besucher*innenzahlen und den Verankerungen von Kulturinstitutionen in der Gesellschaft beitragen, andererseits steht ein solcher Fokus oft dem genaueren Entwickeln von Projektpartnerschaften und Methodenvielfalt entgegen.

Die Arbeit mit dem Publikum von Vermittler*innen in Museen bewegt sich zwischen diesen unterschiedlichen Anforderungen, Projektionen und dem Erfahrungswissen, zwischen wohlmeinendem Paternalismus und ernsthaftem Engagement für die Öffnung des Museums, zwischen der Inklusion und der Diversität an Standpunkten einerseits sowie andererseits der Idee, die Inhalte auch mit und durch das Publikum neu zu definieren. Auch die Vermittlungsarbeit der Museen der Stadt

Linz würde ich als einen solchen Balanceakt bezeichnen. So ist es uns einerseits wichtig, dass wir Programme entwickeln, die jenen Gruppen, die sich als Einzelbesucher*innen im Museum nicht angesprochen, nicht gemeint oder sich nicht wohl fühlen, Zugänge eröffnen und ihnen die ausgestellten Werke und Themen erschließen; andererseits aber geht es uns auch darum, Methoden zu entwickeln, um gemeinsam mit dem Publikum diese Inhalte weiterzudenken, mit Alltagserfahrungen zu verknüpfen und beides gegen den Strich zu bürsten, letztendlich also kritisch zu befragen.

Die Entwicklung des Museums verlief in Abgrenzung zu den adeligen Kunst- und Wunderkammern als ein Ort, der auf ein Publikum ausgerichtet ist und sich als Institution versteht, um „das Volk“ zu bilden, und zwar in der doppelten Bedeutung des Lernens und der Herausbildung einer nationalen Identität. Der Museologe Tony Bennett bezeichnete 1995 das Museum als „school of citizenship“, in welcher auch die unteren Schichten lernen sollten, sich richtig zu vergnügen und „gut“ zu benehmen. Dennoch waren zunächst nicht speziell Kinder gemeint. Die Vorstellung, dass Museen (auch) Kinderorte sein könnten, entstand zumindest im deutschsprachigen Raum eher spät. Noch in den 1990er-Jahren wurde – wie Eva Sturm schrieb – das „wilde Treiben“ von Kindern im Museum von der Museumsleitung als „Störung“ empfunden. Heute gelten Kinderaktivitäten als Indiz für ein „fröhliches, sinnliches, offenes“ Museum. Dennoch merken wir schnell: Der Museumsraum, vor allem eines Kunstmuseums, ist an sich kein Raum für Menschen, die mit (kleineren) Kindern leben. Wollen wir, dass diese sich hier auch gemeint fühlen, bedarf es konkreter Anstrengung.

Diese Herausforderung ist uns ein großes Anliegen. Und so bekamen wir während der Pandemie, als wir keine Atelierprogramme durchführen konnten, Rückmeldungen, dass Menschen mit Kindern einen Zugang für diese während des Museumsbesuches vermissen. Zu Beginn des Lockdowns 2020, als die Museen, aber auch alle anderen Möglichkeiten für Kinder, in ihrer Freizeit kreativ zu werden, eingeschränkt waren, reagierten wir schnell und von der Geschäftsführung

unterstützt mit den *Take-Away-Ateliers* in einer Burger-Box, die kostenlos bei der Kassa abzuholen waren, und mit den *DIY-Ateliers* für Familien, Freund*innen und Schulen zum Download. Dennoch zeigten besorgte Nachfragen von Eltern über das längere Fehlen von personaler Vermittlung und künstlerischer Aktivität für Kinder und Familien, als wie groß die Lücke wahrgenommen wurde. Diese Einsicht führte dazu, dass wir heute die Atelierprogramme und Formate wie *Babytours* (Führungen für Personen mit sehr kleinen Kindern) ausgeweitet haben.

Eine ähnliche Erfahrung, auch wenn sich diese an eine kleinere Zielgruppe richtete, hatten wir mit dem Programm *Führungen mit Gebärdensprach-Dolmetsch*. Dieses wurde in enger Kooperation mit den Vereinen und Organisationen Gehörloser in Linz von meiner Vorgängerin Dunja Schneider ins Leben gerufen und während der Pandemie besonders lange ausgesetzt, da solche Führungen nicht gut mit Schutzmaske gehalten werden können. Als wir im Herbst 2023 wieder starteten – nachdem etliche Gehörlose und Initiativen uns explizit darum gebeten hatten – konnten wir wahrnehmen, wie wichtig solche Programme für Communitys sind, die sich aus dem Angebot von Kulturinstitutionen nicht nur ausgeschlossen fühlen, sondern aufgrund fehlender Wahrnehmungen und fehlenden Bewusstseins in der Gestaltung von Ausstellungen und ihrer Vermittlung tatsächlich auch ausgeschlossen sind. Ähnliches kann auch über Atelierprogramme gesagt werden, die wir für geflüchtete Menschen aus der Ukraine in Kooperation mit ihren Organisationen angeboten haben, oder über die (relativ neue) Zusammenarbeit mit dem Demenzverein aus Linz-Nord und die Entwicklung von *Museumsgesprächsrunden* als Ergebnis dieser Kooperation. Allein all diese verschiedenen Bedürfnisse und ihre „Stakeholder“ wahrzunehmen und die Sensibilitäten auszubuchstabieren, die ihre Adressierung erfordert bzw. erfordern würde, ohne dabei in Zuschreibungen und Klischees zu verfallen, braucht Umsicht, Erfahrungswissen, eigene Reflexionsbereitschaft und Zeit für Kommunikation und Methodenentwicklung. Dies ist nur in Ansätzen möglich und auch nur, da es im Team der Kunstvermittlung

der Museen der Stadt Linz Vermittler*innen gibt, die sich schon lange, intensiv und auf verschiedenen Ebenen mit Inklusion und Diversität in diesen Vermittlungsansätzen beschäftigen, dieses Wissen auch an nächste Generationen im Team weitergeben und dabei gleichzeitig einen genauen und umsichtigen Selbstreflexionsprozess betreiben. Insbesondere sind dies u. a. in alphabetischer Reihenfolge: Cécile Belmont, Petra Hansche, Gabriele Kainberger, Korinna Kohout, Judith Maule.

Dennoch geht dieser Anspruch des „Museums für alle“ oft über die personellen wie finanziellen Kapazitäten der Vermittlungsabteilung hinaus. Es zeigt sich immer wieder, dass alle Aktivitäten in diesem Bereich als „Prototypen“ gefasst werden müssen, als Versuchsanordnungen, die letztendlich zeigen, welche Parameter ein Museum bzw. jede Kulturinstitution berücksichtigen müsste, um die Zugänge inklusiver zu gestalten. Ist diese Anstrengung ausschließlich über die Vermittlungsabteilung zu leisten, kann sie sich nicht entfalten. So ist allein schon die Tatsache, dass die oben geschilderten Programme in unseren Museen für die Betroffenen kostenlos oder zu einem symbolischen Beitrag zu besuchen sind, ein wesentliches Moment dafür, dass sich die Teilnehmenden willkommen und wahrgenommen fühlen – dies ist tatsächlich jedoch nur möglich, da die künstlerische genauso wie die kaufmännische Leitung eine solche Haltung trotz finanzieller Herausforderungen unbürokratisch unterstützt und trägt. Ebenso ist die kollegiale Zusammenarbeit der Vermittlungsabteilung mit den Bereichen Presse und Marketing, wie sie in unseren Museen tägliche Praxis ist, Voraussetzung für eine sensible Adressierung von unterschiedlichen Publika. Wir lernen dabei voneinander und wir lernen, die jeweiligen Kompetenzen wahrzunehmen: Wie werden Texte kürzer und verständlicher? Wie das Bildmaterial inklusiver und weniger zuschreibend? Welches Wording verwenden wir, um Konstruktionen von z. B. „Familien“ als „Vater-Mutter-Kind“ oder ein Labeling als „Flüchtlinge“ zu vermeiden? Spricht eine Formulierung wie „Atelier für alle“ wirklich „alle“ an?

Die größte Herausforderung bildet die Schnittstelle zu den Kurator*innen: Denn letztendlich

sind inklusive Museen jene, die z. B. die Größe der Betrachter*innen (es gibt auch kleine Menschen oder solche, die sitzend betrachten), die Sehfähigkeit, unterschiedliche Sprach- und Lesemöglichkeiten, Geh- und Stehfähigkeiten etc. in Betracht ziehen, sobald Ausstellungen geplant und konzipiert werden. Hier sehe ich von Seiten der Kurator*innen ein immer größeres Bewusstsein und den Versuch, so sensibel wie möglich zu agieren. So kommt z. B. der Vorschlag, Saalhefte in „leichter Sprache“ bereitzustellen, sehr oft von den Kurator*innen selbst, ebenso wie Hängungen nach Kindergröße oder partizipative Ausstellungsformate, wie Ausstellung als Prozess bei der Ausstellung *What the fem** im Nordico Stadtmuseum 2022 bis 2023. Auch erlebe ich in unseren Museen, dass die Kurator*innen aktiv auf Vermittler*innen zugehen, bei der Gestaltung von Saalheften oder bei Veranstaltungs- und Kommunikationsformaten mit uns zusammenarbeiten und offen für Vorschläge sind. Allerdings ist im Zuge des Zeitstresses und der vielen Ebenen, die beim Kuratieren großer Ausstellungen immer auch eine Rolle spielen, die Realität oft die, dass bestimmte Setzungen wie z. B. Schriftgrößen, Hängehöhe oder Ausruhzeiten nicht immer erste kuratorische Priorität haben bzw. haben können. Hier bräuchte es auf längere Sicht Personalstellen für Expert*innen, die sich neben und in Zusammenarbeit mit der Vermittlung um diese Fragestellungen kümmern können bzw. Zeit der Entwicklung mit Kurator*innen und den oft externen Gestalter*innen. Allerdings sind es nicht nur die Zugänglichkeiten, sondern auch die präsentierten Inhalte, die dazu beitragen, ob die Kommunikation mit dem Publikum gelingt: Docken die Ausstellungen an den Fragen und Problemen einzelner Communitys an, haben sie Lebensrelevanz für diese? Haben einzelne Communitys und Gruppierungen auch die Möglichkeit mitzureden, was in welcher Form gezeigt wird? In welcher Weise werden Stimmen von Einzelbesucher*innen sichtbar? Können diese das gezeigte Display auch verändern und neue Fragen einbringen? All diese Fragen führen jedoch bereits über das Feld des klassischen Kuratierens wie des klassischen Vermittelns hinaus und in neue, für uns noch zukünftige Museumsexperimente (Stichwort „performing the museum“;

Karin Schneider

ist Zeithistorikerin wie Kunst- und Kulturvermittlerin und leitet zurzeit die Kunstvermittlung des Lentos Kunstmuseums und des Nordico Stadtmuseums der Stadt Linz. Sie hat seit den frühen 1990er-Jahren mit Kunstvermittlung zu tun. In dieser Zeit wurde sie in der Gruppe StörDienst am Museum moderner Kunst in Wien in die Kontexte einer Vermittlung sozialisiert, die sich auch als kritisch den Institutionen gegenüber verstand, gemeinsam mit den Teilnehmer*innen gesetzte Narrative dekonstruierte und künstlerische Verfahren in der Vermittlung nützte. Als Stabstelle Kunstvermittlung (2000–2007 mit Karenzunterbrechung) war sie auch für den Prozess der „Institutionalisierung“ dieses Arbeitsfeldes mitverantwortlich und beobachtete diese mit gemischten Gefühlen. Von 2007 bis 2019 war sie in unterschiedlichen Projekten künstlerischer und partizipativer Forschung sowie Aktionsforschung tätig, welche auch Vermittlungsprozesse analysierten. Weiters ist sie an der Schnittstelle von Kommunikation und Kunst an kuratorischen Projekten beteiligt, z. B. zurzeit bei Vielgeschichtig im Haus der Geschichte Österreich in Wien. Daher sieht sie die Zukunft auch in diesen Mischformen zwischen dem Gestalten und Öffnen von Räumen durch Methoden der Vermittlung, der Kunst und des Ausstellens.

„Kuratieren als Prozess“, „co-curating“) hinein. Letztendlich zeigt sich, dass Museen, v. a. Stadtmuseen, dann in eine gelingende Publikumsadressierung eintreten, wenn sich die Menschen, auch jene aus marginalisierten Kontexten, jene mit Ausgrenzungserfahrungen, im Museum nicht nur als begehrte „Konsument*innen“, sondern als Ko-Produzent*innen von Wissen und Geschichte angerufen fühlen.

Ein offenes Museum, wie wir es verstehen, geht damit über die Einladung an spezifische sogenannte Zielgruppen hinaus und versucht, unterschiedliche Menschen, Sichtweisen und Kontexte in die Generierung/die Befragung der Inhalte dieses Museums (Sammlungen, Displays, Ausstellungsthemen und kuratorische Narrative) einzubeziehen bzw. deren oft kritische Sichtweisen auf die Funktionsweisen des Museums wahrzunehmen: also nicht nur die angeblich festgelegten Inhalte niederschwellig weiterzugeben, sondern

den Schwellenabbau zu nutzen, um diese neu zu konfigurieren und durch Vielstimmigkeit kritisch zu „bürsten“. Die Vermittlung des Lentos Kunstmuseums und des Nordico Stadtmuseums tendiert immer mehr dazu, weniger an Zielgruppen denn an Fragestellungen, an Herausforderungen und Probleme unserer Zeit zu denken und Environments zu schaffen, die es unterschiedlichen Menschen ermöglichen, sich einzubringen und Denkprozesse zu initiieren. Hier ermöglichen es externe Finanzierungen, z. B. durch Culture-Connected-Programme vom OeAD, neue Dimensionen der Partnerschaft mit Schulen auszuprobieren. Es sind dies partizipative Programme, die mit Künstler*innen gemeinsam erprobt werden. In solchen punktuellen „Laboratorien“ nutzen wir künstlerische Verfahren, um mit den Jugendlichen in intensive Gespräche auch über schwierige Themen zu kommen. Genannt seien hier beispielhaft Projekte wie *gendersensibel*, *ich.du.er.sie.es.wir – Die Genderwerkstatt* oder *Hier entdecke ich etwas Sonderbares – Forschungsraum Körnerschule* von Cécile Belmont und Korinna Ko-hout oder das partizipative Schulprojekt zu Kunstformen und Protestbewegungen von Gabriele Kainberger, Gary Whitaker und Parisa Ghasemi.

Im Konkreten bedeutet dies, dass wir in einzelnen intensiven Kooperationen jene methodischen Verfahren vertiefen können, die wir dann für andere Situationen und Publikumskontexte erweitern. Damit geht die Entwicklung der Vermittlungsarbeit immer weiter weg von einer Einteilung des „Publikums“ in einzelne Bedürftigkeiten (so wichtig diese Sensibilisierung immer bleiben wird) hin zu einer Methodenentwicklung für Kommunikationsprozesse, die es ermöglicht, das Museum als vielstimmigen, auch kontroversen und dennoch umsichtigen Verhandlungsraum zu erschließen – sprich von einer Vermittlung **für** alle immer mehr hin zu einer Wissensgeneration **mit** den Stimmen der Vielen.

Quellen

Tony Bennett: *The Birth of the Museum. History, Theory, Politics*, London/New York 1995.
Culture-Connected-Programme am Lentos, unterstützt vom OeAD.

lentos.at/programm/schule-hort-kindergaerten/kunstvermittlung-in-kooperation
Andrea Hubin, Karin Schneider: In the Unrest of Implication. *Museum Education Methods in Atmospheres of Scandalization*, in: *Journal of Museum Education* 48:3, 2023, S. 270–282.

Eva Sturm: Zum Beispiel: StörDienst und trafo.K – Praxen der Kunstvermittlung aus Wien, in: *Arbeitsgemeinschaft deutscher Kunstvereine (AdKV), Neue Gesellschaft für Bildende Kunst Berlin (Hg.): Kunstvermittlung zwischen partizipatorischen Kunstprojekten und interaktiven Kunstaktionen*, Berlin 2002, S. 26–37.

Verweise

→ S. 166 Sibylle Dienesch, Angela Fink und Annette Rainer, *Inklusion in der Museumspraxis – eine Selbstbefragung*

→ S. 224 Christiane Erharter, Maruša Sagadins *B-Girls, Go!* als Signifikant der Community Outreach

→ S. 269 maiz, *Kulturarbeit als Weg zur gesellschaftlichen Partizipation*

→ S. 215 Elisabeth von Samsonow, *Das ersehnte ist immer das tatsächliche Publikum*

Empfehlungen

@ Kunst- und Kulturvermittlung: kritische Reflexion und Geschichte

- Another Roadmap for Arts Education
another-roadmap.net
- Stephanie Endter, Nora Landkammer, Karin Schneider (Hg.): Das Museum verlernen? Kolonialität und Vermittlung in ethnologischen Museen. Band 2: Praxen und Reflexionen kritischer Bildung und Wissensproduktion, Wien 2021.
- Susanne Gaensheimer, Julia Hagenberg, Stiftung Kunstsammlung Nordrhein-Westfalen (Hg.): Wem gehört das Museum? Whose Museum is it? Museum global – Perspektiven zur Kunstvermittlung. Perspectives on Art Education, Köln 2020.
- Andrea Hubin, Karin Schneider: Metaphernproduktionsmaschinen. Koloniale Denkmuster, die freie Kunst der Kinder und das Potenzial von Scharnierfiguren, para-educational papers #2, Hamburg 2021.
art-education.hfbk.net/de/writings/metaphernproduktionsmaschinen
- Beatriz A. Galuban: A Conversation about „In the Unrest of Implication: Museum Education Methods in Atmospheres of Scandalization“, Museum Education Roundtable/Museum Visions. A Blog Space, November 2023.
museumedu.org/a-conversation-about-in-the-unrest-of-implication-museum-education-methods-in-atmospheres-of-scandalization

@ Beispiele aus der Praxis: Projekte des Ko-Kuratierens mit Publikum

- Familienmacher. Vom Festhalten, Verbinden und Loswerden, eine partizipative Forschungsausstellung im Volkskundemuseum Wien, 12. November 2011 bis 25. März 2012.

- Sharing Stories. Dinge Sprechen, ein interdisziplinäres kollaboratives Projekt im Weltmuseum Wien, April 2015 bis Oktober 2017.
- What the fem* – Museum under de/construction, ein Experiment des Kuratierens als Prozess im Nordico Linz, 11. November 2022 bis 28. Mai 2023.

@ Beispiele aus der Praxis: Angebote für verschiedene Publika

- DIY Atelier im Lentos Linz: Ideen zum Download, um zu Hause selber kreativ zu werden.
- Atelier für alle: eine Einladung quer durch alle Generationen gemeinsam künstlerisch-kreativ zu werden im Lentos Linz.
- Das Museum öffnen: ein neues Konzept für den Eingangs- und Foyerbereich der neuen Galerie Graz – besprochen im Museumsblog des Joanneum, Eintrag am 15. Oktober 2014.
- muco community: eine partizipative Lerngemeinschaft für digitale Kompetenzen im mumok Wien, März 2023 bis Oktober 2024.
- Learning from Vulnerability / Von Verletzlichkeit lernen, Konzeptuelle Führungen in der Kunsthalle Wien von Andrea Hubin.

@ offenes Museum

- Wem gehört das Museum?, Symposium 18. bis 20. Jänner 2017, Kunstsammlung Nordrhein-Westfalen, Düsseldorf.
- Luise Reitstätter, Karolin Galter: Recht auf Museum? 10 Erkenntnisse zu musealen Öffentlichkeitskonzepten und deren Wahrnehmung, Heidelberg 2022.
- „Unser Mittelalter!“, Gedanken zur Kulturvermittlung mit Hannah Landsmann auf dem Youtube-Kanal des Jüdischen Museums Wien anlässlich der Eröffnung der neuen Dauerausstellung 2021.

Schule, Kunst und Kultur – eine Schnitt- stelle mit viel Potenzial

Ulrike Gießner-Bogner,
OeAD – Agentur für Bildung und Internationalisierung

Kinder und Jugendliche sind nicht nur das Publikum von morgen, sondern vor allem von heute. Die beste Möglichkeit, sie chancengerecht und unabhängig von ihrer (sozialen) Herkunft und den finanziellen Möglichkeiten ihrer Eltern mit Kunst- und Kulturangeboten zu erreichen, bieten die Bildungseinrichtungen – Kindergärten und Schulen.

In Österreich gibt es rund 5.600 Schulen mit 1.139.000 Schülerinnen und Schülern. Diese sind so unterschiedlich wie die Bevölkerung insgesamt: Von jungen Kindern in Volksschulen über Schüler/innen in Polytechnischen Schulen und Mittelschulen, Lehrlingen in Berufsschulen bis hin zu Maturantinnen und Maturanten in den allgemein- und berufsbildenden Schulen reicht das Spektrum. Von großen Schulen im ländlichen Raum bis hin zu kleinen Schulen in der Stadt – und umgekehrt. Kinder und Jugendliche mit verschiedenen Erstsprachen und Migrationsgeschichten, mit Hochbegabungen oder Behinderungen – Diversität ist ein Kennzeichen von Schule und jeder Schulstandort ist für sich eine eigene Welt mit unterschiedlichen Bedürfnissen und Herausforderungen.

Partizipative, kunst- und kulturvermittelnde Schulprojekte in Zusammenarbeit mit Künstlerinnen und Künstlern sowie Kunst- und Kultureinrichtungen ermöglichen es, auf diese Vielfalt individuell einzugehen, Kindern und Jugendlichen ganz unterschiedliche Wege zu Kunst und Kultur zu eröffnen und sie nachhaltig als Publikum zu gewinnen. Handlungsorientiert, selbstwirksam, reflektierend, kreativ im eigenen und gemeinsamen Tun, in und außerhalb der Schule, aber immer im Rahmen des Unterrichts – das ist den Vermittlungsprojekten gemeinsam. In der Umsetzung aber sind sie sehr verschieden: So arbeitet eine Oper in Wien mit Lehrlingen in Klangprojekten zu ihrer neuesten Jugendoper zusammen, Schüler/innen einer Mittelschule in Tirol erproben gemeinsam mit Architekt/innen räumliche Utopien für ein nachhaltiges und klimafittes Dorfzentrum, eine freie Theatergruppe in Oberösterreich entwickelt mit hörbehinderten

Ulrike Gießner-Bogner

ist seit 2004 Leiterin des Bereichs Kulturvermittlung mit Schulen in Wien (bis 2019 bei KulturKontakt Austria, seit 2020 beim OeAD). Sie studierte Theaterwissenschaft, Spanisch und Kulturmanagement, koordinierte die Geschäftsstelle Kulturmanagement in Europa bei KulturKontakt Austria und leitete die Bereiche Training und Projektmanagement im Österreichischen Kulturservice. Ihr Wunsch für die Zukunft lautet wie der neue Themenschwerpunkt in ihrer Arbeit take HEART! – zur Stärkung von Demokratie und Nachhaltigkeit mit Arbeitsweisen der kulturellen Bildung.

oead.at/takeheart

Der OeAD – Agentur für Bildung und Internationalisierung

arbeitet im Bereich „Kulturvermittlung mit Schulen“ an der Schnittstelle Kunst, Kultur und Bildung. Im Auftrag des Bundesministeriums für Bildung, Wissenschaft und Forschung werden die österreichweiten Programme und Initiativen zur Zusammenarbeit zwischen Schulen, Künstlerinnen und Künstlern sowie Kunst- und Kultureinrichtungen durchgeführt.

oead.at/kulturvermittlung

Schüler/innen ein Theaterstück mit Gebärdensprache oder ein Verein von Medienkünstler/innen komponiert mit Schüler/innen eines Gymnasiums in Niederösterreich digitale Musikstücke und Filme.

Der OeAD bietet für diese Aktivitäten im Rahmen der Kulturvermittlung mit Schulen verschiedene Programme und Initiativen zur finanziellen Unterstützung an sowie die Beratung von Lehrer/innen, Künstler/innen und Vermittler/innen zur gelingenden Zusammenarbeit in allen Kunstsparten und für alle Schulen mit Öffentlichkeitsrecht. Rund 3.500 Projekte konnten so im Schuljahr 2022/23 in ganz Österreich mit Kooperationspartner/innen aus dem Kunst- und Kulturbereich umgesetzt werden, über 150.000 Schüler/innen nahmen daran teil.

Künstler/innen entwickeln durch diese Projekte ein erweitertes Arbeitsfeld in der Vermittlung und sie bringen Kindern und Jugendlichen das Interessante und Inspirierende ihrer jeweiligen Kunstsparte näher. Die Kunst- und Kultureinrichtungen öffnen sich als Lern- und Experimentierorte und bieten den Schüler/innen Einblicke in ihre Angebote und Produktionsweisen. In Projekten mit einzelnen Klassen lernen die Kunst- und Kulturvermittler/innen ihr junges Publikum ganz nah und von einer persönlichen Seite kennen und erfahren so im direkten Austausch, was Kinder und Jugendliche interessiert, für was sie sich begeistern – und auch, was sie langweilt. Im Idealfall haben diese Erkenntnisse auch Einfluss auf die zukünftige Programmerstellung der Kunst- und Kultureinrichtungen. Oder es werden gemeinsam neue Formen der Zusammenarbeit entwickelt, wie Jugendclubs, Kinderjurien und -beiräte, Schülersausstellungen u. a.

Wünschenswert wären hier mehr finanzielle Ressourcen für nachhaltige Formate, wie mehrmonatige Artists-in-Residence-Programme in Schulen, mehrjährige Kulturpartnerschaften oder Kulturpässe für Schüler/innen zur kostenlosen Rezeption von Kunst- und Kulturangeboten. Die enge Zusammenarbeit zwischen dem Kultur- und Bildungsbereich bietet jedenfalls ein großes Potenzial, um Kinder und Jugendliche als Publikum von heute und in der Zukunft anzusprechen.

Verweise

- S. 52 Markus Feigl, Das Publikum öffentlicher Bibliotheken in Österreich – von Nutzer:innen zu Akteur:innen
- S. 18 Daniel Schönherr, Kultur, halt nicht für alle?
Soziologische Anmerkungen zur kulturellen Beteiligung
- S. 100 Aron Stiehl, Ohne unser Publikum wären wir nichts
- S. 64 Alina Zeichen, Das Publikum fällt nicht vom Himmel

Was bedeutet ein alterndes Publikum für Kunst- und Kultur-einrichtungen?

Vera Gallistl,
Kompetenzzentrum Gerontologie und Gesundheitsforschung –
Karl Landsteiner Privatuniversität für Gesundheitswissenschaften

Durch den demografischen Wandel befindet sich die österreichische Gesellschaft im Umbruch. Das spüren auch Kunst- und Kultureinrichtungen, die sich – je nach Blickwinkel – mit älteren Menschen als neue Zielgruppe kultureller Bildung beschäftigen, sich Gedanken über intergenerationelle Kulturformate machen oder über eine „Vergrauung“ ihres Publikums klagen. Ältere Menschen sind mit ihren vielfältigen Bedürfnissen und Erfahrungen im Kunst- und Kulturbereich allgegenwärtig, werden allerdings nur selten als ein eigenes Publikumssegment mit spezifischen Wünschen, Bedürfnissen und Potenzialen für den Kunst- und Kultursektor adressiert.

Im vorliegenden Beitrag werden die Potenziale des demografischen Wandels für Kunst- und Kultureinrichtungen dargestellt. Im Zentrum steht dabei das Älterwerden als ein vielfältiges und dynamisches Geschehen, das über Kunst und Kultur reflektiert und gestaltet werden kann. Für Kunst- und Kultureinrichtungen können Ältere ein interessantes Publikumssegment sein, das für kulturelle Beteiligung, Bildung und Kulturvermittlung offen ist – besonders dann, wenn alter(n)sensible Methoden und Zugänge in der Ansprache berücksichtigt werden.

Die Altersstruktur der Gesellschaft verändert sich – und das ist gut so

In Österreich leben heute so viele Menschen mit über 65 Jahren wie noch nie zuvor. Durch die steigende Lebenserwartung und das Altern der Babyboom-Generation der 1950er- bis 60er-Jahre hat sich der Anteil älterer Menschen an der Bevölkerung deutlich nach oben verschoben. Neben diesen gesellschaftlichen Veränderungen, die mit dem demografischen

Wandel einhergehen, hat dieser auch Effekte für jede*n Einzelne*n, denn die Lebensspanne von uns allen wird durch den demografischen Wandel deutlich länger. Die Lebensphase Alter – so beschreibt die Alterssoziologie (Backes, 2013) die Lebensphase nach Erwerbstätigkeit und Familienphase – stellt heute eine lange und eigenständige Phase im Leben dar. In Gesellschaften wie Österreich, in denen die Lebenserwartung durchschnittlich bei 84 Jahren für Frauen, 79 Jahren für Männer (2022) liegt, nimmt das Alter etwa ein Viertel der gesamten Lebensspanne ein.

Diese Lebensphase verbringen viele Menschen mit neuen Bildungs- oder ehrenamtlichen Aktivitäten, gehen neuen Hobbies oder intensiver ihren kulturellen Interessen nach (Wanka, Gallistl, 2016). Das Älterwerden geht damit nicht nur – wie in gängigen Stereotypen oft angenommen wird – mit Rückzug und Abschluss einher, sondern auch das Suchen nach neuen Aufgaben, Interessen und Rollen spielt im Alter eine zentrale Rolle. Belastungsnarrative des demografischen Wandels, die das Älterwerden als eine Belastung für das Sozial-, Gesundheits- und Pflegesystem darstellen, greifen also deutlich zu kurz, um diese vielfältige Lebensphase, vor allem in ihrer Wirkung auf die kulturelle Beteiligung, zu verstehen.

An der Zeit also, sich mit den älteren Publikumssegmenten in Kunst- und Kultureinrichtungen intensiver zu beschäftigen – nicht zuletzt auch, um Klarheit darüber zu erlangen, welche Bedürfnisse diese Zielgruppe in Bezug auf Kunst und Kultur hat und wie diverse Zielgruppen älterer Menschen als solche adressiert werden können.

Kulturelle Teilhabe und kulturelle Bildung sind Bausteine für ein gutes Alter(n)

Wie verändert sich die kulturelle Beteiligung mit dem Älterwerden? In der Literatur gut belegt ist, dass sich kulturelle Teilhabe im Alter positiv auf die Lebenszufriedenheit und die Eingebundenheit auswirkt. Dies liegt unter anderem daran, dass künstlerische und kreative Aktivitäten soziale Kontakte stärken und festigen. Im höheren Alter sind Kunst und Kultur zentrale Sozialisations- und Integrationsfaktoren, wenn die berufliche Integration

in den Hintergrund tritt (De Groot, Nebauer, 2009). Zu einem „guten Altern“ gehören Kunst und Kultur dazu, ähnlich wie Gesundheit, Lernen und soziale Teilhabe.

Gleichzeitig wissen wir aus der Literatur, dass mit dem Älterwerden im mittleren Erwachsenenalter ein „Schub“ an Interesse an Kunst und Kultur einhergehen kann. Ältere Erwachsene (45 bis 55 Jahre) sind in den meisten europäischen Ländern eine kulturell interessierte und im Vergleich zur Gesamtbevölkerung sogar überdurchschnittlich kulturaktive Gruppe (Toepoel, 2011). Auch für Österreich konnte gezeigt werden, dass sich der Ausstieg aus dem Erwerbsleben positiv auf die kulturelle Beteiligung auswirkt (Kolland, Gallistl, 2021). Die späte Freiheit des Alters bewirkt also eine gesteigerte Offenheit und Interesse an Kunst und Kultur. Neben dieser erhöhten Kulturaktivität im höheren Alter finden sich aber auch deutliche Zugangsbarrieren, die älteren Menschen den Zugang zu Kunst und Kultur in Österreich erschweren. So verringert sich in fast allen europäischen Ländern die Beteiligung an Kunst und Kultur etwa ab einem Alter von 55 Jahren deutlich (Falk, Katz-Gerro, 2016), allerdings nicht für alle Gruppen gleichermaßen. Das hat einerseits mit Zugangsbarrieren zu tun, die (manche) ältere Menschen im Zugang zu Kunst und Kultur in Österreich erleben, andererseits damit, dass Kulturvermittlung und kulturelle Bildung kaum spezifisch für diese Zielgruppe angeboten werden – wer also nicht schon über den gesamten Lebenslauf Kulturinteresse aufgebaut hat, wird im Alter kaum dazu eingeladen, dieses in geführten Angeboten zu entwickeln und zu entdecken.

Die häufigsten Zugangsbarrieren zu Kunst und Kultur für Personen über 65 Jahren in Österreich (Kolland, Gallistl, 2021) sind einerseits Probleme in der Mobilität und damit verbunden eine hohe wahrgenommene Entfernung von kulturellen Veranstaltungen zum eigenen Wohnort. Als zweithäufigste Barriere wird das Preisniveau von Veranstaltungen angegeben. Drittens hat kulturelle Teilhabe im Alter eine starke soziale Dimension. So wurde als die dritthäufigste Barriere genannt: „Ich habe niemanden, der mitkommt.“

Verweise

- S. 196 Jennie Carvill Schellenbacher, „Ein guter Start, weiter so!“ Die Einbettung von Barrierefreiheit und Inklusion in die Museumsentwicklung
→ S. 166 Sibylle Dienesch, Angela Fink und Annette Rainer, Inklusion in der Museumspraxis – Eine Selbstbefragung
→ S. 163 Stefania Pitscheider Soraperra, Wer ist unser Publikum?
→ S. 64 Alina Zeichen, Das Publikum fällt nicht vom Himmel

Neben diesen dezidierten Zugangsbarrieren zu Kunst- und Kultureinrichtungen im Alter hat die Forschung auch gezeigt, dass soziale Ungleichheiten, die die Lebensphase Alter beeinflussen, auch einen Effekt auf die kulturelle Teilhabe im Alter haben. Niedrige ökonomische Absicherung und Bildungsbenachteiligungen über den Lebenslauf hinweg schränken die Möglichkeiten ein, an Kunst und Kultur in der nachberuflichen Lebensphase teilhaben zu können. Das trifft besonders ältere Frauen, denn sie sind in dieser Generation häufiger von ökonomischer Exklusion und auch von Bildungsbenachteiligungen betroffen. Bezogen auf die kulturelle Teilhabe hat die Forschung deutlich belegt, dass der soziale Status im höheren Alter maßgeblich beeinflusst, ob und in welcher Form an Kunst und Kultur teilgenommen werden kann (Kolland, Gallistl, 2021). Um diese Barrieren abzubauen, ist Kulturvermittlung und kulturelle Bildung im Alter notwendig. Kulturelle Bildungsformate für diverse ältere Zielgruppen zu entwickeln, aufzubauen und umzusetzen ist eine zentrale Empfehlung für all jene Kunst- und Kultureinrichtungen, die sich diesem Segment des Publikums nähern möchten.

Kulturelle Bildung und Kunst- und Kulturvermittlung alter(n)sensibel gestalten

Kulturelle Bildung in Österreich richtet sich überwiegend an Kinder und Jugendliche. Trotzdem finden sich in Österreich heute vielfältige, bunte und kreative Angebote, mit denen ältere Menschen für Kunst und Kultur begeistert werden. Eine explorative Online-Umfrage (Kolland, Gallistl, 2021) hat versucht, dieses lebendige Praxisfeld zu beschreiben. Ein einigermaßen überraschendes Ergebnis war dabei, dass bestehende Angebote der kulturellen Bildung für Ältere nur äußerst selten in Kunst- und Kultureinrichtungen stattfinden. Die Mehrheit der Angebote findet sich in Einrichtungen der Erwachsenenbildung (wie etwa den österreichischen Volkshochschulen) oder der Senior*innenbildung (wie etwa den katholischen Bildungswerken).

Kulturelle Bildung und Kulturvermittlung für ältere Zielgruppen, die von Kunst und Kultureinrichtungen entwickelt und angeboten werden, stellen damit ein vergleichsweise kleines und erst entstehendes Praxisfeld in Österreich

dar. Bildung, Lernen und Kompetenzentwicklung sind aber bis ins hohe Alter möglich und notwendig für ein gutes Altern. Für Kunst und Kultureinrichtungen bedeutet dies ein Potenzial, denn durch kulturelle Bildungsangebote können (neue) Segmente des alternenden Publikums erschlossen werden. Dafür ist Entwicklung von alter(n)sensiblen Kulturvermittlungsangeboten sinnvoll. Folgende Empfehlungen zur Entwicklung von alter(n)sensiblen Angeboten kultureller Bildung und Kulturvermittlung wurden formuliert (Gallistl, Parisot, 2021):

- Diversität älterer Menschen berücksichtigen. Kulturelle Bildungsangebote in Österreich, wenn sie für ältere Menschen angeboten werden, bedienen sich oft pauschalisierender Begriffe wie „Senioren“, „Ältere“ oder „55+“. Für eine lebensweltnahe Planung von Angeboten ist es sinnvoll, eine solche Homogenisierung zu überdenken und stattdessen die Vielfalt der Lebensphase Alter abzubilden.
- Durch alterssensibles Monitoring Bewusstsein schaffen. Häufig wird das Alter im Monitoring des Kunst- und Kulturbereichs nicht als eine gesonderte Variable erhoben. Das Wissen darüber, welche älteren Zielgruppen durch Angebote erreicht werden und welche nicht, kann die bedarfsorientierte Entwicklung von zielgruppenspezifischen Angeboten unterstützen.
- Partizipation älterer Menschen in der Planung und Durchführung kultureller Bildungsangebote stärken. Die partizipative Einbindung der Zielgruppen in die Angebotskonzeption, -planung und -durchführung stärkt eine lebensweltliche Orientierung von Angeboten für Ältere und bezieht ihre Kompetenzen und Lebenserfahrungen mit ein.
- Barrierefreiheit sichtbar machen. Barrierefreiheit wirkt vor allem dann inklusionsfördernd, wenn diese niederschwellig für ältere Zielgruppen sichtbar gemacht wird.
- Angebote öffentlich sichtbar machen. Dafür empfiehlt sich die Zusammenarbeit mit zielgruppenspezifischen Multiplikator*innen wie Professionelle in Freizeit- oder Pflegeeinrichtungen oder pflegende Angehörige.

Vera Gallistl

forscht aktuell am Kompetenzzentrum Gerontologie der Karl Landsteiner Privatuniversität für Gesundheitswissenschaften und beschäftigt sich dort mit den Themen Kultur und Digitalisierung im Alter. Sie ist promovierte Soziologin mit Spezialisierung in soziologischer Theorie und Alter(n)sforschung. Ab kommendem Winter ist sie Teil eines neuen Forschungsprojekts, das sich mit 100-Jährigen und deren Lebenssituationen befasst.

kl.ac.at

Quellen

- Gertrud Backes, Wolfgang Clemens: Lebensphase Alter. Eine Einführung in die sozialwissenschaftliche Altersforschung, Weinheim 2013.
- Kim De Groot, Flavia Nebauer: Die Phantasie ist ewig jung. Kulturelle Bildung im Alter, in: Andrea Hausmann, Jana Körner (Hg.): Demographischer Wandel und Kultur. Veränderungen im Kulturangebot und der Kulturnachfrage, Wiesbaden 2009.
- Martin Falk, Tally Katz-Gerro: Cultural participation in Europe. Can we identify common determinants?, in: Journal of Cultural Economics, 40(2), 2016.
- Vera Gallistl, Viktoria Parisot: Kulturelle Teilhabe und kulturelle Bildung im Alter – Wissen für die Praxis, Wien 2021.
digitaleseniorinnen.at/fileadmin/redakteure/Downloads/Factsheet_Kulturelle_Teilhabe_u_Bildung_im_Alter.pdf
- Franz Kolland, Vera Gallistl: Neue Kulturstile älterer Menschen. Zum Älterwerden zwischen Ästhetik und Alltag, Bielefeld 2021.
- Vera Toepoel: Cultural participation of older adults. Investigating the contribution of lowbrow and highbrow activities to social integration and satisfaction with life, in: International Journal on Disability and Human Development, 10(2), 2011.
- Anna Wanka, Vera Gallistl: Bildung im Dritten Lebensalter. Potentiale und Zugangsbarrieren der Bildung in der nachberuflichen Phase, in: IfS Working Paper Series 01/2016.





Kapitel 5 bis 8

Konzepte wie Partizipation, Inklusion und Repräsentation werden mittlerweile in den meisten Bereichen des Kunst- und Kulturbetriebs verhandelt, wenn das Wort Publikum fällt. Doch die Blickwinkel auf solche Schlagworte, ihre Definition und Implementierung unterscheiden sich sehr. Die nächsten vier Kapitel sind ein Versuch, die unterschiedlichen Herangehensweisen zu differenzieren. Sie vollziehen einen Schwenk von einem „klassischen“ Zugang hin zu einer strukturellen Kritik. Von einem universalen zu einem partikularen Selbstverständnis. Von normalisierten, etablierten hin zu außergewöhnlichen, also außerhalb der Norm liegenden Praktiken und neuen Räumen.

Kapitel 5

Tradition und Innovation

Kristina Hammer

Matthias Naske

Stefania Pitscheider Soraperra

Sibylle Dienesch, Angela Fink

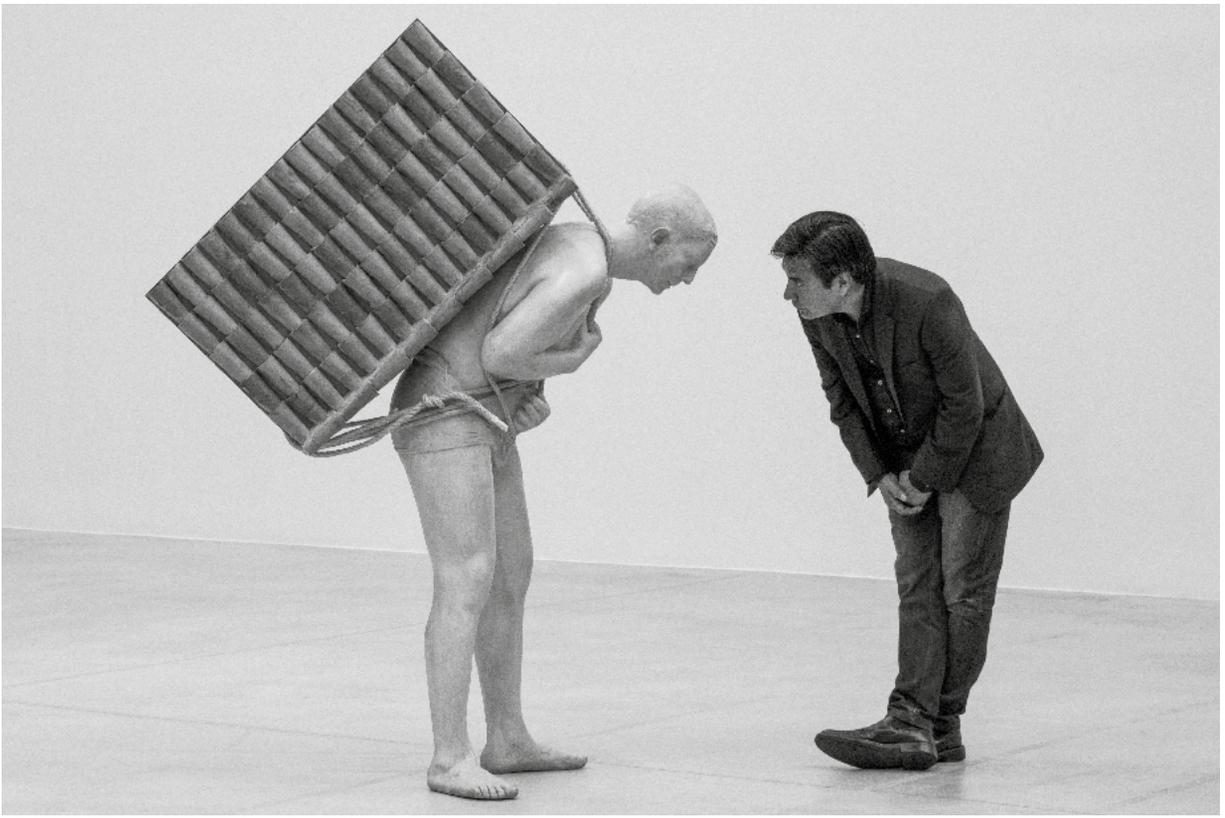
und Annette Rainer

Barbara Alt

Renate Wurm

Barbara Mayer

Elisabeth Schweeger



Die Beiträge dieses Kapitels entstammen einem institutionalisierten Kulturbetrieb, verankert in einer langen Tradition, und versammeln u. a. Einblicke in die Salzburger Festspiele, das Wiener Konzerthaus, die europäischen Kulturhauptstädte oder das österreichische Bibliothekswesen. Im Rahmen eines traditionsbehafteten Betriebs geht es oft um ein Erhalten (des eigenen Betriebs und eines Publikums), ein Bereitstellen (eines Programmes, das erwartet und geschätzt wird, sich dennoch an aktuelle Gegebenheiten anpassen muss) und den Anspruch einer breiten Öffentlichkeit. Oft kommt das Erfüllen eines mehr oder weniger expliziten Bildungsauftrags hinzu. Der Fokus liegt nicht auf struktureller Kritik oder radikaler Transformation. Die Devise lautet: Kunst und Kultur grundsätzlich für alle, die wollen und können, innerhalb eines anerkannten Kanons und offen für Dringlichkeiten unserer Zeit.

Der Blick auf das Publikum ist ein universeller, der auf Bestehendem aufbaut. Dabei stellen sich folgende Fragen: Was sind die spezifischen Herausforderungen innerhalb eines etablierten Betriebs? Wie denke ich Publikum, wenn ich Teil einer langen Tradition bin und dennoch räumlich und zeitlich spezifisch und einmalig verortet arbeiten will? Was kann auf- und ausgebaut werden? Wie erhalte ich ein Stammpublikum und erreiche trotzdem neue Besucher:innen? Was bedeuten Inklusion und Diversität, was Klimagerechtigkeit in einem institutionell verankerten Betrieb?

Das Publikum als oberste Wirklichkeit des Theaters

Kristina Hammer,
Salzburger Festspiele

„Von so vielen Seiten her, aus allen Richtungen der Windrose, auch geistig, kommen die, denen in Salzburg eine vorübergehende Heimat geschaffen werden soll“, so charakterisierte Hugo von Hofmannsthal 1928 das Salzburger Festspiel-Publikum. „Sie durch das Dargebotene zur Einheit, zu einem Publikum zusammenzubinden, scheint fast unmöglich.“

Und doch ist es uns gerade im vergangenen Jahr wieder besonders gut gelungen. 2023 besuchten über 241.000 Gäste in 43 Tagen 178 Aufführungen in den Sparten Oper, Konzert und Schauspiel in 15 verschiedenen Spielstätten. Aus 79 Ländern, darunter 40 außereuropäische Nationen, kam unser Publikum nach Salzburg.

Die Salzburger Festspiele wurden nach den Schrecken des Ersten Weltkriegs ganz bewusst als ein europäisches, ja internationales Festspiel geplant: international in ihrer Programmatik, international durch die mitwirkenden Künstler·innen und international durch ihre Besucher·innen aus aller Welt. Das ist große Freude und eine erhebliche Verantwortung zugleich.

Als Präsidentin sehe ich es als meine wichtigste Aufgabe, die Salzburger Festspiele fit für die nächsten 100 Jahre zu machen. Etwa durch die bewusste Verbreiterung der Zuschauerbasis: Ich wähle diesen Ausdruck ganz gezielt, weil es nicht nur um die vielzitierte Verjüngung des Publikums geht, sondern vor allem darum, neue Zielgruppen für die Salzburger Festspiele zu interessieren. Für mich ist es unabdingbar, dass alle Menschen zu den Salzburger Festspielen einen einfachen Zugang finden: neue Besucher·innen ebenso wie die jährlich begeisterten Wiederkehrer·innen, Junge wie Junggebliebene, Personen mit Handicaps ebenso wie Menschen, die von weit her kommen und mit den lokalen Besonderheiten hier noch nicht so vertraut sind. Wenn Sie so wollen: Ich will zur Exklusivität, die dieses Festival immer auszeichnen wird, ein gutes Stück Inklusivität hinzufügen. Dazu gehört auch, dass wir unsere Ticketpreise in den unteren Kategorien trotz der uns ebenso wie alle anderen mittelständischen Betriebe belastenden multiplen Teuerungen nicht erhöht haben und so nach wie vor 50 Prozent unserer Eintrittskarten zwischen 5 und 115 Euro verkaufen.

Weiters geht es auch darum, junge Menschen für die Festspiele zu entzünden und begeistern. Ihnen begegnet so eine Welt voller Abenteuer, Fantasie und Klang, in der magische Momente zu erleben sind. Es geht um nicht weniger als kulturelle Herzensbildung. Kinder und Jugendliche haben unter der Corona-Pandemie am meisten gelitten, sie verdienen es, Musik und Kunst live erleben zu können, eine Aufgabe, die leider zunehmend weniger von Schulen und innerhalb des Familienverbundes wahrgenommen wird. Mit der zum Jubiläumsjahr 2020 entwickelten Sparte *jung & jede*r* haben die Salzburger Festspiele hier in den letzten

Verweise

→ S. 35 Vera Allmanritter, Wer sind meine (Nicht-) Besucher*innen?

→ S. 188 Milo Rau, Wenn das Theater ein Parlament ist, dann ist das Publikum der Souverän.

→ S. 124 Anja Sczilinski, Wir brauchen selbstbewusstes Theater für junges Publikum!

→ S. 100 Aron Stiehl, Ohne unser Publikum wären wir nichts

Jahren ein starkes Zeichen gesetzt. Neben der alljährlichen Kinderoper, zwei mobilen (Musik-)Theater-Produktionen für unterschiedliche Altersgruppen, die im ganzen Salzburger Land in Schulen und Kulturzentren gezeigt werden, Einführungsworkshops und Operncamps gibt es seit 2022 auch sogenannte Festspielpatenschaften. Dabei übernehmen erfahrene Festspielbesucher·innen eine Patenschaft für Jugendliche und junge Erwachsene zwischen 16 und 26 Jahren, die noch nie eine Vorstellung der Salzburger Festspiele besucht haben. Wir hoffen, damit Schwellenängste abzubauen und jene einmaligen Erlebnisse zu schaffen, von denen unsere langjährigen Besucher·innen immer schwärmen und ihre Begeisterung und Leidenschaft für die Festspiele an die nächste Generation weiterzugeben. Die fantastischen Rückmeldungen, die wir bekommen haben, zeigen, dass das Konzept sehr gut ankommt. Ich selbst hatte die Patenschaft für eine junge Studentin aus dem Pongau übernommen und auf meinen Hinweis, dass eine Dame in unserer Gruppe seit 40 Jahren zu den Festspielen kommt, sagte diese junge Studentin fast ehrfürchtig: „Ich glaube, ich möchte auch 40 Jahre lang zu den Festspielen kommen.“

Öffnung bedeutet für mich auch, neue Wege in der Vermittlung unserer Inhalte zu gehen. Dafür werden wir die Digitalisierung nicht nur hinter den Bühnen, sondern auch in der Kommunikation mit unserem Publikum vorantreiben. Die Möglichkeit zur personalisierten Ansprache in nahezu Echtzeit bietet ebenso wie die Nutzung sozialer Medien einen großen Hebel, neue und jüngere Besucher·innen für das Festival und die Kunst ganz allgemein zu interessieren. Wir denken stetig darüber nach, wie wir künftig mit unseren Besucher·innen kommunizieren wollen, über welche Kanäle sie angesprochen und wie sie informiert werden möchten, welche Medien sie nutzen und auf welche Weise und in welcher Tiefe wir ihnen unsere Angebote nahebringen können und wie wir ihnen über das gesamte Jahr im Gedächtnis bleiben. Das stellt uns nicht zuletzt auch vor neue Aufgaben in der Vermittlung unserer Inhalte.

Aus diesem Grund haben wir im Sommer 2023 sogenannte Pre-Show Mailings eingeführt. Diese sollen den Besucher·innen Zugang zu vertiefenden Texten, Videos und Podcasts der Regisseur·innen, Dirigent·innen und Sänger·innen verschaffen – quasi als „Vorbereitung“ auf die von ihnen zu besuchende Vorstellung am selben Tag. Denn schon Max Reinhardt war der Überzeugung, „daß gutes Theater nicht allein auf der Bühne gespielt wird, daß vielmehr unsere wichtigsten Mitspieler im Zuschauerraum sitzen. Der geheimnisvolle Kontakt zwischen Schauspieler und Zuschauer ist es, der das vollkommene Theater entstehen läßt und der es trotz aller Bedrängnis unsterblich macht. Gutes Theater hängt nicht nur von dem Talent der Schauspieler, sondern ebenso von dem Talent der Zuschauer ab.“

Für unser Publikum ist der Festspielbesuch ein Gesamterlebnis, das mit der ersten Information über das Programm beginnt, dann mit der Ticketbestellung und der anschließenden Vorfreude und einem umfassenden Informationsbedarf rund um den Festspielbesuch weitergeht, bis hin zur Aufführung selbst und deren Genuss, der Kulinarik davor oder danach bis zur hoffentlich erfüllten und begeisterten Abreise.

Dieses Gesamterlebnis in all seinen Facetten stetig zu verbessern und dabei verantwortungsvoll mit den uns zur Verfügung stehenden Ressourcen umzugehen und nachhaltig zu agieren – das ist uns und mir Anspruch und Verpflichtung.

Bereits Hugo von Hofmannsthal proklamierte, dass die Zuschauer·innen im Mittelpunkt des theatralischen Geschehens stehen müssen: „Das Verhältnis zum Publikum aber ist die oberste Wirklichkeit beim Theater.“ Das gilt heute mehr denn je, darum geht es letzten Endes, dafür arbeiten wir – für die Zuschauenden, Zuhörenden, für unser Publikum.

Kristina Hammer

übernahm im Januar 2022 das Amt der Präsidentin der Salzburger Festspiele, nachdem sie im November 2021 vom Kuratorium einstimmig für diese Position ausgewählt wurde. Ihre hohe Expertise – Kristina Hammer gehörte zum Vorstand der Freunde des Opernhauses Zürich – und internationale Vernetzung sowie ihr langjähriger Bezug zu Salzburg waren für ihre Bestellung ausschlaggebend. Die 1968 in Karlsruhe geborene Kristina Hammer schloss ein Jus-Studium mit beiden Staatsexamina in Mainz ab und promovierte in Europäischem Wirtschaftsrecht (summa cum laude) in Wien. In ihrer frühen Karriere arbeitete sie für Gerngross, der in den 1990er-Jahren größten Kaufhauskette Österreichs. Von 2000 bis 2006 arbeitete Kristina Hammer sieben Jahre in Großbritannien für die Premiummarken Aston Martin, Jaguar, Land Rover und Volvo des Mutterkonzerns Ford Motor Company. Von 2007 bis 2009 leitete sie das globale Marketing Communications Team von Mercedes-Benz Personenwagen am Hauptsitz in Stuttgart. Am Ende desselben Jahres erfolgte die Gründung ihrer eigenen Beratungsfirma HammerSolutions, einer international tätigen Markenberatung mit Sitz in Zürich. Hammer war Mitglied mehrerer Verwaltungsräte und Beiräte. Als Executive Coach (Insead/Fontainebleau) beriet Kristina Hammer weitere Vorstände und CEOs und lehrte als Gastdozentin an der Universität St. Gallen sowie der ETH Zürich.

salzburgerfestspiele.at

salzburgerfestspiele.at/jung-jeder

Publikum oder Publika?

Matthias Naske,
Konzerthaus Wien

An der kulturellen Schnittstelle Frankreichs, Deutschlands und Belgiens liegt das kleine Großherzogtum Luxemburg. In der überschaubaren Größe eines nur 650.000 Einwohner:innen umfassenden Landes verdichten sich europäische Kulturen und bilden dabei ein eigenständiges Profil. Die kulturpolitische Agenda dieses Landes zielt in beachtenswerter Kontinuität, unabhängig von den verschiedenen Regierungskoalitionen, auf die identitätsbildende Kraft kultureller Teilhabe ab.

Ein gutes Beispiel dafür ist die 2005 eröffnete Philharmonie Luxembourg. Am Wirkungsfeld dieser jungen Institution lässt sich zeigen, dass der in der deutschen Sprache überwiegend im Singular verwendete Begriff **das Publikum** den tatsächlichen Gegebenheiten nicht gerecht wird. Denn hier gibt es, und in diesem Punkt ist die französische Sprache mit ihrem **les publics** der deutschen Sprache an Feinheit voraus, eine Vielzahl verschiedener Publika.

Auch die Lebendigkeit des künstlerischen Geschehens im Wiener Konzerthaus spricht dafür, dass es eine Vielzahl von Publika gibt. Im Kern der künstlerischen Planung dieses Hauses steht die Idee, der Vielfalt der Erwartungen durch ein sorgsam gestaltetes, sich kontinuierlich entwickelndes programmatisches Geschehen zu entsprechen. Der Gestaltungswille in der Programmierung muss sein Fundament in den kulturellen Sehnsüchten der Menschen haben, die das Haus anzusprechen sucht. Ausgangspunkt und tatsächlich Voraussetzung für ein lebendiges kulturelles Ambiente und die daraus entwickelte Relevanz und Glaubwürdigkeit einer kulturellen Spielstätte ist ein grundsätzliches Bekenntnis der verantwortlichen Personen zur Vielfalt. Knapp vor der Veröffentlichung der Saisonplanung schenkte uns eine Kollegin den treffenden Satz **Das Wiener Konzerthaus feiert Vielfalt** und beschrieb so die durchaus komplexe programmatische Ausrichtung des 800 Konzerte umfassenden Spielplans.

Matthias Naske

wuchs in Wien auf und hatte das Glück, schon in seiner frühen Jugend von exzellenten musikalischen Erlebnissen geprägt zu werden. Die Musik und die sozialen und gesellschaftspolitischen Dimensionen kultureller Teilhabe spielen in seinem beruflichen Lebensweg an einigen Stationen in Österreich bis nach Luxemburg und zurück in Wien eine zentrale Rolle. Heute arbeitet er gemeinsam mit einem wunderbaren Team daran, dem Wiener Konzerthaus einen Stellenwert im Leben der Menschen dieser Stadt zu geben, der der Vielfalt der Kultur in seiner ganzen Tragweite angemessen ist.

Die Wiener Konzerthausgesellschaft,

die seit der Inbetriebnahme des Gebäudes 1913 als Betreiberin des Wiener Konzerthauses wirkt, ist noch heute ein privater, gemeinnütziger Verein. Die Ausgaben der Wiener Konzerthausgesellschaft werden nur zu 12,6 Prozent durch öffentliche Subventionen gedeckt. Mit jährlich rund 900 Veranstaltungen und etwa 60 Abonnementzyklen verfügt das Wiener Konzerthaus heute nicht nur über ein äußerst umfangreiches, sondern auch besonders vielfältiges Programmangebot, das neben dem gesamten klassischen Bereich mit Orchester- und Chorkonzerten, konzertanten Opern, Kammermusik, Klavier- und Liederabenden u. a. auch Kinderkonzerte sowie Literatur-, Jazz- und Volksmusikreihen umfasst.

konzerthaus.at

Auch das Publikum einer Veranstaltung besteht aus einer Vielzahl von Individuen mit unterschiedlichen Rezeptionserfahrungen und -erwartungen. Die als Gruppe angesprochenen Personen unterscheiden sich durch ihre individuelle Bereitschaft und ihre unterschiedlich ausgeprägte Offenheit gegenüber den Kommunikationsangeboten im performativen Kunstbereich. Gerne denke ich an den ungarischen Pianisten Géza Anda, der seine Erfahrung als Konzertpianist mit folgendem Satz beschrieb: „Ein gelungenes Konzert ist auch ein gelungenes Wunder.“ In meinem Verständnis zielt Géza Anda dabei nicht nur darauf ab, dass er als Pianist den von ihm interpretierten Werken künstlerisch gerecht wird. Er spricht dieses in der Tat wundersam anmutende Geschehen an, dass eine durch unterschiedliche Erwartungen und individuelle Dispositionen charakterisierte zufällige Gruppe von Menschen in ihrer Rezeptionshaltung geeint wird und ihre Aufmerksamkeit auf die Bühne zu richten weiß. Der größte Saal wird in solchen tatsächlich wunderbar anmutenden Momenten überschaubar und intim.

Ein Autor, der uns wertvolle Impulse für dieses Thema gibt, ist der 1902 in Breslau geborene Philosoph und Schriftsteller Günther Anders. In seinen *Musikphilosophischen Schriften* unternimmt Anders den Versuch, eine Philosophie der Musik zu entwerfen, die weder von der objektiven Formensprache dieser Kunstform noch von der subjektiven Dimension der Rezipient:innen ausgeht. Günther Anders betrachtet das zentrale kommunikative Geschehen als geleitete Subjektivität und weist über die phänomenologische Betrachtung der Situation auf die Bedeutung des **Lauschens** – also der Aufmerksamkeit, die auf die das musikalische Geschehen gerichtet wird – als geleitete Subjektivität hin. Ein Aspekt, aus dem die in den kulturellen Einrichtungen tätigen Personen unverändert lernen können.

Ein Schlüssel für den Erfolg einer kulturellen Einrichtung liegt in der Glaubwürdigkeit und in der Beständigkeit ihrer individuellen Disposition. Und diese kann darin gemessen werden, ob die für die Organisation tätigen Personen in der Lage sind, die jeweiligen konkreten sozialen, kulturpolitischen und gesellschaftspolitischen Herausforderungen und Potenziale der Gegen-

wart zu erfassen und entsprechende künstlerische Ideen zu entwickeln. Ein guter Teil des „Handwerks“ des Veranstaltens besteht darin, die „richtigen“ Ideen durch funktionale Strukturen abzusichern und deren Verwirklichung zu initiieren. Angesichts der Heterogenität der Lebensumstände und -wirklichkeiten, die unsere Gegenwart auszeichnet, müssen sich kulturelle Einrichtungen den jeweiligen lokal, regional und überregional wirkenden sozialen Konstellationen stellen und Antworten in eine organisatorisch funktionale Form zu bringen suchen. Dass diese Antworten dabei ganz unterschiedlich ausfallen, liegt auf der Hand. Ein Orchester oder ein Konzerthaus wird sich dann nachhaltig und lebendig in das Leben einer Gesellschaft einbringen können, wenn es in der Lage ist, der Vielfalt der kulturellen Dispositionen künstlerische Entsprechungen zu bieten. In der Programmgestaltung gilt es, das feine Wechselspiel zwischen Erwartung und Erfüllung, zwischen Stimulation von Erwartung und dem Einlösen von Sehnsüchten kontinuierlich zu hinterfragen und immer wieder aufs Neue lustvoll in konkrete Projekte zu verwandeln. Die Offenheit, künstlerische Planung als ein dialogisches Verfahren zu verstehen, bringt dabei Lebendigkeit und die Chance für nachhaltigen Erfolg in die Organisationen.

In diesem Geist fanden im Wiener Konzerthaus in der letzten vollen Saison vor der Corona-Krise, also in der Spielzeit 2018/19, nicht weniger als sechshundert musikvermittelnde Aktivitäten statt. Von den etwa 940 Veranstaltungen in der Saison beinhaltete die Mehrzahl der Konzerte Angebote, die die Lust am Wahrnehmen von künstlerischem Geschehen in ganz unterschiedlichen Formen bedachten oder in einem fein ausdifferenzierten Maß darauf ausgerichtet waren.

Bereits seine fünfte Saison erlebt das Veranstaltungsformat *klangberührt* im Wiener Konzerthaus. In dieser mehrteiligen Konzertserie wird der Versuch unternommen, einen sozialen Raum zu gestalten, der Menschen mit unterschiedlichen Beeinträchtigungen und solchen ohne Beeinträchtigung als offener Raum zum gemeinsamen Erleben von Musik dient. Durch diese Veranstaltungsserie

öffnet sich das Wiener Konzerthaus gegenüber Personen, die im traditionellen Kulturbetrieb oftmals von der direkten Begegnung mit Musik ausgeschlossen sind. Viele der auf den Bühnen der Welt erprobten Musiker:innen, die sich zu einem Auftritt in diesem Format bereit erklären, sind beeindruckt von der Dichte der Kommunikation zwischen Publikum und Interpret:innen in dieser speziellen Konzertserie. Und auch Besucher:innen, die die Veranstaltung alleine oder als Begleitung beeinträchtigter Menschen erleben, zeigen sich emotional tief bewegt von der Authentizität und Stärke der situativen Kraft. Dabei nutzt diese Veranstaltungsserie nur einen überschaubar kleinen Teil des weit größeren Gestaltungsraums eines Konzerthauses.

Diese Gestaltungsräume immer wieder auszuloten und frei zu denken ist eine äußerst wertvolle und durchaus mit Musikvermittlung im eigentlichen Sinn des Wortes verbundene Haltung. Oft werden betriebswirtschaftliche Beschränkungen als Erklärung herangezogen, weshalb die eine oder andere Idee zur Erweiterung oder Differenzierung des Spielbetriebs nicht verwirklicht werden kann. Letztendlich entscheidet sich die Qualität der Lebendigkeit einer Organisation jedoch immer wieder an der Offenheit, Veränderungen und Weiterentwicklung zuzulassen. Jeder Bezug auf Menschen, die bisher nicht im Fokus der jeweiligen Institution standen, erweitert den Horizont und eröffnet neue Möglichkeiten und Chancen.

Ein anderer vielversprechender Schwerpunkt des Wiener Konzerthauses ist das *Scout*-Projekt. Dieses Projekt baut darauf, dass die mit dem Besuch einer etablierten kulturellen Spielstätte verbundenen sozialen „Hürden“ individuell leichter überwunden werden können, wenn ein:e mit diesem Ort nicht Vertraute:r von einer befreundeten Person zum Konzertbesuch nach freier Wahl begleitet wird. Interessierte können sich als Wiener-Konzerthaus-Scout melden und werden von einem motivierten jungen Kollegen mit der Vielfalt des Angebots vertraut gemacht und begleitet. Mit zunehmender Skalierungsgröße soll dieses Projekt kulturelle Teilhabe erleichtern und zu einem friedlichen Miteinander in dieser Stadt beitragen.

Alle Menschen sehnen sich nach Resonanz. Dafür braucht es Räume, die der Resonanz dienen, nicht nur in unserem Innern, in unserer Haltung gegenüber der Wirklichkeit, sondern auch ganz konkrete physische Räume, die den Menschen und ihren Sehnsüchten nach direkten Begegnungen dienen. Je eher kulturelle Spielstätten in der Lage sind, der Vielschichtigkeit und der Verschiedenartigkeit der kulturellen Disposition dynamisch und auf Augenhöhe zu begegnen, desto eher werden sie möglichst viele Menschen anzusprechen in der Lage sein. Lebendig ausgerichtete kulturelle Spielstätten können einen wichtigen Beitrag für den Zusammenhalt der Gesellschaft leisten. Indem sie die Vielfalt feiern, werden kulturelle Spielstätten der Vielzahl ihrer Publika gerecht.

Quellen

Günther Anders: Musikphilosophische Schriften. Texte und Dokumente, München 2017.

Konrad Paul Liessmann: Günther Anders.

Philosophieren im Zeitalter der technologischen Revolutionen, München 2002.

Verweise

→ S. 30 Fabian A. Rebitzer, „Wer fehlt?“ Balanceakte im Feld des Nicht-Publikums

→ S. 124 Anja Sczilinski, Wir brauchen selbstbewusstes Theater für junges Publikum!

→ S. 103 Jasper Sharp, Unser Publikum war uns bis jetzt fast völlig unbekannt.

→ S. 320 Doris Uhlich, World in My Eyes

Wer ist unser Publikum?

Stefania Pitscheider Soraperra,
Frauenmuseum Hittisau

Das FMH Frauenmuseum Hittisau ist das einzige Frauenmuseum weltweit in einer ländlichen Region. Der Bregenzerwald ist allerdings eine besondere ländliche Region. In kaum einem anderen Landstrich ist der Zugang zu Architektur und Design so niederschwellig und selbstverständlich wie in dieser Vorarlberger Talschaft.

Stefania Pitscheider Soraperra,
Direktorin

Verweise

→ S. 56 Herwig Bauer, Ein Festival für alle – und wie das so mit seinem Publikum ist

→ S. 82 Valerie Besl, Wer sind wir und wie wollen wir erzählen

→ S. 72 Gunilla Plank, Am Land gibt es kein Publikum, es gibt nur „die Leit“.

→ S. 131 Karin Schneider, Mit, durch, für ... das Publikum – welches Publikum?

Frauenmuseum Hittisau,
Hittisau

So sehr aber die Menschen im Bregenzerwald in formalästhetischen Fragen ein untrügliches Gefühl für das richtige Maß entwickelt haben, so sehr ist hier ein traditionelles Familien- und Frauenbild gängig. Es ist daher notwendig, über gesellschaftspolitische Rahmenbedingungen nachzudenken, über die Beziehung zwischen dem Urbanen und dem Ländlichen, über patriarchale Traditionen und die Rollen der Geschlechter. Dabei kommt einer Kulturinstitution wie dem FMH eine besondere Rolle zu. Das Museum will die historische Erzählung um jene Aspekte der Frauen*geschichte und Frauen*kultur erweitern, die bislang marginalisiert, vergessen, negiert wurden. Das FMH versteht sich zwar nicht als Regionalmuseum, nimmt aber in vielen Projekten Bezug auf die umliegende Region.

Das Einzugsgebiet des Museums liegt in Vorarlberg, Süddeutschland, Liechtenstein und der Ostschweiz. Aus diesen Gebieten stammt rund die Hälfte der Tages- und Ausflugsbesucher:innen. Oft handelt es sich um treues Stammpublikum, das so gut wie jede Ausstellung im Museum besucht. Der Bregenzerwald ist darüber hinaus sowohl im Winter als auch im Sommer eine beliebte touristische Destination. So wird das FMH auch zunehmend von einem internationalen Publikum besucht.

Stammpublikum durch Beteiligung und Begleitprogramme

Die Einbindung von Menschen aus der Region spielt vor allem bei den zahlreichen partizipatorischen Formaten eine Rolle, die das FMH zur Vorbereitung und als Begleitung von Ausstellungsprojekten anbietet – Open Spaces, Erzählcafés, Projektschmieden etc.

Dadurch entstehen langfristige Beziehungen: Teilnehmende fühlen sich dem Museum verbunden und werden zu Stammpublikum.

Das FMH bietet darüber hinaus ein dichtes Begleitprogramm aus Konzerten, Lesungen, Vorträgen, Symposien und Workshops. Vor allem Spezialprogramme wie etwa Komponistinnenkonzerte binden ein Stammpublikum nachhaltig an das Museum.

Unsere dislozierte Sammlung führt ebenfalls zu einer langfristigen Bindung eines Spezialpublikums an das FMH. Objekte werden dem Museum temporär zur Verfügung gestellt, in der Bilddatenbank dokumentiert, um dann, angereichert mit Wissen, Erinnerung und Würdigung wieder in den ursprünglichen Kontext mit dem Status einer Dauerleihgabe zurückgegeben zu werden. Das FMH hat bei Bedarf Zugriff auf die Objekte, gleichzeitig schafft die dislozierte Sammlung eine dauerhafte Bindung zwischen Leihgeber:innen und Museum.

Ein diverses Team als Identifikationsmoment Dass die Arbeit im Museum seit 23 Jahren von Publikum wie Fachwelt positiv rezipiert wird, hat mit dem Programm und nicht zuletzt mit der Struktur des Teams zu tun. Zwei Dutzend Kulturvermittlerinnen, deren Alter, Bildungshintergrund und Herkunft höchst unterschiedlich sind (von der 18-jährigen Schülerin aus Hittisau über die 25-jährige, aus Marokko stammende Arabischlehrerin und die 40-jährige Theaterregisseurin aus der Schweiz bis zur 60-jährigen Bäuerin aus dem Nachbarort), bilden sich laufend weiter und treten mit dem Publikum in eine direkte Kommunikation, was die Besucher:innen durchaus zu schätzen wissen.

Die Online-Community seit Corona

Die Pandemie hat dazu geführt, dass sich der Radius des FMH deutlich erweitert hat. Durch die rasch ins Leben gerufenen digitalen Angebote (Blog, Mediathek, Online-Führungen, virtuelle und später hybride Konferenzen und Symposien, Podcasts, Radiosendungen, Newsletter etc.) ist die Online-Community des FMH wesentlich breiter und internationaler geworden. Diese Formen des Austauschs und der Vermittlung behält das Museum auch nach Ende der Pandemie bis heute bei.

Im Bewusstsein über Kooperationen

Wesentlich für die Sichtbarkeit und Radius-erweiterung des Museums sind nicht zuletzt die zahlreichen Kooperationen des FMH mit Organisationen, Institutionen und Bildungseinrichtungen im In- und Ausland. So ist das FMH derzeit für das vom österreichischen Außenministerium beauftragte Projekt *Calliope* verantwortlich, das Frauen* präsentiert, die heute Österreich prägen.

Eine wesentliche Rolle spielen auch Projekte mit Kindern und Jugendlichen. Wichtig sind dabei vor allem langjährige Kooperationen mit den umliegenden Schulen. Sehr viel Wert legen wir auf ein maßgeschneidertes Programm für Schulen und Kindergärten, das aktuelle Themen der Ausstellung aufgreift und vermittelt, wobei ein Nachdenken über Geschlechterzuschreibungen und Rollenbilder immer im Zentrum steht.

Die Würdigung des FMH durch diverse Preise (z. B. Österreichischer Museumspreis, Special Commendation beim European Museum of the Year Award etc.) hat die Sichtbarkeit des Museums jenseits der Landesgrenzen deutlich erhöht und wirkt sich nicht zuletzt auf steigende Besucher:innenzahlen aus.

Stefania Pitscheider Soraperra

leitet seit 2009 das Frauenmuseum Hittisau. Als Mitglied der Künstler:innengruppe WochenKlausur hat sie zahlreiche Projekte an der Schnittstelle zwischen Kunst und Gesellschaftspolitik realisiert, etwa für den steirischen Herbst, die Shedhalle Zürich oder die Biennale von Venedig. Sie hat am Kunsthistorischen Museum Wien, in der Kunsthalle Wien, der Shedhalle Sankt Pölten und dem Kulturzentrum Cooperations in Wiltz (Luxemburg) gearbeitet. Als Kunsthistorikerin, Ausstellungskuratorin und Kulturmanagerin gilt ihr Interesse gesellschaftspolitischen und feministischen Fragestellungen. Sie stammt aus Südtirol und ist ladinischer Muttersprache.

frauenmuseum.at

Inklusion in der Museumspraxis – eine Selbstbefragung

Sibylle Dienesch, Angela Fink und Annette Rainer,
Graz Museum und Graz Museum Schlossberg

Unsere Vision?

- Als Team der beiden Graz Museen haben wir den Anspruch, ein Museum für alle Interessierten zu sein. Eine inklusive Museumspraxis ist uns daher ein wichtiges Anliegen.
- Unsere bisherige Erfahrung zeigt, dass wir diesem Ziel dann näherkommen, wenn wir unterschiedliche Besucher*innen-Gruppen beispielsweise in Form von Fokusgruppen in unsere Arbeit einbeziehen. Mit den so geschaffenen vielfältigen Angeboten wollen wir einen Mehrwert für alle Besucher*innen bieten. Wir evaluieren das eigene Tun laufend und lernen daraus.
- Einem schrittweisen Ansatz folgend arbeiten wir intensiv mit jeweils einer Gruppe. Im letzten Jahr waren es sehbeeinträchtigte und blinde Menschen, denen wir das visuelle Medium Plakat multisensorisch zugänglich machen wollten. So können wir unterschiedlichste Umsetzungen ausprobieren und erweitern laufend unseren Formenspielraum.

Aus der Komfortzone, in die Komfortzone?

- Erstmals eine inklusive Ausstellung umzusetzen, stellte für mich als Kuratorin eine Herausforderung dar. Vieles, das in meiner Ausstellungspraxis bis dahin gut funktioniert hatte, musste ich nun wieder hinterfragen und anders denken. Beispielsweise erfordert die Anwendung der leichten Sprache für Ausstellungstexte, auf komplizierte Wörter und Sätze zu verzichten und dennoch komplexe Inhalte klar und einfach darzustellen.
- Von dieser intensiven Auseinandersetzung mit Sprache im Sinne der Inklusion hat unser gesamtes Team sehr profitiert. Wir sind nun viel sensibilisierter in Bezug auf die Anwendung von Sprache in Ausstellungstexten und in der Kulturvermittlung.
- Jetzt reden wir ganz selbstverständlich über Sprachniveaus. Der nächste Schritt wird sein, noch viel präziser Entscheidungen zu treffen: Hier sind wir bei B1 – hier brauchen wir A2 – hier braucht es auch einmal A1. Ich glaube, das kann gelingen.
- Es ist ein Prozess, der beim ersten Mal noch sehr schwerfällt, beim zweiten Mal schon ein bisschen leichter ist und irgend-

wann wird es dann das Gewohnte und Gelernte sein.

- Irgendwann werden alle Menschen einfach davon ausgehen können, dass sie als Besucher*innen kommen und das Angebot an ihren Notwendigkeiten ausgerichtet ist.

Teamarbeit!

- Sehr wichtig sind die Zusammenarbeit und der Kontakt mit Menschen mit Beeinträchtigungen auf allen Ebenen. Als Mitarbeiter*in, in einer Fokusgruppe, als Vermittler*in. Hier bekommen wir Expertise.
- Inklusion im Museum betrifft alle Bereiche unserer Institution. Wir müssen uns natürlich auch historisch und kulturgeschichtlich mit diesem Thema auseinandersetzen.
- Inklusion betrifft auch alle Abteilungen. Und: Es braucht die Breite im Team. Sonst bekommt „Inklusion“ den Nimbus eines Einzelprojektes oder eines Einzelinteresses.
- Im Bereich „Inklusion“ gibt es auch eine enge Zusammenarbeit mit Sozialhilfeträgern, Selbstvertreter*innen und auch mit anderen Kultureinrichtungen. Kultur Inklusiv und die ARGE Inklusives Museum bieten Austausch und Anregungen. Das ist für unsere Arbeit sehr wichtig.

Sibylle Dienesch, Angela Fink
und Annette Rainer,
Direktorin, Kulturvermittlerin
und Leiterin Kulturvermittlung
& Publikumsservice

Graz Museum &
Graz Museum Schlossberg,
Graz

Sibylle Dienesch

ist seit Jänner 2023 Direktorin des Graz Museums, des Graz Museums Schlossberg und des Stadtarchivs Graz. Sie kuratierte im Jahr 2015 die Ausstellung Mittendrin und stand im Jahr 2022 dem Grazer Netzwerk Kultur inklusiv vor.

Angela Fink

ist Kulturvermittlerin am Graz Museum und zertifizierte Fachkraft für Leicht Lesen. Sie begleitete die Ausstellung Graz Plakat 1920–1955 als Projektleiterin für den Bereich Inklusion.

Annette Rainer

ist Kuratorin und Leiterin der Kulturvermittlung am Graz Museum. Gemeinsam mit Franziska Schurig kuratierte sie die inklusive Ausstellung Graz Plakat 1920–1955. Das gesamte Team der beiden Graz Museen und des Stadtarchivs Graz entwickelt seit Jahresbeginn die Vision des demokratischen Museums und Archivs weiter und lebt sie in der täglichen Museumspraxis.

Kultur Inklusiv

ist ein 2020 gegründetes Netzwerk von Kultur- und Sozialeinrichtungen sowie Menschen mit Beeinträchtigungen in Graz. Es hat sich zum Ziel gesetzt, Kulturerlebnisse für alle zugänglich zu machen und dabei Barrieren abzubauen, um Menschen zusammenzubringen sowie Kulturinstitutionen gegenüber Menschen mit Beeinträchtigungen zu öffnen. Denn Kultur ist für alle da.

grazmuseum.at/kultur-inklusiv

Verweise

→ S. 35 Vera Allmanritter, Wer sind meine (Nicht-)Besucher*innen?

→ S. 196 Jennie Carvill Schellenbacher, „Ein guter Start, weiter so!“

Die Einbettung von Barrierefreiheit und Inklusion in die Museumsentwicklung

→ S. 199 Birgit Johler und Anita Niegelhell, In Bewegung: das Volkskundemuseum in Graz und seine Beziehungen zu Gesellschaft und Öffentlichkeit

→ S. 232 Martina Schiller, Vom un-fassbaren Publikum

Kann man ein Publikum klimaneutral machen?

Barbara Alt,
TKI – Tiroler Kulturinitiativen

Im April letzten Jahres sprach der Kommunikations-, Medien- und Kulturwissenschaftler Martin Zierold im Rahmen des Online-Impulsvortrags *Lernen aus der Corona-Krise* über die Lehren aus der Pandemie und daraus resultierende Chancen für den Kulturbereich. Zwei Erkenntnisse benannte er dabei als essenziell im Umgang mit dem Publikum: Wie wichtig es sei, eine lebendige Beziehung zum Publikum zu pflegen und mit ihm im engen Austausch zu stehen; und welche zentrale Rolle das Lernen an sich spiele, wenn kulturelle Betriebe als lernende Einrichtungen ihre Prozesse genau beobachten und aktuelle Themen reflektieren. Von denen gäbe es immerhin genug: Klimakrise, Krieg, Teuerung. Wie wichtig sind also Beziehungsarbeit und der eigene Lernprozess, gerade wenn man das Publikum auch für die ernsteren gesellschaftlichen Themen gewinnen will? Am Beispiel der Klimakultur gehen wir dieser Frage nach.

Seit April ist der Kulturraum Alte Gerberei in St. Johann in Tirol mit dem Österreichischen Umweltzeichen als Green Location ausgezeichnet. Das Publikumsverhalten wird hier genau beobachtet: „Die offensive Bewusstseinsbildung für das Thema Nachhaltigkeit ist für uns der wichtigste Aspekt. Das geschieht durch die Integration unseres Publikums in eigenkreative Tätigkeiten in Form von z. B. Workshops, Diskussionen, interaktiven Kunstinstallationen usw. und durch die Kommunikation unserer Umweltziele durch unser Team. Wir sehen es als unsere Aufgabe, Menschen generationsübergreifend für das Thema Nachhaltigkeit zu sensibilisieren und zum aktiven Engagement zu motivieren“, sagt Isabell Huter, die den Transformationsprozess im Kulturzentrum begleitet hat.

Die Herausforderungen, denen sich die Menschheit im Zuge der Klimakrise stellen muss, sind im Bewusstsein unseres Publikums mit großer Wahrscheinlichkeit verankert. Wie jedoch vom Wissen ins Handeln kommen, weg von Resignation und Überforderung, hin zu Motivation und neuen Perspektiven? Proaktive Lösungen sind gefragt. Eine solche verfolgt etwa die Initiative Klimakultur Tirol: Akteur*innen aus unterschiedlichen Bereichen kommen zusammen und bringen ihre verschiedenen Zugänge und Perspektiven zu Fragen der ökosozialen Nachhaltigkeit ein, um gesellschaftliche Transformation anzuregen und einen **Klimakulturwandel** erlebbar zu machen.

Neben einer inhaltlichen Auseinandersetzung mit Nachhaltigkeitsthemen gilt es ebenso, die Produktionsprozesse der eigenen Kulturarbeit genau zu durchleuchten. Wer mit gutem Beispiel vorangeht, muss auch dafür sorgen, dass diese Botschaft ankommt – um die Vorbildwirkung nach außen zu garantieren und in weiterer Folge das Publikum zu motivieren, die eigenen Klimaschutzstrategien mitzutragen. Im Kulturlabor Stromboli in Hall i. T. läuft dieser Prozess so ab: „Wir setzen beim Thema Nachhaltigkeit gerne bei einfachen, praktischen Dingen an, die für das Publikum leicht nachvollziehbar sind und in der heutigen Zeit zum (umweltbewussten) Hausverstand gehören. Zum Beispiel bitten wir, die Onlinetickets nicht auszudrucken, sorgen für eine durchgängige

Mülltrennung, verzichten so gut wie möglich auf Wegwerfprodukte, haben den Öffi-Fahrplan und einen Radroutenplaner auf unserer Webseite eingebaut. Mit solchen kleinen Maßnahmen können wir insgesamt mehr Bewusstsein für das Thema schaffen“, so Geschäftsführerin Julia Mumelter.

Auch in der Alten Gerberei werden nachhaltige Maßnahmen gut angenommen: „Uns fällt besonders auf, dass die Identifikation mit unserem Haus zugenommen hat und unser Publikum immer mehr Programmvorschläge und Verbesserungsvorschläge zum Thema Nachhaltigkeit einbringt. Auch einige Änderungen, wie etwa die Umstellung auf regionale Barsnacks, wurden schneller als erwartet zur Gewohnheit.“ Auch wenn Bestrebungen da sind – ein Handlungsfeld scheint neben all den Erfolgen dennoch in der Umsetzung hinterherzuhinken: die nachhaltige Mobilität. „Das Thema Anreise ist noch ein bisschen schwierig, da die Anbindung nach Hall mit den öffentlichen Verkehrsmitteln am späteren Abend nicht optimal ist“, bestätigt auch Mumelter.

Was jedoch bleibt, ist die Motivation, auch beim Thema An- und Abreise an Verbesserungen zu arbeiten – und hier schließt sich der Kreis zu den eingangs erwähnten Key Learnings **Beziehungsarbeit** und **Lernen**: „Wer mit anderen in guten Beziehungen steht, ist auch kooperationsfähiger und kann leichter neue Allianzen eingehen“, so Zierold. Es ist eine Beziehung in beide Richtungen: Eine Kultureinrichtung muss für jene Communitys sorgen, die sie ansprechen oder für sich gewinnen will – den Rückhalt und Support des Publikums muss sie sich also gewissermaßen verdienen. Gleichzeitig kann das Publikum angeregt durch alles, was der Kunst- und Kulturbetrieb ihm bietet, erst sein volles Potenzial entfalten, sich inspirieren lassen, neue Blickwinkel auf aktuelle Themen erlangen. Als eine Ressource der Gesellschaft können Kultureinrichtungen so auch jene Prozesse anstoßen, die es braucht, um ein Publikum irgendwann tatsächlich klimaneutral zu machen.

Barbara Alt

kommt aus Innsbruck und ist dort seit etwas mehr als einem Jahr für die TKI – Tiroler Kulturinitiativen tätig, wo sie in Zusammenarbeit mit dem Klimabündnis die Koordination der Klimakultur Tirol betreut. Aktuell befindet sie sich mitten in der Umsetzung des Klimakultur-Lehrganges „Kultur durch Nachhaltigkeit – Nachhaltigkeit durch Kultur“, organisiert von TKI und Klimabündnis Tirol, der sich in fünf Module mit verschiedenen Aspekten zukunftsfähiger Kulturarbeit beschäftigt. Für die Zukunft wünscht sie sich, dass wir diese miteinander (klima-)gerecht gestalten: weg von Emissionen, hin zu Transformation und Community Building – ein gutes Leben für alle.

[klimakultur.tirol](https://www.klimakultur.tirol)

Quelle

„Der Kulturbereich braucht jetzt so eine Reha-Phase“, Interview von Nina Horacek mit Martin Zierold.
[tki.at/themen/der-kulturbereich-braucht-jetzt-so-eine-reha-phase](https://www.tki.at/themen/der-kulturbereich-braucht-jetzt-so-eine-reha-phase)

Empfehlung

- Olaf Zimmermann und Hubert Weiger (Hg.): Ohne Kultur keine Nachhaltigkeit – Wie der Kultur- und Naturbereich gemeinsam die UN-Nachhaltigkeitsziele voranbringen können, Deutscher Kulturrat e. V., 2023.

Verweise

- S. 138 Ulrike Gießner-Bogner, Schule, Kunst und Kultur – eine Schnittstelle mit viel Potenzial
- S. 199 Birgit Johler und Anita Niegelhell, In Bewegung: das Volkskundemuseum in Graz und seine Beziehungen zu Gesellschaft und Öffentlichkeit
- S. 192 Linda Kutter und Alexander Erler, Selbstverständnis statt Erziehung: Wiesenrock in Wattens
- S. 107 Michael Zechmann-Khreis, Darf man das museale Publikum fordern?

DAS KINO. Salzburger Filmkulturzentrum

Neun Fragen an Renate Wurm,
DAS KINO

Was ist das Besondere an DAS KINO?

Das Salzburger Filmkulturzentrum DAS KINO zeigt als einziges Programmkinos Salzburgs in seinen beiden Sälen ein speziell ausgewähltes Filmprogramm abseits des Mainstreams, wobei wir auf künstlerische Qualität und kulturelle Vielfalt besonderes Augenmerk legen. Eine zentrale Aufgabe unserer filmkulturellen Arbeit ist die Unterstützung der lokalen und österreichischen Filmszene. Gespräche und Diskussionen mit Filmschaffenden sind daher ein wesentlicher Bestandteil unseres Programms. Unsere Mitgliedschaft bei Europa Cinemas – ein Zusammenschluss europäischer Arthouse-Kinos – unterstreicht unsere Ausrichtung auf das europäische Filmschaffen. Daneben zeigen wir aber auch Produktionen aus der US-Independent-Szene sowie Afrika, Asien und Lateinamerika – alle Filme in Originalfassung mit deutschen Untertiteln. So kuratieren und organisieren wir Filmfestivals, Filmreihen und Filmclubs, die sich thematischen Schwerpunkten widmen. Retrospektiven und Klassikern der Kinogeschichte geben wir darin ebenso Platz wie der Präsentation von neuen Dokumentar- und Kinderfilmen.

Wer ist das DAS KINO-Publikum?

Am 6. Juli 1978 wurde DAS KINO am heutigen Standort eröffnet und war von Beginn an das Cineast:innen-Eldorado von Salzburg und ein wichtiger Ort der Begegnung von Filmschaffenden und Publikum. Seit 45 Jahren frequenziert ein Stammpublikum, das unsere kuratierte Arbeit liebt und Originalfassungen mit Untertiteln schätzt, unsere Institution. Die Altersstruktur ist je nach Filmangebot unterschiedlich. Ein Großteil ist 50+, bei speziellen Filmen („Kultregisseure“ oder innovative Filme) sowie bei englischen Originalfassungen erreichen wir auch ein Publikum ab 18+, das meist in Gruppen kommt.

Wie bleiben Sie mit Ihrem Publikum in Kontakt?

Wir produzieren – inzwischen aus finanziellen Gründen für zwei Monate – ein Programmheft mit allen geplanten Filmen sowie Sonderveranstaltungen, Filmreihen und Festivals, die wir in diesem Zeitraum zeigen. Zudem versenden wir wöchentlich Newsletter und posten Infos auf Facebook und Instagram. Über diese Informationskanäle hinaus bieten wir eine jährliche Mitgliedschaft, die unsere filmkulturelle Arbeit

unterstützt. Darin inkludiert ist auch, dass die Mitglieder für diverse Sonderveranstaltungen freien Eintritt bekommen. Zudem haben wir ein Programmabo, das ebenfalls viele Besucher:innen in Anspruch nehmen.

Wen sprechen Sie mit Ihrer Programmierung an?

Alle Menschen, die Filme abseits des Mainstreams lieben, kommen zu uns, v. a. jene, die in keine Plexe gehen und Filme im Original sehen wollen. Über Kooperationen mit den unterschiedlichsten Einrichtungen gelingt es uns, ein großes Spektrum an Themen abzudecken. Nach jahrelanger Erfahrung weiß ich inzwischen auch, welche Filme in Salzburg funktionieren, sprich ihr Publikum finden. Hier hilft uns Mundpropaganda sehr viel. So haben wir je nach Film und Thema neben unserem Stammpublikum auch spezifische Zielgruppen im Haus. Die Arbeit dafür ist ein zentrales Thema und sehr breit gefächert.

Und wer kommt nicht?

Alle, die Filme nur in deutscher Fassung sehen wollen. Seit 2005 programmieren wir einen „3. Saal“: Im OVAL – Die Bühne im EUROPARK werden wöchentlich zwei Kinderfilme und Spielfilme in deutscher Fassung gezeigt. Diese zusätzliche Schiene läuft sehr erfolgreich.

Sind Streaming-Dienste eine Publikumskonkurrenz?

Wir haben seit Jahren einen eigenen Streaming-Dienst, den *VOD-Club*. Hier waren anfangs österreichische Produktionen zu sehen, das Sortiment hat sich international nun etwas erweitert. Unser *VOD-Club* hat während der Corona-Lockdowns seinen Höhepunkt erreicht. Netflix und Co bleiben natürlich eine Konkurrenz.

Hat sich das Verhalten des Publikums verändert?

Wir merken: Unser Publikum sucht das Kino-Feeling und die tiefere Auseinandersetzung mit Film. Deshalb sind wir zu einem Event-Kino mutiert. Filmpremieren und Filmpräsentationen mit Filmschaffenden gewinnen immer mehr an Bedeutung, da es hier einen sogenannten „Mehrwert“ zu den üblichen Formaten gibt. Das wird sehr gut angenommen. Für uns bedeutet

Renate Wurm

ist seit 2017 Geschäftsführerin des Salzburger Filmkulturzentrums DAS KINO. Ihre Motivation in der Kinobranche zu arbeiten entspringt ihrer Leidenschaft für Film und Kino. Seit nunmehr 30 Jahren arbeitet sie in diesem Umfeld, genau genommen seit 1992, als sie Presse- und Öffentlichkeitsarbeiterin im DAS KINO wurde. Ihren Wunsch, Kinder und Jugendliche für Film und Kino zu begeistern und auch im ländlichen Raum qualitätsvolles Kino auf eine große Leinwand zu bringen, setzt sie seit Jahren unermüdlich um.

daskino.at

das einen größeren organisatorischen Aufwand, zusätzliches Know-how und das vermehrte Binden personeller Ressourcen. Ein Format will ich hier kurz herausheben: unser *Mobiles Kino*. Seit 2017 bespielen wir auch Stadtteile und Orte im Land Salzburg. Es war eine intensive Aufbauphase, da wir besonderen Wert darauf legen, dass es lokale Veranstalter:innen gibt. Inzwischen haben wir so viele Anfragen, dass wir aufgrund unserer Kapazitäten nicht alle erfüllen können. Dieses „Wanderkino“ ist inzwischen für viele Orte ein wichtiger Treffpunkt der Dorfgemeinschaft geworden. Das ist eine schöne Bestätigung, dass Kino lebt. Mit dieser Initiative tragen wir zur kulturellen Belebung am Land bei und machen so „Kino“ wieder attraktiv. Finanziell ist dies jedoch keine Einnahmequelle, da es einer intensiven Arbeit bedarf. Ich sehe dies als Projekt, um Kino wieder in den Mittelpunkt zu rücken.

Was ist für Sie eine der größten Herausforderungen?

Tatsache ist, dass Jugendliche zwischen 12 und 18 Jahren ein Vakuum in unserer Publikumschicht sind. Dies liegt vor allem daran, dass es im Arthouse-Bereich keine Filme gibt, die diese Jugendlichen ansprechen. Es gibt sehr wohl Coming-of-Age-Filme, die aber eher die Eltern als die Jugendlichen selbst adressieren. Denn Jugendliche wollen nicht ihre eigenen Pubertätsprobleme vor Augen sehen ... Mit der von uns kuratierten Schiene des Schulkinos versuchen wir, in diese Kerbe zu schlagen und Jugendliche zu erreichen. Leider arbeitet

hier das Bildungsministerium entschieden gegen uns: Außerschulische Veranstaltungen dürfen während der Schulzeit nicht mehr besucht werden – das trifft auch andere kulturelle Institutionen wie Theater und Museen hart. Daher sind wir derzeit hier auf engagierte Lehrende angewiesen, die entweder engagierte Direktor:innen haben, die das genehmigen, oder bereit sind, in ihrer Freizeit, sprich am Nachmittag oder abends, mit ihren Schüler:innen ins Kino zu kommen. Das schätze ich sehr! Jedoch finde ich es sehr bedenkenswert, dass nun auch Schule nur noch auf Leistung und weniger auf Lebensbildung und Kultur ausgerichtet ist. Das sehe ich sehr kritisch, da ich persönlich während meiner Schulausbildung die Möglichkeit hatte, Theater, Konzerte und Filme zu erleben. Das war für mich sehr prägend.

Und was wünschen Sie sich von Ihrem und für Ihr Publikum?

Ich wünsche mir weiterhin die Treue und viele gute Filme.

Verweise

- **S. 138** Ulrike Gießner-Bogner, Schule, Kunst und Kultur – eine Schnittstelle mit viel Potenzial
- **S. 128** Stefan Huber, „Mir ist langweilig.“
- **S. 90** Martin Kitzberger, Kinogenuss ohne Ende – das nonstop Kinoabo
- **S. 86** Verena Strasser, Publikum als Wissenstransfernetzwerk

Fragen erwünscht

Barbara Mayer,
Literaturhaus Mattersburg

Das Literaturhaus Mattersburg (LHM) wurde 1994 gegründet und ist in einer Kleinstadt mit rund 7.500 Einwohnern angesiedelt. Es entstand auf Initiative der Abteilung Erwachsenenbildung des Unterrichtsministeriums. Im Fokus der Gründung stand die Stärkung der Literalität in einer Region, in der nur wenige Kultur- und Bildungsangebote bereitstanden, vorhandene wurden wenig genutzt. Inhaltlich setzte sich der Verein Literaturhaus Mattersburg zunächst mit Kultur und Literatur der östlichen Nachbarländer auseinander.

Verweise

→ S. 52 Markus Feigl,

Das Publikum öffentlicher Bibliotheken in Österreich

– von Nutzer:innen zu Akteur:innen

→ S. 131 Karin Schneider, Mit, durch, für ... das Publikum – welches Publikum?

→ S. 18 Daniel Schönherr, Kultur, halt nicht für alle?

Soziologische Anmerkungen zur kulturellen Beteiligung

→ S. 100 Aron Stiehl, Ohne unser Publikum wären wir nichts

Das LHM befindet sich im 1972 eröffneten ersten Kulturzentrum des Burgenlandes, das unter dem Motto „Kultur für alle“ errichtet wurde. Ein kulturpolitischer Leitgedanke, der im Laufe der Jahre nicht weiterentwickelt wurde und verloren gegangen ist. Bis heute wird die Arbeit des LHM aus staatlichen Mitteln der Kunstförderung / Abteilung Literatur, aus Mitteln der Bildungsförderung / regionale Bildungsarbeit und aus Mitteln der Kulturabteilung des Landes Burgenland unterstützt.

Diese Rahmenbedingungen unterscheiden das LHM von anderen Literaturhäusern; sie sind meist in großstädtischem Umfeld anzutreffen, oft eingebunden in den Universitätsbetrieb oder angebunden an ein Literaturarchiv, oft in sehr bürgerlichem Ambiente. Das spiegelt sich auch in der Zusammensetzung unseres Publikums wider (es ist divers in vielerlei Hinsicht – Alter, Bildungs- und Sprachhintergrund, Beruf usw.) und stellt uns vor die Frage: Wie können wir dem gerecht werden?

Vermittlung

Lage und Förderung geben zugleich Inhalt und Herangehensweise unserer Arbeit vor: Autorinnen und Autoren sind mit Lesungen und Gesprächen in unserer Institution zu Gast

und bereichern das regionale Kultur- und Bildungsangebot vor Ort durch überregionale intellektuelle und künstlerische Diskurse. Zugleich legt das LHM seinen Fokus auf Vermittlungsarbeit für alle Altersstufen. Es gibt Leserunden in mehreren Sprachen, eine partizipative Initiative für Schreibende, bei Bedarf Gesprächsgruppen für Deutschlernende, Vorlesestunden, Schreibwerkstätten für Kinder und Jugendliche, einen Bücherklub, Dialogveranstaltungen mit Autor*innen für AHS-Oberstufenklassen und BHS-Klassen.

Partizipation

Das Vermittlungsangebot im LHM ist nach Möglichkeit partizipativ ausgerichtet, ein Aspekt, der sehr viel Sorgfalt in der Kommunikation, Bereitschaft zu Veränderung und Anpassung sowie einen langen Atem benötigt. Belohnt wird dieser Zugang durch ein hohes Maß an Kontinuität seitens der Teilnehmer*innen. Diese fühlen sich offensichtlich sehr eng an die Institution gebunden und schätzen die Möglichkeit, Literatur als Ausgangspunkt für Bildungsangebot, Kunstgenuss und Unterhaltung nutzen zu können.

Repräsentation

Qualität, Offenheit, Vielfalt und Gegenwartsbezug sind auch die programmatischen Leitgedanken der Bibliothek hier im Haus. Sie befindet sich derzeit unübersehbar im Foyer des Kulturzentrums. Der Bestand der Bibliothek richtet sich an alle Altersgruppen und speist sich aus der Zusammenarbeit mit Verlagen und Autor*innen, unserer Neugier auf Themen und auch aus den vielen Leseerfahrungen, die unsere Gäste und Nutzer*innen in dieses Haus mitbringen. Das Einzugsgebiet reicht bis Niederösterreich und über die Grenze hinweg nach Ungarn. Zwischen Bibliotheksnutzer*innen und Publikum gibt es Überschneidungen, vor allem im Bereich der Vermittlungsangebote. Einige der Leser*innen kommen regelmäßig zu Literaturveranstaltungen, einige von ihnen haben noch nie eine Lesung besucht.

Literarisch ist das Burgenland genauso vielfältig wie das Schreiben und die Literatur an sich. Historische Bezüge finden sich ebenso wie die Auseinandersetzung mit dem Thema

Provinz als Erfahrungsraum. Letztlich geht es darum, durch Sprache und Poesie der Welt zu begegnen. Hier ist das Burgenland besonders facettenreich, die burgenländische Welt ist mehrsprachig. Diese Ressource unserer Region nutzen wir bei Lesungen und Dialogveranstaltungen oder in Erzählstunden, bei denen mehrsprachige Erzähler*innen von „hier und überall“ zu hören sind.

Diskussion

Als Kulturvermittlerin aus innerster Überzeugung möchte ich abschließend einen Aspekt erwähnen, den ich an dieser Literaturinstitution besonders schätze. Häufig wird bei Lesungen Fragen aus dem Publikum kein Raum gegeben. Die Fragen sind oft unpassend und meist nicht relevant, so ist es aus den Reihen von Literaturveranstalter*innen zu hören. Das erleben und praktizieren wir hier im LHM anders. Wir sehen uns als in der Mitte stehend, zwischen Künstler*innen, dem Werk, dem Publikum und dem sozialen Raum, den wir durch unsere Arbeit gestalten und vielleicht auch ein wenig verändern können. Wir halten es für wichtig und wünschen es uns für alle Beteiligten, dass Kunst auch direkt, ungefiltert und ohne professionelle Kritik bzw. Abfederung auf Publikum treffen kann. Bestenfalls entstehen so Momente, bei denen Gedankenwelten im Spiegel sehr unterschiedlicher Realitäten und Erfahrungen einen Weg zueinander finden und Schreibende und Publikum einander nahekommen.

Barbara Mayer

ist im Literaturhaus Mattersburg für Geschäftsführung und Programm verantwortlich und so nach vielen Jahren als Kulturvermittlerin im Museumsbereich (Wien und Burgenland) wieder zur Literatur zurückgekehrt. Ihre Wünsche für die Zukunft des Literaturhauses sind Ressourcensicherheit und Freiraum für neue Ideen.

literaturhausmattersburg.at

Wir brauchen das Vis-à-Vis

Elisabeth Schweeger,
Kulturhauptstadt Europas Bad Ischl Salzkammergut 2024

Dies ominöse Wort, das uns seit Jahrzehnten begleitet. Begehrt und gefürchtet, geliebt und unterschätzt – das Publikum.

In den 70er/80er-Jahren hieß es: „leeres Haus, gute Kunst“; ab den späten 90ern drehte sich der Spieß um: „leeres Haus, schlechte Kunst“. Jede*r im Kunstbetrieb war bemüht, die Auslastungszahlen auf den Markt zu schreien, um ihre*seine Gültigkeit unter Beweis zu stellen. Je höher die Auslastung, desto besser der Zuspruch durch Politik und Financiers. Ich möchte da nicht die vollen Häuser/Museen/Theater/Konzerte in Abrede stellen. Natürlich wollen wir als Kunstermöglicher*innen und als Künstler*innen ein möglichst großes Publikum erreichen. Jede*r Künstler*in möchte gehört, gesehen, rezipiert werden.

Aber manchmal brauchen Entwicklungen Zeit, auch Zeit für die Betrachter*innen, Neues zu verstehen, zu akzeptieren oder es zumindest als eine Möglichkeit anzunehmen. Der kulturpolitische Auftrag ist zu eruieren: Wofür steht die Kunst und wofür stehen unsere Kunst-Institutionen? Sie erfüllen den Tatbestand der Erinnerungskultur – wesentlich für das Selbstverständnis einer Gesellschaft. Sie sind aber auch für die Fortschreibung unserer Kultur zuständig, dafür, dem zeitgenössischen Blick Raum zu geben und Perspektivenwechsel zu ermöglichen. Die Notwendigkeit der sofortigen publikumsmäßigen Effizienz geht auf Kosten des künstlerischen Prozesses. Erregung, Widerstand, Verneinung, Überhöhung, kritische Reflexion sind da nicht immer erwünscht, obwohl sie Teil des Dialogs sind zwischen Betrachter*in und Betrachtendem. Das Neue, ungewöhnliche Interpretationen, vielleicht vorläufig Unbequemes braucht Ausdauer und Durchsetzungsvermögen. Die Angst (der Politik und so mancher Kulturmanager*innen), sich für schlecht besuchte Kunst verantworten zu müssen, führt dazu, dass es immer schwieriger wird, jenseits des Mainstreams und des sogenannten wohlbekannten Kanons die Künste voranzutreiben und ihnen neue Entwicklungsmöglichkeiten anzubieten. Die Instrumentalisierung für Repräsentationszwecke, die die Unabhängigkeit der Kunst in Gefahr bringt, sollte diesbezüglich gut bedacht werden. Oft nur ein kleiner Programmteil widmet sich z. B. in den staatlichen oder städtischen Theatern den modernen Autor*innen, und wenn, werden diese uraufgeführt, weil damit die größte Aufmerksamkeit erzielt wird, nachgespielt werden sie selten. Festivals, früher Plattformen, um ungewöhnlicher Kunst aus dem Ausland oder dem Experiment und der Moderne eine Bühne zu bieten, haben es schwer, sich durchzusetzen, wenn sie programmatisch diesbezüglich hart bleiben.

Kulturhauptstädte als Möglichkeitsraum

Seit nunmehr 40 Jahren versuchen Kulturhauptstädte, Kunst jenen Stellenwert zuzuschreiben, den sie haben sollte: Botschafterin eines Voneinander-Lernens und des differenzierten Betrachtens der Welt zu sein. Ursprünglich war die Kulturhauptstadt gedacht als ein Format, das unter Beweis stellen sollte, dass mit Kunst Städte aufgeladen werden, attraktiv gestaltet und lebenswert sein können. Heute erreicht sie

ein breites, sehr unterschiedliches Publikum, da die Schwerpunkte sich verlagert haben. Hin zu einer Aufforderung, mit und durch Kunst partizipative Vorgänge zu ermöglichen, Vermittler zu sein zwischen gelebter Tradition, aber nicht unbedingt gelebter Erinnerung und den Dialog zwischen den vielfältigen europäischen Kulturen zu fördern und auch den interkontinentalen Austausch zu beflügeln. Mit der internationalen Vernetzung unterstreicht man Kunst als Möglichkeitsraum zur Gestaltung der Zukunft. Das Publikum ist eigentlich nicht mehr wirklich zu definieren oder einzukreisen. Alle sind gefragt, alle sind angesprochen, mehr denn je.

Das Publikum der Kulturhauptstädte: Bewohner*innen einerseits, aber auch Besucher*innen aus dem In- und Ausland. Es gibt bereits eine Kulturhauptstadt-Community, die sich gegenseitig bereist, aber durch viele partizipative Projekte akquirieren wir hoffentlich auch Menschen, die nicht primär kunstaffin sind und sich neugierig inspirieren lassen. Das Ansprechen eines differenzierten Publikums birgt die Chance, dass Kunst als wichtiges Instrument zur zivilen Entwicklung von Gesellschaften unabdingbar erkannt wird. Die Akzeptanz im öffentlichen Raum kann dadurch erhöht werden. Die Erregung, die Kulturhauptstädte begleitet, ist ein positiver Nebeneffekt – konstruktive Streitkultur schafft Aufmerksamkeit und unterstützt den demokratischen Prozess.

Die Kulturhauptstadt Europas Bad Ischl Salzkammergut 2024 hat es sich zur Aufgabe gemacht, anstehende Probleme des ländlichen Raums gegenüber der urbanen Entwicklung in den Fokus zu rücken – ein Phänomen, das Europa und die Welt tangiert: mit Fach- und Personalmangel, Klimawandel, Digitalisierung, Mobilitätsproblematik, Leerstand und Bodenversiegelung, Mangel an bezahlbarem Wohnraum, um nur einiges zu erwähnen. Neue Konzepte des Zusammenlebens stehen zur Diskussion, die den ländlichen Raum zu einem Zukunftsraum machen, der den Städten gleichwertig ist. Kunst, die sich in einem Umbruch befindet und neue Formate und Themen für sich finden muss, um diese Felder zu bearbeiten, zeigt ihre Möglichkeiten und ihre Stärken wie auch ihre Relevanz. Diese Kunst hat nicht „das eine Publikum“. Sie lässt sich nicht einfach quantifizieren. Sie ist vor allem eines: ein Anfang.

Verweise

→ S. 275 Muhammet Ali Baş, Magdalena Chowanec und Stephan Kuss, Von „Neuen Freundschaften“ und involviertem Kuratieren

→ S. 62 Wolfgang Muchitsch, Auf den guten Mix an Kennzahlen kommt es an!

→ S. 72 Gnuilla Plank, Am Land gibt es kein Publikum, es gibt nur „die Leit“.

→ S. 30 Fabian A. Rebitzer, „Wer fehlt?“ Balanceakte im Feld des Nicht-Publikums

Elisabeth Schweeger

ist in Wien geboren. Sie ist künstlerische Geschäftsführerin der Kulturhauptstadt Bad Ischl – Salzkammergut 2024 GmbH. Schweeger studierte Komparatistik und Philosophie in Innsbruck, Wien und Paris. Tätig als Kuratorin: Akademie der bildenden Künste in Wien, Biennale Venedig, Ars Electronica Linz, Documenta Kassel, OK Linz und Landesgalerie Linz (u. a. DonauArt /HÖHENRAUSCH 2018) etc. Journalistin und Kulturmanagerin: Künstlerische Leiterin des Marstall / Bayerisches Staatsschauspiel (1993–2001), Chefdramaturgin am Bayerischen Staatsschauspiel, Intendantin Schauspiel Frankfurt (2001–2009), Intendantin KunstFestspiele Herrenhausen, Hannover (2009–2015). Geschäftsführerin/Künstlerische Leiterin der Akademie für Darstellende Kunst Baden-Württemberg (2014–2022). Elisabeth Schweeger lebt und arbeitet in Deutschland und Österreich.

Die Kulturhauptstadt Europas Bad Ischl Salzkammergut 2024

holt die Vielfalt aus historisch verwurzelter und zeitgenössischer Kunst und Kultur vor den Vorhang und hebt sie auf eine internationale Ebene. In den 4 Programmlinien MACHT UND TRADITION, KULTUR IM FLUSS, SHARING SALZKAMMERGUT (Die Kunst des Reisens) und GLOBALOKAL (Building The New) behandelt Bad Ischl Salzkammergut 2024 wichtige Themen der Region, Europas und der Welt und setzt neue Impulse für die Zukunft.

salzkammergut-2024.at

Kapitel 6
Interventionen und
Begegnungen
Milo Rau
Linda Kutter und
Alexander Erler
Jennie Carvill Schellenbacher
Birgit Johler und
Anita Niegelhell
Stefan Benedik, Eva Meran
und Monika Sommer
Katrina Petter
Gerald Harringer
Elisabeth von Samsonow



Die hier versammelten Texte stellen das „Business as usual“ infrage und suchen neue Wege. Auch sie entstammen, wie in Kapitel 5, einer institutionalisierten, geschichtsträchtigen Kunst- und Kulturlandschaft. Doch ihr Fokus ist ein anderer: Was sind die blinden Flecken des strukturell etablierten Betriebs? Die Möglichkeit, sich als Institution dieser Frage zu widmen, hängt oft mit Neuanfängen zusammen: So erforscht das Wien Museum im Zuge seiner radikalen baulichen Veränderung und Neuauftellung des Hauses beispielsweise Themen der Accessibility in Museumsbau und Ausstattungs-gestaltung. Ebenso öffnet eine Neubesetzung der Intendanz der Wiener Festwochen den Raum, die Rolle des Theaters als demokratische Instanz neu zu verhandeln. Das 2018 eröffnete Haus der Geschichte Österreich setzt sich damit auseinander, ein Publikumsforum als beratende Instanz strukturell zu verankern und Orte zu schaffen, an denen sich das Publikum von Beginn an mit seinen Inhalten einschreiben kann.

Es sind außerdem, im wahrsten Sinne des Wortes, brennende Themen wie der Klimawandel, die den Kulturbetrieb dazu zwingen, sich mit Fragen der Nachhaltigkeit im eigenen Tun zu befassen. Und es geht um Begegnungen von Publikum und Kunst im öffentlichen Raum – um zu berühren, zu involvieren und zu reflektieren, ohne unmittelbar gefallen oder verständlich sein zu müssen.

Wenn das Theater ein
Parlament ist, dann ist
das Publikum der
Souverän.

Milo Rau,
Wiener Festwochen

Nach dem mit Panzern niedergeschlagenen Volksaufstand des 17. Juni 1953 in der DDR gegen „erhöhte Arbeitsnormen“ (bei gleichzeitig natürlich schrumpfender Demokratie) ließ die damalige stalinistische Regierung verlauten, dass das Volk ihr Vertrauen verscherzt habe und es nur durch doppelte Arbeit und „Nachdenken“ zurückerobert werden könne. Bertolt Brecht schrieb daraufhin das ironische Gedicht *Die Lösung*. „Wäre es nicht einfacher“, heißt es darin, „die Regierung löste das Volk auf und wählte ein anderes?“

Das Gleiche gilt fürs Theater, jedenfalls fürs Stadttheater, also für jene Häuser, die fürs „Volk“ und damit fürs ganze Publikum gedacht sind: Egal, wie objektiv richtig und angesagt das Programm sein mag, man kann sich sein Publikum nicht „wählen“. Das Publikum kommt oder kommt nicht – es stimmt, wie einst in der DDR, mit seinen Füßen ab. Viele Theater lösen dieses Problem, indem sie ein Programm für ein Nischenpublikum machen, das aber groß und divers genug ist, um als das ganze Volk durchzugehen. In einer mittelgroßen Stadt reichen die gerade angesagten internationalen Touringnamen oder ein paar klug dekonstruierte Klassiker aus, um das noch hippe oder schon angegraute Bildungsbürgertum in die Säle zu locken.

Gegen dieses Rezept ist nichts einzuwenden. Zuerst einmal muss man die Interessens- oder, mit einem wienerisch-freudianischen Wort, die intellektuelle Triebstruktur der gebildeten Stände so hinnehmen, wie sie ist. „Das Publikum hat immer recht“, habe ich bei der Berufung an die Festwochen gesagt. Trotzdem ist reiner Opportunismus fehl am Platz. Denn zum einen schwindet die kulturelle Hegemonie des weißen, gebildeten, westlichen, hippen etc. Theaterpublikums. Eine neue Zeit bricht an: post-aufklärerisch, post-westlich, post-bürgerlich, post-akademisch. „Die Klassiker“, vermischt mit ein paar Adaptionen und etwas Formexperiment aus den jeweils angesagten Welt- und Milieugegenden, werden noch eine Weile als Lockstoff ausreichen, um die Säle vollzukriegen.

Milo Rau

geboren 1977 in Bern, ist Regisseur, Autor und Dozent und war Intendant des NTGent (Belgien). Rau studierte Soziologie, Germanistik und Romanistik in Paris, Berlin und Zürich. Seit 2002 veröffentlichte er über 50 Theaterstücke, Filme, Bücher und Aktionen. 2017 wurde er u. a. bei der Umfrage der Deutschen Bühne zum Schauspielregisseur des Jahres gewählt, 2018 erhielt er für sein Lebenswerk den Europäischen Theaterpreis und war 2019, als erster Künstler überhaupt, Associated Artist der European Association of Theatre and Performance. Seit 1. Juli 2023 ist Milo Rau Intendant der Wiener Festwochen.

Die Wiener Festwochen

sind Wiens größtes internationales Kunst- und Kulturfestival. Über fünf Wochen hinweg bilden sie ein Fenster zur Welt und prägen mit künstlerischem Programm und aktiver Partizipation die Stadt. Als ein Ort für neues künstlerisches Schaffen von Theater, Musik, Tanz, Performance und bildender Kunst formen sie starke lokale und internationale Partnerschaften und fördern die Zusammenarbeit von Kulturinstitutionen auf der ganzen Welt.

festwochen.at

Aber dann wird es – wie mit der Hegemonie der im bürgerlichen Zeitalter entstandenen Volksparteien bereits der Fall – vorbei sein mit dem Werte- und Kanon-Konsens.

Zum anderen aber hat, was viel interessanter ist als die Transformation der bürgerlichen Gesellschaft, gegen „Nachdenken“ (ästhetisch übersetzt: mehr Geduld mit Experimenten) niemand etwas einzuwenden – solange die Demokratie stimmt. Der ganze pseudo-politische Firlefanz, vor allem natürlich das gefürchtete Mitmachtheater, bei dem von Fake-Abstimmungen über Umzüge und Rituale wie die Gründung von Kunstrepubliken alles drin ist, funktioniert als Aufmerksamkeitsfaktor, reicht aber nicht. Demokratie ist nicht nur Spiel, Demokratie meint **reale** Repräsentation, **reale** Teilhabe. Oder mit anderen Worten: Wenn „meine“ Themen verhandelt werden, wenn „meine“ Leute auf der Bühne sind, dann gehe ich da auch hin.

Nirgendwo sind deshalb Pseudo-Teilhabe, Schein-Solidarität und ganz allgemein Charity durchschaubarer als im Theater, der Kunstform der Kopräsenz. Im Theater ist der Kaiser immer nackt: Keine andere Kunstform bedeutet für die Darsteller:innen und Macher:innen eine so extreme Ausgesetztheit und Ehrlichkeitsprobe, kein anderes Genre kann so peinigend sein, sowohl in seiner Direktheit wie in seiner Anmaßung oder schlicht Langeweile. Weshalb ich immer wieder erstaunt bin, wie bereitwillig sich ein Publikum auch den absurdesten Experimenten hingibt, solange es als Partner **gemeint** ist – als ästhetisches, politisches, emotionales Gegenüber. Und vergessen wir nicht: Auch Passivität ist ein demokratisches Recht, vielleicht das höchste. Gehe ich ins Theater, will ich meine Portion Skandal und Negativität oder, je nach Charakter, einfach nur eine gute Geschichte und Spaß – ohne irgendeine anstrengende Involviertheit.

Womit wir bei der zentralen Lehre meiner Jahre als künstlerischer Leiter eines Stadttheaters wären: Ein Publikum zu erreichen heißt, zu akzeptieren, dass der eigene Geschmack von vielleicht vielen, aber nie auch nur annähernd von der Mehrheit geteilt wird. Ich persönlich fühle mich von rein formalem Theater insge-

samt alleingelassen, andere nervt hingegen schon der Anflug von politischem Inhalt. Am NTGent, meiner letzten Wirkungsstätte, haben wir internationale Superstars programmiert, aber auch aktivistische Schulaufführungen. Kurz vor Gisèle Vienne haben wir diese Saison die Premiere eines nicht über die Stadtgrenzen hinaus bekannten Beatboxers im Programm, der seine Geschichten aus dem Jugendknast erzählt. Auf queere Aktivistinnen, die sich auf der Bühne selbst verletzen, folgen Altmeister:innen wie Needcompany oder Meg Stuart.

Kurzum: Ein Theater zu programmieren heißt, zu akzeptieren, dass niemand die ganze Wahrheit hat, sondern jede und jeder einen Teil davon. Und dass wir nur dann an der Wahrheit der anderen interessiert sind, wenn auch unsere eigene einen Platz bekommt. Das einfachste Rezept heißt deshalb: maximale Diversität. Denn es gibt eben nicht „das Publikum“, sondern nur eine Vielfalt von Menschen, die zufällig in der gleichen Stadt leben. Womit wir bei der zentralen Eigenart der Demokratie wären: Sie ist die suchende Regierungsform. Die Regierungsform, die ganz bewusst und strategisch nicht weiß, wie es geht, sondern vor jeder Entscheidung das Volk befragt. Die Demokratie ist ein Paradox: die zugleich direkteste und langsamste Art der Entscheidungsfindung.

Unser angekündigtes „Wiener Manifest“ zum „Festival der Zukunft“ werden wir deshalb nicht **vor**, sondern erst **nach** der ersten Ausgabe der Wiener Festwochen veröffentlichen: nachdem wir uns ein Frühjahr gemeinsam mit dem Publikum aufgereggt und gelangweilt, getroffen und verfehlt haben. Was ist ein Festival, warum überhaupt gibt es ein Festival? Wir wissen es nicht, noch nicht. Aber sicherlich weiß es das Publikum, wenn auch auf widersprüchlichste Weise.

Natürlich ist ein solcherart demokratisches, also offenes Verfahren fehleranfällig, auch umständlich. Der dramaturgische Vorteil der stalinistischen Schauprozesse war, dass die Urteile schon zu Beginn feststanden. Die Verurteilten mussten nur genügend „nachdenken“ (meist unter Folter), um in sie einzustimmen. Das Publikum seinerseits wurde als Jubel-

maschine gebraucht. Jubelte es nicht, war die Regierung beleidigt – siehe den von Panzern niedergeschlagenen Aufstand zu Beginn dieses Texts.

Heute ist es umgekehrt: An keinem anderen Ort habe ich eine derartige an Wut und Begeisterung, fast Größenwahn grenzende Bestimmtheit erlebt wie in den Theatersälen – von der Theaterkritik sowieso zu schweigen. Was ist die Aufgabe der Kunst? Welche Geschichten fehlen uns und welche haben wir zu oft gehört? Theater machen, das kann der pure Horror sein: Jede:r Zuschauer:in hält sich für den besseren Intendanten, die bessere Regisseurin. Und es geht fast immer um alles: den Kanon, die Schauspielerei, das Abendland. Aber wer Theater macht, muss das wohl aushalten. Denn wenn das Theater ein Parlament ist, dann ist das Publikum der Souverän.

Verweise

- S. 300 Jan G. Grünwald, Das Publikum im digitalen Zeitalter – Annäherungen eines Pädagogen
- S. 30 Fabian A. Rebitzer, „Wer fehlt?“ Balanceakte im Feld des Nicht-Publikums
- S. 100 Aron Stiehl, Ohne unser Publikum wären wir nichts
- S. 320 Doris Uhlich, World in My Eyes

Selbstverständnis statt Erziehung: Wiesenrock in Wattens

Linda Kutter und Alexander Erlen,
Kulturverein Grammophon

Von 2007 bis 2017 veranstaltete der gemeinnützige Kulturverein Grammophon in Zusammenarbeit mit dem Weekender Club das nachhaltige Musik-, Kunst- und Kulturfestival Wiesenrock, das seit 2014 als Green Event Tirol und 2015 erstmals als GLOBAL 2000 Wiesenrock Festival durchgeführt wurde. Als grünes Festival nahm Wiesenrock in Tirol eine Vorreiterrolle ein und wurde 2015 als eine der ersten Veranstaltungen Westösterreichs mit dem Österreichischen Umweltzeichen zertifiziert und brachte es im gleichen Jahr zum ersten Green Event Tirol Star.

Für jede Auflage wurden Tausende ehrenamtliche Arbeitsstunden geleistet. Das ganze Jahr hindurch engagierten sich rund 30 junge Menschen, um im Sommer ein charmantes und kunterbuntes Festival in den Wattener Hauptschulhof zu zaubern, das Menschen begeistert und Spuren hinterlässt. Das Publikum wurde definiert als: neugierige, urbane, mitdenkende, kulturschaffende und -interessierte Menschen mit offenen Augen sowie experimentierfreudige, genießende KonzertgängerInnen zwischen 18 und 40 Jahren.

Nachhaltigkeit vor Ort

Die Checkliste von Green Events Tirol bildete die Grundlage des Nachhaltigkeitskonzeptes. Die darin festgelegten Ziele und Maßnahmen wurden laufend überprüft und weiterentwickelt. Dazu standen wir in regelmäßigem Austausch mit Global 2000, dem Klimabündnis Tirol und dem Umwelt Verein Tirol. Festival für Festival haben wir bis zu 90 sichtbare und versteckte Maßnahmen in acht Bereichen umgesetzt: Abfall, Beschaffung, Energie & Wasser, Kommunikation, Mobilität, soziale Verantwortung, Veranstaltungsort, Verpflegung.

Die größten umweltschonenden Potenziale lagen in den infrastrukturellen Maßnahmen. Eines der großen Ziele war aber auch die Reduktion des Müllaufkommens. Dieses betrug 2016 inklusive Auf- und Abbau insgesamt 287 Kilogramm, was einer durchschnittlichen Abfallmenge von 150 Gramm pro BesucherIn entspricht. Im Festivalvergleich lag Wiesenrock damit um ein Vielfaches unter den herkömmlichen Abfallwerten. Möglich machten das die ausschließliche Verwendung von Mehrweggebinden, der Einsatz von Abfalltrennstationen auf dem gesamten Festivalgelände, die händische Nachsortierung und Verwertung sowie verschiedene Precycling-Maßnahmen, wodurch viel Müll gar nicht erst anfiel.

All unser Tun entstand aus einem gemeinschaftlichen Selbstverständnis des nachhaltigen Gestaltens heraus. Das war nicht immer so. Als wir

uns auf den Weg machten, Wiesenrock zum Green Event umzubauen, gab es teamintern großen Diskussionsbedarf, besonders über befürchtete Mehrkosten und über die Sorge, dass der Schritt moralisch überheblich wirke.

Nach ein, zwei Festivals war klar, dass die nachhaltige Organisation die richtige Entscheidung war. Doch stets galt es, **bei den Nachhaltigkeitsmaßnahmen dem inneren Antrieb zu folgen und nicht dem erhobenen Zeigefinger zu verfallen.**

Kann man Publikum klimaneutral machen?

Wenn wir diese Frage kurz und knapp beantworten müssten: Nein, man kann Publikum nicht klimaneutral machen. Man kann sich lediglich als VeranstalterIn darum bemühen, klimaneutral zu werden. Dazu braucht es eine Haltung, die Nachhaltigkeit konsequent und aufrichtig verfolgt – aus einem inneren Antrieb heraus und nicht, um äußeren Erwartungen zu entsprechen. Wenn das glaubwürdig passiert, dann wird sich Publikum finden, das diese Bemühungen wertschätzt und das Seine dazu beiträgt.

Darüber hinaus kann man bewusstseinsbildende Maßnahmen ergreifen und einleiten. Mit unserem Tun und Handeln versuchen wir zwar, ins Bewusstsein, quasi ins Wohnzimmer des Publikums zu wirken. Jedoch müssen wir uns vor Augen halten, dass unser Einfluss auf die Gäste größtenteils mit Verlassen des Geländes endet.

Was bleibt?

Wo wir noch Handlungsspielraum sehen, das ist der **eigene Wirkkreis in der Organisation**. Als Kulturverein Grammophon sehen wir die Möglichkeit, vor Ort Einfluss zu nehmen. Denn der Gestaltungswille erlosch nicht mit dem Ende des Festivals. 2020 wurde ein neues Kapitel aufgeschlagen: die Gründung eines regionalen Kultur- und Gemeinschaftshauses im Neuwirt in Wattens. Ein offener Ort, der kontinuierlich genutzt wird und in dem Raum für Spiel und Inhalt ist.

Durch diese Kontinuität sehen wir eine Chance, dass Veränderungen im Persönlichen machbar sind. Steter Tropfen höhlt den Stein. Unser Gedanke: Wenn man es schafft, vor Ort in dieser fixen Location einen Grundton anzuschlagen, der auf Resonanz trifft, dann ist auch Veränderung möglich, nicht nur intern, sondern auch mit Wirksamkeit nach außen hin. Wir sind voller Hoffnung, dass wir mit unserem Programm und unseren Ideen eine Wirkung erzeugen und etwas Positives hinterlassen können.

Verweise

→ S. 169 Barbara Alt, Kann man ein Publikum klimaneutral machen?

→ S. 128 Stefan Huber, „Mir ist langweilig.“

→ S. 242 Michaela Kohlbacher, Sophia Diem und Sophie Hanke, Von Wiener FLINTA-Nights und Quoten-Frauen

→ S. 107 Michael Zechmann-Khreis, Darf man das museale Publikum fordern?

Linda Kutter

ist als Teil des Kulturvereins Grammophon und der Initiative klimakultur.tirol interessiert an innerorganisatorischen Prozessen und Entwicklungspotenzialen im Bereich Nachhaltigkeit. Das spiegelt sich auch in ihrem Beruf wider. Sie ist angehende Doktorandin im Bereich Organisationswissenschaften an der Universität Innsbruck. Daneben arbeitet sie seit einem Jahr als Köchin, um dieses Handwerk genauer kennen zu lernen.

Alexander Erler

setzt sich in seiner Heimatgemeinde seit über 20 Jahren in verschiedenen zivilgesellschaftlichen Initiativen für Klimaschutz, Kultur und Gemeinschaft ein. Er war eine der treibenden Kräfte des Musikfestivals Wiesenrock, das für seine nachhaltige Ausrichtung österreichweit bekannt ist und mehrfach ausgezeichnet wurde. Er ist Mitgründer der Initiative klimakultur.tirol sowie Mitgründer und Geschäftsführer des Kulturvereins Grammophon, der in einem alten Gasthaussaal ein regionales Kultur- und Gemeinschaftshaus betreibt.

grammo.at

Quellen

Wiesenrock

wiesenrock.at

Green Events Tirol

greenevents-tirol.at

Initiative klimakultur.tirol

klimakultur.tirol

„Ein guter Start,
weiter so!“

Die Einbettung von Barrierefreiheit und Inklusion in die Museumsentwicklung

Jennie Carvill Schellenbacher,
Wien Museum

Als erste Verantwortliche für Fragen der Barrierefreiheit und Inklusion im Wien Museum konnte ich diese Rolle 2019 weitgehend selbst definieren, wobei ich mich bei der Neugestaltung des Museums am Karlsplatz auf drei Kernbereiche konzentrierte:

- den physischen Zugang zum Gebäude und wie man sich darin bewegt,
- den Zugang zu unseren Inhalten, die sehr oft visueller Art sind (Objekte, Texte, multimediale Inhalte etc.),
- die Darstellung von Menschen mit Behinderungen und anderen marginalisierten Gruppen im Ausstellungsnarrativ.

Hier befasste ich mich ausschließlich mit den ersten beiden Punkten, der Barrierefreiheit des Gebäudes und der Inhalte, in einem Haus, das in den letzten acht Jahren von Grund auf neu durchdacht wurde.

Ausgangspunkt: Der Curb-Cut-Effekt

In Zusammenarbeit mit allen Abteilungen des Museums wollten wir ein Museum und eine Dauerausstellung schaffen, die über die gesetzlichen Anforderungen für Barrierefreiheit hinausgehen. Wir verzichteten auf eine Auflistung von Anforderungen für verschiedene Personengruppen und orientierten uns stattdessen an einem universellen Design und dem Curb-Cut-Effekt: Bereits in der Konzeption investierten wir Ressourcen, um unsere physische Umgebung und unsere Inhalte so zugänglich zu machen, dass sie **für alle** potenziellen Besucher*innen qualitative Verbesserungen bieten. Unser Streben war es, Wege zu finden, mit denen die vielen Anpassungen und Überlegungen für die meisten unsichtbar bleiben oder gar nicht als „integrative Maßnahmen“ erkennbar sind. So kommt etwa ausreichender Raum für Rollstuhlfahrer*innen auch Eltern mit Kinderwagen oder Gruppen zugute, die das Museum besuchen. Passend positionierte, gut beleuchtete, kontrastreiche Texte in guter Größe sind für sehbehinderte Besucher*innen unerlässlich, bieten aber auch für alle anderen ein angenehmeres Leseerlebnis.

Und so konzipierten wir auch die Dauerausstellung nach dem Mehr-Sinne-Prinzip: Audiostationen werden durch Transkriptionen ergänzt, Videos sind Untertitelt und haben eine Übersetzung in Österreichischer Gebärdensprache, Touchscreens haben eine barrierefreie Einstellung, die durch Gestik eine Navigation und das Vorlesen der Inhalte ermöglicht. Unser Digital Guide enthält Audio-Beschreibungen der ausgewählten Objekte sowie des Ausstellungsdesigns, die bei der Navigation helfen sollen. Er gibt den Besucher*innen auch die Möglichkeit, ihren Besuch vorzubereiten und Informationen über die Gestaltung der präsentierten Geschichte und der geschaffenen Atmosphäre abzurufen.

Grundlegend: Mit (Selbst-)Vertreter*innen sprechen

In Fällen, in denen die Bedürfnisse verschiedener Nutzer*innen einige Entscheidungen erschwert hatten (taktile Bodenmarkierungen könnten zum Beispiel für Rollstuhlfahrer*innen ein Problem darstellen), erarbeiteten wir in enger Kooperation mit Organisationen wie dem ÖZIV und dem Blinden- und Sehbehindertenverband WNB Lösungen,

Empfehlungen

- ARGE Inklusives Museum
inklusivemuseum.com
- Archiv des Research Centre for Museums and Galleries
le.ac.uk/rcmg/research-archive

Verweise

- S. 246 JG Danso, Ein diverses Publikum will mitgestalten
- S. 166 Sibylle Dienesch, Angela Fink und Annette Rainer, Inklusion in der Museumspraxis – eine Selbstbefragung
- S. 269 maiz, Kulturarbeit als Weg zur gesellschaftlichen Partizipation
- S. 232 Martina Schiller, Vom un-fassbaren Publikum

die den Standards entsprechen und für alle am besten funktionieren. Wir arbeiteten mit Selbstvertreter*innen zusammen, die wir für ihre Zeit und ihr Fachwissen bezahlten. Sie stellten viele unserer Annahmen in Frage, wie zum Beispiel die, dass eine Beschreibung der Farben oder der Kontraste eines Kunstwerks für blinde oder sehbeeinträchtigte Personen nicht von Interesse sei. Im Gegenteil! Viele Menschen mit Sehbehinderung konnten früher (besser) sehen. So halfen sie uns, eine mehrschichtige Interpretation zu entwickeln, die taktile und digitale Lösungen kombiniert.

Die Wirkung der Barrierefreiheit und Inklusion wird sich nicht nur auf das Erlebnis im Museum beschränken: Wir eröffnen im Dezember 2023 Österreichs erste öffentliche, frei zugängliche Toilette für Alle. Diese soll auch für Menschen mit schweren und mehrfachen Behinderungen und ihre Liebsten eine Teilhabe am öffentlichen Leben über das Museum hinaus vereinfachen. Sie kann als Stützpunkt dienen, um Besuche in der Wiener Innenstadt möglich und bequemer zu machen.

Wir haben seit Planungsbeginn viel gelernt und das Feedback und seine Auswertung nach der Neueröffnung werden uns weiterhelfen, uns zu verbessern und zusätzliche Neuerungen einzuführen. Und natürlich setzen wir unsere Arbeit mit Selbstvertreter*innen fort. Eine besondere künftige Herausforderung besteht darin, all das Erlernte auch in Wechselausstellungen, die oft in kurzer Zeit mit wenig Personal umgesetzt werden müssen, einzubeziehen. Ein vielversprechender Aspekt ist, dass die Entwicklung zugänglicher, flexibler und wiederverwendbarer Lösungen uns auch hilft, unsere Nachhaltigkeitsziele zu erreichen. Auch hier gilt: Es gibt immer mehrere Gewinner*innen.

Jennie Carvill Schellenbacher

kommt aus Liverpool, UK und ist nach ihrem Studium in Durham und Leicester nach Wien gekommen. Sie hat bei der Eröffnung des Hauses der Geschichte Österreich mitgearbeitet und ist jetzt im Wien Museum für Inklusion zuständig sowie Teil des Projektteams der neuen Dauerausstellung (Eröffnung Dezember 2023). Sie wünscht sich mehr Selbstverständlichkeit für Inklusion im Museum – es ist weder Luxus noch Wohltätigkeit, sondern ein Menschenrecht.

Das Wien Museum

ist ein urbanes Universalmuseum mit einem breiten Spektrum von Sammlungen und Ausstellungen – von Stadtgeschichte über Kunst bis zu Mode und Alltagskultur, von den Anfängen der Besiedelung bis zur Gegenwart. Mit dieser generalistischen Ausrichtung und seinem interdisziplinären Potenzial hat das Wien Museum eine einzigartige Position in der Wiener Museumslandschaft. Es ist an mehreren Orten der Stadt präsent. Am Beispiel der Stadt Wien werden übergreifende gesellschaftliche, kulturelle und urbane Veränderungen im Vergleich mit anderen Großstädten thematisiert. Das Wien Museum ist das erste öffentliche Museum in Österreich, das seine Dauerausstellung gratis für alle zugänglich macht.

wienmuseum.at

In Bewegung: das Volkskundemuseum in Graz und seine Beziehungen zu Gesellschaft und Öffentlichkeit

Birgit Johler und Anita Niegelhell,
Universalmuseum Joanneum

Verweise

→ S. 317 Matthias Beitzl,

Wollen wir nur besucht werden?

→ S. 23 Lisa Gaupp,

Macht oder Ermächtigung?

Kulturpublikum zwischen Inklusion und Exklusion

→ S. 265 Andrea

Lumplecker, Publikum sein und werden-mit-anderen

→ S. 236 Yannick

Steinkellner, Das (fast)

offene Format

Das Volkskundemuseum am Paulustor hat mit seiner neu eröffneten semi-permanenten Ausstellung *Welten–Wandel–Perspektiven* auf mehreren Ebenen neue Wege beschritten: Für ein volkskundliches Museum ungewöhnlich, zeigt die Ausstellung, die die Gegenwart zum Ausgangspunkt nimmt, weniger Objekte aus der eigenen historischen Sammlung denn solche, die Einzelpersonen oder Institutionen dem Museum leihweise oder als Schenkung zur Verfügung gestellt haben. Auch Gruppen wie etwa Wochenende für Moria – Graz, Fridays for Future oder die Letzte Generation, deren Protesthandlungen sich in die im Museum aktuell präsenten, gesellschaftlich brisanten Themen wie Menschenrechte oder Klimakatastrophe und Klimaschutz einfügen, wurden eingeladen, ihre Anliegen mit von ihnen ausgewählten Objekten einzubringen. Auf diese Weise gestaltete das Museum seine Beziehungen zur Öffentlichkeit neu und bekam dafür auch Bestätigung, wie etwa die Aussage einer Leihgeberin zeigt: „Immer, wenn ich am Volkskundemuseum vorbeigehe, blicke ich hinauf und denke an meinen Großvater, dessen Geschichte nun im Museum ist.“

Parallel dazu startete das Museum auch Reflexionsprozesse nach innen: Welche neuen Themen, damit verbunden auch neue Objektkategorien, wollen wir zukünftig in die Sammlung aufnehmen? Wie verhalten wir uns zu „klassisch volkskundlichen“ Themen wie Bräuche im Jahreslauf oder zu Sammlungsbeständen wie *Tracht, Glauben und Aberglauben*? Welche sozialen Gruppen sind bis dato in Ausstellungen und Sammlung unterrepräsentiert? Dieser Prozess der kritischen Selbstbefragung hat erst begonnen und bedarf optimalerweise einer kontinuierlichen Beschäftigung.

Gleichermaßen in Bewegung geriet die Zusammenarbeit zwischen Kuratierung und Vermittlung, gemeinsam wurden vermittelrische Räume und Formate entworfen. Das Mitsprechzimmer, ein offener Raum in der Ausstellung, macht diese Zusammenarbeit vielleicht am sichtbarsten: Die hier platzierten Möbel eignen sich für unterschiedliche Settings – auch mit Kuchen und Kaffee. Die Abwesenheit von Objekten in diesem Raum

passt gut zum jüngsten Format: *A friendly talk about things*. Mit diesem freundlichen Sprechen über Dinge wollen wir Alltags- und Alltagserzählungen im Museum diverser machen, d. h. Alltagshandeln von Menschen aus unterschiedlichen Communitys bzw. Kontexten, ihre alltäglichen Erfahrungs- und Erwartungshorizonte im Museum vielschichtiger repräsentieren. Dabei stellt sich das Format einer in Museen verbreiteten „Verwertungslogik“ entgegen – es geht nicht darum, Objekte für die Sammlung zu generieren oder das Erzählte aufzuzeichnen. Vielmehr intendiert dieses Format ein Verstehen **durch** den Dialog. Denn: Beim Erzählen passiert Deutung, im Miteinandersprechen passiert Reflexion.

Das Generieren von Bedeutsamkeit durch das Erzählen von Alltagserfahrungen im Museum, deren Präsenz im Museum und Wahrnehmung durch andere, erscheint uns in Hinblick auf ein neues, verändertes Institutionenverständnis (das Museum als „dritter Ort“) als besonders wertvoll. Dadurch, dass die „Pragmatik des Alltags“ Raum im Museum bekommt, bekommen auch die Erzählungen und Reflexionen der Teilnehmenden Bedeutung. Das Format hat uns gezeigt, dass ein gemeinsames Sprechen über den Alltag relevante Aspekte des Sozialen zu Tage bringt und mentale, symbolische, narrative oder performative Bewältigungsstrategien eröffnet. Das unter anderem hat bislang im Museum gefehlt.

Birgit Johler

Kulturwissenschaftlerin und Kuratorin, Studium der Europäischen Ethnologie/Volkskunde und Romanistik an der Universität Wien, Dissertation zur Geschichte des Volkskundemuseums in Wien in Zeiten historischer Umbrüche. Seit 2019 ist sie für das Volkskundemuseum Graz als Kuratorin tätig und sieht einmal mehr die Möglichkeiten und Potenziale kulturwissenschaftlicher Museen. Allgemein wünscht sie sich für die Museen u. a. ein stärkeres Miteinander, insbesondere wenn es darum geht, als kulturelle Institutionen gemeinsam Sorge zu tragen für Gegenwart und Zukunft.

Anita Niegelhell

Kulturanthropologin, Kulturvermittlerin, Autorin, Schreibtrainerin und Textbegleiterin. Sie kommt aus dem beständigen Befragen dessen, was ist und zu sein scheint, sei es ethnografisch, anthropologisch, poetisch oder vermittlerisch. Gerade steht sie an der Schwelle zwischen institutionellen Notwendigkeiten, persönlicher Vermittlungslust, dem Wissen um die Differenzen zwischen Wünschen und Wissen von Besucher*innen und jenen der Institutionen. Für die Zukunft wünscht sie sich wieder ein hierarchiefreieres Museum. Und überhaupt eine Welt, in der soziale Tatsachen nicht als Ideologie verunglimpft werden.

Das Volkskundemuseum

zeigt sich seit der Neueröffnung im April 2021 rundum erneuert. Die Ausstellung *Welten – Wandel – Perspektiven* wurde mit Fokus auf die Gegenwart konzipiert und widmet sich in verschiedenen Modulen dem Leben in der Steiermark.

museum-joanneum.at/volkskunde

Quelle

Atelier de conversation, ein Film des Österreicher Bernhard Braunstein (AT/FR/FL 2017) „über die Schönheit des Sprechens, des Zuhörens und über den Versuch sich zu verstehen“ (Polyfilm), war den Autorinnen Anregung, ein Format zur Erweiterung des Alltagswissens im Museum zu entwickeln.

Warum es im Haus
der Geschichte
Österreich kein
Publikum, aber viele
„Anspruchsgruppen“
gibt.

Stefan Benedik, Eva Meran und Monika Sommer,
hdgö – Haus der Geschichte Österreich

Die Art und Weise, wie eine Institution ihre Besucher*innen wahrnimmt und versteht, war für uns im hdgö – Haus der Geschichte Österreich von Anfang an eine zentrale Frage. Statt vom „Publikum“ zu sprechen, verwenden wir schon seit der Gründung des hdgö den Begriff „Anspruchsgruppen“, da dieser multidimensional in Bezug auf Kommunikation ist.

Das hdgö versteht sich als Dienstleistungseinrichtung an der und für die Gesellschaft und hinterfragt kontinuierlich die Bedürfnisse und Erwartungen verschiedener Interessensgruppen. Darum ist es uns Aufgabe und Ehre zugleich, das einzige Museum des Bundes mit einem gesetzlich festgeschriebenen **Publikumsforum** zu sein, das den strukturierten Austausch und die Zusammenarbeit mit gesellschaftlichen Gruppen vorsieht und fördert. Weiters suchen wir proaktiv den Dialog mit Vertreter*innen verschiedener Gruppen, um zu ergründen, was sie sich von einem Zeitgeschichtemuseum wie dem hdgö wünschen und wie sie sich im Museum repräsentiert sehen möchten. Dazu gehören unter anderem Lehrer*innen, Schüler*innen, Mitarbeiter*innen anderer Einrichtungen aus Bildung und Wissenschaft sowie unsere täglichen Besucher*innen – vor Ort und im Web.

Neben der im hdgö so zentralen Vermittlungsarbeit haben wir unsere Anspruchsgruppen seit Beginn aktiv in kuratorische Formate auch über digitale Formate eingebunden. Die Fragen, wer durch öffentliche Institutionen gehört, geteilt und repräsentiert wird und an diesen partizipieren darf, sind nicht mehr von der Legitimation von Kulturinstitutionen zu trennen. Das betrifft nicht nur Herausforderungen wie eine Verstärkung von diskriminierenden und marginalisierenden Strukturen durch Museen (aber auch durch z. B. Theater und Medien), sondern auch den gesellschaftlichen Wandel von einer Top-down-Kommunikation hin zu einer multidimensionalen Auseinandersetzung. Das Museum als Institution erlebt diesen Wandel, der seine traditionellen Entscheidungs- und Arbeitsstrukturen stark herausfordert. Als neu gegründete Institution versuchte das hdgö von Beginn an, ein partizipatives und inklusives Selbstverständnis zu leben.

Einer der kuratorischen Eckpunkte des hdgö war es daher, das Web als Museumsraum zu verstehen und es dazu zu nutzen, materielle Ausstellungen lebendig zu halten. Diese Ausstellungen stehen einerseits neben orientierenden Web-Angeboten (wie einem großen Lexikon oder zahlreichen Web-Ausstellungen), die Besucher*innen stets auch einfache Möglichkeiten zu Kritik, Themenvorschlägen oder anderem Feedback geben. Andererseits verknüpft das hdgö die materiellen Ausstellungen mit solchen im Web, die ausschließlich User Generated Content (UGC) zeigen. In diesen Präsentationen ist die Rolle der Kurator*innen jene der Konzeption und Moderation – die Inhalte entstehen erst durch die User*innen, von denen die Objekte und Beschreibungen

kommen. Das Potenzial von digitalen Medien wird hier ausgeschöpft, um eine einmal eröffnete Ausstellung dennoch dynamisch zu halten und Besucher*innen aktiv dazu einzuladen, in das Narrativ einzugreifen und die gezeigten Objekte um ihre eigenen zu ergänzen. Die dabei in einigen Fällen initiierten Diskussionen und Auseinandersetzungen gehen jedoch weit über das Beitragen eigener Objekte hinaus und sind Plattform für grundlegende wie visionäre Debatten um Gegenwart und Zukunft der Erinnerungskultur in Österreich.

Das Kriterium für Ein- oder Ausschluss von Beiträgen ist nicht die inhaltliche Einschätzung der Kurator*innen, sondern, ob die Beiträge sich auf das in eine kurze Frage gegossene Thema beziehen und rechtliche Bedingungen erfüllen. Die Erfahrung aus fünf Jahren hdgö zeigt: Es lohnt sich, gerade hier kontroverielle Debatten zu kanalisieren. Beispielsweise stellen wir so Ideen einer breiten Community zu einer fiktiven zukünftigen Nutzung des Altans der Neuen Burg aus (hdgoe.at/balkon) oder haben jüngst eine dynamische Landkarte veröffentlicht, die der Frage nachgeht, wie Erinnerungsorte mit Bezug zum Nationalsozialismus in ganz Österreich gestaltet werden könnten (hdgoe.at/erinnerung). Das Format solcher Ausstellungen zielt auf eine Verbreiterung und Demokratisierung von Debatten über Zeitgeschichte ab. Besucher*innen würdigen das damit, dass sie praktisch nur veröffentlichbare Beiträge zu diesen Web-Ausstellungen zum Mitmachen des hdgö (hdgoe.at/mitschreiben) hochladen. Wie sehr darin Engagement für eine ernsthafte Auseinandersetzung mit komplexen Fragen sichtbar wird, spiegelt für uns als Museum auch den Auftrag, dieses breite Interesse an Beteiligung zu bündeln. Gemeinsam mit seiner Ausstellungsarbeit, dem Veranstaltungsprogramm, den vielfältigen Aktivitäten der Vermittlung und der Sammlung wurde das Haus der Geschichte Österreich damit zum Ort für Debatten darum, was Geschichte in der Gegenwart bedeutet und wie sie für die Zukunft produktiv gemacht werden kann.

Verweise

- S. 116 Renate Höllwart, Simon Nagy, Elke Smolics und Nora Sternfeld, Die Parameter des Sprechens im Museum selbst benennen. Oder: Was wäre, wenn Partizipation nicht nur ein Schlagwort wäre?
- S. 62 Wolfgang Muchitsch, Auf den guten Mix an Kennzahlen kommt es an!
- S. 232 Martina Schiller, Vom un-fassbaren Publikum
- S. 97 Istvan Szilagyi, Publikum – digital

Stefan Benedik

studierte Geschichte und Kulturanthropologie in Graz und Prag und war an den Universitäten in Graz, Toronto und Budapest im Bereich der Zeit- und Geschlechtergeschichte tätig. 2016 leitete er das Organisationsteam des Österreichischen Zeitgeschichtetags. Heute ist er am Haus der Geschichte Österreich Leiter der Abteilung Public History (Kuratieren, Sammeln, Konservieren) und übernimmt Lehraufträge an der Universität Graz. Für die Zukunft wünscht er sich eine noch stärkere Demokratisierung der Museumslandschaft in Österreich, die verstärkte Einbindung der Öffentlichkeit in Format- und Institutionenentwicklung und die Ermöglichung tatsächlich partizipativer Prozesse.

Eva Meran

studierte Kunstgeschichte, Kulturmanagement und Ausstellungstheorie und -praxis in Graz, Wien und Venedig. Sie war von 2010 bis 2015 bei <rotor>, Zentrum für zeitgenössische Kunst in Graz tätig und von 2016 bis 2017 an der Kunsthalle Wien. Seit 2017 verantwortet sie den Bereich Kulturvermittlung am 2018 neu gegründeten Haus der Geschichte Österreich. Für die Zukunft wünscht sie sich, dass neue Kriterien für eine Erfolgsmessung von Museen entwickelt werden, die qualitative Aspekte berücksichtigen, anstatt ausschließlich auf Besucher*innenzahlen zu blicken. Zudem wünscht sie sich, dass ein Preis für qualitätsvolle Kulturvermittlung in Österreich eingerichtet und regelmäßig vergeben wird.

Monika Sommer

ist Gründungsdirektorin des Hauses der Geschichte Österreich. Sie studierte Geschichte in Graz und in Wien, war Junior Fellow am IFK und arbeitete als wissenschaftliche Mitarbeiterin an der Österreichischen Akademie der Wissenschaften, bevor sie von 2003 bis 2013 am Wien Museum Assistentin des Direktors und Kuratorin war. 2014 bis 2016 leitete sie das Kulturprogramm des Europäischen Forums Alpbach. Seit 2006 ist sie Ko-Leiterin des /ecm-Masterlehrgangs für Ausstellungstheorie und Praxis an der Universität für angewandte Kunst Wien. Sie ist Gründungsmitglied des Vereins schnittpunkt. ausstellungstheorie & praxis. Für die Zukunft wünscht sie sich die Stärkung des agilen Arbeitens in und zwischen den Museen sowie mit den Anspruchsgruppen und die Stärkung von Museen als lebendige, gesellschaftsrelevante Wissens- und Erfahrungsorte.

Haus der Geschichte Österreich

Leitbild: hdgoe.at/museum

Vermittlung: hdgoe.at/vermittlung

Web-Ausstellungen zum Mitmachen: hdgoe.at/mitschreiben

Rolle der Öffentlichkeit im Aufbau der Sammlung: hdgoe.at/sammlung

Entstehung und Entwicklung des Museums: hdgoe.at/category/vorgeschichte

Empfehlungen

- schnittpunkt, Joachim Baur (Hg.): Das Museum der Zukunft. 43 neue Beiträge zur Diskussion über die Zukunft des Museums, Bielefeld 2020.
- Stefan Benedik, Zuzanna Dziuban, Ljiljana Radonić (Hg.): Displaying Violence, Österreichische Zeitschrift für Geschichtswissenschaften Bd. 34 Nr. 1, Wien 2023.

Verbündete der Kommunikation

Katrina Petter,
Kunst im öffentlichen Raum Niederösterreich — KOERNOE

Wenn man einen Blick auf die Website von Kunst im öffentlichem Raum Niederösterreich — KOERNOE wirft, so erschließt sich sehr schnell, dass es die eine Kunst im öffentlichen Raum nicht gibt und infolgedessen auch nicht das spezifische Publikum, das davon angesprochen wird. Die Projekte reichen von skulpturalen Setzungen inmitten von Agrarfeldern über performative Interventionen in Fußgänger*innenstraßen bis zu Fassadengestaltungen an Pflegeheimen, Skulpturen, die entdeckt werden wollen, oder auch Postkarten, die direkt an Anrainer*innen gerichtet sind.

Lehrlinge sitzen in ihren Pausen auf von Künstler*innen konzipierten Elementen. Wanderer „stolpern“ auf ihrem Ausflug mitten im Wald über ein Mahnmal. Großeltern machen mit ihren Enkelkindern einen Fahrradausflug zum „Rosa Ei“ und wieder zurück. Pflegepersonal begleitet einmal wöchentlich die Bewohner*innen durch den Garten, um Vogelfutter in einem ganzen Dorf von Vogelhäuschen nachzufüllen. Tourist*innen machen Selfies vor einer überdimensionalen Nase in der Wachau.¹

Künstler*innen schaffen mit ihren Arbeiten und Interventionen im öffentlichen Raum ganz unterschiedliche Angebote für ein teils antizipiertes, aber meist zufälliges Publikum, das im Großen und Ganzen unvorbereitet auf diese Arbeiten trifft. Oft sind es Passant*innen, die mit ganz verschiedenen Geschwindigkeiten, zu Fuß, mit dem Fahrrad oder dem Auto unterwegs sind und nur einmal oder aber täglich an einem künstlerischen Projekt vorbeikommen. Mal handelt es sich um temporäre Interventionen, dann wieder befinden sich Kunstwerke seit Jahrzehnten an einem Standort. Teils schreiben sich die Projekte in urbane Räume ein, teils stehen sie in kleinen Ortschaften oder mitten in einer Naturlandschaft.

Es sind aber nicht nur ganz unterschiedliche Kontexte, in denen Menschen auf Kunst im öffentlichen Raum treffen, es sind auch ganz unterschiedliche Personengruppen, die angesprochen werden (sollen). Zum einen ist es für Künstler*innen und auch für uns als Institution wichtig, dass die umgesetzten Projekte von einem spezialisierten Kunstpublikum wahrgenommen und diskutiert werden. Zum anderen ist es aber vor allem die Aufgabe bzw. das Ziel von künstlerischen Setzungen im öffentlichen Raum, die Nachbar*innen, die zufälligen

¹ Bei den Arbeiten, auf die Bezug genommen wird, handelt sich um das „Mahnmal St. Lorenz“ von Martin Krenn bei St. Lorenz, die Skulptur „Warum ist etwas und nicht nichts“ von Franz West in Stronsdorf, die mehrteilige Installation „Herzlich Willkommen“ von Kateřina Šedá beim Pflege- und Betreuungszentrum Hainfeld sowie die „Wachauer Nase“ von gelatin in Rossatz.

Passant*innen und die Nutzer*innen, die vielleicht nicht unbedingt ein Interesse an Kunst oder Vorwissen in diesem Bereich mitbringen, anzusprechen und zu einem Publikum zu machen.

Dies stellt die Künstler*innen und uns als Institution vor entsprechende Herausforderungen. Es gibt zahlreiche klassische Formate wie Eröffnungsfeierlichkeiten, Beschriftungstafeln, Folder, unterschiedlichste Publikationen sowie eine Website, mittels derer wir versuchen, Aufmerksamkeit zu schaffen und grundlegende Informationen für zufällige Betrachter*innen sowie weiterführende Informationen für ein interessiertes Publikum zur Verfügung zu stellen. Aber auch hier gibt es, vor allem bei der Vermittlung im unmittelbaren Umfeld der Arbeiten, zahlreiche Tücken: Wo und wie können Folder im Freiraum aufgelegt werden? Wer legt diese nach? Wo und wie Beschriftungstafeln in einem weitläufigen Gelände installieren?

Katrina Petter,
Leiterin

Mit diesen Fragen und Herausforderungen deutet sich bereits an, dass es noch ganz andere Ansätze braucht, um eine über die bloße Sichtbarkeit hinausreichende, weiterführende Auseinandersetzung mit der Kunst und den darin verhandelten Themen anzuregen und so eine Öffentlichkeit rund um die Projekte zu schaffen. Mit dem Vermittlungsprogramm *INVENTOUR* haben wir ein Tool geschaffen, das mit Hilfe ganz unterschiedlicher Formate, wie mit Workshops, Erzählcafés, Filmabenden, geführten Rundgängen und vielen mehr, Möglichkeiten der Annäherung bietet. Bereits bei der Vorbereitung und Umsetzung von Kunstprojekten vor Ort wird so der Austausch mit unterschiedlichsten Personen angeregt: von Schüler*innen über Gemeindemitarbeiter*innen bis zu lokalen Expert*innen und engagierten Personen. Die beteiligten Menschen bilden in weiterer Folge nicht nur die Basis eines interessierten Publikums, sondern sind auch Verbündete in der Kommunikation vor Ort. Es ist der Versuch, ein Netzwerk aufzubauen, das Themen und Ansätze der künstlerischen Positionen vermittelt, das sich aber gleichzeitig auch mit den eigenen Kompetenzen einbringt und unterschiedlichste Bezugspunkte für weitere Interessierte schafft.

Kunst im öffentlichen Raum
Niederösterreich — KOERNOE,
St. Pölten

So vielfältig die Formen sind, die die Kunst im öffentlichen Raum annimmt, so vielfältig sind die Arten, wie sie Personen ansprechen oder auch nicht. Die unterschiedlichen Nutzer*innen des öffentlichen Raums zu einem interessierten Publikum zu machen, ist eine kontinuierliche Herausforderung, der sich die Künstler*innen, wir als Institution, aber auch die Initiator*innen der Projekte immer wieder von neuem stellen. So werden wir uns in Zukunft z. B. verstärkt mit sozialen Medien und deren Potenzialen vor allem in Zusammenhang mit der Involvierung von Jugendlichen beschäftigen.

Verweise

- S. 82 Valerie Besl, Wer sind wir und wie wollen wir erzählen
- S. 93 Katharina Nöstlinger und Lorenz Seidler, Der Zeit ihre Kunst, der Kunst ihre Kommunikation.
- S. 313 Michael Salvi, Von Publikumsgeistern und der Architektur als Bühne
- S. 131 Karin Schneider, Mit, durch, für ... das Publikum – welches Publikum?

Katrina Petter

kommt aus der Praxis, steht zwischen vielen Herausforderungen und wünscht sich mehr Verbündete. Sie ist die Leiterin von KOERNOE.

KOERNOE

fördert zeitgenössische Kunst und Kulturprojekte im öffentlichen Raum sowie an öffentlichen Gebäuden, die auf Geschichte sowie spezifische aktuelle Gegebenheiten eingehen und Möglichkeiten des öffentlichen Raums vielschichtig erkunden. Mit dem Kulturförderungsgesetz von 1996 als Grundlage, das statt der 1-Prozent-Regelung für Kunst am Bau eine fortschrittliche sogenannte „Poollösung“ einführte, realisiert KOERNOE seit knapp 30 Jahren künstlerische Arbeiten im öffentlichen Raum. In dieser Zeitspanne konnten so über 600 unterschiedlichste Projekte umgesetzt werden.

koernoe.at

Empfehlungen

- Akademie der Autodidakten am Ballhaus Naunynstraße, Berlin. Kulturelle Bildungspraxis aus postmigrantischer Perspektive
akademie-der-autodidakten.de
- Akademie geht in die Schule (AgidS)
akbild.ac.at/de/studium/akademie-geht-in-die-schule-agids
- Bürger*innentheater. Ein Ensemble der Bürger*innen St. Pöltns
landestheater.net/de/buergerinnentheater
- Casco is an experimental platform where art invites a new vision of society
casco.art
- Gert Dressel, Johanna Kohn, Jessica Schnelle (Hg.): Erzählcafés – Einblicke in Praxis und Theorie, Weinheim/München 2022.
- Eintagsmuseum
eintagsmuseum.net
- Susanne Gesser, Martin Handschin, Angela Jannelli, Sibylle Lichtensteiger (Hg.): Das partizipative Museum. Zwischen Teilhabe und User Generated Content, Bielefeld 2012.
- KinderKunstLabor St. Pöltn
kinderkunstlabor.at
- Margarethe Makovec, Anton Lederer, Florian Arlt (Hg.): Freizeichen. Künstlerische Interventionen im Kontext jugendlicher Lebenswelten, Berlin 2012.
- Netzwerk Erzählcafé in der Schweiz
netzwerk-erzaehlcafe.ch
- Johanna Reiner, Johannes Hoffmann: Collaboration. Feldforschung mit Kunst, Weitra 2020.
- Sinopale: International Sinop Biennial is the title of an international project that, in the context of local development, draws the civil society together with the purpose of building dialogue through culture and arts within the framework of the “artistic production based on sharing” model.
sinopale8.org

Kultur wächst durch Begegnung

Gerald Harringer,
DIE FABRIKANTEN

DIE FABRIKANTEN fabrizieren seit über drei Dekaden Kunst, Kulturprojekte und Kommunikationsstrategien. Es ist eine wahrlich bunte Mischung aus eigenwilligen Eingriffen in den Alltag des Publikums, aus Vernetzung, Vermittlung und Inszenierung, aus Storytelling und kreativen Stunts. Sie erproben in Live-Art-Projekten diverse Begegnungsformate, größtenteils ortsspezifisch und meist partizipativ. Dabei steht nicht ein (Kunst-) Werk im klassischen Sinn im Mittelpunkt, sondern die Ästhetik der Erfahrung und der Austausch zwischen Menschen.

Um das an einem praktischen Beispiel festzumachen, möchte ich einen Blick zurück werfen, vor allem auf ein FABRIKANTEN-Projekt, bei dem oben Genanntes wie durch ein Vergrößerungsglas betrachtet werden kann: Das *EXCHANGE RADICAL MOMENTS! Live Art Festival 2011*.

Live Art als Sandkörnchen im Alltagsgetriebe

Am 11.11.11 bot nicht nur der vielerorts in Europa begangene Karnevalsbeginn Gelegenheit, von den ausgetretenen Alltagspfaden abzuweichen, lustvoll sonst gültige Normen zu negieren und in andere Rollen zu schlüpfen: Zugespitzt auf einen einzigen Festivaltag entfachte das *EXCHANGE RADICAL MOMENTS! Live Art Festival* einen wahren Aktionsrausch an Performances und Interventionen von 60 Künstler:innen, mit etwa 600 Projektteilnehmer:innen und rund 3.000 Besucher:innen in elf europäischen Städten. Berlin, Bitola, Chişinău, Linz, Liverpool, London, Paris, Prag, Riga, Stockholm und die erdachte Stadt Slubfurt waren die Festivalschauplätze.

Kunstbegegnungen, ganz draußen

Das Festivalgeschehen ließ sich in Form von moderierten Livestreams auch aus der Distanz irgendwie erschließen. Irgendwie, weil 2011 Livestreaming via Handy noch eher eine Novität und die Bandbreite nicht überall breit genug war. Dennoch zählten wir über 15.000 Views bei den insgesamt 205 Livestreams.

Gerald Harringer

kommt aus der visuellen Gestaltung (Film & Video), gründete 1989 gemeinsam mit Wolfgang Preisinger noch während des Kunststudiums die Künstlerkooperative DIE FABRIKANTEN in Linz, ist seit 2004 auch Marketingleiter für das Crossing Europe Filmfestival Linz sowie freischaffender Autor, Filmmacher und Medienkünstler. In die Zukunft blickend, geht es ihm um die fortwährende Auseinandersetzung mit gesellschaftlichen, technologischen und medialen Entwicklungen und um die Kultivierung eines Lebensstils, der uns in einen größtmöglichen Einklang mit der Natur bringt.

harringer.net

linktr.ee/fabrikanten

Verweise

→ S. 56 Herwig Bauer, Ein Festival für alle – und wie das so mit seinem Publikum ist
→ S. 300 Jan G. Grünwald, Das Publikum im digitalen Zeitalter – Annäherungen eines Pädagogen
→ S. 103 Jasper Sharp, Unser Publikum war uns bis jetzt fast völlig unbekannt.
→ S. 120 Krysztina Winkel, Keep it shiny, keep it real – im Stück, auf der Bag oder for real? Akteur*innen und Outreach an der Wiener Staatsoper

Gerald Harringer,
Ko-Gründer, Projektmanager
& Marketingexperte

DIE FABRIKANTEN,
Linz

Die dort angebotene Chat-Funktion wurde eher selten genutzt. Ein User berichtete auf unserem Festivalblog über seine Erfahrungen beim Streamen: „Es ist ein bisschen, als wollte man das Alpenpanorama durch ein Guckloch vereinnahmen. Bei längerem Verbleib im Netz verwirren sich die Fäden und Aktualität und Virtualität schieben sich ebenso heillos wie reizvoll ineinander.“

Einfach mal in die Arme nehmen

Ohne spezielle Erfahrung im Gebiet des Live-streamings sahen wir das als reizvolle Herausforderung an, via Internet eine Art Guckloch in die Anderswelt der in Europa verteilten Live-Art-Projekte anzubieten und so auch aus der Distanz für jeden eine Form der Beteiligung und des Austauschs zu ermöglichen. Bei einem Festival, in dem Grenzen sowohl im geografischen Sinn als auch im Verhältnis zwischen Künstler:innen und Besucher:innen durchbrochen werden sollten. Erfolgreicher als in der virtuellen Ausgabe waren wir in der analogen Welt. Hier haben wir es geschafft, Momente der Überraschung, des Anhaltens im Alltagsgetriebe anzubieten. Das Publikum bestand ja oft aus Menschen von der Straße, die unvorbereitet und nicht einmal über den Kunstkontext informiert waren. Zum Beispiel in Linz. Im Park, in der Kirche, auf der Straße, im Supermarkt usw. hat die belgische Künstlerin Beatrice Didier Passant:innen darum gebeten, von diesen umarmt zu werden. „Please could you take me into your arms?“ Oder in Bitola, Mazedonien: Einen ganzen Tag boten Rob Andrews und lokale Kunststudent:innen Fußwaschungen in einer Einkaufsmeile an. Einfach so. Oder in Chişinău, Moldawien: Schräge Tanzperformances fanden auf öffentlichen Plätzen, in Bussen, am Flughafen statt. Aktionen, die von den jeweiligen Künstler:innen Mut voraussetzten, sich auf diesen Regelbruch einzulassen und unvorbereitete Passant:innen zu konfrontieren, zu involvieren.

Eins zu eins oder gar nicht

Was sich seit diesem Festival für DIE FABRIKANTEN manifestiert hat, ist das Interesse an One-to-one-Formaten. Performance für eine Person. Wie etwa beim Nachfolgeprojekt *Hotel Obscura*. Hier wurden Projekte in Hotelzimmern angeboten. In diesem Fall spielten

die unwissenden regulären Hotelgäste nur eine Nebenrolle. Das Publikum musste sich ganz normal anmelden. Wir gaben pro Person jeweils zwei Zimmernummern aus. Für ein drittes Zimmer gab es die Möglichkeit für ein Upgrade-Ticket. Für die meisten reichten die zwei Encounters. Wer oder was hinter den Zimmertüren zu erwarten war, blieb vorerst unbekannt. Nicht alle sind für so ein Format zu haben. Die Angst vor dem Unbekannten hält auch viele im engeren Bekanntenkreis davon ab, sich dieser Begegnung zu stellen, die nicht selten zu einer Begegnung mit sich selbst wird.

Irgendwas ist da passiert

Eine Besucherin, die zufällig von *Hotel Obscura* erfuhr und sich am 9.10.2015 auf diese Erfahrung einließ (und die sich noch nie in einer derartigen Live-Art-Situation befand), bedankte sich danach für diese 2 x 15 Minuten, die sie „wie ein Geschenk“ empfand. Andere kamen etwas irritiert und persönlich betroffen aus dem Hotelzimmer: „Irgendwas ist da passiert ...“ Die Besucher:innen wurden mit ihren Eindrücken und Emotionen aber nicht alleine gelassen. Sie konnten diese im *Hotel Obscura* Salon mit anderen Gästen und der von uns engagierten Cousine Pia (aka Katrin Wölger) austauschen. Die Reaktionen und Feedbacks jener Menschen, die sich ohne Vorwissen und mit vagen Erwartungshaltungen in diese Settings begaben, waren meist schön und bereichernd.

Ein Massenpublikum wird so ein Format nie erreichen, aber als Laboratorium für Erfahrungsästhetik ist es eine wunderbare Sache. Es geht dabei also nicht um die Betrachtung eines Bildes, Objektes oder eines Schauspiels, sondern um die einem performativen und interaktiven Setting innewohnende, in der eigenen Erfahrung liegende Ästhetik. Ein intensives Momentum von Immersivität, das auch ohne großflächige Raumprojektionen funktionieren kann, nur durch das Eingebundensein in eine außeralltägliche Live-Situation.

Raum für kooperative Kontemplation

Die Geschichte der One-to-one-Performances reicht, wie so oft bei avantgardistischen Kunstformen, weit zurück in die 60er und 70er Jahre, aber es haben sich in den letzten

Jahrzehnten Schwerpunkte verändert. Von der provokanten Infragestellung der passiven Besucher:innenrolle durch die mehr oder weniger radikale künstlerische Intervention hin zu Angeboten zur ko-kreativen Teilgabe (nicht nur Teilnahme).

In den letzten Jahren stellten wir bei eigenen Projekten außerdem einen Hang zum Widerstand gegen die Kultur der Hyperaktivität fest. Das ging bis zum Lob der Selbstvergessenheit, des Nichts und der kooperativen Kontemplation.

Die 4 Ps: Provokation, Partizipation, Präsentation, Partyfeeling

Nicht nur im Marketing-Mix gibt es vier Ps (Product, Price, Promotion, Place), für gelungene Live-Art-Projekte haben wir eigene vier wesentliche Instrumentarien gefunden: Das ist eine Prise **Provokation**, eine Ebene der **Partizipation**, eine durchdachte **Präsentation** (Staging, Inszenierung) und zu guter Letzt der atmosphärische Rahmen, der idealerweise in einer schönen **Party** endet.

Darüber hinaus ist es ganz wichtig, offen zu bleiben für gesellschaftliche Veränderungen, die natürlich auch Auswirkungen auf die Wahl der Mittel sowohl beim Design eines Formates als auch in der Kommunikation haben. Dazu gehört neben einer seismografischen Wahrnehmung für soziokulturelle Entwicklungen ein Gespür für das, was einerseits politisch noch korrekt ist und andererseits das potenzielle Publikum hinter dem Ofen hervorholt. Hier tritt eben das Instrumentarium „Provokation“ in Kraft, das natürlich auf dem Inhalt des Projektes aufsetzen muss und kein sinnbefreiter Marketinggag sein soll.

FAZIT: Fremde Territorien besetzen und Publikum ins Boot holen

Warum haben wir uns schon so lange als Kultur- und Kommunikationsarbeiter durchgeackert? Weil es unglaublich spannend ist, in unserer hochzivilisierten und durchorgansierten Welt Neues zu entdecken, auch wenn in den letzten Jahren die Voraussetzungen für Live-Art-Projekte schwieriger geworden sind. In verschiedenen Bereichen ist die Sensibilität in der Gesellschaft höher als noch vor zehn Jahren (Stichworte: Recht auf eigenes Bild, Achtsamkeit, Triggerwarnung, PC-Normen, etc.). Das heißt, die zum Teil selbst auferlegten

Einschränkungen und die gegebene Vorsicht, niemanden zu verstören, reduzieren unseren Handlungsspielraum beim Experimentieren im öffentlichen Raum. Dennoch: Für uns waren und sind immer diese beiden Aspekte am spannendsten:

A) Fremde Territorien „besetzen“ und neue Tools austesten. Das reicht von rein analogen Projekten in einem Geisterdorf an der österreichisch-tschechischen Grenze oder im türkischen Ephesos bis hin zu Experimenten mit den in den letzten drei Jahrzehnten jeweils neuen Medien und Technologien (Fax, Internet, Streaming, KI). Meist münden diese in hybriden Formaten, wie das zurzeit in Entwicklung befindliche Projekt *Linzer Whistleblowing*.

B) Das Publikum ins Boot holen und auf eine spannende Reise schicken. Dass wir dabei selbst zu Mitreisenden werden und Abenteuerreisen zu neuen Ufern erleben dürfen, ist ein mehr als angenehmer Nebeneffekt.

Quellen

Blog Exchange Radical Moments: Live Art Festival.
exchangeradicalmoments.wordpress.com
Zur Geschichte der One-to-One Performance Art:
thisisliveart.co.uk/wp-content/uploads/uploads/documents/OnetoOne_Final.pdf

Empfehlungen

- Youtube FABRIKANTEN-YT-Playlist mit Kurzinterviews zu Live Art (mit Fokus auf Partizipation des Publikums): www.youtube.com/@fabrikanten
- LADA, Live Art Development Agency Catalogue Keyword Audience
thisisliveart.co.uk/catalogue/keyword/audience
- Max Glauner (Hg.): Get involved! Partizipation als künstlerische Strategie, Kunstforum Band 240, Köln 2016.

Das ersehnte ist immer das tatsächliche Publikum

Elisabeth von Samsonow

„Publikum“. Wie bei allen solchen generischen Begriffen wie Bevölkerung, Endverbraucher oder Steuerzahler sind auch beim „Publikum“ – formal sogar noch radikaler – all jene Dimensionen unwiderruflich gelöscht, die das Ganze erst interessant gemacht hätten. Geblieben ist nur eine einzige Eigenschaft, nämlich die, öffentlich zu erscheinen. Gelöscht ist das Motiv des Erscheinens, ob es Freude oder Verpflichtung war, gelöscht ist der Charakter, die Neugier, die Eigenwilligkeit, das Alter der jeweiligen Personen, die gemeinsam das „Publikum“ bilden. Das Publikum ist ein Abstraktum ohne Gesicht, das entsteht durch die reale oder tatsächliche Fusion vieler Singularitäten, weshalb es entweder gefürchtet oder geliebt, verführt oder überwältigt werden muss – das sind tatsächlich politische Aufgaben, die die Unberechenbarkeit des Publikums aufheben sollen und es steuerbar machen. Nichts ist interessanter als die Kenntnis der Tricks, mit denen das Publikum gesteuert werden kann!

Ist also schon der Begriff des Publikums in sich schwierig, widersprüchlich und herausfordernd, so sieht sich das sogenannte „Management“ der Publikumsneigung vor nicht geringere Probleme gestellt. Vor allem in der Kunst. Einerseits soll das Publikum konfrontiert werden, provoziert, verstört, herausge- und überfordert, jedoch, um es nicht zu verlieren, soll es auch „abgeholt“ werden, wo es ist, didaktisch aufgefangen, unterfordert und beruhigt. Diesen Widerspruch habe ich immer sehr stark empfunden, wobei ja im Gebiet der bildenden Kunst eigene Formen der Publikumsbeziehung vorliegen, die viel weniger direkt sind als etwa in den darstellenden Künsten. So kommt es, dass immer wieder, gerade im Gebiet der bildenden Kunst, das „Publikum“ ablehnend ist, jedoch einzelne Interessierte äußerst wohlwollend sind. Ich habe mich immer gefragt, wie sehr man sich tatsächlich über Unverständnis und Ablehnung und Nicht-Ausgestelltwerden freuen darf, da es ja, der perversen Logik des Publikums zufolge, gerade eben nichts beweist, oder am ehesten noch dies, dass man der Publikumsliebbling der Zukunft sein wird, vor allem dann, wenn man es schafft, als Frau über 80 zu werden.

Das Zeigen und das Gesehen- oder Gehörtwerden ist essenziell für die VertreterInnen von Kunst und Philosophie, aber die Abstimmung mit dem Publikum selbst ist nicht selten eine Katastrophe. Daran ändert oft nicht einmal die bezahlte Truppe von SpezialistInnen der Vermittlungsarbeit etwas. Die Folge davon ist, dass die Interaktion immer weniger anspruchsvoll wird. „Sag's doch einfacher bitte!“ (auffordernder Unterton!) oder „Kannst du nicht einmal bei einer Sache bleiben!“ (Philosophie) oder: „Niemand kennt sich aus mit deiner Kunst, mach doch mal nur eine Sache gut!“ (auch mit herausforderndem Unterton!).

Für mich bleibt die Vorstellung wichtig, dass dem Publikum mehr oder alles zugetraut werden kann, ja zugetraut werden muss, dass es eben nicht „abgeholt“ zu werden hat dort, wo es ist, weil wir uns ja beide, das Publikum und ich, bewegen wollen. Die Diktatur des Verstehens, die dem Publikum unterstellt wird (als angstbesetzte Projektion dessen, der das Publikum steuern möchte), beruht auf falschen Vorstellungen von Kommunikation, Information und Interaktion. Wahrscheinlich ist das Publikum eben nicht so beschränkt, wie man denkt.

Die Interaktion mit dem Publikum kann nur dann eine gute Perspektive haben, wenn das Publikum eben nicht als schonungs- und nachhilfebedürftig aufgefasst wird. Für eventuellen Nachhilfebedarf steht ja in Zukunft die AI zur Verfügung, neben den einschlägigen Suchmaschinen, also wieso soll das die Aufgabe eines produktiven Kunst- oder Wissenschaftsbetriebes sein? Umgekehrt **darf** sich das Publikum auch einer Darbietung aussetzen, die es nicht sofort „versteht“, sondern die atmosphärisch oder sonst wie anregend ist. Manchmal kann es Jahre dauern, bis der Groschen fällt. Kunst muss nicht „verstanden“ werden, sondern kann auf vielfältige Weise zu einem sprechen, am besten über das Gefühl. Gerade bei meinen Performances bin ich extrem dankbar für mein Publikum, das bereit ist, noch bei den wildesten Dingen mitzugehen, oder besser: auf sie einzugehen.

Verweise

- S. 62 Wolfgang Muchitsch, Auf den guten Mix an Kennzahlen kommt es an!
- S. 322 Clemens Setz, Was ist ein Publikum
- S. 240 Yasmo, Hautnah
- S. 107 Michael Zechmann-Khreis, Darf man das museale Publikum fordern?

Ich wünsche mir eine Begegnung mit dem Publikum, die einen schwebenden Moment zur Erreichung neuer Zustände, Gefühle, Ahnungen und Erkenntnisse erzeugt, getragen vom Geist der gegenseitigen Herausforderung, nicht vom Wunsch nach Bestätigung des bereits Verfügbaren und Bekannten. Im Übrigen habe ich gesehen, dass diese Vorstellung sich beizeiten bei einem ländlichen Publikum ebenso erfüllbar erweist wie bei einem urbanen, was ein Licht auf das Verschwinden der kulturellen Dichotomie zwischen Stadt und Land wirft.

Elisabeth von Samsonow

Künstlerin; Professorin an der Akademie der bildenden Künste Wien; Gastprofessorin Bauhaus Universität Weimar (2012); Mitglied der GEDOK München; internationale Ausstellungs- und kuratorische Tätigkeit; lehrt und forscht zu den Schwerpunkten Philosophie und Geschichte in Beziehung zu einer Theorie des kollektiven Gedächtnisses, zum Verhältnis zwischen Kunst, Psychologie und Politik in Geschichte und Gegenwart, zur Theorie und Geschichte des Frauenbildes bzw. der weiblichen Identifikation (Mädchentheorie), der sakralen Androgynie und des modernen „Ich-Zerfalls“. Ihre künstlerische Arbeit umfasst Skulptur, Performance, Malerei und Video. Sie beschäftigt sich u. a. mit dem systematischen und symbolischen Ort der weiblichen Plastik/Skulptur im Kanon der Künste und einer ökologischen Ästhetik oder Geo-Logik der Körper.

Publikationen (Auswahl): Museum des Anfangs, Wien 2023; The Dissident Goddesses Project, Wien 2021 (Hg.); Epidemic Subjects. Radical Ontologies, Zürich-Berlin-Chicago 2017; Egon Schiele als Sammler, mit Ursula Storch, Wien 2016; Egon Schiele Sanctus Franciscus Hystericus, Wien 2012; Egon Schiele: Ich bin die Vielen, Wien 2010; Anti Elektra. Totemismus und Schizogamie, Zürich-Berlin 2007 (frz. L'Anti Electre. Totémisme et Schizogamie, traduit par Béatrice Durand, Genève 2015; engl. Anti Electra. Totemism and Schizogamy, transl. by Stephen Zepke and Anita Fricke, MU Press Minneapolis 2019).

Ausstellungen (Auswahl): Femme f@iction (Academy Mansion New York, 2023); Egon Schiele Preis (Minoritenkloster Tulln, 2022), 1. Preis; Museum des Anfangs (Gartenpavillon Stift Melk, 2022); Die Erde lesen (Landesgalerie Niederösterreich, 2022), kuratiert von Felicitas Thun-Hohenstein; GÖTTINNEN (Taxispalais Innsbruck, 2022), kuratiert von Nina Tabassomi; The Parents' Bedroom Show (Spazio Ridotto Venedig, 2019), kuratiert von Christian Bauer; SEX (Taxispalais Innsbruck, 2019) kuratiert von Nina Tabassomi; Schiele reloaded (Leopold Museum Wien, 2018), kuratiert von Verena Gamper; History of Psyche (Galerie nächst St. Stephan Wien, 2018); The Parents' Bedroom Show (MaximilianForum München, 2017), kuratiert von Diana Ebster; Austrian Performance Season (Solyanka State Gallery Moskau, 2017), kuratiert von Felicitas Thun-Hohenstein; Transplants (Dominikanerkirche Krems, 2016).





Kapitel 7

Mehr Sichtbarkeit und Raum

Christiane Erharter

AKT

Martina Schiller

Yannick Steinkellner

Yasmo

Michaela Kohlbacher,

Sophia Diem und

Sophie Hanke

JG Danso

Kira Kirsch



Räume, konkret wie abstrakt, sind Rahmensetzungen und definieren immer ein Innen und ein Außen. Und weil sie diese Trennung explizit sichtbar machen, können sie auch umkämpft, aufgebrochen und neugestaltet werden. Räume sind also Orte der Auseinandersetzung – um Sichtbarkeit, um Repräsentation, um Zugang, um Ressourcen. In Räumen manifestieren sich strukturelle, kulturelle, ökonomische und soziale Ein- und Ausschlüsse. Die in Kapitel 7 versammelten Texte vereint eine strukturelle Kritik am institutionalisierten Kunst- und Kulturbetrieb. Die zentralen Fragen sind: Wer oder was beansprucht Räume, wem gehören sie? Und welche Konzepte von Öffentlichkeit und Repräsentation erschaffen sie? Wie sind Ressourcen und Zugänge auf Seiten des Publikums und auch der Künstler:innen verteilt? Welche Stimmen, Perspektiven und Lebensrealitäten finden keinen Platz, werden nicht gehört?

So können beispielsweise Safer Spaces für Künstler:innen ebenso wie für das Publikum nur dann nachhaltig etabliert werden, wenn sich die im Hintergrund stehenden Strukturen nachhaltig wandeln oder wenn blinde Flecken und strukturelle Benachteiligungen sichtbar gemacht werden. Und das heißt oft, mit der normalisierten Logik von bestehenden Räumen zu brechen. Diese Auseinandersetzungen sind fordernd, aber sie produzieren ein Wissen, das weit über vermeintlich partikuläre Ansprüche hinaus Relevanz hat. Nicht nur deshalb ist es unerlässlich, ihnen eine Bühne zu geben.

Maruša Sagadins *B-Girls, Go!* als Signifikant der Community Outreach

Christiane Erharter,
Belvedere 21

Die Umgebung des Belvedere 21, das Areal zwischen Schloss Belvedere, Schweizergarten und Arsenal, gilt als eines der größten innerstädtischen Entwicklungsgebiete Wiens. Vor über zehn Jahren, im Dezember 2012, begannen die Bautätigkeiten mit dem Ausbau der S-Bahn-Haltestelle Südbahnhof und deren Umbenennung in Quartier Belvedere. Dann erfolgten auf dem Gelände des ehemaligen Südbahnhofs die Errichtung des neuen Hauptbahnhofs sowie die Schaffung zweier neuer Stadtviertel – Quartier Belvedere und Sonnwendviertel. Dort entstand ein neuer Stadtteil für 13.000 Menschen, was der Einwohner*innenzahl einer mittelgroßen österreichischen Stadt entspricht. Zahlreiche teils selbstorganisierte Wohn- und Gemeinschaftsprojekte haben sich angesiedelt, von denen alle über Gemeinschaftsräume verfügen und einige, wie Gleis 21, Grätzelmixer oder CAPE 10, Kulturprogramme anbieten oder, wie Bikes and Rails, ein Community-Café betreiben.

Durch diese Veränderungen im urbanen Umfeld hat das Belvedere 21, das mit der Renovierung und Wiedereröffnung im November 2011 als Vorläufer dieser Entwicklungen gelten kann, eine Neupositionierung in der Stadt erfahren. Es liegt heute in der Mitte einer Kulturachse, die sich vom Wien Museum am Karlsplatz über das Quartier Belvedere und das Arsenal bis hin zum Kulturzentrum Brotfabrik im 10. Bezirk zieht.

Dieser Wandel war einer der Gründe dafür, im Jahr 2018 als erstes österreichisches Bundesmuseum die Position des/der Kurators/in für Community Outreach am Standort Belvedere 21 einzurichten und das Museum als Teil dieser andauernden Transformation zu begreifen. Eine meiner ersten Erkundungstouren als neu für Community Outreach bestellte Kuratorin führte mich durch das benachbarte Sonnwendviertel, wo ich im Helmut-Zilk-Park an der

Christiane Erharter

ist seit 2018 als Kuratorin für Community Outreach und Public Program im Belvedere tätig. Zuvor arbeitete sie als Kuratorin und Projektmanagerin in der ERSTE Stiftung in Wien (2006–2017), als Kuratorin im Office for Contemporary Art Norway in Oslo (2002–2006) und als stellvertretende Leiterin und Kuratorin in der Taxispallais Kunsthalle Tirol in Innsbruck (2000–2002).

belvedere.at/was-passiert#MuseumundCommunity

Verweise

→ S. 275 Muhammet Ali
Baş, Magdalena Chowanec
und Stephan Kuss, Von
„Neuen Freundschaften“
und involviertem Kuratieren
→ S. 86 Verena Strasser,
Publikum als Wissenstrans-
fernetzwerk
→ S. 262 Thomas
Trabitsch, Queering the
Museum
→ S. 120 Krysztina Winkel,
Keep it shiny, keep it real –
im Stück, auf der Bag oder
for real? Akteur*innen und
Outreach an der Wiener
Staatsoper

Skulptur *B-Girls, Go!* der Künstlerin Maruša Sagadin vorbeikam. Diese war als (temporäres) Auftragswerk von KÖR (Kunst im öffentlichen Raum) Wien entstanden und im Oktober 2018 eröffnet worden. Die überdimensionale pinkfarbene Baseballkappe ist auf ein lilafarbenes Holzdeck montiert und bildet entsprechend eine Überdachung für diese Bühne im öffentlichen Raum. Die Cap nimmt symbolisch und ästhetisch Anleihe an Hip-Hop- und Street-Culture und ist damit prototypisch für das Werk der Künstlerin und ihre Auseinandersetzung mit Skulptur, Architektur, öffentlichem Raum, Popkultur, Gender und Sprache. Mädchen, Frauen und sich als weiblich identifizierende Personen sollen ermutigt werden, sich Raum zu nehmen und sich die Bühne anzueignen. Die Künstlerin stellt mit *B-Girls, Go!* Fragen nach Sichtbarkeit von und Platzangeboten für Frauen im öffentlichen Raum.

2021 gelang es, die partizipative Skulptur Sagadins als permanente Installation in den Skulpturengarten des Belvedere 21 zu holen und somit den nachbarschaftlichen Raum sinnbildlich ins Museum bringen. Um Sagadins Skulptur im Garten platzieren zu können, musste einer der fünf von Heimo Zobernig 2013 als Intervention geschaffenen Sockel überbaut werden: Ganz im Sinne der feministischen Raumnahme hat sich das zu Sagadins Skulptur gehörende Holzdeck den Zobernig-Sockel gewissermaßen einverleibt. *B-Girls, Go!* wurde am 6. März 2021 mit einem Artist-Talk, einer Performance der Rapper*in Dacid Goßlin und dem Verlesen feministischer Manifeste eröffnet – und der programmatischen Community-Outreach-Arbeit war ein weithin sichtbarer, raumgreifender Signifikant gegeben.

Die naheliegende Öffnung des Skulpturengartens zum direkt angrenzenden Schweizergarten war durch den Einbau einer Tür in den begrenzenden Zaun bereits im Frühling 2020 erfolgt, was dem Skulpturengarten einen direkten Zugang zum Schweizergarten verschaffte und den Besucher*innen freien Eintritt zu den Skulpturen. Als Ausstellungs- wie auch als Veranstaltungsort wurde er seither zu einem gut frequentierten Ort der Gemeinschaft, an dem spontane Zusammenkünfte und niederschwelliger Austausch möglich sind. Während

der Coronapandemie wurde der Garten zu einer noch wertvolleren Ressource für das Museum und seine Besucher*innen – und zentral stand und steht dort Sagadins Arbeit. Nachdem Aspekte der Öffentlichkeit und der Interaktion integrale Bestandteile der Skulptur *B-Girls, Go!* sind, nimmt sie für das Community-Outreach-Programm eine zentrale Rolle ein. Mit auf der Skulptur stattfindenden Aktionen, die von Open-Mic-Events, Performances, DJ-Sets und Konzerten über Artist Talks und Diskussionen bis hin zu Workshops reichen, werden ausgeschlossene, unterrepräsentierte oder marginalisierte Communitys ins Museum einbezogen und Fragen wie u. a. diese verhandelt: Wie kann in der Auseinandersetzung mit Kunst ein Zusammenhang zwischen Menschen hergestellt werden, der über die gemeinsame Wahrnehmung eines Werks hinausgeht? Wie finden wir über künstlerische Positionen zu einer Idee von Community beziehungsweise Nachbarschaft? Welche Rolle spielen dabei Themen wie Ökologie und Gemeinwohlökonomie?

Im Rahmen des Community-Outreach-Programms wird Sagadins Skulptur als Austragungsort von gemeinschaftlichen Aktivitäten wie Workshops, Konzerten und Performances oder auch als Treffpunkt und Verweilort genutzt. Zudem fungiert sie als oft genutzter Ausgangspunkt für feministische Spaziergänge oder Erkundungen der Nachbarschaft. Die Arbeit verdichtet in bester Weise den zentralen Leitgedanken meiner Arbeit: Community Outreach kann nur von Begegnungen auf Augenhöhe leben und ist stets als Prozess zu verstehen.

Empfehlung

- Julia Heisig, Ivana Scharf, Dagmar Wunderlich: Museen und Outreach. Outreach als strategisches Diversity-Instrument, Münster/New York, 2018.
- museum-outreach.de/community-outreach

Texte von Christiane Erharter

- Best Practice und gute Nachbarschaft, in: Doris Rothauer, Cultural Impact-Blog, 3. Dezember 2019. culturalimpact.at/post/best-practice-ein-museum-setzt-auf-gute-nachbarschaft
- Community Outreach im Museum, in: mdw-Webmagazin, 22. April 2021. mdw.ac.at/magazin/index.php/2021/04/22/community-outreach-im-museum
- Museum von allen für alle! Community Outreach des Belvedere 21, in: Wo ist Museum: Outreach Vermittlungsarbeit an den Schnittstellen, Standbein Spielbein. Museumspädagogik aktuell #118, 2/2022, S. 19–24. museumspraedagogik.org/fileadmin/Data/Dokumente/Publikationen/Standbein_Spielbein/StbSpb_118_Titel_und_Inhalt.pdf
- Museum von allen für alle! Community Outreach des Belvedere 21, in: Neues Museum. Die österreichische Museumszeitschrift, März 2022, S. 14–19. museumsbund.at/museumspraxis/museum-von-allen-fuer-alle
- Teilnahme und Teilhabe ermöglichen, in: Birgit Lurz, Wolfgang Schlag, Thomas Wolkingner (Hg.): Playbook Klimakultur, 2021, S. 96–98. bmeia.gv.at/fileadmin/user_upload/Zentrale/Kultur/Publikationen/Playbook_Klimakultur_Web_20210910.pdf
- Wertschätzung ist zentral. Gesprächsrunde über Museen und Zivilgesellschaft, in: morgen, Ausgabe #268: Zivilgesellschaft, 11/2020. morgen.at/2020-11-zivilgesellschaft/wertschaetzung-ist-zentral2016.

Partecipazione / Beteiligung

Architekturkollektiv AKT

Die Biennale di Venezia stellt beinahe jährlich neue Besucher*innenrekorde auf. Während der Architekturbiennale 2021 wurden zuletzt 298.000 Tickets verkauft, während der Kunstbiennale 2022 waren es 800.000. Eine der wichtigsten Kunst- und Architekturausstellungen der Welt zieht damit eine große Zahl von Menschen weit über das einschlägige Fachpublikum hinaus an. Betritt man den Österreichischen Pavillon der 18. Internationalen Architekturbiennale, wird man von einer unverputzten diagonalen Wand erwartet, die den Pavillon in zwei Hälften teilt und die Besucher*innen in den westlichen Ausstellungsraum lenkt. Dort angekommen, wähnt man sich anfangs in einer klassischen Ausstellung. Gezeigt wird die Raumpolitik der Biennale, die zunehmende Exklusion der Bevölkerung aus den Giardini und dem Arsenale und die Expansion der Ausstellungsorte innerhalb der Altstadt Venedigs während der letzten 130 Jahre.

Mittig im Raum steht ein Tisch, darauf ein Modell, Pläne und Grafiken, welche das Projekt *Partecipazione / Beteiligung* erläutern: Der architektonische Eingriff von AKT & Hermann Czech besteht in der symmetrischen Teilung des Österreichischen Pavillons. Die westliche Hälfte sollte für das Publikum der Biennale begehbar bleiben, die östliche Hälfte samt Hof über einen neu hergestellten Zugang von der Stadt aus frei zugänglich sein. Ausgangspunkt dieses Umbaus ist die Lage des Pavillons an der nordöstlichen Mauer des Biennale-Areals, in direkter Nachbarschaft zum Stadtteil Sant'Elena. Dieses beziehungslose Nebeneinander steht sinnbildlich für die sozialräumliche Entwicklung Venedigs: die Biennale als Exklave des Kunsttourismus, der umliegende Stadtteil Castello als ein noch überwiegend von lokaler Bevölkerung bewohnter Teil Venedigs und umstrittenes Entwicklungsgebiet. Im intensiven Austausch

AKT

ist ein 2019 gegründetes, siebzehnköpfiges Wiener Architekturkollektiv. Die Mitglieder vereint das Ziel, einer zunehmend wirtschaftlichen Zwängen folgenden Architekturpraxis alternative, unabhängige und utopische Modelle der Raumproduktion entgegenzusetzen. AKT schuf anfangs selbstinitiierte architektonische Interventionen, später kleinere Auftragsarbeiten, unter anderem in Form von Bühnenbildern und Ausstellungsarchitektur. Zusammen mit Hermann Czech kuratierten sie den österreichischen Beitrag für die 18. Internationale Architekturbiennale Venedig. Welche Richtung das Kollektiv mit seinen Vorhaben in Zukunft einschlägt, befindet sich in ständiger Verhandlung.

a-k-t.eu
labiennale2023.at

Verweise

→ S. 35 Vera Allmanritter,
Wer sind meine (Nicht-)
Besucher*innen?
→ S. 23 Lisa Gaupp,
Macht oder Ermächtigung?
Kulturpublikum zwischen
Inklusion und Exklusion
→ S. 313 Michael Salvi,
Von Publikumsgeistern und
der Architektur als Bühne
→ S. 290 Ernst Schmiede-
rer, Zuhören, damit der/die
Andere erzählt. Manifest für
erhöhte Sichtbarkeit

AKT,
Kollektiv

Wien

mit der Bevölkerung und lokalen Initiativen war das Projekt als Hinwendung der Biennale zur Stadt konzipiert: nicht in Form einer räumlichen Ausbreitung, sondern als Umkehrung dieser Praxis durch die Abgabe von Raum.

Spätestens beim Betreten des kleineren Ausstellungsraums und beim Blick in den Hof werden die Besucher*innen irritiert. Dort findet man nicht, wie durch das Modell in der Ausstellung suggeriert, einen Brückenschlag zum angrenzenden Sant'Elena. Stattdessen ist der Hof großteils durch Baustellenzäune abgeriegelt und nur begrenzt begehbar. Einzig die Aufgangstreppe und der Brückenkopf wurden gebaut und sind nutzbar. Daneben, auf dem Boden des Hofes, liegt ein zusammengefügter Teil der Brücke. Zwischen Bauzäunen gelangt man in den östlichen Seitenpavillon bis an dessen Verbindung zum zweiten Hauptraum. Dort steht eine unzugängliche und ungenutzte Tribüne für Veranstaltungen. Denn das ursprüngliche Konzept, die Grenze zwischen der Biennale und der Stadt in den Pavillon zu verlegen, wurde trotz einjähriger Bemühungen von der Biennale und den zuständigen Behörden nicht genehmigt. An die Stelle der Absicht, Raum abzugeben und die Grenze zwischen Publikum und Bewohner*innen zu verdichten, traten daher die Verräumlichung ihrer Ablehnung und deren Vermittlung im Kontext. Statt eines belebten Labors entstand ein sichtbarer Leerstand, der die zentrale Fragestellung des Projekts noch betont.

Bis Besucher*innen in den Österreichischen Pavillon finden, haben sie sich meist schon durch den Großteil der Giardini bewegt und mitunter eine zweistellige Anzahl an Länderbeiträgen gesehen. Nicht nur deswegen war für AKT & Hermann Czech früh klar, dass sie einen Schwerpunkt auf Vermittlung legen wollen. Die Entscheidung, dass über die gesamte Laufzeit der Biennale Mitglieder des Kurator*innen-Teams vor Ort sein sollten, war ursprünglich für den Austausch mit Initiativen und Bewohner*innen und die Koordination der von diesen initiierten Veranstaltungen gedacht. Durch die Ablehnung des geplanten Projekts änderten sich jedoch die Rahmenbedingungen und die vermittelnde Rolle im Pavillon steht nun im Vordergrund.

Der Moment der Irritation durch einen auf den ersten Blick unvollendeten räumlichen Eingriff bietet dabei einen niederschweligen Einstieg in den Diskurs mit den Kurator*innen. Hauptthema ist dabei die Raumpolitik der Biennale di Venezia in der Altstadt Venedigs. Durch die Gespräche mit den Besucher*innen lässt sich außerdem sichtbar machen, was im Hintergrund einer solchen Großausstellung alles passiert: der Prozess der Vergabe der Ländervertretungen, Eigentumsverhältnisse der Liegenschaften, bürokratische Hürden, Arbeitsverhältnisse sowie Partikularinteressen und Konflikte zwischen den involvierten Akteur*innen. Wurde das geplante Labor des geteilten Pavillons auch verhindert, so entsteht doch ein teilweise intensiver Austausch mit dem Publikum der Biennale – im besten Fall als produktiver Diskurs und Anstoß zur Selbstreflexion für beide Seiten.

Der Irritation folgt die Imagination. Der Bau-stopp und die Unzugänglichkeit einer Hälfte des Pavillons lassen erahnen, was sein hätte können. Man kann sich die vollendete Brücke vorstellen oder auch einen Vortrag auf der Tribüne im Veranstaltungsraum. Den Hof voller Menschen und wieder leer. Die räumliche Intervention und die Dokumentation der Verhinderung des öffentlichen Zugangs sind so ein unerwartetes Vehikel zur Findung alternativer Ideen geworden. Wie könnte diese Öffnung praktisch, bürokratisch, rechtlich doch (noch) gelingen? Die Besucher*innen fühlen sich angeregt, sich aktiv an der Diskussion zu beteiligen und sich eine Meinung zu bilden. Wurde das ursprüngliche Konzept auch verhindert, so kann der konkrete, wenn auch unfertige architektonische Eingriff, der eine räumliche Verbindung zum „echten Leben“ in der Stadt vorgesehen hatte, etwas gänzlich anderes und Produktiveres bewirken als eine klassische Ausstellung.

Ein wichtiger Teil dieser Arbeit von AKT & Hermann Czech ist es, zu versuchen, Vertreter*innen aller involvierten Parteien (Biennale, Stadtverwaltung, Vereine, Aktivist*innen) an einen Tisch zu holen, um ihren Dissens produktiv werden zu lassen. Diese Bemühungen blieben bis dato ergebnislos, allerdings gibt es Signale von der Biennale, einem Gespräch mit

allen Beteiligten gegenüber nicht abgeneigt zu sein. Kurator*innen kommen und gehen, die Kommissär*innen als Vertreter*innen der einzelnen Länderpavillons der Biennale haben dagegen eine gewisse Konstanz. Um an der Beziehung zwischen Biennale und Stadt etwas zu verbessern, arbeiten AKT & Hermann Czech daher mit der Commissioners' Group zusammen. Damit das Projekt *Partecipazione / Beteiligung* sozial nachhaltig werden kann, wurde gemeinsam mit dieser Vereinigung der Kommissär*innen von derzeit circa 15 Länderpavillons ein Workshop durchgeführt. Außerdem wurde im Rahmen ihrer Pavilion Days eine Podiumsdiskussion mit Kommissär*innen, lokalen Initiativen, einer Bewohnerin von Sant'Elena und einer Professorin der Universität Venedig organisiert, die großen Zuspruch beim zahlreich anwesenden Publikum fand.

Bei einem Projekt wie *Partecipazione / Beteiligung*, welches von Anfang an eng mit den Bewohner*innen und lokalen Initiativen verknüpft war, stellt sich schlussendlich die Frage: Was kommt danach? Das ursprüngliche Ziel des Projektes war nie die Eventisierung des öffentlich zugänglichen Teils des Pavillons. Ganz im Gegenteil sahen AKT & Hermann Czech die Abgabe des Raumes als die eigentliche Beteiligung der Bevölkerung an der Biennale. Trotzdem wurden im Zuge des Projektes Teile der Bewohner*innenschaft angesprochen und damit auch Erwartungshaltungen erzeugt. Die Zusammenführung dieser sehr unterschiedlichen Gruppen, die zum großen Teil ähnliche Ziele verfolgen, und die Sammlung ihrer Standpunkte in der Publikation zum österreichischen Beitrag ist sicherlich ein Hauptergebnis dieser Bemühungen. Die Rolle von AKT & Hermann Czech sollte immer eine der Vermittlung sein, die sich nach einer gewissen Zeit wieder zurückzieht. Im besten Fall gelingt es bis dahin, einen Rahmen zu schaffen, der es den beteiligten Gruppen ermöglicht, die entstandene Energie und Produktivität zu nutzen und eigenorganisiert weiterzuarbeiten.

Vom un-fassbaren Publikum

Martina Schiller,
Studio-itzo

Die Vielfalt dessen, wer oder was „das Publikum“ sein kann, sprengt wohl die Dimensionen eines einzelnen Begriffs. Um der Diversität der Menschen eher gerecht zu werden, differenzieren sich die Kategorien, in denen sie beschrieben werden, immer weiter aus. Wir sehen in der Pluralität eine Chance für alle.

Wenn wir versuchen, eine Ausstellung auf mehreren Sinnesebenen erfahrbar zu machen, etwa durch sensorische und akustische Elemente, erweitert sich die mögliche Ausstellungserfahrung für das gesamte Publikum.

Museen und Ausstellungsräume, mit denen wir arbeiten, kommunizieren auf vielfältige Weisen mit ihrem Publikum. Besucher*innen werden von Expert*innen „geführt“, gemaßregelt, unterhalten, stimuliert, informiert und ihre Rückmeldungen werden gesammelt, beantwortet und registriert. Die Architektur von Ausstellungen entwickeln wir im Zusammenspiel mit diesen Expert*innen. In den Kommunikationsprozessen begegnen uns zunächst ihre Vorstellungen von den Menschen im Publikum. Wie Spiegelbilder informieren uns diese Annahmen auch über ihre Werthaltungen. Diese beeinflussen wiederum die zukünftige Zusammensetzung des Publikums.

Stereotype Ausstellungsarchitekturen wie etwa die „weiße Zelle“ sind auch mit Vorstellungen über das passende Verhalten des Museumspublikums verbunden. Für museumserfahrene Menschen ergibt sich aus dem Zeigen von Kunst nur vor weißen Wänden fast eine Betriebsanleitung für den Ausstellungsbesuch. Die klare Unterscheidbarkeit der Werke und ihrer Bestandteile vom Raum, möglicherweise noch verstärkt durch den Einsatz von Sockeln und Glashauben, erzeugt Distanz. Es gilt Abstand zu halten, möglichst leise zu sein, und es ist nicht erforderlich, sich den Kopf darüber zu zerbrechen, wo die Grenzen des Kunstwerks liegen.

Das Potenzial von Ausstellungsarchitektur, dem Publikum alternative Verhältnisse zum Ausgestellten vorzuschlagen, reicht weit über das vertraute Vokabular der weißen Zelle hinaus. Nicht zuletzt durch die Auseinandersetzung mit der Kunst, die laufend ihre eigenen Formate und Rahmenbedingungen reflektiert, in Frage stellt und verändert, ergibt sich eine große Vielfalt temporärer Raumbildungen. Unsere Vorstellung ist, dass sich mit den Ausstellungen auch die Definitionen der Orte, an welchen sie stattfinden, verändern. Die Begrenzungen möglicher Kunsterfahrungen sind für uns zeitlich befristete soziale und räumliche Konstrukte. Die Verschiebung dieser Grenzen transformiert auch die Vorstellung, wer das Publikum ist und wer es sein kann.

Für das Publikum bedeutet dies jedenfalls, dass das Wissen darüber, worauf man sich beim Besuch einer Ausstellung einlässt, eine veränderliche Größe ist. Jenseits der Ordnung stereotyper Vorstellungen

vom Publikum eröffnet sich ein offener Raum der Begegnung von Kunst und Publikum, der vom Publikum selbst mitgestaltet werden kann und muss.

Beim Entwickeln von Ausstellungsarchitektur begegnen wir auch einem stetig anwachsenden Regelwerk, welches versucht, Gefährdungsszenarien aller Art einzugrenzen. Einerseits birgt das bloße Ausgestelltwerden für die Kunstwerke und Exponate Risiken der Zerstörung, nicht zuletzt durch mögliches Verhalten des Publikums. Andererseits bestimmen Vorstellungen von der Sicherheit der Besucher*innen die räumlichen Bedingungen von Ausstellungen. Um die Freiheit des Ausstellungsraums von Gefahren aller Art umreißen zu können, werden laufend Grenzen der Freiheit der Menschen im Ausstellungsraum festgeschrieben. Definierte Mindestdistanzen zu den Kunstwerken etwa umreißen häufig den Bewegungsraum der Menschen.

Martina Schiller,
Kollektiv

Paradoxerweise erscheint es als genau jene Verbindung zwischen Kunst und ihrem Publikum, die wir auf verschiedene Arten inszenieren wollen, voll von Risiken zu sein. Da es unmöglich ist, alle Risiken zu eliminieren, versuchen wir sie sichtbar und vermittelbar zu machen. Je hermetischer und glatter die Ausstellungsarchitektur auf das Publikum wirkt, desto mehr verleitet sie in unseren Augen dazu, die Verantwortung für das eigene Verhalten am Eingang abzugeben. Indem wir die räumlichen Interventionen als gemachte temporäre Setzung erkennbar machen, verdeutlichen wir, dass das Verhalten des Publikums – nicht nur in Bezug auf Sicherheitsfragen – einen Unterschied macht. Wir sehen aber auch eine Koppelung von Ausstellungsqualitäten mit Risiken. Klassische Sicherheitsarchitekturen wie Sockel und Glashauben zum Beispiel schränken die Möglichkeiten ein, Kunstwerke sinnlich zu erfahren. Die vermeintlich sicherste Lösung wird also manchmal selbst zur Gefährdung für die Kunsterfahrung.

Studio-itzo,
Wien

Das Publikum soll die Freiheit haben, Ausstellungen in einer Weise zu erfahren, die über bekannte Abläufe wie Alltagserfahrungen hinausgeht. Wir versuchen räumliche Schnittstellen zu schaffen, welche das Publikum dabei unterstützen, die subjektive Ausstellungserfahrung auch zu reflektieren und durch Kontextinformationen anzureichern. Der Raum für das Publikum selbst kann demnach nicht als „Restraum“ entlang der Ordnung der Kunst begriffen werden. Für das Publikum gestalten wir keinen Gang, sondern Orte des Verweilens, Vertiefens und Diskutierens.

Angesichts der un-fassbaren Vielfalt des Publikums bleibt es wesentlich zu reflektieren, wie wir durch unsere räumlichen Setzungen systematische Diskriminierungs- und Ausschlussstrukturen vielleicht unbewusst fortschreiben. Zu einfach wäre es, dem Publikum selbst diese große Verantwortung aufzubürden, indem man sich vorgaukelt, alle hätten die gleichen Ressourcen zur Teilhabe und Mitwirkung an der Veränderung von Räumen des Ausstellens.

Damit Ausstellungsräume nicht als Orte bildungsbürgerlicher Repräsentation für ein eingeweihtes Publikum erscheinen, versuchen wir das

Verhältnis von Kunstwerk zu räumlicher Umgebung als relative Setzung lesbar zu machen. Jede Ausstellung ist für uns ein Arbeiten an Verhältnissen, auf welche das Verhalten des Publikums Einfluss haben kann. „Neutrale“ Ausstellungssettings regen weniger dazu an, den Akt und die Form des Ausstellens zu reflektieren, da sie mit von Gewohnheit geformten Erwartungshaltungen operieren. Wir möchten mit unseren räumlichen Strukturen räumliche Verhältnisse der künstlerischen Positionen wie auch der institutionell geprägten Rahmenbedingungen als veränderbare Größen sichtbar machen.

Keinesfalls wollen wir auf dem Weg der Annäherung an vermeintliche Vorstellungen vom Publikum der Kunst ihre Freiheit, Komplexität oder Widerspenstigkeit nehmen. Der kleinste gemeinsame Nenner vielfältiger Bedürfnisse ist also keine ergiebige Bezugsgröße beim Entwickeln der Räume für Kunst und ihr Publikum. Vielmehr versuchen wir immer wieder durch den zugegebenermaßen verwirrenden Blick auf das vielfältige und sich verändernde Publikum einen kritischen Blick zurück auf unsere eigenen Handlungen als Akteur*innen im Museumskontext zu werfen, um bisher verborgene Potenziale der Öffnung zu entdecken.

Verweise

→ S. 196 Jennie Carvill Schellenbacher, „Ein guter Start, weiter so!“ Die Einbettung von Barrierefreiheit und Inklusion in die Museumsentwicklung
→ S. 141 Vera Gallistl, Was bedeutet ein alterndes Publikum für Kunst- und Kultureinrichtungen?
→ S. 313 Michael Salvi, Von Publikumsgeistern und der Architektur als Bühne
→ S. 18 Daniel Schönherr, Kultur, halt nicht für alle? Soziologische Anmerkungen zur kulturellen Beteiligung

Studio-itzo

leitet eine Faszination für die Vielfalt der Räume von Kunst. Wir – Martina Schiller und Rainer Stadlbauer – sehen unsere Arbeit als Intervention in und aus der Fülle des Vorhandenen. Wo wir gerade stehen? Wir stehen selten. Meistens bewegen wir uns zwischen Künstler*innen, Kurator*innen, Kunstinteressierten sowie Menschen, die wenig Berührungspunkte mit Kunst haben. Manchmal entspringt unsere Inspiration ihrem unbefangenen Blick, manchmal der Hingabe von Kunstschaffenden, manchmal den Eigenarten der Orte, an denen wir arbeiten. Und wir wünschen uns, dass die Chancen und Verpflichtungen der Gegenwart nicht länger in die Zukunft projiziert werden.

studio-itzo.com

Empfehlungen

- Jacques Rancière: Der unwissende Lehrmeister. Fünf Lektionen über die intellektuelle Emanzipation, Wien 2018.
- Gayatri Chakravorty Spivak: Can the Subaltern speak? Postkolonialität und subalterne Artikulation, Wien 2007.

Das (fast) offene Format

Yannick Steinkellner,
SLAM KOLLEKTIV

Wir sind aus einem Publikum entstanden, für das es keinen Raum gab. Wir sind an Orte gegangen, die von der (Bühnen-)Literatur nicht gesehen wurden. Wir haben uns einen eigenen Raum für Außenseiter geschaffen, dem wir einen Namen gaben: Poetry Slam!

Poetry Slam ist ein Kunstformat, das vom Publikum für das Publikum entworfen wurde und zum Ziel hatte, Menschen eine Bühne zu bieten, die sonst nicht oder nur schwer Zuhörer*innen und ein Mikrofon bekommen. Einfache Prämissen sammelten sich in dieser Community: Eine Lesung muss nicht im gediegenen Rahmen und im Sitzen stattfinden. Sie muss nicht langweilig sein. Niemand muss erst einen Roman geschrieben, ein Wasserglas auf einem Tisch stehen, eine Einladung erhalten haben, und den Applaus und Reaktionen auf Texte gibt es auch nicht nur am Ende.

Poetry Slam sind fünf Minuten Zeit für alle, die mitmachen wollen, keine Vorgaben außer die selbstgeschriebenen Texte und ein gnadenloser Wettbewerb, der ausschließlich den Kriterien des Publikums folgt und sonst keinen. Und Poetry Slam ist leistbar.

Mit diesen Gedanken fing es an. Seitdem sind auch im deutschsprachigen Raum fast dreißig Jahre vergangen. Aus einem Kulturformat, das sogar in der Subkultur als Geheimtipp via stille Post weiterempfohlen wurde, entstand vor allem durch das Aufkommen der sozialen Medien und Internet-Videoschnipsel ein Hype, der den Poetry Slam aus dem Untergrund in den Mainstream rückte und die Community wieder stärker in Publikum und Auftretende unterteilte. War der Poetry Slam in den 00er-Jahren noch rotzig frech, enorm kritisch, etwas dirty und beinahe ausschließlich in den Kneipen und Clubs der Großstädte vertreten, ist das Format heute wie sein Publikum über diesen Status hinausgewachsen. Deutschland hat das Potenzial erkannt und in klassischer Manier den Poetry Slam zu einer Event-Maschine gemacht, Österreich und die Schweiz haben mitgezogen und nun ist die deutschsprachige Poetry-Slam-Szene sowohl bei Publikum als auch Umsatz die größte weltweit.

Die Veranstaltenden, die Venues, die Abläufe und die Eintrittspreise haben sich diversifiziert, die Inhalte und Schärfe der Texte, die Poet*innen, das Publikum veränderten sich aber auch.

Yannick Steinkellner,
Kollektiv

Es gibt sie immer noch: Minderheiten, die ihre kritischen Inhalte und Lebensrealitäten endlich auf Bühnen bringen, schräge Vögel, die sich ausprobieren, kleine Kneipen, die monatlich rauschende Poetry-Slam-Abende mit offenen Listen hosten, an deren Ende das Publikum gemeinsam mit den Auftretenden aus ihrer Mitte feiert, quatscht und gespannt dem nächsten Monat mit neuen Texten und Gesichtern entgegenfiebert. Die Regel wurde aber zur Ausnahme.

SLAM KOLLEKTIV,
Graz

Heute findet Poetry Slam neben der Großstadtkneipe auch in Dörfern, auf Festivals, in Burgtheatern und Elbphilharmonien statt. Die Eintrittspreise sind nicht mehr an allen Orten für alle leistbar und die meisten Line-ups werden wegen des hohen Erwartungsdrucks aus dem Publikum zu großen Teilen vorab kuratiert und zusammengestellt. Es braucht zumindest einen lustigen Text, einen ernsten, wenigstens einen auswendig vorgetragenen, einen gereimten im Line-up ... Das Publikum verlangt, die Veranstaltenden müssen liefern. Man kann sich nicht mehr nur auf eine offene Liste verlassen.

Durch die größere Bekanntheit des Formats drängten nach dem Boom der 10er-Jahre immer mehr Menschen auf offene Listen und ins Publikum. Meist waren es weiße cis-Männer und -Frauen im studentischen Alter, die sich in ihren Lebensrealitäten und daher auch in den Inhalten sehr ähneln. Da auch das Publikum den Auftretenden ähnelte, entstand ein sich replizierender Kreis der Erwartungshaltung und -erfüllung. Zwar gibt sich die Szene große Mühe, nicht nur auf Geschlechterparität in Line-ups zu achten, sie verliert aber oft beim Abzählen, ob genügend Frauen und Männer in den Line-ups sind, die Minderheiten aus den Augen und daher auch die Themenvielfalt abseits der weißen cis-Bevölkerung.

Es gibt viele Veranstalter*innen, die das Problem erkannt haben, ihm aktiv entgegenwirken und bei jährlichen Meetings mögliche Bekämp-

fungsansätze austauschen. People of Colour oder Schwarze Menschen, queere, nonbinäre und trans-Personen sorgen für andere Themen, sie beeinflussen auch die Zusammensetzung des Publikums und übernehmen Vorbildrollen in Workshops. Und zwar, wenn man sie regelmäßig bucht, bestärkt und fördert – gerade in Wien, aber auch in anderen Großstädten wird das stark forciert.

Poetry Slam schläft nicht und will seinen Vorsprung gegenüber anderen Kultursparten und -formaten halten. Mit den Slam Alphas gründete sich ein feministischer Verein zur Frauenförderung in der Szene, mit TINte ein trans, inter & non-binärer Verein und dank Micrantity gibt es auch einen Verein für Menschen, die aufgrund von Herkunft oder Aussehen oft Diskriminierungserfahrungen machen.

Die große Erkenntnis der letzten dreißig Jahre bleibt jedoch eine mit großer Wehmut: Mit wachsendem Publikum steigt die Verantwortung, die Sichtbarkeit und Diversität der Minderheiten aktiv zu regulieren. Sonst ist die offene Liste am Ende so weiß und männlich wie der Vorstand einer durchschnittlichen österreichischen Bank.

Wir sind aus einem Publikum entstanden, für das es keinen Raum gab. Wir sind an Orte gegangen, die von der (Bühnen-)Literatur nicht gesehen wurden. Wir haben uns einen eigenen Raum für Außenseiter geschaffen. Heute haben wir so viel Raum wie noch nie zuvor – doch für wen dieser eigentlich stehen wollte, darf nicht vergessen werden.

Verweise

- S. 62 Wolfgang Muchitsch, Auf den guten Mix an Kennzahlen kommt es an!
- S. 30 Fabian A. Rebitzer, „Wer fehlt?“ Balanceakte im Feld des Nicht-Publikums
- S. 124 Anja Sczilinski, Wir brauchen selbstbewusstes Theater für junges Publikum!
- S. 68 Jolanda de Wit, Heute bin ich im Publikum, morgen Veranstalter:in und übermorgen Künstler:in

Yannick Steinkellner

ist seit 2013 Slam Poet und Veranstalter und betreibt das SLAM KOLLEKTIV. Zusammen mit Christoph Steiner und Agnes Maier schafft er Bühnen und Publikumsräume im Raum Graz. Die Herausforderung der Ambivalenz zwischen Professionalisierung und Subkultur im Poetry Slam versucht das Kollektiv stets mitzudenken.

Das SLAM KOLLEKTIV

gibt es seit 2020.

slamkollektiv.at

@slamkollektiv auf Instagram

Hautnah

Yasmo

Licht an, Bühne, Lärm, Musik, Applaus, Freude. So kann Live-Konzert.

Und danach geht es zum Merch-Stand – Gespräche, Fotos machen, Platten signieren, Austausch. Und dann irgendwann geht es nachhause, das Licht geht aus, es wird leise und vor dem inneren Auge wird der Abend nochmal abgespielt.

Bei meiner Band Yasmo & die Klangkantine sind wir uns sehr einig, was Respekt dem Publikum gegenüber bedeutet. Denn ohne Publikum können wir nicht spielen; wir sind dankbar und bemühen uns um einen respektvollen Umgang und bei unserer Reichweite ist das keine Schwierigkeit. Wird es also schwieriger, wenn man größer unterwegs ist? Ich wage zu sagen: nein. Und von 10 Leuten im Publikum bis 120.000 habe ich schon mal alles durchspielen dürfen. Der Unterschied war vielleicht mein Adrenalinlevel, aber nie wäre mir eingefallen, zu glauben, dass mir irgendetwas anderes zustehen würde als die Bühne, das Mikro und das Backstage-Bier.

Die Vorwürfe gegen Rammstein haben eine Seite der Musikindustrie ins Thema gerückt, die es allerdings auch gibt. Menschen, die glauben, ihnen stünde alles zu, gibt es auch in der Musikindustrie und es gilt das zu benennen. Und vor allem gilt es das zu ächten, aus unserem System zu verbannen und ein für alle Mal klarzumachen, dass übergriffiges Verhalten bestraft werden muss. Machtverhältnisse zu nützen, geht einfach nicht. Genauso geht es nicht, dass im Publikum übergriffiges Verhalten stattfindet. Auf der Bühne kann man nicht immer alle Menschen im Publikum sehen, man hat nicht alles die ganze Zeit zu hundert Prozent unter Kontrolle, das steht im Verhältnis mit der Größe des Publikums.

Was kann man also tun? Ich bin ein großer Fan von Awareness Teams bei Veranstaltungen und finde, das müsste Usus werden. Und das kostet Geld, ist mir schon klar, aber es ist gut investiertes Geld, denn Kunst und Kultur sind eben nicht nur Elfenbeinturm, sondern live, direkt und manchmal verschwommen. Ich habe die Erfahrung mit Awareness Teams gemacht, dass allein die Anwesenheit solcher

etwas mit der Stimmung und der allgemeinen Atmosphäre bei einem Festival oder einer Veranstaltung macht. Menschen, die vielleicht zu übergriffigem Verhalten tendieren, trauen sich nicht mehr, Menschen, die solches Verhalten fürchten, fühlen sich sicherer.

Ist es nicht traurig, dass es das braucht? Ja. Braucht es das denn wirklich? Ja.

Und was es auch noch braucht, ist Haltung. Wenn man etwas sieht, sollte man etwas sagen, eingreifen, nachfragen, ob alles ok ist. In den meisten Fällen ist eh alles gut, aber eben nicht in allen. Und es braucht auch einen gesellschaftlichen Zusammenschluss und eine klare öffentliche Meinung, die sagt: Nein heißt nein. Übergriffe sind nie gerechtfertigt. Etwas in den Drink mischen ist falsch.

Licht an, Bühne, Lärm, Musik, Applaus, Freude. Nicht mehr und nicht weniger.

Yasmo

kommt aus Wien, steht mitten im Leben und wünscht sich einen vernünftigen Umgang mit den Ressourcen unseres Planeten.

yasmo-klangkantine.com

Verweise

→ S. 275 Muhammet Ali Baş, Magdalena Chowaniec und Stephan Kuss, Von „Neuen Freundschaften“ und involviertem Kuratieren

→ S. 56 Herwig Bauer, Ein Festival für alle – und wie das so mit seinem Publikum ist

→ S. 286 Denice Bourbon, PCCC* and Her Audience

→ S. 320 Doris Uhlich, World in My Eyes

Von Wiener FLINTA-Nights und Quoten-Frauen

Michaela Kohlbacher, Sophia Diem und Sophie Hanke,
push Network

Wenn wir von Safer Spaces für ein Publikum sprechen, dann müssen wir auch von einem strukturellen Wandel in der Veranstaltungskultur sprechen. Denn nur wenn Räume „safe“ sind für die veranstaltenden Personen, für Künstler:innen, Bar, Technik und Tür, anders gesagt, wenn es einen Zugang zu Räumen gibt, in denen ein sicheres Veranstalten möglich ist, kann sich die Situation für FLINTA-Personen in der Kulturbranche und das Publikum verändern.

Weiß, cis-männlich: Das sind fast einhundert Prozent aller Booker* und Clubbetreiber* in Wien. Sie allein treffen die Programmmentscheidungen der gesamten Stadt und bestimmen damit auch, welches Ausmaß an Diversität diese widerspiegeln. Fakt ist: 60 Prozent aller internationalen Festival-Line-ups sind immer noch männlich besetzt (vgl. female:pressure-Umfrage 2022). Wir beobachten die Geschlechterquoten der Wiener Clubs sehr genau und hier zeichnet sich mit durchschnittlich 80 Prozent Cis-Männern im Line-up ein, unserer Meinung nach, noch eintönigeres Bild ab.

Positiv ist: Seit einiger Zeit lässt sich die eigenständige Mobilisierung von FLINTA-Personen in Organisationen ähnlich dem push Network erkennen. Alle Initiativen eint das Ziel, für mehr Vielfältigkeit in Veranstaltungsprogrammen zu sorgen und ganz konkret mehr FLINTA-Personen auf die Bühne zu bringen. Gleichzeitig sollen Safer Spaces für das FLINTA-Publikum geschaffen werden. Es zeigt sich immer mehr Solidarität untereinander.

Generell lässt sich in der Wiener Szene ein gestiegenes Bewusstsein für die Notwendigkeit von Diversität in Kulturprogrammen vernehmen. Man könnte fast sagen, es herrscht ein gewisser öffentlicher Druck, ein vielfältiges Angebot zu schaffen. Das führt dann dazu, dass Booker* bei besagten FLINTA-Organisationen anklopfen, um zumindest einen oder zwei Slots im Line-up nicht männlich zu besetzen. Die Absicht hinter diesen Bemühungen mag die richtige sein, doch im schlimmsten Fall führt dies zu

push Network

vernetzt seit 2020 international Künstler:innen mit dem Ziel, für mehr Präsenz von FLINTA-Personen zu sorgen.

[instagram.com/push_network](https://www.instagram.com/push_network)

Empfehlungen

- female:pressure network for people operating in electronic music
femalepressure.wordpress.com

einer Female DJ Night oder dem FLINTA-Floor, bei dem der Booker* sich nicht einmal mit dem künstlerischen Schaffen der einzelnen Künstler:innen auseinandergesetzt hat. Und im besten Fall?

Im besten Fall werden FLINTA-Künstler:innen selbstverständlich als Teil der Branche betrachtet und wegen ihres Könnens gebucht, ungeachtet ihrer Geschlechtsidentität. Einzelne FLINTAs werden nicht mehr als Token benutzt, damit sich Clubs und Veranstalter:innen im feministischen Sinne reinwaschen können. Line-ups beruhen auf einer ausbalancierten Geschlechterverteilung, weil diese die tatsächliche Verteilung der aktiven Künstler:innen darstellt. Doch bis dahin ist es noch ein weiter Weg! Obwohl wir eine Quote prinzipiell als sehr wichtig erachten, um anfänglich den Status quo zu verändern, sehen wir in der Praxis, dass FLINTA-Künstler:innen viel zu oft nur als klassische „Quoten-Frauen“ gebucht werden, wobei Dinge wie Fähigkeiten oder Spezialisierung kaum von Interesse sind. Das ist schade!

Auch wenn wir momentan also so etwas wie einen Wandel beobachten können, so ist dieser nur von außen getrieben, eine umfassende Selbstreflexion der cis-männlichen, mächtigen Player der Szene ist bislang ausgeblieben. Die Situation für FLINTA-Personen in der Kulturbranche hat sich im Kern noch nicht geändert! Auch wenn es auf den ersten Blick positiv erscheinen mag, dass immer wieder FLINTA-Nights veranstaltet werden, so sind diese im Grunde nur ein weiterer Auswuchs der tief-sitzenden diskriminierenden Denkweise und Unwissenheit der cis-männlichen Szenepersonen. Aber was braucht es aus Sicht der FLINTA-Initiativen, um in der Wiener Kulturszene voranzukommen und eine gerechte, sichere Umgebung schaffen zu können? Was würde FLINTA-Künstler:innen konkret helfen, um in der Branche wachsen zu können?

Kultur findet immer im Austausch mit anderen statt. Dafür braucht es in erster Linie Raum. Die Raumfindung stellt für Veranstal-

ter:innen in Wien aktuell das größte Problem dar. Gesetzliche Auflagen, sehr hohe Mieten, Lärmschutz, limitierte finanzielle Mittel, Es gibt kaum Zugang zu leistbaren Räumlichkeiten und sehr häufig sind Organisator:innen gezwungen, dem Geld zu folgen und zu den sogenannten „Big Playern“ zu gehen. Diese Abhängigkeit von einzelnen Mächtigen* führt zu einem unausgewogenen Machtverhältnis und die aktuellen Berichte rund um #TechnoMeToo haben gezeigt, dass dies in Wien nur allzu oft zu Diskriminierung, Machtmissbrauch und Übergriffen führt.

Um hier Verbesserungen zu bewirken, braucht es zum einen Informationsarbeit, sodass Bewusstsein für diese prekäre Situation geschaffen werden kann. Auch könnten verpflichtende Quoten, die zum Beispiel an Förderungen gebunden sind, helfen, zunächst das Ungleichgewicht zu beseitigen, denn ohne Druck wird sich nichts ändern. Zum anderen braucht es aber vor allem auch mehr FLINTA-Personen in Schlüsselpositionen und/oder demokratischere Strukturen, sodass Machtmissbrauch möglichst verhindert werden kann.

Auch Stadtverwaltung und Bund sind also gefragt. Der traditionelle Kulturbegriff schließt derzeit die Club- und Ravekultur immer noch nicht mit ein, was dazu führt, dass die künstlerische und gesellschaftliche Wertigkeit dieser Subkultur als weniger wichtig und vernachlässigbar gegenüber anderen Interessen eingestuft wird. Dadurch sind die Bedingungen, unter denen die Kulturschaffenden arbeiten müssen, oft prekär. Eine Verbesserung der Arbeitsbedingungen in der Clubkultur würde sich unmittelbar auf FLINTA-Personen in der Szene auswirken: Wenn es einfacher wird, Räume zu erschließen, Veranstaltungen zu organisieren, Projekte zu starten, können sie sich von der cis-männlich dominierten, mittlerweile zementierten Machtstruktur lösen. Solange junge Kulturschaffende in Wien derart viele Hürden vorfinden, werden die ohnehin schon privilegierten Personen weiterhin an den Schalthebeln innerhalb der Szene sitzen.

Verweise

→ S. 286 Denice Bourbon, PCCC* and Her Audience
→ S. 192 Linda Kutter und Alexander Erler, Selbstverständnis statt Erziehung: Wiesenrock in Wattens
→ S. 23 Lisa Gaupp, Macht oder Ermächtigung? Kulturpublikum zwischen Inklusion und Exklusion
→ S. 256 Freya van Kant, Achtung Drag Queen! Über die Wichtigkeit der Drag Story Hours.

Ein diverses Publikum will mitgestalten

JG Danso,
Hint Wien

Diversität ist ein Konzept, das oft von Organisationen und Institutionen verwendet wird, ohne vorher intern oder extern ausreichend zu kommunizieren, was Diversität eigentlich bedeutet. Ohne klare Definitionen ist es schwierig, Diversitätsstrategien zu entwickeln, die passend, erreichbar und für den jeweiligen Kontext auch relevant sind.

Deswegen können Gespräche über das Thema Diversität im Rahmen von *Fokus Publikum* schnell frustrierend werden oder oberflächlich erscheinen. Kunst- und Kulturorganisationen, die eine Diversitätsentwicklung ihres Publikums anstreben, sollten sich fragen: Wer ist hier, wer fehlt und was müssen wir anders machen, damit unsere Arbeit für alle sichtbar und zugänglich ist?

Der Verein Hint Wien (highly intersectional Vienna | hoch intersektionales Wien) entwickelte im Rahmen der Ausstellung *Blackness, White, and Light* des in New York lebenden Künstlers Adam Pendleton im Frühjahr 2023 gemeinsam mit dem mumok-Bildungsteam ein Vermittlungsprogramm, das darauf abzielte, über intersektionales und queer-zentriertes Storytelling ein neues Publikum anzusprechen. Das Programm *Lernen in Veränderung* hat durch ein Angebot von Führungen, Performances und Workshops den institutionellen Raum in einen Raum des gegenseitigen Austauschs und Lernens verwandelt. Unter den Teilnehmer:innen waren sowohl Studierende des Masterstudienprogramms Applied Human Rights an der Angewandten als auch Mitglieder des Queer Writers Circle Vienna. Und es gab Gruppenführungen für die Vereine Schwarze Frauen Community (SFC) und Afrikanische Diaspora Österreich (ADOE). Die Besucher:innen wurden ermuntert, ihre passive Konsumhaltung zu verlassen und persönliche Erfahrungen sowie ihr eigenes Wissen angesichts der ausgestellten Werke zu teilen. Dieser Austausch trug zu lebendigeren, alternativen Erzählungen über die ausgestellten Werke bei und rückte Stimmen in den Mittelpunkt, die oft unterrepräsentiert oder marginalisiert sind. Das Publikum wurde vielfältiger.

In dieser Zusammenarbeit hat Hint Wien gesehen, wie Diversität konkret umgesetzt werden kann. Es wurde schnell klar, dass vermeintlich selbstverständliche Annahmen darüber, wie Publikum aussehe und was es von einem Kunst- und Kulturerlebnis erwarte, grundlegend in Frage gestellt werden müssen und dass es in den Institutionen Aktivitäten braucht, die diese Annahmen durcheinanderbringen.

Es gibt im Kunst- und Kulturfeld einen Jargon und Gesten, die bestimmen, wer drinnen und wer draußen ist. Diese gilt es zu durchkreuzen. Ein proaktives Einladen bestimmter Gruppen und Organisationen durch die Häuser selbst oder ein Streichen des Eintrittspreises für bestimmte Gruppen als ein klares Zeichen der Einkommenssolidarität wären mögliche Schritte, um ein breiteres Publikum zu erreichen.

Verweise

- S. 279 Elisabeth Bernroither und Zuzana Ernst, Mehr als nur Zugang schaffen: Multiperspektivität im Kuratieren und Ko-Kreation als Säulen für eine gerechte Kunstpraxis
- S. 141 Vera Gallistl, Was bedeutet ein alterndes Publikum für Kunst- und Kultureinrichtungen?
- S. 269 maiz, Kulturarbeit als Weg zur gesellschaftlichen Partizipation
- S. 30 Fabian A. Rebitzer, „Wer fehlt?“ Balanceakte im Feld des Nicht-Publikums

Und es braucht neue Räume für Menschen, die vielleicht zum ersten Mal in die Institution kommen; Räume, die neue Regeln, Bräuche und Codes zulassen; Räume, die eine neue Sprache etablieren und Kunst- und Kulturräume neu definieren. All das sind Ansätze, die Kunst- und Kultureinrichtungen für neues Publikum weniger verschlossen wirken lassen.

Die Publikation *Fokus Publikum* ermutigt den Kunst- und Kultursektor nach Wegen zu suchen, echte Interaktionen mit einem immer vielfältigeren Publikum aufzubauen und den Herausforderungen flexibel zu begegnen, was eine große Chance darstellt. Diversitätsstrategien müssen die Hoffnungen, Erwartungen und Inspirationen ihres ihnen noch unbekanntes Publikums aufgreifen. Dies gilt insbesondere dann, wenn es darum geht, Gruppen zu erreichen, die in der breiten Gesellschaft oft weniger sichtbar sind, und erfordert eine interdisziplinäre wie interinstitutionelle Einstellung. So kann sich langfristig eine engere Zusammenarbeit mit Communitygruppen, Aktivist:innen, Menschenrechtsanwält:innen und Changemaker:innen sowohl vor als auch hinter den Kulissen etablieren. Angesichts des herrschenden Budgetdrucks lohnt es, nach kollaborativen Möglichkeiten der Zusammenarbeit zu suchen und Ressourcen wie Know-how gemeinsam zu nutzen. Das sichert angemessene Mittel für Diversitätsinitiativen.

Ein vielfältiges Publikum will nicht mehr nur beobachten oder Zielpublikum sein. Es will Kunst- und Kulturräume für die Zukunft neu definieren und mitgestalten.

JG Danso

kommt aus London (UK) und hat 20 Jahre Erfahrung im Bereich der internationalen Menschenrechtspolitik sowie im Organisieren und Aufbauen von Gemeinschaften und Zivilgesellschaft in generationsübergreifenden, Schwarzen, Transgender- und Queerräumen durch Politik-, Bildungs- und Kulturinitiativen. Heute lebt sie in Wien und arbeitet als Obperson im Verein Hint Wien, als Senior Lecturer im Masterlehrgang Applied Human Rights an der Angewandten und ist Vorstandsmitglied des Vereins Schwarze Frauen Community. Als Dichterin setzt sie sich für eine stärkere Präsenz von queerer Intersektionalität und Diversität in Storytelling und Mental Health ein. Für die Zukunft wünscht sie sich den vollständigen Abbau der strukturellen Ungleichheiten von Zugangsmöglichkeiten zu Kunst und Kultur für Publikum, Künstler*innen, Kreative, Pädagog*innen und Entscheidungsträger*innen.

[linkedin.com/in/iketinadanso](https://www.linkedin.com/in/iketinadanso)

linktr.ee/jgdanso

Hint Wien

ist ein gemeinnütziger Verein, der sich für die mentale Gesundheit, das Wohlbefinden und die sozioökonomische Ermächtigung hochgradig intersektionaler queerer Communities durch Storytelling einsetzt.

[hint.wien](https://www.hint.wien)

All over Vienna– eine Reise mit dem Publikum

Kira Kirsch,
brut

Theater haben üblicherweise zumindest eines gemeinsam: eine permanente Homebase.

Kira Kirsch,
Künstlerische Leiterin &
Geschäftsführerin

Auch brut, eine Produktions- und Spielstätte für performative Künste, verfügte nach seiner Gründung für ein Jahrzehnt im Wiener Künstlerhaus am Karlsplatz (1. Wiener Gemeindebezirk) über eigene Räumlichkeiten. 2017 war brut jedoch gezwungen, den etablierten Spielort aufzugeben und das Künstlerhaus aufgrund der Generalsanierung zu verlassen. Ab da wurde vieles anders – für das Team von brut, die Künstler*innen und nicht zuletzt für das Publikum. Die Wanderschaft, auf die wir uns begaben, sollte erst 2021 mit dem Einzug ins brut nordwest ein vorläufiges Ende finden, dem derzeit temporären Hauptquartier in einer zwischengenutzten Industriehalle in der Brigittenau.

brut,
Wien

Zwar waren Site-Specific Performances Teil des Konzepts, mit dem ich 2015 die brut-Intendanz angetreten bin – von Beginn an fanden Projekte statt, die sich über den 1. Bezirk hinaus in den Stadtraum bewegt haben. So setzte etwa die schweizerische Gruppe mercimax ein Autoballett vom Karlsplatz bis nach St. Marx um. Diese Form der Stadteroberung war allerdings als Erweiterung des regulären Programms gedacht. Zudem konnten wir nach dem Ausschwärmen in ein sicheres Habitat zurückkehren. Doch das änderte sich mit dem Auszug aus dem Künstlerhaus 2017 gänzlich. Die permanente Bewegung wurde Dauerzustand, zudem mussten wir auch ein Stück unserer Identität zurücklassen und standen vor der Herausforderung, das Profil der Institution unserer nunmehr neuen Daseinsform, dem Nomadentum, anzupassen.

Der neue Arbeitsmodus fand im Claim *brut all over Vienna* seinen Niederschlag. Unter diesem Label haben wir – manchmal einmalig, oft über mehrere Wochen hinweg – ständig neue Orte wie das Radiokulturhaus oder das Naturhistorische Museum Wien ebenso wie einen Waschsalon oder ein Schwimmbad bespielt. *brut all over Vienna* war (und ist) ein Angebot ans Publikum, unsere Reise dauerhaft zu begleiten – zu Orten, die ihm zuvor unbekannt

waren oder die es bislang in anderer Nutzung kannte, und dabei den Blick für das Außergewöhnliche und auch das Vergängliche zu schärfen, das Projekte dieser Art in sich bergen.

Mittlerweile haben wir es auf mehr als hundert Zwischenstationen gebracht. Diese beachtliche Bilanz erforderte allerdings einen Kraftaufwand, der bisweilen an die Substanz aller Beteiligten ging – die Produktionsbedingungen auf Wanderschaft sind enorm herausfordernd. Ohne den beherzten Einsatz des Teams und der Künstler*innen, die Loyalität des Publikums, die temporäre Spielstätte brut nordwest und letztlich die Aussicht auf ein neues, dauerhaftes Zuhause in Neu Marx wäre es unmöglich gewesen, den Spielbetrieb in dieser Dichte über einen solchen Zeitraum aufrechtzuerhalten.

Trotz der teils widrigen Umstände war der Publikumszuspruch über all die Jahre mehr als zufriedenstellend. Keine Selbstverständlichkeit, wenn man gewohnte Strukturen komplett aufbricht. Wir haben es geschafft, unsere strategische Intention zu verwirklichen: den Mangel, die fehlende Spielstätte also, als bedeutsames Identitätsmoment herauszuarbeiten und das freie Flottieren als Alleinstellungsmerkmal zu etablieren. Darüber hinaus sind nicht nur die Künstler*innen, mit denen wir zusammenarbeiten, sondern auch die brut-Besucher*innen seit jeher dem Experiment gegenüber aufgeschlossen. Es besteht eine große Neugierde, das Theatrale und Performative – wie auch Umfragen bestätigt haben – an ungewohnten Orten und damit auch in neuen ästhetischen Ausformungen zu erleben und gesellschaftspolitische Fragestellungen mitunter tatsächlich dort verhandelt zu sehen, wo sie alltägliche Relevanz haben. Ich denke, wir konnten das Vertrauen des Publikums gewinnen und zeigen, dass brut nicht nur in der Lage ist, das theatrale Potential von oft gegenläufig codierten Stadträumen zu entdecken, sondern es auch temporär für einen professionellen Spielbetrieb adäquat zu nutzen.

Den Bezug unserer derzeitigen Dependance vor rund zwei Jahren, also den riskanten Sprung vom 1. Bezirk in den 20. Bezirk, hätten

wir wohl kaum gewagt, ohne die Erfahrung gemacht zu haben, dass uns Publikum und Künstler*innen *all over Vienna* die Treue gehalten haben.

Kira Kirsch

(geboren in Saarbrücken) ist seit 2015 künstlerische Leiterin und Geschäftsführerin von brut in Wien, Produktions- und Spielstätte für die freie österreichische und internationale Theater-, Performance- und Tanzszene. Von 2007 bis 2015 war sie Dramaturgin bzw. leitende Dramaturgin und Kuratorin des Gegenwartskunstfestivals steirischer herbst in Graz. Sie hat Theaterwissenschaft in Mainz, Glasgow und Berlin studiert.

brut

ist eine Produktions- und Spielstätte für performative Künste in Wien und gehört seit seiner Gründung im Jahr 2007 zu den prägenden Häusern der freien Performance-, Tanz- und Theaterszene. Das brut-Programm steht für Experiment und Interdisziplinarität und präsentiert die Vielfalt und Unterschiedlichkeit der freien Szene. Neben Produktionen im Theaterraum realisiert brut auch ortsspezifische Projekte und legt einen Fokus auf künstlerische Schaffensprozesse, Dialog mit der Stadt, Kooperationen mit benachbarten Kunstdisziplinen und theoretische Reflexionen.

brut-wien.at

Verweise

- S. 82 Valerie Besl, Wer sind wir und wie wollen wir erzählen
- S. 306 Eva Fischer, Hybride Publika
- S. 240 Yasmo, Hautnah
- S. 262 Thomas Trabitsch, Queering the Museum

Kapitel 8

Strukturkritik und die Macht neuer Orte

Freya van Kant

Thomas Trabitsch

Andrea Lumplecker

maiz

Muhammet Ali Baş,

Magdalena Chowaniec und

Stephan Kuss

Elisabeth Bernroitner und

Zuzana Ernst

Denice Bourbon

Ernst Schmiederer



Im Zentrum des vorherigen Kapitels stand eine strukturelle Kritik am als „etabliert“ erfassten Kunst- und Kulturbetrieb. Das Weiterverfolgen dieser Kritik führt uns unweigerlich zur Forderung nach der Schaffung neuer oder alternativer Räume und zu einem Verwerfen der klassischen Konzeption eines passiven Publikums. Es liegt auf der Hand, dass Kapitel 7 und 8 eng miteinander verwoben sind. Die Initiativen, Institutionen, Netzwerke und Menschen, die strukturelle Kritik üben, sind häufig auch jene, die neue Räume schaffen – und umgekehrt. Die von uns eingezogene Kapiteltrennung soll aber den Blickwinkel verschieben: Von einem Aufzeigen und Kritisieren strukturell bedingter Leerstellen hin zu einer Suche nach produktiven Handlungsräumen an den Reibungsflächen.

Konkreter: Was sind neue Praxen, die aus der Kritik entspringen können? Wie können wir neue Räume im Alten bauen und wie können diese aussehen? Was sind die Tools einer emanzipativen Kunstpraxis? Wie können freudvolle Identifikationsräume jenseits der Norm aussehen? Und was bedeuten diese Überlegungen für die Beziehung zum Publikum und dessen Teilhabe- und Mitgestaltungsmöglichkeiten?

Achtung Drag Queen! Über die Wichtigkeit der *Drag Story Hours*.

Freya van Kant

Wer im März und April 2023 international in den sozialen Medien oder auf den Seiten der – nennen wir sie einmal „Boulevardmedien“ – Österreichs unterwegs war, dem oder der wird ein Thema begegnet sein, das scheinbar die Gemüter erhitzt hat: Dragqueens, die Kindern vorlesen.

Ja, da kommen gleich Fragezeichen auf, auch wenn in den Veröffentlichungen eher mit Rufzeichen gearbeitet wurde: Da war zu lesen von „Kindesgefährdung“, gar von „Missbrauch“, von angeblicher „Frühsexualisierung“, von „Gender-Gaga“ und „Transgender-Wahnsinn“. Rechtsextreme (die Identitären und deren Splitterabteilungen) und christlich-fundamentalistische Gruppierungen sowie die FPÖ importierten dieses Thema aus dem Dunstkreis um den Hardliner-Republikaner Ron DeSantis und aus der Alt-Right-Bewegung der USA und spülten es ungefragt in den österreichischen Mainstream. Die Wiener Landes-ÖVP hängt sich dankbar und Komplizenhafttrittbrettfahrerisch an die „skandalösen Zustände“ an. Gemeinsam wurde diesem Thema eine solche Wichtigkeit unterstellt, dass im März eine Sondersitzung des Wiener Landtags beantragt und durchgeführt wurde, um die Auftritte diverser Drag-Künstler*innen vor Minderjährigen auch gesetzlich zu unterbinden. Der große Meilenstein wurde jedoch für den 16. April angedacht, als eine „Megademo“ einer auftretenden Dragqueen – und im Weiteren auch den Eltern, die ihre Kinder diesem „Irrsinn“ auszusetzen gewillt waren, – den Zorn der „Normaldenkenden“ angeheihen lassen sollte, um diese so in die Schranken zu weisen. Denn: Ein Mann in Frauenkleidern! Mit Make-up! Der so auch noch Kindern vorliest! Das kann doch nur unweigerlich den Untergang des Abendlandes, jeglicher Staatsordnung und zivilisatorischer Errungenschaften herbeiführen!

Doch genug der Polemik. Die Autor*in dieser Zeilen ist besagte Dragqueen, gegen deren Veranstaltung am 16. April demonstriert wurde – von der diffamierenden Schmutzkampagne der rechten Medien und Gruppierungen gegen

Freya van Kant

(auch Fv.K.) ist eine bis vor kurzem in Graz und nun in Berlin ansässige Drag-Performer*in und Dragqueen ungeklärten Alters und ungeklärter Herkunft. Als Miss Tuntenball 2019 setzt sie sich sowohl bei Live-Auftritten (u. a. als regelmäßiger Gast des Queens Brunch Vienna), in Workshop- und Installationsarbeiten (wie der Transformationsbox zusammen mit Eric BigClit und Anna Sommer) als auch durch andere künstlerische Medien mit queeren Themen auseinander. Das Kant'sche Œuvre richtet sich dabei nicht nur an Erwachsene, weshalb sich immer wieder Arbeiten an ein gemischtes oder jüngeres Publikum richten – wie bei den Drag Story Hours. Das Wichtigste dabei ist stets, den Funken der Lebensfreude, die im Drag steckt, an das Publikum weiterzugeben. Ihre Performances sind dabei geprägt von der Vermischung und dem Sampling unterschiedlichster Kunstformen und Ausgangsmaterialien, so z. B. von der Mischung von Aktivismus und Entertainment, Hochkultur und Popkultur, Androgynität und Überidentifikation, Oper und Techno, Elfriede Jelinek und Jeannine Schiller, Rausch und Kognition.

[instagram.com/_freyavankant](https://www.instagram.com/_freyavankant)

mich und meine Kolleg*innen, die ganze 1,5 Monate im Voraus startete, ganz zu schweigen. Über vieles könnte ich in Bezug auf dieses Thema sprechen, die Erörterung dreier Fragen erachte ich für diesen Beitrag jedoch als besonders wichtig: Warum vorlesende Dragqueens? Warum queere Geschichten erzählen? Und warum das Zielpublikum Kinder?

Wir alle brauchen Geschichten

Aber ganz zum Anfang: Es ist mittlerweile zu einem Allgemeinplatz geworden, dass Geschichten zu erzählen und durch Geschichten zu lernen als wichtiger Bestandteil des „Erfolgsrezeptes Mensch“ angesehen werden kann. Gerade in den Anfangszeiten der bereits 300.000 Jahre andauernden Geschichte des Homo sapiens war es für uns wichtig, uns anderen mitzuteilen, kommunizieren zu können, was wir erleben. Ebenso wichtig war, dass diese Erzählungen von den empathiebegabten Artgenoss*innen verstanden und in einem inneren Kino nacherlebt werden konnten. Durch diese Erzählungen der anderen waren unsere Vorfahr*innen von der Last befreit, jede Erfahrung selbst machen zu müssen. Noch immer erfahren wir als junge Menschen durch die Geschichten, die uns von den älteren Generationen erzählt werden, von unserem Platz in der Welt und den Zusammenhängen, innerhalb derer wir agieren (können). Sie sind zu finden in Büchern, Comics, Filmen, Serien und prägen uns vielleicht mehr, als wir zugeben möchten oder uns bewusst ist. Geschichten haben das Potenzial, eben nicht nur zu beschreiben, was ist, sondern auch, was war, und darüber hinaus, was sein könnte. Geschichten können unterschiedliche Bilder einer Welt entwerfen, die wir durchleben können, ohne Teil davon sein zu müssen. Wahnsinnig komfortabel, wenn man an Weltversionen wie die von George Orwells *1984* denkt. Wir erleben an der Seite der Protagonist*innen Freude, Glück, Trauer, Verlust, Angst. Geschichten erweitern unseren Horizont, sie prägen uns, bieten uns Chancen, aktiv das eigene Leben zu gestalten. Sie können uns entweder das Eigene verständlich machen und dafür sorgen, dass wir uns gesehen und verstanden fühlen, oder Verständnis für etwas schaffen, das uns bisher völlig fremd war.

Und warum dann diese vorlesenden Drag-Performer*innen?

Als Drag-Performer*in und damit darstellende*r Künstler*in sehe ich mich in der Tradition der Geschichtenerzähler*in, der Clown*in, der Bard*in. Sei es durch Lip-Synchs, durch Stand-up, durch Tanz oder eben ... durch Vorlesen und Selbstschreiben. Und damit wäre auch schon die erste Frage teilweise beantwortet: Drag-Performer*innen sind Entertainer*innen, sie sind Schauspieler*innen, ausgefuchste und geübte Geschichtenerzähler*innen. Wenn also nicht Dragqueens, wer dann? Dazu kommt, dass Drag-Performer*innen ein wunderbares Paradox verkörpern: Trotz aller Künstlichkeit, trotz Kostüm und Make-up, das vollkommen verwandeln kann, sind wir **authentische** Geschichtenerzähler*innen. Die vorgetragenen Geschichten handeln von Angst und Mut, können zum Lachen bringen oder tieftraurig sein, sind queer und ihre Themen entspringen der Biografie queerer Menschen. Dabei wissen „wir“ Performer*innen, wovon wir reden. Wir haben eine emotionale Verbindung zum Inhalt und verfrachten diese, eben durch Make-up und Perücke, auf die Bühne. Wir waren und sind Zeug*innen und Protagonist*innen solcher Geschichten, etwas, das sich in einer guten Performance jedem und jeder unabhängig vom Alter vermittelt. Alle, die vielleicht eine andere Biografie als wir haben, laden wir ein, einmal lustvoll den Blickwinkel zu ändern.

Meine Drag Story Times haben daher ein ziemlich breites Zielpublikum: Kinder zwischen vier und zehn Jahren inklusive ihrer Eltern, aber auch Menschen, die mittlerweile erwachsen sind und solche Story Times gerne selbst als Kind erlebt hätten. Dabei macht es für mich keinen Unterschied, ob ein Kind aus einer Regenbogenfamilie stammt oder als was sich das Kind oder dessen Eltern identifizieren.

Ein Recht auf Sichtbarkeit

Gerade in Bezug auf den oben angesprochenen Kanon der Literatur, sei es Kinder- oder Erwachsenenliteratur, und das Kuratieren der zum Besten gegebenen Geschichten gibt es etwas, das mich besonders interessiert: das Füllen von Leerstellen. Gerade queere Menschen meiner Generation und vorangegangener

Generationen – ich bin in den 90er-Jahren aufgewachsen – hatten und haben bis heute wenige Geschichten, in denen es Identifikationsfiguren gibt, die so denken und fühlen wie man selbst und denen darüber hinaus auch ein Happy End vergönnt ist. Mir selbst ist dies jedoch erst spät aufgefallen – in der analytischen Betrachtung von Literatur im Germanistik- und Lehramtsstudium, um genauer zu sein. Erst als ich in Kontakt mit der damals noch rar gesäten queeren Literatur gekommen bin, haben sich viele Puzzleteile wie durch Zauberhand zusammengesetzt und vieles hat auf einmal Sinn ergeben. Für mich war dies ein wichtiger Moment, den ich mir selbst gerne früher im Leben gegönnt hätte, – eine Erfahrung, über die viele Menschen aus der queeren Community berichten. Wir kamen lange Zeit und kommen auch heute immer noch selten oder gar nicht vor. Als Publikum wurden wir stets in Kauf genommen, Angebote für uns gab es jedoch lange nicht. Dabei waren „wir“ doch immer da, vor 300.000 Jahren genauso wie heute. Als queere Paare, als Regenbogenfamilien, als transidente Menschen. Doch Geschichten über uns gab es nicht. Wir waren unsichtbar, existierten nicht. Existiert hat nur der „Mehrheitsteil“ der sogenannten „Mehrheitsgesellschaft“.

Dabei können diese Geschichten so viel leisten, nicht nur für „uns“, sondern auch für „andere“. Ein Aphorismus drängt sich hier auf: „Man fürchtet, was man nicht kennt.“ Und weil es so schön ist, hier noch eine weitere kalenderspruchartige Formel, diesmal das Motto vom Erlebnis-Zoo Hannover: „Nur was Menschen kennen, werden sie lieben. Nur was Menschen lieben, werden sie schützen.“ So kann in den letzten Jahren ein beunruhigender Trend beobachtet werden, sowohl in europäischen Ländern als auch weltweit: Mit hanebüchenern Behauptungen werden queere Lebensrealitäten sowohl aus der Öffentlichkeit als auch aus der Kunst verbannt, wie in Ungarn, in Polen, in Russland, in Uganda und nicht zuletzt in den USA, wo allein ein Sprechen über diese Themen mit unter 18-Jährigen zum Teil drakonische Folgen nach sich zieht – von der gesellschaftlichen Ächtung und ausgeübten Gewalt gar nicht erst zu sprechen.

Verweise

- S. 128 Stefan Huber,
„Mir ist langweilig.“
- S. 242 Michaela Kohlbacher, Sophia Diem und
Sophie Hanke, Von Wiener
FLINTA-Nights und Quoten-
Frauen
- S. 322 Clemens Setz,
Was ist ein Publikum
- S. 120 Krysztina Winkel,
Keep it shiny, keep it real –
im Stück, auf der Bag oder
for real? Akteur*innen und
Outreach an der Wiener
Staatsoper

Warum queeres Storytelling für Kinder?

Die Auswahl der Geschichten und Bücher und deren inhärenten Themen für die Story Times sind für mich besonders wichtig: Was sind die Geschichten, die Heranwachsende ganz allgemein befähigen, selbstbewusst ihren eigenen Platz in der Welt einzunehmen, diesen gegen Widerstände zu behaupten und Architekt*innen einer glücklichen Zukunft zu werden? In der Beantwortung dieser Fragen bin ich dann doch wieder ganz eng am Wertekanon des Humanismus: Geschichten über Selbst- und Fremdaakzeptanz, aufgebrochene Rollenbilder und über Solidarität und Nächstenliebe. So einfach, so gut.

Gerne hätte ich im Zuge der Berichterstattung um den 16. April den erreichbaren Skeptiker*innen vermitteln wollen, wie glücklich die Kinder bei meinen Lesungen sind, welche positiven Rückmeldungen ich von den Eltern und Kindern bekomme, dass die Auftritte und Shows von Lachen und Freude geprägt sind. Dass der Besuch der Veranstaltungen freiwillig ist, dass sie von einer Fachperson durchgeführt werden und überhaupt einen idealen Gesprächsanlass bieten, um mit den eigenen Kindern oder Schüler*innen über Diversität und queere Themen zu sprechen. Dass niemand Angst zu haben braucht.

Doch niemand der Protestierenden war bisher dafür empfänglich. Je länger ich darüber nachdenke, umso mehr fühle ich mich ob dieses Umstands an eine Geschichte erinnert, die sich in diesem Zusammenhang zu lesen lohnt, sind die Parallelen doch mittlerweile unübersehbar: Das oben bereits genannte 1984, mit seinem autokratischen System, in dem nicht sein kann, was nicht sein darf, in dem es ein Ministerium für Wahrheit gibt, dass die Sprache verdreht, um das Denken zu verändern, in dem regelmäßig das Ritual *Zwei Minuten Hass* vollzogen wird, in dem die einzige Farbe Grau zu sein scheint, in dem das Leben eines jeden und einer jeden schlichtweg miserabel ist und in dem die bewusste Abweichung von der Norm ein diktatorisches System zum Einsturz bringen könnte und daher mit aller Macht unterdrückt wird. Ich möchte nicht in solch einer Weltversion leben. Dann lieber Männer in Frauenkleidern, Perücken und Make-up, oder?

Gut, dass am 16. April der bunte Teil Wiens sich mit der Kunst des Drag solidarisiert hat und auf die Straße gegangen ist, um mit Regenbogenfahnen und einem Straßenfest die faschistischen Gruppierungen im Verhältnis 4 zu 1 zu überbieten. Kinder durften so bei der Story Time ein weiteres Mal lachen, tanzen und der Geschichte einer mutigen Prinzessin lauschen, die nur mit ihrem smarten Hirn und den Geschichten aus den Büchern der Schlossbibliothek bewaffnet einen Drachen besiegen und einen Prinzen retten konnte.

Empfehlungen

- Als Empfehlung für alle Pädagog*innen oder interessierte Eltern empfiehlt van Kant zum Einstieg die Bücher „Bunt!: 14 Geschichten vom Verschiedensein und Zusammenhalten für Kinder ab 5 Jahren“ von Anna Taube (Illustrationen Laura Rosendorfer) oder „Julian ist eine Meerjungfrau“ von Jessica Love. Die Künstler*in verwehrt sich gegen die Behauptung, sie hätte beim Sichten des letztgenannten Buches vor Glück geweint.

Queering the Museum

Thomas Trabitsch,
Queer Museum Vienna

Beim Queer Museum Vienna, gegründet Anfang 2020, handelt es sich um eine relativ neue Initiative, eine sehr junge Institution, die parallel mit der Pandemie arbeiten musste, mit geringen finanziellen Mitteln agiert und vor allem durch freiwilliges Engagement vorangetrieben wird.

Das Queer Museum Vienna verfolgt das Ziel, ein Haus für queere Kulturgeschichte und Kunst aufzubauen. Damit will es ein starkes Zeichen für Diversität, Inklusion und Selbstbestimmung setzen. Wir, das Kollektiv hinter dem Museum, versuchen, die queeren Communities zu repräsentieren und ihnen darin gerecht zu werden. Das Bedeutungsspektrum der Buchstaben aus dem Akronym LGBTQIA+ ist breit. Es ist unmöglich und auch nicht sinnvoll, sofort alle „abzudecken“. Eine langsame Annäherung erscheint uns schlüssiger. Genauso mit den namensgebenden Begriffen: Die schauen wir uns aus unterschiedlichen Perspektiven an, in ihrer Synergie, ihrer ständigen Wandlung. Dann entscheiden wir. Anhand von Dokumentation und Archivierung ermöglichen wir uns sowie Interessierten, einzelne Veranstaltungen oder Arbeiten nicht als singuläre Äußerungen zu lesen, sondern diese vielen Fragmente zusammen zu denken.

Das Gerundium in meinem Titel Queering the Museum steht für eine Verbform, die fortlaufende Handlungen ausdrückt. Er verfolgt also nicht die Absicht zu behaupten, dass wir schon wüssten, wie ein vollständig **gequeertes** Museum und der Weg dorthin aussehen würden. Vielmehr wollen wir durch Ausprobieren zur produktiven Diskussion anregen, Erfahrungen sammeln, Kontakte knüpfen und in Folge Rückmeldungen und Reaktionen einarbeiten; und mit der Zeit mehr und mehr Menschen miteinbeziehen. Die Grenzen zwischen Publikum und Kollektiv sind dabei durchlässig, mitunter finden Wechsel statt, wenn vormalige Besucher:innen sich aktiv ins Kollektiv einbringen.

Ein Spezifikum ist, dass unsere Ausstellungen und Austragungsorte häufig wechseln, wir durch die Stadt ziehen, auch punktuell im Rahmen von einzelnen Veranstaltungen, im Belvedere 21, im Depot, in Kunstuniversitäten,

auf Kunstmessen, bei Protesten und im öffentlichen Raum auftreten. Durch diesen Status des Zu-Gast-Seins, des Wanderns erreichen wir unterschiedliche Publika, andere Häuser und deren Öffentlichkeitsarbeit. So passiert es regelmäßig, dass Besucher:innen wiederkommen und ein komplett anderes Queer Museum Vienna vorfinden. Die eine Ausstellung trifft sie vielleicht direkt ins Herz, die nächste wirft große Zweifel auf: Was hat das eigentlich mit mir zu tun? Unsere Vermittler:innen werden vor eine komplexe Aufgabe gestellt: die Kommunikation vor Ort immer so zu gestalten, dass nicht nur Gegenwartskunst zugänglich präsentiert wird, sondern auch die Haltung des Kollektivs und die Genese des Projekts. Nicht zuletzt gilt es, die gastgebenden Institutionen in den Informationsfluss einzubinden und mitzuberücksichtigen.

Unser Publikum besteht zu einem großen Anteil aus Personen, die gezielt queere Kunst und Inhalte sehen möchten. Die Erwartungen sind hochgesteckt, bisweilen hoffen erstmalige Besucher:innen darauf, in einem Marmorpalast einen Abriss über die komplette queere Kulturgeschichte anzutreffen; andere wiederum freuen sich schlicht über Geschichten und Figuren, mit denen sie sich identifizieren können. Reaktionen reichen also von Enttäuschung bis zu Enthusiasmus. Beides kann zurückgeführt werden auf das Im-Entstehen-begriffen-Sein. Außerdem gibt es einen wachsenden Stamm an Followers, der uns stets begleitet, ohne Wurzeln zu schlagen, darüber hinaus zahlreiche akzidentielle Überraschungsgäste, die sozusagen unbeabsichtigt Neuland betreten und vielleicht wiederkommen.

Unterwegs zu sein erfordert auch mehr Präsenz in sozialen Medien, im Newsletter und auf der Website. Es bedarf auf beiden Seiten eines Schrittes mehr: für einen Besuch erst zu überprüfen, wo sich das Museum gerade befindet, ob es derzeit geöffnet ist; für das Kollektiv entsprechende Informationen breitenwirksam zur Verfügung zu stellen und auf dem neuesten Stand zu halten.

Der längste Aufenthalt bisher fand in Form von insgesamt neun Ausstellungen im Volkskundemuseum Wien statt. Eine zumindest

Verweise

→ S. 317 Matthias Beitzl, Wollen wir nur besucht werden?

→ S. 246 JG Danso, Ein diverses Publikum will mitgestalten

→ S. 23 Lisa Gaupp, Macht oder Ermächtigung? Kulturpublikum zwischen Inklusion und Exklusion

→ S. 249 Kira Kirsch, *All over Vienna* – eine Reise mit dem Publikum

vorübergehend fixe Adresse, die Symbolkraft hatte; die Möglichkeit, auf ein Gebäude zu zeigen und zu sagen: Hier ist das Queer Museum Vienna! Weil queere Kunst und Geschichte erforscht, gesammelt, bewahrt, interpretiert und ausgestellt werden sollen und das nicht als Randerscheinung. Vergangene Ausstellungen zu verwandten Themen waren eher temporäre Schlaglichter in bereits bestehenden Räumen, die ihre Schwerpunkte generell anderweitig setzten. Es war daher praktisch ein historischer Moment, als zum ersten Mal in Österreich ein queeres Museum besucht werden konnte, das sich explizit queeren Anliegen widmet.

Der Wunsch nach einer permanenten Ausstellung, die sich modular verändert und ergänzt, besteht insbesondere hinsichtlich einer historischen, kulturgeschichtlichen Schau. Diese soll Einordnung und Verortung erleichtern und zeigen, dass queere Menschen immer schon da waren, auch wenn sie sich damals selbst nicht so bezeichnet hätten. Wir adressieren generell ein heterogenes Publikum, nicht nur Personen, die ohnehin durch ihre Identität mit queeren Sachverhalten konfrontiert sind; also ebenso potenzielle Verbündete und Menschen, die sich fragen, was sich da eigentlich genau **quer** stellt in diesem Museum.

Thomas Trabitsch,
Kollektiv

Queer Museum Vienna,
Wien

Thomas Trabitsch

kommt aus der Ecke der bildenden Kunst, arbeitet fast immer in Kollektiven, hat großes Interesse an physischen wie sozialen Räumen und deren Kapitalisierung sowie subversiven Strategien der Raumproduktion, insbesondere im queer-feministischen und selbstorganisierten Kontext. Aktuell und seit dessen Gründung engagiert er sich beim Queer Museum Vienna, das den Aufbau eines Hauses für queere Kulturgeschichte und Kunst zum Ziel hat. Für die Zukunft wünscht er sich mehr diversitätssensible und diskriminierungskritische Praxis im Kulturbereich.

queermuseumvienna.com

Publikum sein und werden-mit-anderen

Andrea Lumplecker für die Klasse für Alle,
Universität für angewandte Kunst Wien

Die Anfrage für diesen Text kam im August, Ende September sollte er fertig sein. Während des Studienjahres angefragt, hätte die Klasse für Alle ihn in kollektiver Praxis geschrieben. Doch das **Publikum** ist in den Ferien. Ich versuche, von der anderen Seite, der der Initiierenden (Organisierenden, Aufführenden) zu denken, für die Members und Participants, in die sich das Publikum der Klasse für Alle unterteilt, zu denen im besten Fall auch die viel zitierten mehr-als-menschlichen Wesen zählen und für die ich in diesem Text noch weitere Begriffe finden möchte, um sie in spielerischer Weise (und mit der Hilfe anderer Schreibender) weiterzudenken.

Publikum, so lese ich auf Wikipedia, ist der Sammelbegriff für zuhörende und zusehende Menschen bei unterschiedlichen Arten von Versammlungen, wobei die Aspekte der Öffentlichkeit (nur die Zuhörenden und Zusehenden bei einer für alle Menschen zugänglichen Versammlung bilden ein Publikum), der Freiwilligkeit („ein Publikum, dem es nicht freisteht, wegzulaufen, ist keines“) und der Meinungsfreiheit (einem Publikum muss es möglich sein, Beifall oder Missfallen zu äußern) wichtig sind. Auch ich, auf der Seite der Initiierenden der Klasse für Alle, zähle mich zu meinem Glück immer wieder zu deren Publikum: in den Momenten, wo ich von anderen Teilnehmenden und Mitgliedern lerne, im Austausch von Wissen, im Fluss von Ideen, die sich im gemeinsamen Arbeiten, oft in einem Garten für Alle, oft spielerisch ergeben. Ich lerne umso mehr, wenn andere Teilnehmende aus anderen Lebenswirklichkeiten kommen, vielleicht eine andere Sprache (als die der Kunst- und akademischen Welt) sprechen, meine Gewohnheiten in Frage stellen, meine Privilegien sichtbar machen, wenn ein gemeinsames Lernen und Ver-lernen mich bewegt und lebendig macht.

Ich bemerke: In der Version des Publikum-Seins der Klasse für Alle geht es um (öffentliches, freiwilliges und kritisches) Lernen, um ein **Werden-zu**. Member (also Mitgliedspublikum) zu sein bedeutet in der Klasse für Alle: **Commitment**, Verantwortung übernehmen zu wollen, einen Gestaltungswillen zu haben, im Arbeiten mit anderen Handlungsspielraum zu entdecken, in der Auseinandersetzung mit zuvor fremden Menschen zu wachsen.

Participant (also teilnehmendes Publikum) zu sein ist weniger drastisch: Die Teilnehmenden entscheiden immer wieder, ob und wie oft sie dabei sein wollen – vielleicht nur ein einziges Mal. Dennoch wünschen wir (die Organisierenden und auch die Members) uns, dass sie mehr als Zuhörende und Betrachtende sind. Und es ist auch schwierig, nicht zumindest einen Hauch auf zutiefst körperliche (Erde umgrabend, Bäume pflanzend), sprachliche (mitlesend, Fragen stellend, Lösungsmöglichkeiten findend), riechende (Kompost sammelnd) oder seelische Weise (die Angst vor einer ungewissen Zukunft mit anderen teilend) involviert zu sein. Immer wenn ich in den zwei Jahren des Bestehens der Klasse die Chance hatte, mich ins Publikum fallen zu lassen (ich habe im Eutonie Workshop auf mir zeichnen lassen, im Recording Workshop einem Wespen-nest ganz nah gelauscht, beim Gardening den Kraftakt des Bäume-pflanzens spüren gelernt), dann hat mich dieses Publikum-Sein verändert, und das vor allem, weil ich die Erfahrung nicht als allein Fühlende oder Zuhörende gemacht habe, sondern im Austausch, im Miteinander-Handeln in einer Gruppe von Menschen (und anderen Wesen), in einer Weise, die mein Leben seit zwei Jahren prägt.

Ich denke an weitere Definitionen für diese Formen des Publikum-Seins, die ohne ein Miteinander-Werden nicht möglich wären:

Elaine Gan und Anna Tsing sprechen von Assemblage (übersetzt Menge, Sammlung, Versammlung). Während in früherer (ökologischer und anthropologischer) sozialer Theorie von Communities und deren sozialem Zusammenhalt gesprochen wurde, definiert die Assemblage eine losere Gruppierung und imaginiert sie „as a dynamic process of becoming with“ (übersetzt „als einen dynamischen Prozess des Miteinander-Werdens“), wo auch noch Donna Haraway ins Spiel und Denken kommt. Es geht in diesem Beispiel um Wälder, die ins Leben gerufen werden und die in ihrem Wachsen eine mehr-als-menschliche Versammlung (aus Menschen, Bäumen, Pilzen, Lebenszyklen, saisonalen Rhythmen aus sicht- und unsichtbaren, unter- und oberirdischen Netzen) darstellen.

Donna Haraway: „Das meint, dass wir einander in unerwarteten Kollaborationen und Kombinationen, in aktiven Kompostierungen brauchen. Wir werden miteinander oder wir werden gar nicht.“

Bei Fred Moten und Stefano Harney sind es die Undercommons, die „von der Alltagspraxis des Tuns und Schaffens charakterisiert werden“, in einer Form von **Poiesis**: „Es ist eine soziale Poetik: Ein permanenter Prozess, in dem Menschen Dinge und einander erschaffen. (...) Sie erschaffen die Sozialität, in der sie leben.“

Es ist die Idealvorstellung eines Publikums der Klasse für Alle, die Kristin Ross in ihren Überlegungen zur Gedankenwelt der historischen Pariser Kommune noch übertrifft: „Dieses Ensemble aus raschem Gedankenaustausch, Verbindungen und Kooperation, aus symbolischen Formen von Solidarität und verstreuten, oftmals flüchtigen Begegnungen mag nur einen Augenblick lang existiert haben.“

Wünschen wir uns nicht neue Formen politischer Beteiligung durch selbst flüchtige Begegnungen mit anderen, in Formen leidenschaftlicher Kooperationen über das Gewohnte hinaus? Wünschen wir uns nicht öfter, dass **Poiesis** unser soziales Handeln, die sozialen Netzwerke durchzieht und uns ergreift? Könnten nicht solche Formen des Publikum-Seins und -Werdens, die ich von der Klasse für Alle (mich selbst inbegriffen) erwarte, für gegenwärtige und zukünftige soziale und ökologische Prozesse wegweisend, ja diese Zukunft verändernd sein?

Verweise

→ S. 228 AKT, *Partecipazione / Beteiligung*

→ S. 202 Stefan Benedik, Eva Meran und Monika Sommer, Warum es im Haus der Geschichte Österreich kein Publikum, aber viele „Anspruchsgruppen“ gibt.

→ S. 116 Renate Höllwart, Simon Nagy, Elke Smodics und Nora Sternfeld, Die Parameter des Sprechens im Museum selbst benennen. Oder: Was wäre, wenn Partizipation nicht nur ein Schlagwort wäre?

→ S. 18 Daniel Schönherr, Kultur, halt nicht für alle? Soziologische Anmerkungen zur kulturellen Beteiligung

Quellen

Elaine Gan, Anna Tsing: How Things Hold. A Diagram of Coordination in a Satoyama Forest, in: Garcia Dory and Lucia Pietroiusti (Eds.): *Mircohabitable*, Köln/New York 2008.

Donna J. Haraway: *Unruhig bleiben. Die Verwandtschaft der Arten im Chthuluzän* – aus dem Englischen von Karin Harrasser, Frankfurt/New York 2016/2018.

Fred Moten, Stefano Harney: *Eine Poetik der Undercommons* – aus dem Englischen von Lena Schmidt unter Mitarbeit von Sofia Lyall, Leipzig 2019.

Kristin Ross: *Luxus für alle. Die politische Gedankenwelt der Pariser Kommune* – aus dem Englischen von Felix Kurz, Berlin 2021.

Die Klasse für Alle

ist seit 2021 das Weiterbildungsprogramm der Universität für angewandte Kunst Wien. Die Klasse ist offen für alle, denn ein gemeinsames Lernen und Aufeinandertreffen von Menschen jeden Alters, unterschiedlichster Kulturen und Herkünfte, aus vielen Berufsfeldern, mit oder ohne Vorbildung und den diversesten Fähigkeiten und Interessen stehen im Mittelpunkt. Vor allem in der Assemblage von Diversität und einer Verständigung über das Vertraute hinweg sehen wir die Chance, eine lebenswerte Gegenwart und Zukunft möglich werden zu lassen. Es ist für alle Beteiligten eine Herausforderung, an und in dieser Diversität zu arbeiten, und wir befinden uns in der Klasse für Alle erst am Beginn eines Prozesses. Es ist z. B. notwendig, Zugänge zu als selbstverständlich erscheinenden Strukturen an erster Stelle zu denken und direktes soziales Handeln und eine verständliche Sprache in den Vordergrund zu stellen.

Ein eben erst Deutsch lernender Member schätzt in der Klasse, wie wir mittels kollektivem künstlerischem Arbeiten und über Hands-on-Aktivitäten zu einer gemeinsamen Sprache finden können. Eine pensionierte Ärztin, in großer Sorge um unsere natürliche Lebenswelt, teilt als Participant ihr großes ökologisches Wissen mit uns, aber auch das Wissen um die Sorge für andere. Für eine teilnehmende Grinberg-Therapeutin, 70, ist Zeichnen eine weitere körperliche Ausdrucksform und in der Gruppe zu zeichnen Inspiration – auch für sie steht eine fürsorgende Interaktion im Mittelpunkt. Ein junger Architekt ist, seit er in Wien angekommen ist, Member der Klasse, in deren kollektiver Praxis er sein Interesse für ökologische Bau- und Gesellschaftsformen und ein interessiertes Miteinander ermöglicht sieht. Ein weiterer Participant, Mitte 40 und derzeit ohne bezahlte Arbeit, sieht in der Permakultur eine relevante Lebensform und wünscht sich in der Klasse vor allem kritische Diskussionen. Eine Künstlerin arbeitet mit Fotografie und Performance; sie sucht in unserer natürlichen Umgebung Möglichkeiten der Interaktion mittels künstlerischer Ausdrucksformen. Einen gelernten Gärtner und Architekten interessieren in der Klasse die Möglichkeiten, in der Vermischung von praktischen, handwerklichen, kooperativen, theoretischen und animistischen Zugängen zu ökologischen und sozialen Krisen zu arbeiten. Strukturen der Gruppenarbeit und Selbstorganisation stehen für eine Member, die berufliche Erfahrung aus unterschiedlichsten kulturellen Feldern mitbringt, im Mittelpunkt dafür, gesellschaftliche Probleme lösen zu können. Eine Kunststudierende interessiert sich in der Klasse vor allem für die kollaborativen und ökologischen Strukturen, die über eine individuelle künstlerische Praxis hinausgehen.

Andrea Lumplecker

leitet die Klasse für Alle. Sie ist interessiert an experimentellen Formen des Lernens, Composting und daran, wie künstlerisches Denken soziale und ökologische Möglichkeiten triggern kann – so auch mit dem off space school, den sie zusammen mit Yasmina Haddad leitet und der eine wichtige Partnerin der Klasse für Alle ist.

Danke an Vik Bayer, Carlos Elpuente, Kristina Feldhammer, Nikolaus Froewis, Isa Klee, Monika Mahdavian, Johanna Preissler, Irmela Steinert, Ritger Traag, Johannes Wiener und viele andere!

klassefueralle.uni-ak.ac.at

Kulturarbeit als Weg zur gesellschaftlichen Partizipation

maiz

Wie heißt deine Waschmaschine? Maricelli!
Wie heißt dein Kühlschrank? Homa!
Wie heißt deine Spülmaschine? Nosrat!
Wie heißt dein Staubsauger? Sorour!
Wie heißt dein Wischmopp? Anna-Maria!
Wer passt auf die Kinder auf? Sarah!
Wie soll es sein? Alle zusammen!¹

maiz,
Kollektiv

Linz

Seit 1998 entwickeln wir in unserer Kulturarbeit Strategien, um Migrant*innen² zu Protagonist*innen der Kulturagenda Österreichs wie Europas zu machen. Eines unserer Hauptziele ist es, Politik und kulturelle Aktivitäten zusammenzubringen, um heteronormative Modelle, rassistische und diskriminierende Herrschaftsstrukturen und Machtverhältnisse zu hinterfragen und dekonstruieren. In unseren Prozessen verknüpfen wir Autonomie, Kunst, Kreativität und politische Partizipation durch alternative Formen des Widerstands. In einer Welt der Entmenschlichung bekräftigen wir Sichtbarmachung und Protagonismus durch Geschichten von Kampf, Migration, Unterdrückung, Widerstand, Schmerz und Hoffnung. Das ermöglicht uns, der eurozentrischen Normativität der Wissensproduktion und -bewertung zu entkommen. Wir wollen nicht nur die Herrschaftsordnung kritisch hinterfragen, sondern auch Imagination und Träume erzeugen und Räume der Antizipation oder Utopie schaffen, die erzählen, wie eine egalitäre Welt aussehen könnte. In diesem Sinne versucht unsere Kulturarbeit, hoch politisch und transformativ zu sein.

¹ Sprüche, die maiz und das kollektiv gemeinsam mit Migrant*innen für die Demonstration am 1. Mai 2023 vorbereitet haben, deren zentrales Thema bezahlte und unbezahlte Sorgearbeit im Kontext des rassistischen Kapitalismus war. Zu den Forderungen gehörten: mehr Wertschätzung für unbezahlte Sorgearbeit, bessere Arbeitsbedingungen, soziale Sicherheit für alle, Klimagerechtigkeit, Grundeinkommen für alle und solidarisches Zusammenhalten.

² maiz wurde für „Frauen“ initiiert und arbeitete bzw. arbeitet immer noch ständig daran, das Geschlecht als gegebene und unveränderliche Kategorie zu problematisieren. In diesem Text verwenden wir das Symbol *, um die Verwendung des Wortes „Frau“ zu erweitern sowie es in Frage zu stellen. Der in verschiedene Richtungen weisende Gender-Stern veranschaulicht, dass Geschlechtsidentitäten sehr vielfältig sind und neben der Kategorie „Frau“ auch nicht-binäre, intersexuelle und transsexuelle Menschen sowie alle, die sich mit der Kategorie „Frau“ identifizieren, eingeschlossen sind.

Gegen die Objektivierung

Mit dem Ziel der sozialen Transformation und mit der Gesellschaft als Publikum wenden wir uns nach einem allgemeinen Verständnis gegen eine Politik, die Migrant*innen zu einem Objekt (inter)kultureller Darstellungen macht. Daher lehnen wir stereotype, folkloristische Darstellungen von Migrant*innen ab. Und wir distanzieren uns von viktimisierenden Perspektiven und paternalistischen Praktiken, die ihre Handlungsfähigkeit untergraben. Migrant*innen sind eine sehr heterogene Gruppe, die verschiedene Lebenssituationen, Geschichten und Sprachen mitbringt sowie Diskriminierungserfahrungen und unbewusste Fähigkeiten, diese zu navigieren. Wir kämpfen darum, unsere eigenen, unterschiedlichen Identitäten zu konstruieren – Identitäten, die nach Stuart Hall und Paul du Gay oft von sich überschneidenden antagonistischen Diskursen, Praktiken und Positionen eingerahmt werden – und uns als politische Subjekte zu finden und zu konstruieren. Wir versuchen in unserem Austausch ständig über unsere Vorstellung der Kategorie „Migrant*innen“ nachzudenken, damit sie nicht durch den Vergleich mit der Differenz bzw. Ein- und Ausschließung definiert wird. Dabei ist die Theorie von Intersektionalität ein wichtiges analytisches Werkzeug, um die Verortung unserer sozio-politischen Subjektivitäten innerhalb der Machtverhältnisse in der (den) Gesellschaft(en) zu erkennen.

Die Gesellschaft als Publikum

Unsere Arbeit bezieht Migrant*innen in die Konzeption, Vermittlung und Umsetzung jedes Projekts mit ein und artikuliert sich zwischen verschiedenen Publikumsgruppen und sozialen Sphären: Wir sind in Museen und Büchern ebenso präsent wie auf der Straße und in öffentlichen Räumen. Wir fordern das Publikum heraus, seine eigenen Annahmen und Wahrnehmungen, seine Rolle in der Gesellschaft, seine Privilegien und die offensichtlichen Widersprüche zu hinterfragen, die auf dem Ungleichgewicht der Repräsentationen beruhen. Darüber hinaus geht es in unserer Arbeit besonders darum, kollektive Zufluchtsräume, **safer spaces**, zu erschaffen, wo sich Migrant*innen selbst repräsentiert sehen, selbst bestimmen können und in denen die Performativität ihrer Identitäten nicht unbe-

dingt der Erfahrung von Diskriminierung und Gewalt unterworfen oder mit ihr verbunden ist.

Reflexion, Partizipation und Vernetzung

Unsere Kulturarbeit ist im Alltäglichen verankert und mit der Zusammenarbeit und der Mitgestaltung unserer Lebensrealitäten verbunden, da wir verstehen, dass Kreativität nicht von den täglichen Kämpfen getrennt ist. Unsere Kulturprojekte folgen einem partizipativen Prozess innerhalb und außerhalb der Organisation. Dabei setzen wir uns kritisch mit Themen wie Kapitalismus, Rassismus, Sexismus, Queer- und Transphobie sowie anderen Formen der Diskriminierung auseinander, vor allem aber mit unserer Rolle und Verantwortung als Akteur*innen der Veränderung in einem neoliberalen Staat. In diesem Zusammenhang sind wir bestrebt, sowohl lokal in unserer unmittelbaren **Community** als auch global in einem größeren Netzwerk von Verbündeten und Initiativen zu handeln – inspiriert von anderen systemkritischen Bewegungen wie z. B. den Zapatistas in Mexiko. Unsere Arbeit und unsere Allianzen sind in einer dekolonialen, feministischen Perspektive verwoben, die nicht nur in unserer Gegenwart verankert, sondern auch in einer Geschichte mit unendlichen kontextuellen Verbindungen verstrickt ist.

Kampf für mehr Ressourcen

Wegen unserer klaren gegenhegemonialen Position erleben wir nicht nur einen Kampf um Anerkennung, sondern vor allem um finanzielle Unterstützung. Der Mangel an Ressourcen stellt uns vor große Herausforderungen, wie z. B. prekäre Arbeitsbedingungen, die Angewiesenheit auf ehrenamtliche Arbeit und freiwilliges politisches Engagement, die Ungewissheit über unsere Zukunft oder den zeitraubenden Umgang mit bürokratischen Tätigkeiten – Zeit, die wir lieber sowohl für Menschen als auch für interne Reflexionen nutzen würden.

Strategieansätze für Sichtbarkeit und gegen Objektivierung

Im Folgenden stellen wir zwei unserer letzten Projekte vor, die sich mit unterschiedlichen Formaten und Vorstellungen an das Publikum wandten und es einbezogen:

Verweise

- S. 23 Lisa Gaupp, Macht oder Ermächtigung? Kulturpublikum zwischen Inklusion und Exklusion
- S. 116 Renate Höllwart, Simon Nagy, Elke Smodics und Nora Sternfeld, Die Parameter des Sprechens im Museum selbst benennen. Oder: Was wäre, wenn Partizipation nicht nur ein Schlagwort wäre?
- S. 72 Gunilla Plank, Am Land gibt es kein Publikum, es gibt nur „die Leit“.
- S. 131 Karin Schneider, Mit, durch, für ... das Publikum – welches Publikum?

Das erste ist ein Beispiel für selbstbestimmte Repräsentation und das Erkämpfen einer Sprecher*innenposition im öffentlichen Diskurs. Das zweite zeigt unseren Umgang mit der permanenten Instrumentalisierung migrantischer Positionen im Kunst- und Kulturbetrieb auf.

1. Wir machen uns sichtbar

Schutzmantel gegen Rassismus – Subalternierte Körper MACHEN SICH SICHTBAR in der Stadt war ein Projekt, das sich an rassifizierte (ehemalige) Migrant*innen, die im Care-Sektor tätig waren, richtete. Die meisten dieser Frauen* waren entweder pensioniert oder im Rentenalter, hatten jedoch keinen Anspruch auf Pensionsgelder, da sie ihr ganzes Leben lang in prekären Beschäftigungsverhältnissen ohne soziale Absicherung gearbeitet hatten. Zwischen Juni und Dezember 2022 führten wir Workshops mit partizipativen, kreativen Methoden, die unsere Körper selbst miteinbezogen. So förderten wir das Kennenlernen und den gegenseitigen Austausch von Geschichten und Erinnerungen an Momente des Widerstands im täglichen Kampf. Das wichtigste Bindeglied, um diese Geschichten sichtbar zu machen, war die Kunst der Fotografie: Jede* Teilnehmer*in wählte einen Ort in Linz, den sie mit ihrer Geschichte verband, insbesondere mit ihrer Erinnerung an Widerstandsmomente, als sie am meisten Schutz benötigte. Daraufhin stellte die Gruppe ein kollektives textiles Objekt her, einen Schutzmantel, der ein Inventar an Kraft-Bildern, -Welten und -Quellen enthielt und ihrem Leben in der Stadt entnommen war. Das gemeinsam geschaffene Widerstandssymbol des „Schutzmantels“ eigneten sich die Teilnehmer*innen als Symbol ihrer Stärkung durch Kollektivität an, indem ihn jede* anzog und sich darin an ihrem gewählten Ort fotografieren ließ. Die Fotos bildeten die Teilnehmer*innen als Protagonist*innen ab. Sie wurden im Rahmen einer Veranstaltung der Universität der Ignorant_innen im Wissenslabor zum Thema *Care-Flechtungen. Kämpfe verbinden* gezeigt. Etwas später stellten wir die Fotos in der Galerie WHA der Kunstuniversität Linz aus sowie an sechs Bus- und Straßenbahnhaltestellen im Linzer Stadtraum, um disruptive Effekte in der Stadt zu erzeugen.

In diesem Projekt entwickelten sich kulturelle und künstlerische Produktionen aus dem Widerstand der Teilnehmer*innen gegen ihre eigene Prekarität und wurden so zu einem progressiven Aktivismus. Durch ihre Geschichten und die von den Teilnehmer*innen übernommene Protagonist*innenrolle schuf das Projekt einen Rahmen, in dem ältere Menschen (rassifizierte Frauen*) als Quelle von Weisheit, Stärke und Widerstandsfähigkeit geschätzt wurden. Und indem die Bilder in der Öffentlichkeit gezeigt und in großen Räumen ausgestellt wurden, war es möglich, das Unsichtbare sichtbar zu machen und von dort aus Unbehagen und/oder Empathie zu erzeugen, um Reflexionen über Repräsentation, Macht und Privilegien anzuregen und jenen Sichtbarkeit und Repräsentationsflächen zu geben, die sich sonst viel zu selten im öffentlichen Raum repräsentiert sehen.

2. Wir intervenieren in Institutionen

Zwischen Juni 2022 und März 2023 arbeiteten wir gemeinsam mit dem Verein das kollektiv und einer Künstlerin an der Intervention „Wer putzt das kritische Museum?“ für die Ausstellung *What the Fem*?* im Nordico Stadtmuseum. Unsere Intervention fand an zwei Tagen statt: am 3. März 2023 mit einer Diskussionsrunde und am 23. März 2023 mit einem ungemütlichen Rundgang durch die Ausstellung.

Unter dem Motto *Museum under de/construction* luden uns die Kurator*innen ein, bei der Ausstellung mitzumachen. Zu diesem Zeitpunkt gab es bereits ein fertiges Konzept. Wir sollten nur für eine „Migrant*innenquote“ partizipieren. Dessen bewusst hatten wir uns zur Teilnahme entschlossen, die zu einem ständigen Überdenken wurde: Wie sollten wir ohne Vereinnahmung in einem institutionalisierten Raum intervenieren, den wir kritisieren, weil er Teil eines Systems ist, das bestimmte Geschichten ausschließt?

Das Museum wurde dafür gelobt, dass es eine Ausstellung mit der Idee von „work in progress“ zeigte. Der liberale Feminismus blieb in der Storyline jedoch prominent und dominant. Dieser weiße, bürgerliche Feminismus widmet sich ausschließlich denjenigen, deren wesentlicher Kampf die Wahlfreiheit,

maiz

ist ein autonomer Verein von und für Migrant*innen, der 1994 in Linz gegründet wurde und seither in sechs Bereichen (Beratung, Bildung, Kultur, Jugend, Sex&Work und Forschung/Wissen) mit dem Ziel tätig ist, die Lebens- und Arbeitssituation von Migrant*innen in Österreich zu verbessern, ihre politische und kulturelle Partizipation zu fördern sowie eine Veränderung der bestehenden, ungerechten gesellschaftlichen Verhältnisse zu bewirken.

maiz.at

die Gleichstellung von Männern und Frauen und die Entwicklung erfolgreicher Karrieren ist, die oft an das koloniale-kapitalistische System angepasst sind. Darin behält er – frei nach Cinzia Arruzza – seine blinden Flecken bei und weigert sich, die sozioökonomischen wie racial Beschränkungen anzusprechen, die Freiheit und Selbstbestimmung für die große Mehrheit der Frauen unmöglich machen. Das lobende Feedback der Besucher*innen wie in der Presse stärkte die Dominanz des liberalen Feminismus im Rahmen der Ausstellung weiter.

Auf der anderen Seite nahmen nur wenige Menschen an den von den Organisator*innen durchgeführten Veranstaltungen wie Interventionen teil, in denen eine wirkliche Auseinandersetzung mit den blinden Flecken stattfand. Ausgehend von unserer antirassistischen und gegenhegemonialen Perspektive mussten wir uns also die Frage stellen, wie die Meinung der Öffentlichkeit mit dem herrschenden Diskurs übereinstimmt, der auch den (dekolonialen) feministischen Kampf vereinnahmt. Neben vielen anderen kritischen Anmerkungen betonten wir die fortgesetzte Praxis der vermeintlichen Sichtbarmachung (durch weiße, westliche Feminist*innen) marginalisierter Positionen (u. a. migrantischer, Schwarzer, muslimischer FLINTA*-Positionen in Linz) ohne deren aktive Beteiligung sowie die fehlende Vergütung für die Arbeit der beteiligten Künstler*innen – obwohl eines der Ausstellungsthemen „Teilnahme am Arbeitsmarkt“ lautete.

Mit unseren Kulturprojekten schaffen wir gemeinsam mit marginalisierten Gruppen als sprechende und gestaltende Subjektpositionen Platz im Kulturbetrieb. Wir lassen ihre Kämpfe und subalternierten Positionen im öffentlichen wie institutionellen Raum sichtbar werden. Damit sind sie nicht nur Protagonist*innen, sondern auch als Publikum adressiert. Wir widersetzen uns hegemonialen Kräften der Vereinnahmung. Und dafür fordern wir in den hegemonialen Kulturinstitutionen (aber nicht nur dort) tiefgreifende strukturelle Veränderungen.

Quellen

- Cinzia Arruzza, Tithi Bhattacharya, Nancy Fraser: *Feminism for the 99 Percent. A Manifesto*, London / New York 2019.
- Luzenir Caixeta: Prekarität, Care-Krise, transnationale Arrangements und die Rolle von Migrant_innen, in: Claudia Brunner, Dagmar Fink, Birge Krondorfer, Sabine Prokop (Hg.): *Freiheit & Prekarität. Feministische Wissenschaft, Kulturkritik und Selbstorganisation*, Münster 2013.
- das kollektiv, maiz: Wer putzt das kritische Museum?, in: *Migrazine* 2023/1.
migrazine.at/artikel/wer-putzt-das-kritische-museum
- das kollektiv, maiz: Wer putzt das kritische Museum?, in: *KUPFzeitung* #186/2023.
kupf.at/zeitung/186/wer-putzt-das-kritische-museum
- Stuart Hall, Paul du Gay (Hg.): *Questions of Cultural Identity*, New York 1996.
- Patricia Collins Hill, Sirma Bilge: *Intersectionality (Key Concepts)*, Cambridge (UK) 2020.
- maiz: *Deutsch als Zweitsprache. Ergebnisse und Perspektiven eines partizipativen Forschungsprozesses*, Linz 2014.
- maiz: *Schutzmantel gegen Rassismus*.
maiz.at/de/projekte/maiz/schutzmantel
- Yuderkys Espinosa Miñoso: *De por qué es necesario un feminismo descolonial*, Barcelona 2022.
- Klemens Pilsl, Rubia Salgado: Beabsichtigt ist eine tiefe Veränderung im kollektiven Denken, in: Thomas Diesenreiter (Hg.): *Kultur, Arbeit, Misere. Begleitende Texte der KUPF-Kampagne Kulturarbeit ist Arbeit*, Linz 2008.
- Olivia Roig: *Why we matter*, Berlin 2021.
- Françoise Vergès: *A Museum Without Objects*, in: Iain Chambers, Alessandra de Angelis, Celeste Ianniciello, Mariangela Orabona, Michela Quadraro (Hg.): *The Postcolonial Museum. The Arts of Memory and the Pressures of History*, London 2014.

Von „Neuen Freundschaften“ und involviertem Kuratieren

Muhammet Ali Baş (MAB) und Magdalena Chowaniec (MC),
Tangente St. Pölten, im Interview mit Stephan Kuss (SK)

Zuhören und sichtbar machen

SK: Vor knapp zwei Jahren wurdet ihr als Kurator*innen und Vermittler*innen der Stadtprojekte Teil der Tangente St. Pölten und arbeitet seitdem daran, die Bürger*innen der Stadt näher kennenzulernen und mit ihnen gemeinsam Projekte an der Schnittstelle von Kunst und Community zu realisieren. Wie und mit welchen Ideen und Methoden habt ihr eure Arbeit begonnen?

MAB: Zu Beginn bin ich an jene Orte gegangen, an denen sich das zentrale Leben abspielt. Mit der Intention, mehr über die Geschichte der Stadt und ihre Bewohner*innen zu erfahren, habe ich Restaurants, Imbissstände und Dönerläden besucht und Gespräche gesucht. So lernten wir Menschen kennen, die uns auf Stadtpaziergänge mitgenommen haben. Mit der Zeit hat sich unser Netzwerk erweitert. Uns war es wichtig, diverse Perspektiven auf die Stadt zu bekommen; Perspektiven, die in den Institutionen kaum vorhanden sind. Eine leitende Frage war, an welches **andere** Wissen können wir anknüpfen?

Zeitgleich haben Magdalena und ich auch viel voneinander gelernt. So ist eine Beziehung zwischen uns entstanden, in der wir tun, was wir als Ansatz verfolgen: uns gegenseitig zuhören und einander unterstützen. Das hat den Communitys auch gezeigt, dass sie uns vertrauen können.

MC: Meine ersten Adressen waren das Büro für Diversität St. Pölten und das Diversity Café im Saal der Begegnung. Dort traf ich diverse Frauen, die mir Einblicke in ihre Leben gaben. Es war mir wichtig, direkt von ihnen selbst zu hören, was sie zu sagen haben. Nur so konnten wir die Menschen kennenlernen und ein Gefühl für die Stadt bekommen. Es ging uns letztlich darum, Atmosphären zu schaffen, in denen die Dinge, die die Menschen beschäftigen, endlich diskutiert werden. Da habe ich mich oft gefragt, welche Möglichkeiten ich als Kuratorin entwickeln und anbieten kann.

Kunst der Gemeinschaft und ihre Zukunft

SK: Nach einem Jahr des Kennenlernens und des Sammelns von Erfahrungen habt ihr im Kulturheim Nord euer Sommerprojekt 2022 gestartet. Wie habt ihr es geschafft, den Communitys programmatisch auf Augenhöhe zu begegnen und ihre Stimmen so zu involvieren, dass sie sich mit ihren Lebensrealitäten repräsentiert fühlten?

MC: Wir haben einen Raum geschaffen, der in der Stadt fehlt: nämlich einen konsumfreien, in dem Menschen gerne ihre Zeit verbringen. Mit Mitteln der Kunst startete dort ein Dialog zwischen Teilnehmer*innen, vier von uns eingeladenen Künstler*innen und dem Tangente-Team. Im Rahmen von Workshops, gemeinsamem Essen, Gesprächsrunden und einfach beim Abhängen haben wir uns der Fragestellungen der Communitys angenommen.

MAB: Unsere Treffen mit Communitys finden, soweit es geht, auf Augenhöhe statt, Hierarchien bestehen strukturell dennoch. Denn anders als die Menschen, die ihr Wissen mit uns teilen, werden wir für unsere Arbeit bezahlt, wenn wir mit ihnen Gespräche führen. Daher haben wir uns für den Ansatz des involvierten Kuratierens

entschieden: Aus unseren Gesprächen haben wir die Bedürfnisse und Wünsche unserer Communitys aufgenommen und ihre Stimmen im Programm unserer Veranstaltungsreihe *Neue Freundschaften – It's a Date* wiedergespiegelt. Ein großes Anliegen war auch der anhaltende Kontakt und der stete Austausch. Ein Date pro Monat sozusagen.

MC: Grundsätzlich geht es uns darum, Handlungsmacht mit allen Beteiligten auf unterschiedlichen Ebenen zu teilen und Themen zu bearbeiten, die von unseren Communitys gewünscht sind, aber auch eine globale Relevanz haben. So hatten wir Veranstaltungen zu Themen wie: Asyl, Arbeit und Arbeitsbedingungen, Frauen*-Proteste, Barrierefreiheit in der Stadt und andere universell wichtige Themen. Unsere Community-Arbeit besteht also stark darin, dass wir die diversen Expertisen unserer Teilnehmer*innen erkennen und Zeit mit ihnen verbringen, mit ihnen gemeinsam kochen, essen, tanzen und singen.

SK: Schafft ihr es, mit euren Projekten nachhaltige Beziehungen zu den Communitys in St. Pölten aufzubauen, die über die Tangente und über das Jahr 2024 hinaus bestehen können?

MAB: Mit unserer Arbeit zeigen wir Potenziale der diversen Communitys vor Ort auf und gestalten seit Sommer 2022 mit ihnen gemeinsam unterschiedliche Programme – wahrscheinlich wird all dies Ende 2024 weg sein, wenn auch die Tangente endet. Es ist ziemlich schwer und vielleicht gar nicht wirklich möglich, in einem einmaligen Festivalformat nachhaltige Strukturen aufzubauen.

MC: Wir versuchen, nachhaltige Impulse zu setzen und Menschen dazu zu bewegen, aktiv zu werden und die Arbeit, die nun gemeinsam begonnen wurde, weiterzuführen.

MAB: Ich hoffe, es wird für Entscheidungsträger*innen sichtbar, was durch unser gemeinsames Handeln möglich ist. Wir zeigen auf, dass alle Bürger*innen der Stadt ein Recht darauf haben, mitzubestimmen und Dinge gemeinsam zu formen und vor allem zu fordern.

MC: Wir schaffen Räume, in denen sich Menschen mit unterschiedlichen Weltanschauungen treffen, in denen es Konfliktpotenzial und Reibungen gibt. Es müssen dringend und proaktiv mehr Situationen geschaffen werden, wo diverse Körper, Zeitlichkeiten, Sprachen und kulturelle Hintergründe aufeinandertreffen. Nur so können wir Demokratie leben.

Wir sind alle Zuschauer*innen

SK: Wie steht ihr zum Begriff Publikum?

MAB: Wir verwenden zwischen uns den Begriff gar nicht. Wir sehen unsere Communitys nicht als passives Publikum, denn wir haben ihnen nichts zu zeigen. Wir hören einander zu, wir teilen miteinander und wir lernen voneinander.

MC: Die Menschen, mit denen wir zusammenarbeiten, sind unsere Gesprächspartner*innen und spielen eine große Rolle in unserer Praxis. Wir sind Freund*innen – mit unserer Arbeit schließen wir neue Freundschaften, die uns und die Welt um uns verändern.

Verweise

→ S. 224 Christiane Erharter, Maruša Sagadins *B-Girls, Go!* als Signifikant der Community Outreach
→ S. 30 Fabian A. Rebitzer, „Wer fehlt?“ Balanceakte im Feld des Nicht-Publikums
→ S. 180 Elisabeth Schweeger, Wir brauchen das Vis-à-Vis
→ S. 120 Krysztina Winkel, Keep it shiny, keep it real – im Stück, auf der Bag oder for real? Akteur*innen und Outreach an der Wiener Staatsoper

Muhammet Ali Bas

studierte Sprachkunst und Ausstellungstheorie und -praxis an der Universität für angewandte Kunst Wien. Als Sprachkünstler arbeitet er interdisziplinär zu Themen wie Sprache, Erinnerung, Repräsentation und Rassismus. In Communityprojekten in diversen Konstellationen vermittelt er künstlerische Praxen zu Empowerment und Selbstwirksamkeit. Derzeit ist er Kurator und Vermittler für Outreach-Projekte bei der Tangente St. Pölten. Im Jetzt denkt er an aktivierbare Krisen, die andere Zukünfte möglich machen als jene, auf die wir zusteuern.

Magdalena Chowaniec

wurde in Polen geboren und verbrachte 9 Jahre ihres Lebens im Ballettinternat, wo sie ihre Liebe zum Ballett verlor und die zum zeitgenössischen Tanz entdeckte. Mit 18 Jahren kam sie nach Österreich und neben ihrem Studium auf der Bruckneruniversität Linz und vielen Gelegenheitsjobs baute sie ihre berufliche Laufbahn als Tänzerin und Performerin mit vielen diversen Kompanien auf. In ihrer Arbeit, ob künstlerisch oder kuratorisch, konzentriert sie sich auf das aktivistische und emanzipatorische Potenzial der darstellenden Künste sowie auf die transformative Kraft und geteilte Erfahrung, die sie bieten. In den letzten Jahren war sie als Künstlerin zu Gast u. a. bei: ImpulsTanz Festival, Wiener Festwochen, HAU Berlin, Wiener Staatsoper, Elevate Festival und als Forschende auf der Kunstuni Graz. Sie organisierte die Wieder Donnerstag Demos mit und spielte in zwei Musikgruppen. Zurzeit arbeitet sie als Kuratorin und Vermittlerin der Stadtprojekte bei der Tangente St. Pölten und hofft, dass sie in Zukunft noch von der Zukunft träumen darf.

Stephan Kuss

ist in Wien lebender Kurator, Kulturarbeiter und Ausstellungsproduzent. Seit 2022 ist er als Teil des Ausstellungsteams am Kunst Haus Wien für die Umsetzung von Ausstellungen sowie die Kuratierung des Community-Outreach-Programms und diskursiver Formate zuständig. Zuletzt war er Ko-Leiter des Communityprogramms der Ausstellung Close/d. Künstlerische Erkundungen in benachbarten Umwelten. Er beschäftigt sich mit gemeinschaftsbasierten Prozessen des Kuratierens und der Arbeit mit Communitys und forscht darüber hinaus zu kollektiven Handlungsräumen an der Schnittstelle von Kunst, Aktivismus und kritischer Wissensproduktion.

Die Tangente St. Pölten

ist ein Festival für Gegenwartskultur, ein spartenübergreifendes, sozial inklusives und ökologisch orientiertes Festival mit gesellschaftskritischem Ansatz, das 2024 einmalig stattfinden wird. Es richtet sich an ein lokales, regionales und internationales Publikum. Das Projekt steht in der Nachfolge der Bewerbung um den Titel Kulturhauptstadt Europas und wird zu gleichen Teilen vom Land Niederösterreich und von der Stadt St. Pölten finanziert.

tangente-st-poelten.at

Mehr als nur Zugang schaffen: Multipers- pektivität im Kuratieren und Ko-Kreation als Säulen für eine gerechte Kunstpraxis

Elf Antworten von Elisabeth Bernroither und Zuzana Ernst,
Brunnenpassage

Was ist die Brunnenpassage?

Die Brunnenpassage ist seit 2007 Labor transkultureller Kunst und beschäftigt sich konzeptuell mit der Frage, wie durch künstlerische Produktion Praxen etabliert werden können, die für möglichst breite Teile der Bevölkerung relevant sind. In der ehemaligen Markthalle am Wiener Brunnenmarkt finden jährlich über 400 Veranstaltungen statt. Das transdisziplinäre Programm reicht von Theater und Tanz über Musikformate bis hin zu Ausstellungen und Film. Der künstlerische Fokus liegt auf transkulturellen, zeitgenössischen, multi-perspektivischen, mehrsprachigen und intergenerationalen Formaten und Produktionen. Diese entstehen in Ko-Kreation zwischen professionellen Künstler*innen und Menschen aus der Zivilgesellschaft. Sie fördern Begegnung auf Augenhöhe und nehmen die Gesellschaft in ihrer gesamten Vielheit zum Ausgangspunkt des künstlerischen Schaffens. Künstlerische Qualität und gesellschaftspolitische Ziele werden verbunden, um neue kollektive Räume für ein heterogenes Publikum zu schaffen und neue ästhetische Erfahrungen zu ermöglichen. Das Bekenntnis zu Diversität auf allen Produktionsebenen ist dabei grundlegend.

Wie erreicht ihr euer Publikum?

Die Brunnenpassage programmiert transkulturell, genreübergreifend und immer wieder mehrsprachig und adressiert so ein breites Publikum. Über die Jahre hinweg sind durch die partizipativen Arbeitsformen der Brunnenpassage dichte Beziehungsnetzwerke entstanden. Um kollaborative Schaffensprozesse mit unterschiedlichen Akteur*innen zu ermöglichen, wenden wir Methoden der aufsuchenden Dialoggruppenarbeit an und finden Synergien mit Multiplikator*innen.

Einer der ausschlaggebenden Aspekte dafür ist unser Team selbst. Diverse künstlerische und Bildungshintergründe sowie unterschiedliche Sprachkenntnisse und (post-)migrantische Biografien des Personals als auch der Künstler*innen, mit welchen wir zusammenarbeiten, ermöglichen Multiperspektivität im Kuratieren und wichtige Anknüpfungspunkte für das Erreichen der Dialoggruppen. Vielfältige Erfahrungen und Blickwinkel fließen in die Lernprozesse unserer Gesamtorganisation, die sich dadurch stetig in Hinblick auf diversitätssensibles Arbeiten weiterentwickelt. Bei der Bewerbung selbst verwenden wir und unser Team die zur Verfügung stehenden Ressourcen überwiegend dazu, all jene Menschen zu erreichen, die Kulturinstitutionen bisher nicht nutzen. Direkte Ansprache und Mundpropaganda spielen dabei eine wichtige Rolle. So produziert die Brunnenpassage Spielpläne und Flyer nur in Kleinauflagen. Sie dienen als direkte Einladung und Erinnerung an das persönliche Gespräch. Darüber hinaus verteilen wir sie gezielt an Standorten der unmittelbaren Nachbarschaft, wie zum Beispiel in Haarsalons, Bäckereien und Arztpraxen, statt sie in großem Umfang in der ganzen Stadt zu verteilen.

Welche Rolle spielen dabei lokale Kooperationen oder das Hosten von Gastveranstaltungen?

Für eine intensive Zusammenarbeit mit der Bevölkerung vor Ort nutzen wir die dezentrale Lage der Brunnenpassage. Lokale Kooperationen der Brunnenpassage mit zahlreichen Kunst- und Kulturvereinen, kleinen lokalen Organisationen und (post-)migrantischen Initiativen sowie die Vernetzung mit der Gebietsbetreuung, dem Bezirk, den Marktstand- und Geschäftsbetreibenden des Brunnenmarkts und der Umgebung, Schulen, Streetwork-Organisationen und Jugendzentren ermöglichen es uns, mit spezifischen Dialoggruppen in Kontakt zu treten. Dazu kommen wienweit nachhaltige Kooperationen mit aktivistischen Vereinen und Kollektiven und einzelnen Multiplikator*innen. Auch setzt die Brunnenpassage zur lokalen Vernetzung immer wieder Diskussionsveranstaltungen und politische Veranstaltungen rund um Fragestellungen zu Diversität, sozialer Gerechtigkeit und Ausschlüssen um oder bietet Raum für angefragte Gastveranstaltungen. Damit werden Initiativen, die sich diskriminierungskritisch artikulieren, zum Teil des regulären Programms.

Warum arbeitet ihr genau für dieses Publikum?

Die Brunnenpassage betrachtet den Zugang zu Kunst und Kultur für alle Bevölkerungsgruppen als eine Notwendigkeit, mehr noch als ein Grundrecht aller Menschen: „**Jeder hat das Recht, am kulturellen Leben der Gemeinschaft frei teilzunehmen, sich an den Künsten zu erfreuen und am wissenschaftlichen Fortschritt und dessen Errungenschaften teilzuhaben**“, fordert die Menschenrechtscharta der Vereinten Nationen von 1948 in Artikel 27. Dies bedeutet nicht nur leistbare Eintrittskarten und insgesamt weniger Zugangshürden für bisher unterrepräsentierte Bevölkerungsgruppen. Über die Publikumsebene hinaus werden Zugang und Teilhabe in Hinblick auf die Produktion von Kunst und Kultur verhandelt. Denn die Möglichkeit der Mitbestimmung der Inhalte und des Agierens auf und hinter der Bühne stellt ebenfalls ein Grundrecht in demokratischen Gesellschaften dar. Dementsprechend lautet auch der kulturpolitische Auftrag an Kunst- und Kulturinstitutionen in Österreich, sich an die Gesamtheit der Bevölkerung zu richten und für diese offen zu sein. Dennoch sind unterschiedliche Gruppen bis heute auf vielen Ebenen von der Teilhabe im Kulturbetrieb ausgeschlossen und als Produzierende und Gestaltende in den Kulturinstitutionen unterrepräsentiert. Deswegen gilt es Konzepte und Strategien zur Öffnung von Kultureinrichtungen zu entwickeln, um die gebremste Teilhabe von weiten Teilen der Bevölkerung zu überwinden. Die Brunnenpassage als transkulturelles Labor, welches einerseits Ko-Produktionen mit Akteur*innen aus ihrem direkten Umfeld umsetzt, andererseits im Sinne von Umverteilung Kooperationen mit anderen Kunst- und Kulturinstitutionen eingeht, ist über die Jahre durch Teilhabeorientierung und die Erfahrung im Navigieren unterschiedlicher Arbeitsweisen und Machtstrukturen zu einem künstlerischen Kompetenzzentrum geworden. Hinsichtlich des Arbeitens mit Multiperspektivität und Mehrsprachigkeit,

der Abgabe von Definitionshoheiten und der Entwicklung neuer ästhetischer Erzähl- und Ausdrucksweisen bedeuten diese Kooperationen einen stetigen Ver-/Lernprozess.

Gibt es ein Publikum, das ihr nicht erreichen wollt?

Die Brunnenpassage orientiert sich in ihrer Dialoggruppenarbeit daran, welche Ausschlüsse im kulturellen Feld wirkmächtig sind und welcher Handlungsbedarf sich daraus ableitet. Jene Personen, die im etablierten Kunst- und Kultursektor als sogenannte „Nicht-Besucher*innen“ gelten, stehen somit im Zentrum der täglichen Beziehungsarbeit. Jene, die die Kunst- und Kulturangebote der Stadt Wien bereits ohnehin intensiv nutzen, sind zwar ebenso herzlich willkommen, sie finden aber üblicherweise auch ohne gezielte Ansprache ihren Weg zu uns.

Elisabeth Bernroither
und Zuzana Ernst,
Künstlerische Leiterinnen

Hat sich euer Publikum seit 2007 verändert?

Unser Publikum ist mit der uns umgebenden Nachbar*innenschaft gewachsen bzw. hat sich mit ihr verändert. Das ursprünglich durch seinen hohen Anteil an sozial benachteiligten Bewohner*innen geprägte Brunnenviertel wurde ab 1997 städtebaulich kontinuierlich gefördert und Prozesse der Bürger*innenbeteiligung zur Gebietsaufwertung wurden ins Leben gerufen. Baumaßnahmen, wie zum Beispiel die Aufwertung der Marktstände, die früher Wind und Wetter völlig ausgesetzt waren, sowie der Zuzug neuer kaufkräftiger Bevölkerungsgruppen haben eine Aufwertung des Viertels bewirkt. Diese Gentrifizierung wird selbstverständlich kontrovers diskutiert, da Mieterhöhungen zur Verdrängung finanzschwacher Familien führten. Die Gegend ist heute hinsichtlich kultureller Backgrounds, Herkünfte und Erstsprachen aber nicht weniger divers als damals.

Das Brunnenviertel ist seit vielen Jahren geprägt von ehemaligen Gastarbeiter*innen aus der Türkei sowie Personen aus dem ehemaligen Jugoslawien. Aufgrund von global-politischen Krisen und damit einhergehenden demografischen Veränderungen in der Nachbarschaft sind außerdem seit 2016 vermehrt Menschen mit Fluchterfahrungen aus den Kriegsgebieten in Syrien, Afghanistan, im Irak und im Iran Teil des Publikums. Für viele betroffene Künstler*innen war die Brunnenpassage ein Sprungbrett in die lokale Kunstszene. In den letzten Jahren vertiefen sich stetig die Beziehungen zu queeren und BIPoC-Kunstvereinen und aktivistischen Initiativen, für die die Brunnenpassage einen Ort für Sichtbarkeit und Vernetzung bietet.

Brunnenpassage,
Wien

Warum, glaubt ihr, kommt euer Publikum zu euch?

Die Brunnenpassage ist für manche Menschen der erste und für viele ein regelmäßiger Anknüpfungspunkt zur Teilhabe am kulturellen Leben der Stadt. Kunstinstitutionen, die sich in ihrer inhaltlichen Ausrichtung auf einen wie immer gearteten Exzellenz-Begriff beziehen, welcher zumeist von traditionellen Qualitätsmerkmalen geprägt ist, gliedern Fragen rund um kulturelle Teilhabe oftmals auf eine Projektebene aus und übersetzen diese in Outreach-Formate für eine diverse Stadtgesellschaft.

Als Brunnenpassage stellen wir einen derartigen Exzellenz-Anspruch in Frage und operieren mit einem breiten Kunstbegriff, dessen erklärtes Ziel es ist, neue ästhetische Erfahrungen in der Kunst zu gestalten, die der heterogenen Stadtgesellschaft entsprechen. Diese Ästhetik ist geprägt von Transdisziplinarität, Mehrsprachigkeit, inhaltlicher Multiperspektivität durch die verschiedensten biografischen Erfahrungen, aber auch die Einbindung von Künstler*innen unterschiedlicher Genres und Formensprachen sowie Expert*innen ohne künstlerische Ausbildung. Sie entsteht durch stetige Prozesse, welche laufend evaluiert und mit jeder weiteren Zusammenarbeit hinterfragt und adaptiert werden. Ko-Kreation und Teilhabe sind Teil einer ernsthaften, nachhaltigen Auseinandersetzung mit der Frage nach Zugänglichkeit und Repräsentation und lassen sich weder in Form von einmaligen Mitmach-Aktionen noch lediglich auf Projektebene denken.

Es spielt sicher auch eure räumliche Verortung am Yppenplatz eine Rolle. Seid ihr ein Begegnungsraum?

Die Brunnenpassage war schon immer und wird auch weiterhin ein Ort für Begegnung sein. Dies richtet sich sowohl an die Menschen in der Nachbar*innenschaft in all ihrer Unterschiedlichkeit: von den Marktstandler*innen und Geschäftsinhaber*innen verschiedenster Herkünfte, die hier arbeiten, bis hin zu den Menschen, die hier wohnen, ob in Substandardwohnungen in Richtung des vielbefahrenen Gürtels oder in Dachgeschosswohnungen direkt hier am Yppenplatz mit seinen hippen Caféhäusern. Und es richtet sich an Künstler*innen, die mit Projektbeteiligten und Rezipient*innen einen Dialog schaffen. Diese Akteur*innen setzen im künstlerischen Prozess auf Beziehungen zu Einzelpersonen, Organisationen und Institutionen, die viele verschiedene Bereiche von Gemeinschaft abdecken, um gemeinsam Fragen aufzuwerfen und zu erörtern, wie beispielsweise die nach sozialer Gerechtigkeit. Somit ist das Schaffen von Begegnungsräumen ein wesentlicher Bestandteil jeglicher Programmkonzeption. Als konsum- und barrierefreier Raum ermöglicht die Brunnenpassage zudem über Kunstformate ein zwangloses Zusammenkommen und Kennenlernen.

Inwieweit ist das Publikum in die Brunnenpassage involviert?

Die Brunnenpassage versteht sich als Teil emanzipatorischer Praxen und verortet sich unter dem Begriff der „sozial engagierten Kunst“. Unser künstlerisches Profil ist eng mit einer Ästhetik der sozialen Praxis verbunden, welche eine Kunst beschreibt, die kollaborativ, oft partizipatorisch ist und Menschen aus der Zivilgesellschaft als Produzent*innen und Akteur*innen einbezieht. Wir bemühen uns, einen Beitrag zum sozialen und/oder politischen Wandel durch die Zusammenarbeit mit Individuen, Gemeinschaften und Institutionen im künstlerischen Prozess zu leisten. Hierbei nimmt nicht nur der Prozess eines Werkes einen ebenso wichtigen Stellenwert ein wie das fertige Produkt, sondern das dialogische Prinzip von Prozessen steht zunehmend

im Fokus. Dies fasst die jüngere Entwicklung in der zeitgenössischen Kunst zusammen und kennzeichnet soziale Kunstpraxen, die Kompliz*innenschaft, Allianzenbildung, Partizipation und kollektive Prozesse als ästhetische Phänomene begreifen.

Und welche ‚Rolle‘ gebt ihr dabei eurem Publikum?

Während das Motto der Brunnenpassage 2007 noch **Kunst für alle** lautete, hat sich in den letzten fünf bis zehn Jahren die Haltung in unserem Team zu einem **Kunst von allen** und **Kunst mit allen** hinbewegt. Darin versteckt sich einerseits ein hoher Partizipationsanspruch, den wir über zahlreiche Workshopformate einlösten. Zentraler denn je ist aber eben die Frage des **von**, also wer überhaupt die Möglichkeit hat, Kunst zu produzieren. Hier ist unser klarer Anspruch, Kunst stattfinden zu lassen, die eine Vielzahl von unterschiedlichen Perspektiven beinhaltet, nämlich vor allem Perspektiven jener, die im Kunstsektor bislang wenig repräsentiert sind.

Nicht immer sind solche Arbeitsprozesse, aber auch deren Ergebnisse, für die Augen aller oder – um genau zu sein – jener der Mehrheitsgesellschaft bestimmt, weshalb die Brunnenpassage für bestimmte Community-Care-Formate Wert darauf legt, so weit als möglich einen Safe Space zu bieten. Das beginnt bei Einladungspolitikern (z. B. BIPOC-only-Workshops) und geht bis hin zum Ermöglichen von langfristigen künstlerischen Arbeitsprozessen abseits klassischer Produktionslogiken.

Euer Verständnis von Publikum geht weit über die passive Zuschauer*innenrolle hinaus. Wie haltet ihr euren Publikumsbegriff lebendig?

Ganz im Sinne der vom indonesischen Kollektiv ruangrupa etablierten Haltung des *Lumbung* sind uns in der Programmierung – aber auch innerhalb des Teams – kollektive Zusammenkünfte, die mit Essen und gemeinsamem Feiern zu tun haben, wichtig. Als Kunstraum möchten wir im Sinne von *Lumbung* mit einer solchen Programmierung dominante – und zumeist auch frontale – künstlerische Ausdrucks- und Präsentationsformen in Frage stellen und den hegemonialen, westlichen Kunstkanon aufbrechen. Beispiele sind hier unser monatliches Picknick, aber auch Feste wie das Frühlingsfest Nowruz oder das Kowanza-Fest der Schwarzen Frauen Community. Dies sind wichtige Formate, bei welchen sich die Grenze zwischen Beteiligten und Unbeteiligten auflöst und ein Raum für Ko-Kreation entsteht, die sich auch in den Ort einschreibt.

Verweise

- S. 228 AKT, *Partecipazione / Beteiligung*
- S. 246 JG Danso, Ein diverses Publikum will mitgestalten
- S. 18 Daniel Schönherr, Kultur, halt nicht für alle? Soziologische Anmerkungen zur kulturellen Beteiligung
- S. 68 Jolanda de Wit, Heute bin ich im Publikum, morgen Veranstalter:in und übermorgen Künstler:in

Elisabeth Bernroitner

ist derzeit Teil des Ko-Leitungsteams der Brunnenpassage und kuratiert seit 2011 den Programmbereich Theater & Performance. In ihrer kuratorischen Arbeitspraxis beschäftigt sie sich mit diversitätsfokussierten künstlerischen Konzepten, den (Un-)Möglichkeiten (post-)migrantischer Selbstartikulation und dekonstruierenden Kunstpraxen. Sie ist Teil von D/Arts und als Lektorin, Trainerin sowie Beraterin zu Diversität in der Kunst tätig.

Zuzana Ernst

ist seit 2017 Teil des künstlerischen Leitungsteams der Brunnenpassage und hat 2020 das D/Arts-Projektbüro für Diversität und urbanen Dialog mitgegründet. Sie ist Künstlerin und Szenografin. In ihrer Arbeit und Recherche befasst sie sich mit Care- und Deep-Listening-Praxen als relationale und de-hierarchisierende Strategien im künstlerischen Prozess.

brunnenpassage.at

Empfehlungen

- documenta fifteen: lumbung erzählen. Texte von harriet c. Brown (Vorwort), Azhari Aiyub, Cristina Judar, Mithu Sanyal, Nesrine A. Khoury, Panashe Chigumadzi, Uxue Alberdi, Yásnaya Elena Aguilar Gil, Berlin 2022.
- Dominique Garaudel, Heinz-Norbert Jocks, The Collective Eye, Matthias Kliefoth (Hg.): The Collective Eye im Gespräch mit ruangrupa. Überlegungen zur kollektiven Praxis, Berlin 2022.
- Ivana Pilic, Anne Wiederhold-Daryanavard (Hg.): Kunstpraxis in der Migrationsgesellschaft – Transkulturelle Handlungsstrategien am Beispiel der Brunnenpassage Wien, Bielefeld 2021.
- D/Arts – Projektbüro für Diversität d-arts.at
- Diversity Arts Culture Berlin diversity-arts-culture.berlin
- Lumbung / ruangrupa (documenta15) documenta-fifteen.de/lumbung

PCCC* and Her Audience

Denice Bourbon,
PCCC*

“We are a queer comedy club, for a queer audience — but of course everybody is warmly welcome!” I’ve lost count of how many times I’ve started a PCCC* show off with these words. But what do I mean when I say that? How can I say that everybody is welcome — when at the same time I specifically say that we do comedy for a queer audience? Why can’t I just skip the “queer audience” part, to say that we are a queer comedy club for everybody? Is this discrimination? Is this “scaring” the straight audience away? Don’t I want heterosexuals in the audience? Why does it matter what you are?? Why do you have to call it “queer art”: can’t it just be art???

I have spent my whole life in cinemas, in theatres, in comedy clubs listening to heterosexual comedy, made for a heterosexual audience. Watching heterosexual romantic storylines, with skinny and conventionally beautiful people. All the while, it was expected from me that I should be able to relate to this. Feel **with** the characters. The straight world is the norm, and the rest of us should just adapt to that. We queers and weirdos can have our own art, culture and interests on the side, as a little subculture. But parallel to this we are expected to enjoy and appreciate straight images and stories — because this is art made for **everyone**. “Yes. But this makes sense. Because there are much more straight people than queer people. The masses call the shots and get to decide what’s relatable to most people is what goes.” Alright. So, if we have to please the masses, then we should reproduce images they can relate to. So, then it **does** matter whether these are straight or queer, right?

Straight people think that queer comedy isn’t for them, but queer people are supposed to leave their identity and experience at the door for straight comedy. Supposedly that’s because “the gift of laughter is universal and there is no such thing as ‘straight comedy.’” (There is apparently “queer comedy” though, because as soon as I mention that my partner is a “she”, I am rubbing my queerness in everyone’s face.

Denice Bourbon

ist eine lesbisch/queere feministische Performancekünstlerin, Sängerin, Autorin, Moderatorin, Kuratorin und Stand Up Comedian. Sie nutzt Humor und Unterhaltung als aktivistisches Mittel, um auf politische Themen aufmerksam zu machen. 2017 hat sie PCCC* mitgegründet. Denice ist laut, prüde und ziemlich dekadent.

Denice kommt aus der Punkszene Finnlands und Schwedens, befindet sich gerade in nervöser Zufriedenheit und wünscht sich für die Zukunft: „That more people will realise that solidarity and sharing feels better than having more money than you need. Überhaupt den Untergang des Kapitalismus. Nobody needs Profit. Es reicht, dass es läuft. Du brauchst keinen Überschuss.“

PCCC*

„Kicking-up, statt punching-down“ ist das Credo von PCCC* – Vienna’s First Queer Comedy Club. Immer mit einem Themenschwerpunkt versehen, bringt PCCC* Performer_innen auf die Bühne, die Witze jenseits von Zuschreibungen und Ausschlüssen erzählen. Die Performer_innen vereint das Grundverständnis, dass Humor ein politisches Werkzeug ist, das zu gesellschaftlichen Veränderungen beiträgt. Humor, so wie ihn PCCC* etabliert hat, deckt sehr schnell auf, wer aus welcher Position heraus über wen Witze machen kann.

Facebook [PCCC.Queer.Comedy.Club](#)
Instagram [@pccc.comedy](#)

Verweise

→ S. 35 Vera Allmanritter, Wer sind meine (Nicht-) Besucher*innen?

→ S. 242 Michaela Kohlbacher, Sophia Diem und Sophie Hanke, Von Wiener FLINTA-Nights und Quoten-Frauen

→ S. 72 Gunilla Plank, Am Land gibt es kein Publikum, es gibt nur „die Leit“.

→ S. 240 Yasmoo, Hautnah

Denise Bourbon,
Performancekünstlerin
& Autorin

PCCC*,
Wien

It's the same as any comedy-evening line up with more than 50 percent women automatically turning from comedy night to ladies night. **Kotz.**)

What am I trying to do opening this text with rambling about the straight vs queer?

I want to paint you a picture of what I mean when I say that a successful PCCC* evening happens when the audience/performers work together in a 50/50 give & take rhythm. It's a beautiful and incredible relationship, which nothing else quite compares to. One big reason why our evenings are so goddamn special is because we are unapologetic about who we are. Everyone is welcome into our house. But it is **our** goddamn house, with **our** goddamn rules, and we will be respected in our house. And we will definitely **not** be told that we should be "more open-minded" towards the straight world by explaining things (queer words, codes, culture, history) that every queer in the audience knows. We don't have time to introduce terms the straights would know as well — if they would ever have been interested enough to look it up. We as queer performers won't explain to the audience what cis-, dyke or pissy sissy mean. You can ask us afterwards, ask the next person in the audience, or use that internet-thing. But don't get mad or feel excluded when you don't understand why everyone around you is laughing as soon as the lesbian comedian says "Umzugswagen". In short: if you learn something new at PCCC*: that's amazing! That makes me so happy to hear!! Are we here to teach you, to fulfil a **Bildungsauftrag**? No!

Do I get extra happy when someone comes up to me after a show to tell me that he as a white straight cis-man also had a really, really great time? No. Not extra. But of course I do get happy.

Regular happy. You see, it is not my goal in life to "win over" the white straight cis-man who usually is only interested in things made by other white straight cis-men. Or at least other straight cis-men. (This is usually the case. My favourite examples are "best of" lists — whether we're talking about authors, music, films — men list other men, women list regardless of gender.)

This is also the reason why I feel uncomfortable in straight mainstream contexts. I'm always expected to be grateful that the audience appreciated me even though I talked so much about being a queer lesbian. "Ich mag Sie **trotzdem!** Ich hab's **trotzdem** lustig gefunden!" And this is supposed to be a compliment.

Why and how is the audience at PCCC* different? Who is the audience at PCCC*?

I am a firm believer that the performers mirror the audience, who mirrors the performers.

(If you do racist jokes on stage, your audience is racist. Or else they wouldn't be there.)

If I want to have a mixed audience when it comes to gender, ethnicity, sexuality, age, bodies etc., then I have to book my performers to mirror that.

But I also have to make sure that my performers feel comfortable and as safe as possible¹ with the audience that is there. If you have People of Colour performing in front of a room full of white people, you have to ask yourself how you advertise the evening. And after that you have to ask what the circumstances surrounding the whole night are. Why do PoCs not feel welcome in this room, or more simply: why aren't they interested?

A few things that I think about when organising our shows:

- What are the ticket prices? Who can afford to come? Can you solve this with soli-tickets?
- On what channels are you promoting the show? Are those channels accessible for all ages? For people outside the "bubble"?
- Is the venue welcoming for everyone regardless of how they dress? Is the venue too posh/too punk-cool/too "insider"-established? Do you have the feeling when you arrive that everyone knows each other except for you? Can you "disappear" when you enter, if you have social anxiety? How is this venue usually used, and by whom?
- Do you have a broader line up with different styles and stories? For PCCC* I try to

make sure that we mix: some performers do five jokes per minute, and some only two jokes in ten minutes... But that allows for a story that you don't get to hear very often, by a person that you don't get to see on stage very often.

- Doing an evening with stars-stars-stars and names-names-names is like only listening to a "Best of" album by an artist, and never one of their regular albums. The music loses its soul a bit. Everything becomes too curated — so polished that you never reach that "special" feeling of the evening.
- Dare to "take risks", and support your performers, regardless of the amount of their success.
- Tell the audience from the start to try to not hold back out of the embarrassment that society has taught us comes with being too loud or expressing emotions. Give the audience the Erlaubnis (permission) to cheer and laugh out loud and goofy, even though they are sitting beside someone they don't know.
- Be grateful to your audience. Without them, you have no show. Make them feel that you are happy that they are there. Let them know. And throw in a personal touch for each show. Don't be a robot.

When I started working in Vienna around 15 years ago, I was told that I was way too "nischig" (niche). My (very easy to understand) English was a problem. I talked too much about being queer. I tried too hard to be inclusive and open. Yet at the same time I was too "closed off" for a wider audience because I didn't want to cater to the straight norm.

Here's what I think: there really are enough performers and comedians in Austria who speak German, who talk about heterosexuality, who are white and cis, who follow all the usual rules of Kabarett-writing and performing. You really do not need one more of those. So, thank God for PCCC*.

¹ There is no such thing as a "SAFE space". You can only strive to create a "safeR space".

Zuhören, damit der/die Andere erzählt. Manifest für erhöhte Sichtbarkeit

Ernst Schmiederer,
Verlag edition IMPORT/EXPORT

1. Desaster.

Wohin wir auch blicken, das Desaster ist da. Krieg, nebenan und weit weg sowieso. Die Gesellschaft? Gespalten. Der Fortschritt? Ein Hund. Die Kultur? In der Krise. Die Reichen reicher geworden, die Armen obdachlos und ärmer. Preise gestiegen, Zuversicht gesunken. Wirtschaftskrise. Gesundheitskrise. Bildungskrise. Klimakrise. Demokratiekrise. Polykrise? Permakrise! Der Ausnahmezustand ist normal geworden.

2. Revolution.

„Der Hauptgrund, weshalb kein Mensch an eine Revolution wirklich glaubt, ist die Gewissheit, dass niemand an eine Revolution wirklich glaubt“, schreibt Guillaume Paoli: „Gegen diese subjektive Schranke stößt jedoch die objektive Notwendigkeit, Maßnahmen zu ergreifen, die eine völlige Umwandlung der Weltgesellschaft voraussetzen.“¹

3. Subjekt.

„Hier gibt es eine Entscheidung, eine Parteinahme, ein Axiom“, schreibt Cynthia Fleury: „Dieses unantastbare Prinzip, diese regulative Idee lautet: Der Mensch kann, das Subjekt kann, der Patient kann. Dabei handelt es sich weder um einen frommen Wunsch noch um eine optimistische Sicht des Menschen. Es handelt sich um eine moralische und intellektuelle Wahl in dem Sinne, dass darauf gesetzt wird, dass der Mensch handlungsfähig ist.“²

4. Recht.

Die Anerkennung der angeborenen Würde, der gleichen und unveräußerlichen Rechte aller Mitglieder der Gemeinschaft der Menschen. Ein Recht, gehört und gesehen zu werden. Anerkennung, ein Lebensmittel, eine Voraussetzung, damit sich ein Gefühl des Selbstwerts, ein Gefühl der Zugehörigkeit, die Motivation eines Individuums entwickeln. Psychisches und **soziales Wohlbefinden prägen individuelle Lebensqualität und Gesellschaft.**

5. Kampf.

„I am an invisible man. (...) I am invisible, understood, simply because people refuse to see me.“ Von der Gesellschaft als Nicht-Existenz behandelt, zieht sich der „unsichtbare Mann“ im gleichnamigen Roman von Ralph Ellison nach diesen Sätzen zurück. Er raucht, er trinkt, er hört Jazz. Und er schildert seine Suche nach Identität in der Gesellschaft. Axel Honneth setzt diese Szene an den Anfang seiner Arbeit über den „Kampf um Anerkennung“.

6. Unsichtbarkeit.

Sie verweist auf „zwei Phänomene, deren Auswirkungen sich überlagern“, schreibt Pierre Rosanvallon: „Einerseits auf das Vergessen, die Zurückweisung und die Vernachlässigung, andererseits auf die Unlesbarkeit“. Es gelte, „die gesamte Gesellschaft aus ihrer Unsichtbarkeit zu holen und Kenntnisse zu schaffen, die ihre Mitglieder einander näher bringen.“³

Verweise

→ S. 116 Renate Höllwart, Simon Nagy, Elke Smolics und Nora Sternfeld, Die Parameter des Sprechens im Museum selbst benennen. Oder: Was wäre, wenn Partizipation nicht nur ein Schlagwort wäre?

→ S. 199 Birgit Johler und Anita Niegelhell, In Bewegung: das Volkskundemuseum in Graz und seine Beziehungen zu Gesellschaft und Öffentlichkeit

→ S. 86 Verena Strasser, Publikum als Wissenstransfernetzwerk

→ S. 107 Michael Zechmann-Khreis, Darf man das museale Publikum fordern?

¹ Guillaume Paoli: *Geist und Müll. Von Denkweisen in postnormalen Zeiten*, Berlin 2023.

² Cynthia Fleury: *Hier liegt die Bitterkeit begraben. Über Ressentiments und ihre Heilung*, Berlin 2023.

³ Pierre Rosanvallon: *Das Parlament der Unsichtbaren*, Wien 2015.

7. Sichtbarkeit.

Das Textil, das der „Gelbwesten“ genannten Bewegung ihren Namen gab, heißt in Frankreich *gilet de haute visibilité*, Weste für erhöhte Sichtbarkeit. „Genau darum ging es in erster Linie“, schreibt Guillaume Paoli: „um die Sichtbarwerdung jenes Teils der Bevölkerung, der am Rand der Turbogesellschaft ausgesetzt worden ist. Die im Dunkeln sieht man nicht. Sie haben eine Panne und rufen vergeblich nach dem Abschleppdienst.“⁴

8. Momo.

„Sie saß nur da und hörte einfach zu, mit aller Aufmerksamkeit. Und wenn jemand meinte, sein Leben sei ganz verfehlt und bedeutungslos und er selbst nur irgendeiner unter Millionen, einer, auf den es überhaupt nicht ankommt – und er ging hin und erzählte alles das der kleinen Momo, dann wurde ihm, noch während er redete, auf geheimnisvolle Weise klar, dass er sich gründlich irrte, dass es ihn, genauso wie er war, unter allen Menschen nur ein einziges Mal gab und dass er deshalb auf seine besondere Weise für die Welt wichtig war. So konnte Momo zuhören!“⁵

9. Aufmerksamkeit für alle.

Vor 15 Jahren wurde das Blinklicht Media Lab als zivilgesellschaftliche Institution gegründet, um demokratiepolitisch relevante Arbeit im Kulturbereich zu machen. Unsere Behauptung: Indem wir unsere Welt lesbarer machen, stärken wir die Gesellschaft und die Demokratie. Programmatisch formuliert: Aufmerksamkeit für alle! Beharrlich und von der Kulturpolitik der Republik durch Ignoranz geädelt, treiben wir das Projekt Geschichte um Geschichte, Buch um Buch voran – mit einer Bemerkung von Elias Canetti im Kopf: Ein einziger Mensch, den man wirklich anhört, bringt einen auf vollkommen neue Gedanken.

Ernst Schmiederer

ist Journalist, Autor und Archivar. Er leitet das Blinklicht Media Lab, den Verlag edition IMPORT/EXPORT und das Institut für die Geschichten der Gegenwart.

shop.gegenwart.org

⁴ Guillaume Paoli: *Soziale Gelbsucht*, Berlin 2019.

⁵ Michael Ende: *Momo*, Stuttgart 1973.





Kapitel 9
Alles anders.
Alles neu?
Jan G. Grünwald
Eva Fischer
Michael Salvi
Matthias Beitzl
Doris Uhlich
Clemens Setz



Im letzten Kapitel schauen wir in die Zukunft: Nicht nur, aber vor allem technologische Entwicklungen zwingen uns dazu, den Begriff Publikum neu zu verhandeln. Letzten Endes stehen wir vor der Frage: Wo beginnt Realität? Die Positionierung von Künstler:innen als Autor:innen der Kunst im Zentrum des Kulturbetriebs kommt mehr und mehr ins Wanken. Die klassische Bühne löst sich auf. Und damit wackelt auch ein herkömmliches Verständnis von Publikum. Die hier versammelten Beiträge stehen am Anfang einer Suche nach neuen Konzepten – ohne Anspruch auf finale Antworten.

Jan G. Grünwald lädt uns ein, dem Publikum zwischen Virtualität und physischer Realität Raum zur Entfaltung zu geben, ohne es sofort festschreiben zu wollen. Eva Fischer sucht im Gespräch mit ChatGPT ganz konkret nach einem Namen für das Publikum der Zukunft. An der Grenze von sozialen Medien und gebauter Architektur bewegt sich Michael Salvi auf seiner Spurensuche nach der zukünftigen Rolle des Publikums. Ganz im physischen Körper verankert zeigt uns Matthias Beitzl, wie sich die Grenzen von Arbeit, Freizeit und Kunst- und Kulturgenuß mehr und mehr auflösen und wie sich diese Bereiche gegenseitig bereichern. Doris Uhlich lässt uns erleben, wie sich die Trennung zwischen Performenden und Publikum, zwischen aktiv und passiv bereits heute und hier temporär aufheben lassen und welche Poesie darin steckt. Der letzte Text dieses Buches stammt von Clemens Setz und fragt: Was ist ein Publikum? Womit wir wieder beim Anfang wären.

Das Publikum im digitalen Zeitalter – Annäherungen eines Pädagogen

Jan G. Grünwald,
Universität Mozarteum

Die Fragen, die diesen Essay umtreiben: Welche Rolle spielt das Publikum im Zeitalter der Digitalität, welche Rolle spielt die Digitalität für das Publikum und was bedeutet das für mich als Lehrenden?

Dabei ist dieser Essay als eine Art Suchbewegung zu verstehen, um sich der Digitalität sowie ihrem Einfluss auf die Auseinandersetzung von Partizipant*innen mit (ästhetischen) Artefakten anzunähern, um die spekulativen Zukunftsszenarien, die sich auftun, sichtbar zu machen und um dabei letztendlich einen Beitrag zum besseren Verständnis unserer Gegenwart leisten zu können. Jede textliche Auseinandersetzung mit einem Themenfeld ist gleichzeitig immer auch eine Auseinandersetzung mit sich selbst und ein Abklopfen bzw. Infragestellen der eigenen normativen Sichtweisen auf ein Thema. Für mich stellen sich bei dem Wechselverhältnis Publikum/Digitalität grundsätzliche Fragen, die leider erst vollständig beantwortet werden können, wenn wir in der Lage sind, unser aktuelles Zeitalter zu historisieren. Gerade stecken wir mittendrin ..., was uns eine Mannigfaltigkeit an Möglichkeiten der Partizipation und Mitgestaltung eröffnet, jedoch auch Unwägbarkeiten und Gefahren mit sich bringt. Der französische Philosoph Gilles Deleuze möchte uns beruhigen, wenn er nüchtern feststellt: „Weder zur Furcht noch zur Hoffnung besteht Grund, sondern nur dazu, neue Waffen zu suchen.“ Kurz zusammengefasst: Wir befinden uns in einer gänzlich neuen Situation und müssen angemessene Umgänge damit finden, ohne in Pessimismus oder einen unkritischen Positivismus zu verfallen.

AI

Fragt man ChatGPT, wie sich die Rolle des Publikums im digitalen Zeitalter verändert, bekommt man Fakten: „Die Rolle des Publikums hat sich im digitalen Zeitalter erheblich verändert und unterliegt einer kontinuierlichen Transformation, die von technologischen Fortschritten und sozialen Veränderungen vorangetrieben wird.“ Dass sich im Zeitalter der Digitalität die Rolle des Publikums durch das Aufkommen des Internets und der digita-

Jan G. Grünwald

ist Professor für das Fach Fachdidaktik für Bildnerische Erziehung an der Universität Mozarteum Salzburg (Standort Innsbruck) sowie Lehrer für die Fächer Kunst und Englisch. Er ist Mitglied der Sozietät Kunst Medien Bildung und publiziert regelmäßig zu Kunstvermittlung, Medienbildung, bildwissenschaftlichen Medientheorien und Gender Studies.

jangruenwald.tumblr.com

moz.ac.at/de/bildnerische-innsbruck

youtube.com/c/jangruenwald

Instagram @dr_j_green

len Technologien erheblich gewandelt hat und dass, während in den traditionellen Medien das Publikum hauptsächlich passive*r Konsument*in von Inhalten war, das Publikum in der Digitalität aktiver und engagierter geworden ist und dass durch Social Media, Blogs und Foren es Menschen ermöglicht wurde, Inhalte zu erstellen und zu teilen, ihre Meinung zu äußern und mit anderen zu interagieren, wodurch die Grenzen zwischen Inhaltsersteller*innen und -konsument*innen verschwimmen, ist richtig und ich hätte es auch nicht besser auf den Punkt bringen können. Danke, ChatGPT.

Allerdings geht es bei dem Prozess, den ich als Suchbewegung beschreibe, eben nicht nur um das Offensichtliche und um das Darlegen von Pros und Cons eines Themenbereichs, sondern auch um die Räume dazwischen, um die Prozesse, die dazu geführt haben, dass eine Aussage getroffen wird und wozu es führt, etwas zu benennen.

Verweise

- S. 23 Lisa Gaupp,
Macht oder Ermächtigung?
Kulturpublikum zwischen
Inklusion und Exklusion
→ S. 93 Katharina Nöst-
linger und Lorenz Seidler,
„Der Zeit ihre Kunst, der
Kunst ihre Kommunikation.“
→ S. 188 Milo Rau, Wenn
das Theater ein Parlament
ist, dann ist das Publikum
der Souverän.
→ S. 86 Verena Strasser,
Publikum als Wissenstrans-
fernetzwerk

Begriffe

Der Philosoph Jean Baudrillard schreibt: „Der Moment, da eine Sache benannt wird, da sich die Vorstellung und der Begriff ihrer bemächtigen, ist eben jener Moment, da sie beginnt, ihre Energie einzubüßen“ und verweist damit auf die Dialektik vom Benennen bzw. darauf, dass wir einerseits Begriffe brauchen, um uns den Dingen anzunähern und um darüber zu kommunizieren, wir damit aber andererseits gleichzeitig etwas festschreiben, welches immer eine Verknappung des Benannten darstellt und das Benannte zu einer Karikatur seiner Selbst werden lassen kann.

Die Begriffe **Publikum** und **Digitalität** werden von mir ausgiebig verwendet. Beide Begriffe wurden festgeschrieben und jede*r verbindet etwas damit (die meisten Leser*innen sind vermutlich mehr mit dem Publikumsbegriff vertraut). „Der Moment, da eine Sache benannt wird“ ist auch der Moment, in dem sich Diskurse und Kritik des Benannten annehmen: Welcher Publikumsbegriff ist genau gemeint? Befinden wir uns nicht schon in der Post-Digitalität? Um mein Begriffsfeld möglichst zugänglich zu halten, definiere ich **Publikum** als eine Gruppe von Individuen, die sich gemeinsam einen Raum oder eine Plattform teilen, um eine bestimmte Veranstaltung, Vorführung, Darbietung oder Kommunikationssituation zu erleben oder wahrzunehmen. Das Zeitalter der **Digitalität** definiere ich als eine kontinuierliche Evolution digitaler Technologien, die auf die Art und Weise, wie Menschen leben, arbeiten und interagieren, signifikante Auswirkungen hat.

Prosumer

ChatGPT lässt uns bereits erahnen, dass das Publikum in traditionellen Medien überwiegend passive*r Konsument*in war und in der Digitalität aktiver und engagierter geworden ist, wodurch die Grenzen zwischen Inhaltsersteller*innen und -konsument*innen verschwimmen. Die Begriffsverbindung **Prosumer** (Producer + Consumer = Prosumer) beschreibt diesen Vorgang präzise und zeigt dabei auch das zeitgenössische Idealbild vom Publikum: eine aktive Teilnahme und Teilhabe an den Prozessen – um im besten Falle selbst zu Akteur*innen zu werden. Gerade digitale

Medien haben es dem Publikum ermöglicht, sich proaktiv einzubringen. Egal, ob das Publikum etwas besonders zu schätzen weiß oder es besonders vehement ablehnt: Es kann seine Meinung kundtun ... vor allem über Social-Media-Plattformen, welche Kommunikationsprozesse besonders fördern, ja fordern. Das Publikum hat an Macht gewonnen, egal ob beim Bewerten von besuchten Urlaubsresorts, der Kritik von gekauften Geräten, dem Geben von Sternchen bei Podcasts, dem Abonnieren oder Liken von Influencer*innen.

„Digital media has allowed audiences to have a more proactive relationship with institutions and they can be seen to be much more active than in the past. Audiences can be seen to have more of an impact on production and can even be part of the production process themselves. Some see this as a positive move that reduces the amount of power held by institutions.“ (Hendry)

Auch als **Participatory Culture** bezeichnet, geht es immerwährend um die Verschmelzung von Produktion und Konsumption. Unabhängig davon, ob man die Veränderungen im Verhalten des Publikums und der Institutionen als positiv, negativ oder als etwas dazwischen betrachtet, ist es wichtig anzuerkennen, dass sich durch mediale Veränderungen die Position des Publikums in den letzten Jahren stark verändert hat und sich weiter verändern wird. Interessant ist dabei zu erkennen, dass sich zwar viele der utopischen Wünsche der Technikpositivist*innen bewahrheitet haben, allerdings nicht so wie erhofft.

Spekulative Szenarien

Ein früher technikpositivistischer Text stammt beispielsweise von Hans Magnus Enzensberger. In *Baukasten zu einer Theorie der Medien* (1970) sieht er, wie vor ihm auch Walter Benjamin in seinem Kunstwerk-Aufsatz (1936) das inklusive und klassenübergreifende Potenzial neuer Medien für die Massen, welches bürgerliche Kulturprivilegien zu überwinden vermag und den virtuellen Raum als radikal-demokratischen Raum einer neuen Gleichheit versteht:

„Oft scheint es nämlich gerade an ihren progressiven Möglichkeiten zu liegen, dass die

Medien als bedrohliche Übermacht erfahren werden: daran, dass sie die bürgerliche Kultur und damit die Privilegien der bürgerlichen Intelligenz zum ersten Mal von Grund auf in Frage stellen, und zwar weit radikaler als jeder Selbstzweifel, den diese Schicht vorbringen kann. In der Medien-Feindschaft der neuen Linken scheinen alte bürgerliche Ängste wie die vor dem ‚Massenmenschen‘ und ebenso alte bürgerliche Sehnsüchte nach vorindustriellen Zuständen in progressiver Verkleidung wiederzukehren.“ (Hans Magnus Enzensberger)

Gerade Walter Benjamin, aber auch Hans Magnus Enzensberger sind wichtig für mich als Impulsgeber und dabei immer noch zeitgemäß in ihrer gesellschaftlichen Analyse und dem Zusammendenken von Medien, der Entgrenzung von Klassen und der Auflösung der Kulturübermacht der „gebildeten Klasse“ (um Pierre Bourdieu heranzuziehen). Partizipation ist ein unüberschätzbarer Wert und steht für normative Aspekte wie soziale Gerechtigkeit und ethische Ideale. Beim Brechtschen epischen Theater beispielsweise führt der Gedanke der Partizipation so weit, dass das Publikum gedanklich und beurteilend aktiviert werden soll, jedoch nicht so weit, dass es formal ins Bühnengeschehen einzubinden sei. Es soll vielmehr das Publikum der Illusion des Theaters beraubt werden, um dadurch die Fähigkeit zu gewinnen, die Theaterereignisse auf die eigene Realität zu übertragen. Laut Jacques Ranciere – der sich auf Brechts Theater bezieht – beginnt Emanzipation dann, „wenn man den Gegensatz zwischen Sehen und Handeln in Frage stellt, wenn man versteht, dass die Offensichtlichkeiten, die so die Verhältnisse zwischen dem Sagen, dem Sehen und dem Machen strukturieren, selbst der Struktur der Herrschaft und der Unterwerfung angehören. Sie beginnt, wenn man versteht, dass Sehen auch eine Handlung ist, die diese Verteilung der Positionen bestätigt oder verändert. Auch der Zuschauer handelt.“

Im Gegensatz zu diesen spekulativen Szenarien der Publikumsemanzipation – in denen Partizipation ohnehin schon früher beginnt, als hegemonial definiert – verlässt das Publikum in der Digitalität die Sphäre

eines „Sehens als Handlung“ in Richtung einer Einbindung in das Geschehen, was dem Publikum eine gewisse Wirkmacht verleiht. Gerade Social Media zeigt, dass jede*r selbst potenziell ein sehr großes Publikum ansprechen kann. Hierin sehen manche Medientheoretiker*innen ein Problem: Dieses Reichweitenpotenzial suggeriert dabei nämlich vielen Partizipant*innen, ihnen würde konstante kommunikative Reichweite zustehen. Laut dem Philosophen Ian Bogost stellt die unentwegte, algorithmisch unterstützte Kommunikation gerade keine Idealsituation dar. Im Gegenteil: Menschen sollten nicht so viel zu sagen haben, sie sollten nicht erwarten, für ihre Äußerungen ein so großes Publikum zu bekommen, und sie sollten auch nicht annehmen, dass sie für jeden Gedanken oder jede Idee ein Recht auf einen Kommentar oder eine Erwiderung haben. Bogost kommt zu dem Schluss, dass die sozialen Medien eine Art soziopathische Wiedergabe der menschlichen Sozialität hervorgebracht haben und dass dies viel weniger an den Möglichkeiten und Potenzialen liege als an der Algorithmisierung von Kommunikationsprozessen. Die technikpositivistische Idee von Teilhabe und Gleichheit entpuppt sich als luftleerer und selbstreferenzieller Raum, in dem vermeintliche Agency zu einem individuellen und kollektiven Sich-Selbst-Verlieren in Identitätspolitik führt.

Ausblick

ChatGPT würde diesen Essay mit folgender Zusammenfassung abschließen: „Das Publikum hat im digitalen Zeitalter einen noch nie dagewesenen Zugang zu Informationen, Möglichkeiten der Meinungsäußerung und Teilnahme an verschiedenen Aspekten der Medien und der Gesellschaft. Die Herausforderungen, die gleichzeitig entstehen, sind Felder wie Fake News, der Schutz der Privatsphäre und die Notwendigkeit einer verantwortungsvollen digitalen Bürgerschaft.“ Die Fragen, die jedoch unbeantwortet bleiben, sind: Wie sieht so eine verantwortungsvolle digitale Bürgerschaft aus? Oder, um Jacques Rancieres Vokabular zu verwenden: Wie stellen wir uns eine*n emanzipierte*n Zuschauer*in vor und wie schaffen wir es, diesen Emanzipationsprozess zu unterstützen? Da ich mit Studierenden und Schüler*innen

(auch eine Art zu emanzipierendes Publikum) arbeite, stelle ich mir diese Fragen vermutlich häufiger als andere.

Ich möchte abschließend zwei Punkte hervorheben, die ich für mich als Lehrenden unsagbar wichtig finde, nämlich

1. ein Verständnis dafür zu entwickeln, wie die zeitgenössische Auseinandersetzung mit und Produktion von kulturellem Wissen und visuellen Kulturen funktioniert – weil ebendies die Welt ist, in der mein Publikum agiert und produziert.
2. Und daran zu arbeiten, dieses Verständnis in Bildungsprozesse miteinzubinden, um Lernende bei ihrem Emanzipationsprozess zu begleiten. Dabei muss man sich nicht für Pro oder Contra entscheiden – man braucht weder den erhobenen Zeigefinger des Alarmismus, noch muss man allzu unkritisch sein – sondern erst einmal nüchtern feststellen, dass wir uns in einer neuen Welt wiederfinden, und man muss lernen, ebendiese besser zu verstehen und sie verstehbar zu machen, damit ich mich überhaupt in die Lage zu versetzen vermag, angemessene Vermittlungsarbeit zu leisten und die Studierenden und Schüler*innen dabei auf mögliche Zukünfte vorzubereiten. Oder, um die Worte Gilles Deleuzes zu verwenden: Wir müssen uns neue Waffen suchen!

Dabei brauchen wir eine Offenheit gegenüber der Tatsache, dass noch nicht alles benannt ist, dass manche Begriffe, wie Publikum oder die Unterscheidung zwischen Realität und Virtualität, ihre Bedeutung verlieren und es Formen des Ausdrucks, der Teilhabe und des Seins gibt, die wir noch nicht fassen, noch nicht benennen können. Und genau darin liegt ja, nach Baudrillard, nach Rancière, die Möglichkeit für Emanzipation. Vielleicht wissen wir noch nicht, wofür wir bald neue Namen finden müssen.

Diese Offenheit müssen wir aushalten. Die Zwischenbereiche mit offenen Armen empfangen.

Quellen

- Jean Baudrillard: Warum ist nicht alles schon verschwunden?, Berlin 2008.
- Walter Benjamin: Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit, in: Zeitschrift für Sozialforschung Jg. 5, Frankfurt 1936.
- Ian Bogost: The Age of Social Media is Ending, in: The Atlantic, November 10, 2022.
- Gilles Deleuze: Postskriptum über die Kontrollgesellschaften, in: Gilles Deleuze, Unterhandlungen. 1972–1990, Frankfurt/M. 1993, S. 254–262.
- Steph Hendry: Audiences in the digital age, in: Media Studies No. 104. curriculum-press.co.uk/resource/audiences-in-the-digital-age
- Hans Magnus Enzensberger: Baukasten zu einer Theorie der Medien, in: Palaver. Politische Überlegungen (1967–1973), Frankfurt/M. 1974, S. 91–128.
- Jacques Rancière: Der emanzipierte Zuschauer, Wien 2009.

Hybride Publika

Eva Fischer im Gespräch mit ChatGPT

Eva Fischer Findest Du, dass man in Zeiten phygitaler Realitäten einen neuen Publikumsbegriff prägen muss?

ChatGPT Die Frage, ob in Zeiten von physischen und digitalen Realitäten ein neuer Publikumsbegriff benötigt wird, ist eine interessante und komplexe Frage, die von verschiedenen Faktoren abhängt. „Phygital“ bezieht sich auf die Verschmelzung von physischen und digitalen Erfahrungen, und in der heutigen vernetzten Welt sind viele Interaktionen und Erlebnisse sowohl physisch als auch digital. Ein neuer Publikumsbegriff könnte in einigen Fällen sinnvoll sein, um die Vielfalt der Menschen, die an verschiedenen Arten von Veranstaltungen oder Aktivitäten teilnehmen, besser zu erfassen. Hier sind einige Gründe, warum dies erwogen werden könnte:

1. Vielfalt der Präferenzen: In einer phygitalen Welt haben Menschen unterschiedliche Präferenzen hinsichtlich physischer und digitaler Interaktionen. Ein neuer Begriff könnte helfen, diese Vielfalt besser anzuerkennen und zu organisieren.
2. Veränderung der Teilnahmeformen: Die Art und Weise, wie Menschen an Veranstaltungen und Aktivitäten teilnehmen, hat sich in den letzten Jahren stark verändert. Ein neuer Begriff könnte dies besser widerspiegeln und neue Formen der Teilnahme beschreiben.
3. Personalisierung: In einer digitalen Welt können Inhalte und Erfahrungen oft personalisiert werden. Ein neuer Publikumsbegriff könnte dies berücksichtigen und die personalisierten Erfahrungen in den Fokus rücken.
4. Interaktion und Engagement: Die Art und Weise, wie das Publikum mit Veranstaltungen und Inhalten interagiert, kann sich je nach physischer oder digitaler Präsenz stark unterscheiden. Ein neuer Begriff könnte helfen, die Art der Interaktion und des Engagements genauer zu beschreiben.

Es ist jedoch wichtig zu beachten, dass die Einführung eines neuen Begriffs für das Publikum auch Herausforderungen mit sich bringen kann, insbesondere in Bezug auf die Verständlichkeit und Akzeptanz. Es wäre wichtig sicherzustellen, dass ein solcher Begriff klar definiert und gut verstanden wird, damit er tatsächlich dazu beiträgt, die Realitäten der heutigen Welt besser zu erfassen. Letztendlich hängt die Notwendigkeit eines neuen Publikumsbegriffs von den konkreten Anforderungen und Zielen in einem bestimmten Kontext ab. In einigen Fällen könnte es sinnvoll sein, einen solchen Begriff zu prägen, während in anderen die bestehenden Begriffe ausreichend sind, um die verschiedenen Arten von Publikum zu beschreiben.

Eva Fischer Wenn wir beispielsweise davon ausgehen, dass Menschen sich etwa international vernetzen und Veranstaltungen besuchen wollen, ohne zwingend mit dem Flugzeug durch die Welt zu jetten, wie könnte so ein Publikumsbegriff dann aussehen?

ChatGPT Wenn Menschen sich international vernetzen und Veranstaltungen besuchen möchten, ohne unbedingt physisch anwesend zu sein (d. h. ohne zu reisen), könnten mögliche Publikumsbegriffe „virtuelles Weltpublikum“ oder „globales Fernpublikum“ sein. Diese Begriffe würden betonen, dass die Teilnehmenden aus verschiedenen Teilen der Welt stammen und über digitale Kanäle an Veranstaltungen teilnehmen. Hier sind einige Überlegungen zu diesen Begriffen:

1. Virtuelles Weltpublikum: Dieser Begriff betont die virtuelle Natur der Teilnahme und die globale Reichweite des Publikums. Er unterstreicht, dass Menschen aus verschiedenen Ländern und Kontinenten über das Internet an Veranstaltungen teilnehmen können.
2. Globales Fernpublikum: Dieser Begriff legt den Schwerpunkt auf die Tatsache, dass das Publikum global verteilt ist und sich von weit entfernten Orten aus an Veranstaltungen beteiligt. Das Wort „fern“ bezieht sich auf die räumliche Entfernung, während „global“ die internationale Vielfalt der Teilnehmenden betont.
3. Digitales Weltpublikum: Dieser Begriff vereint die digitalen Aspekte der Teilnahme und die weltweite Präsenz des Publikums. Er könnte auf die Idee hinweisen, dass die Welt dank digitaler Technologie miteinander verbunden ist.

Die Wahl eines geeigneten Begriffs hängt von verschiedenen Faktoren ab, einschließlich des Kontexts und der Zielsetzung Ihrer Veranstaltung oder Ihres Projekts. Es ist wichtig sicherzustellen, dass der gewählte Begriff verständlich ist und die gewünschten Konzepte und Botschaften effektiv vermittelt. Letztendlich geht es darum, die Art und Weise, wie Menschen aus verschiedenen Teilen der Welt miteinander in Kontakt treten und an globalen Veranstaltungen teilnehmen, klar zu beschreiben und zu betonen.

Eva Fischer „Virtuelles Weltpublikum“ gefällt mir. Nehmen wir an, es handelt sich um ein Medienkunstfestival wie CIVA, bei dem zum einen dieses Weltpublikum durch virtuelle Ausstellungen und Online-Formate und gleichzeitig auch ein lokales Publikum durch physische Veranstaltungen angesprochen wird. Nehmen wir an, ein großer

Wunsch besteht darin, eine diverse Gruppe an Menschen mit einer Vielfalt an Präferenzen einzuladen und ganz im Sinne eines Festivals miteinander zu vernetzen und in Austausch zu bringen. Wie könnte der Publikumsbegriff dann diese hybride Realität miteinbeziehen?

ChatGPT

In einem Festivalkontext, bei dem sowohl ein „virtuelles Weltpublikum“ als auch ein „lokales Publikum“ angesprochen werden, wäre es sinnvoll, einen Publikumsbegriff zu verwenden, der die hybride Realität und die Vielfalt der Teilnehmenden berücksichtigt. Hier sind einige Vorschläge:

1. „Phygitales Festivalpublikum“: Dieser Begriff kombiniert die Wörter „physisch“ und „digital“ und betont somit die hybride Natur des Festivals. Er zeigt an, dass das Festival sowohl physische als auch virtuelle Elemente umfasst und ein Publikum anspricht, das beide Erfahrungen schätzt.
2. „Diversifiziertes Festivalpublikum“: Dieser Begriff hebt die Vielfalt der Präferenzen und Hintergründe der Festivalteilnehmer:innen hervor. Er betont, dass das Festival darauf abzielt, Menschen mit unterschiedlichen Interessen und aus verschiedenen Regionen zusammenzubringen.
3. „Hybrides Festivalpublikum“: Dieser Begriff unterstreicht die hybride Natur des Festivals und zeigt an, dass es sowohl physische als auch digitale Elemente gibt. Er bringt die Idee der Verschmelzung von physischen und digitalen Realitäten zum Ausdruck.
4. „Weltweites Festivalpublikum“: Dieser Begriff betont die globale Reichweite des Publikums und zeigt an, dass Menschen aus verschiedenen Teilen der Welt am Festival teilnehmen, sei es physisch oder virtuell.

Die Wahl des Begriffs hängt von Ihren spezifischen Zielen und Botschaften ab. Wichtig ist, dass der gewählte Begriff die Idee vermittelt, dass das Festival eine Plattform für Interaktion und Austausch zwischen verschiedenen Teilnehmer:innengruppen bietet, unabhängig von ihrer physischen oder digitalen Präsenz.

Eva Fischer

Da stimme ich absolut zu! Es geht darum, unabhängig von der physischen oder digitalen Präsenz alle Gruppen von Teilnehmenden gleich anzusprechen und ein gutes Erlebnis für alle zu ermöglichen. Der Begriff eines „hybriden Publikums“ geht in diesem Sinne, auch wenn er sehr generisch ist, schon in eine interessante Richtung. Vor welche Herausforderungen stellt uns das als Veranstalter:innen und Kulturschaffende, wenn wir uns an ein hybrides Publikum richten wollen?

Das Ansprechen eines hybriden Publikums, das sowohl physische als auch digitale Präsenz umfasst, stellt Veranstalter und Kulturschaffende vor einige Herausforderungen. Hier sind einige der wichtigsten Herausforderungen, die dabei auftreten können:

1. **Technische Infrastruktur:** Die Bereitstellung einer zuverlässigen technischen Infrastruktur für virtuelle Veranstaltungen und die Integration von Online-Teilnehmer:innen in physische Veranstaltungen erfordern sorgfältige Planung und Ressourcen. Dies umfasst die Auswahl geeigneter Streaming- und Konferenztechnologien sowie die Sicherstellung einer stabilen Internetverbindung.
2. **Interaktive Erfahrungen:** Die Schaffung interaktiver und engagierender Erfahrungen für alle Teilnehmenden, unabhängig von ihrer Präsenzform, kann herausfordernd sein. Es ist wichtig, Möglichkeiten zur Interaktion zwischen physischen und digitalen Teilnehmenden zu schaffen, um ein inklusives Erlebnis zu gewährleisten.
3. **Kommunikation und Marketing:** Die Kommunikation und Vermarktung von Veranstaltungen an ein hybrides Publikum erfordert eine differenzierte Herangehensweise. Es muss deutlich gemacht werden, welche Optionen für die Teilnahme verfügbar sind und wie die verschiedenen Zielgruppen angesprochen werden.
4. **Datenschutz und Sicherheit:** Der Schutz von Daten und die Sicherheit der Teilnehmenden, insbesondere bei Online-Veranstaltungen, sind von größter Bedeutung. Veranstalter müssen sicherstellen, dass Datenschutzrichtlinien eingehalten werden und dass die Online-Plattformen sicher sind.
5. **Inklusion und Barrierefreiheit:** Die Gewährleistung von Inklusion und Barrierefreiheit für alle Teilnehmenden ist eine zentrale Herausforderung. Dies umfasst die Bereitstellung von Untertiteln, Gebärdensprachdolmetschern und barrierefreien Online-Plattformen für Menschen mit unterschiedlichen Fähigkeiten und Bedürfnissen.
6. **Zeitzone und Kulturunterschiede:** In einem globalen Kontext müssen Veranstalter die Herausforderungen von unterschiedlichen Zeitzone und kulturellen Unterschieden berücksichtigen. Die Planung von Veranstaltungszeiten und Inhalten sollte so gestaltet sein, dass sie für ein internationales Publikum zugänglich sind.
7. **Publikumsengagement und -bindung:** Die Bindung des Publikums und die Schaffung einer Gemeinschaft, sowohl online als auch offline, sind wichtige Aspekte. Veranstalter müssen Strategien entwickeln, um das Engagement über die Veranstaltung hinaus aufrechtzuerhalten.

8. **Kosten und Ressourcen:** Hybride Veranstaltungen können in Bezug auf Kosten und Ressourcen anspruchsvoll sein. Veranstalter müssen sicherstellen, dass das Budget ausreichend ist, um sowohl physische als auch virtuelle Elemente erfolgreich umzusetzen.

Diese Herausforderungen erfordern eine sorgfältige Planung, technisches Know-how und die Bereitschaft, sich an sich ändernde Bedingungen anzupassen. Ein umfassender Ansatz zur Bewältigung dieser Herausforderungen kann dazu beitragen, ein erfolgreiches Festival oder eine erfolgreiche Veranstaltung für ein hybrides Publikum zu schaffen.

Verweise

→ S. 166 Sibylle Dienesch, Angela Fink und Annette Rainer, Inklusion in der Museumspraxis – eine Selbstbefragung
→ S. 48 Kay Voges, Publikum für die Zukunft
→ S. 210 Gerald Harringer, Kultur wächst durch Begegnung
→ S. 290 Ernst Schmiederer, Zuhören, damit der/die Andere erzählt. Manifest für erhöhte Sichtbarkeit

Eva Fischer Die Bereitschaft, sich an sich ändernde Bedingungen anzupassen, ist auch meiner Einschätzung nach von großem Wert. Wenn wir uns mit neuen Technologien wie etwa künstlicher Intelligenz auseinandersetzen und die Tools selbst ausprobieren und testen, dann verlieren sie ein wenig von der Bedrohung, die für uns oft von etwas Unbekanntem ausgeht. Technologien entwickeln sich weiter, wir entwickeln uns weiter und so ändern sich auch unsere Gewohnheiten als Publikum. Gerade ein Medienkunstfestival, das sich im Kern für Medien und Technologien interessiert, kann im Experiment schon viele Schritte versuchen, um herauszufinden, wie hybride und inklusive Formate in Zukunft aussehen und funktionieren könnten. Vielen Dank für die Einschätzung!

ChatGPT Ganz genau! Die Bereitschaft zur Anpassung und das Experimentieren mit neuen Technologien sind entscheidend, um in einer sich ständig verändernden Welt erfolgreich zu sein, insbesondere in Bereichen wie Medienkunst und Technologie. Festivals und Veranstaltungen, die sich für solche Innovationen öffnen und sie aktiv erkunden, haben die Möglichkeit, neue und aufregende Wege zu finden, um ein breiteres und vielfältigeres Publikum anzusprechen und zu begeistern. Das Experimentieren mit hybriden und inklusiven Formaten kann nicht nur dazu beitragen, die künstlerische und kreative Vision zu erweitern, sondern auch dazu, die Möglichkeiten der Technologie voll auszuschöpfen, um ein tieferes und immersiveres Erlebnis für alle Teilnehmenden zu schaffen.

Ich wünsche Ihnen viel Erfolg bei der Organisation Ihres Medienkunstfestivals und bei der Gestaltung einer einladenden und innovativen Umgebung für Ihr hybrides Publikum. Wenn Sie weitere Fragen oder Anliegen haben, stehe ich gerne zur Verfügung!

Eva Fischer

beschäftigt sich aktuell sehr viel damit, was „Intelligenz“ eigentlich bedeutet und wie wir als Gesellschaft damit umgehen können, dass künstliche „Intelligenz“ in immer mehr Bereichen unseres Lebens eine Rolle spielt. Gerade hat sie die Ausstellung Extensions of Self über künstliche Intelligenz im Francisco Carolinum in Linz kuratiert. In ihrer Rolle als Artistic Director des sound:frame Festivals sowie des CIVA Festivals schuf sie Platz für zeitgenössische Auseinandersetzungen, neue Technologien und spekulative Kunst durch immersive und audiovisuelle Ausdrucksformen. Sie wünscht sich, dass es in Österreich und vor allem in Wien noch mehr Platz und Wertschätzung für Medienkunst und die notwendige Auseinandersetzung mit neuen und alten Technologien gibt!

evafischer.org

Empfehlungen

- LaTurbo Avedon, Avatar, artist, curator:
laturboavedon.com
- Natalie Bayer, Belinda Kazeem-Kamiński, Nora Sternfeld (Hg.): Kuratieren als antirassistische Praxis, Berlin/Boston 2017.
- DiMoDA, Digital Museum of Digital Art
dimoda.art
- EPOCH, an artist-run virtual experiment
epoch.gallery
- John Falk: The Value of Museums. Enhancing Societal Well-Being, Lanham (US) 2021.
- Nora Sternfeld: Das radikaldemokratische Museum, Berlin 2018.
- Peter Weibel: Wie sieht das Museum der Zukunft aus?
youtube.com/watch?v=bag4fyxLxXY

Von Publikumsgeistern und der Architektur als Bühne

Michael Salvi,
Schenker Salvi Weber Architekten

Verweise

- S. 166 Sibylle Dienesch, Angela Fink und Annette Rainer, Inklusion in der Museumspraxis – eine Selbstbefragung
- S. 48 Kay Voges, Publikum für die Zukunft
- S. 210 Gerald Harringer, Kultur wächst durch Begegnung
- S. 290 Ernst Schmiederer, Zuhören, damit der/die Andere erzählt. Manifest für erhöhte Sichtbarkeit

Michael Salvi,
Architekt

Schenker Salvi Weber Architektur,
Wien & Bern

Wir bauen aktuell zwei Museen. Eines für und von Kindern in St. Pölten, das Kinder Kunst Labor, und das Museum Belvedere in der Altstadt von Salzburg. Wie soll ein Ort gestaltet sein, in dem die Jüngsten unter uns Publikum, gleichzeitig aber auch freie und damit unbeobachtete Gestaltende sein können? Und könnte ein „Erwachsenenmuseum“ wie das Belvedere nicht auch ein Raum sein, in dem sich das Publikum zur Architektur und der Kunst „auf Augenhöhe“ verhalten kann und vice versa? Architektur ist per se Bühne, sie ist ein inszenierter Raum, in dem die Natur und ihre Elemente, Kunst, ja auch Produkte und natürlich wir Menschen Darstellerinnen und Darsteller und gleichzeitig immer Publikum sind. Wenn sie gut ist, rahmt sie unser Leben, dient ihren Akteurinnen und Akteuren und interagiert mit dem Sein, der Kunst und Natur, lässt sie uns beobachten und mit allem in Freiheit kommunizieren.

Das kann der flirrende Schatten von Händen an der Höhlenwand sein, die eigene Stimme, die sich in einer gotischen Kathedrale in die Höhe des Kreuzgratgewölbes schwingt, der Regen, der durch das „Opaion“, das Loch in der Kuppel des Göttertempels *Pantheon* in Rom, platscht oder eine umgedrehte Obstkiste, auf die sich jemand stellt, um über die Köpfe seines Publikums schauend einen Vortrag zu halten.

Im Kinder Kunst Labor in St. Pölten haben wir mit einer großzügigen, sich nach oben windenden Helix, einem Möglichkeits- und Zwischenraum, versucht, fließende Räume zu schaffen, eine räumliche Struktur, die hierarchiefrei, partizipativ und kommunikativ ist, die Aneignung zulässt – Bühne und Zuschauer-raum in einem, zum Verweilen, Toben, Werken und Ausstellen.

Ein ikonografischer Lichtbrunnen im Innenhof der Neuen Residenz, wo das Belvedere Salzburg seinen Platz findet, ist hingegen das Leitmotiv dieses Museumsbaus. Er ist ein kontemplativer, öffentlicher Raum, ein zentrifugales Gelenk zwischen Oben, Unten, Innen und Außen, zwischen Himmel und Erde, das uns das Element Wasser in seinen Aggregaten mit allen Sinnen akustisch, körperlich, visuell

und vielleicht sogar olfaktorisch wahrnehmen lässt. Die Besucherinnen und Besucher sind Beobachtende und gleichzeitig Darstellende und werden Teil der räumlichen Inszenierung. Dieser Raum ist zum Ausstellen der Kunst nicht zwingend notwendig, aber wir bedürfen seiner vielleicht, weil er einen Möglichkeitsraum darstellt, zum Meditieren, Staunen und Wahrnehmen unserer Sinne.

So schön, so idealistisch, so gut. Szenenwechsel.

Es fing Ende der Neunziger, Anfang der 2000er-Jahre an. Der Begriff des **Selfies** war geboren und die **sozialen Netzwerke** kamen global auf. Gesichtserkennungssoftware wird mittlerweile bei allen neueren Modellen von Mobiltelefonen und überall dort angewandt, wo man sich autorisieren muss. Sie wird auch bei der Kameraüberwachung, sogar in öffentlichen Räumen, angewandt, dazu kommen Kameradrohnen mit Gesichtserkennung bei größeren Veranstaltungen. Auch wenn das alles rechtlich höchst umstritten ist, wir bewegen uns praktisch Tag und Nacht vor den Augen von potenziellen Zuschauerinnen und Zuschauern.

Wir sehen dieses Publikum nicht, wir wissen nicht, wer es ist und was es mit unseren Daten macht. Wer sich beobachtet fühlt, verhält sich mit hoher Wahrscheinlichkeit anders und regelkonformer. Schon Bilder von Augenpaaren führen angeblich dazu, dass sich Menschen anders verhalten und zum Beispiel nicht bei Rot über die Ampel gehen. Der sogenannte Hawthorne-Effekt (auch als Beobachtereffekt bekannt) beschreibt das Phänomen der Verhaltensanpassung von Personen, die im Lichte der Aufmerksamkeit stehen. Die Studien, die in den 1920er-Jahren in den namensgebenden Hawthorne-Werken von General Electric in den USA durchgeführt wurden, belegen: Es steigt die Produktivität von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, sobald sie das Gefühl haben, unter Beobachtung zu stehen.

Wir setzen uns unfreiwillig und freiwillig ständig einem Publikum aus. Es sieht uns in der Fankurve im Fußballstadion beim Jubeln zu, es weiß, was wir essen, wo wir Urlaub machen, kennt unsere Freunde und Freundinnen, bestaunt durch unsere Augen den Sonnenauf-

gang, beobachtet das Kind, wenn es seine ersten Schritte tut. Kurzum: Es blickt auf uns in unseren intimsten Momenten der Freude, der Trauer und des Schmerzes. Ständig.

Das hat auch einen Einfluss auf uns Architektinnen und Architekten – privat sowieso, beruflich auch? Wir erinnern uns: Wer beobachtet wird, benimmt sich anders, als wenn er es nicht wird. Es gibt mittlerweile Ausschreibungen für Architektur, die ernsthaft eine „**Instagramability**“ verlangen, also die Fähigkeit, auf der gleichnamigen Plattform entsprechend gut vom Publikum, also Followern, gerankt zu werden. Im Tourismus ist diese „Ability“ ein wichtiger Punkt, unter anderem deswegen, weil Millennials hohen Wert darauf legen, dass ein potenzielles Reiseziel oder eine Architektur sich auf dem eigenen Instagram-Profil gut macht. So sehen dann auch die Interieurdesigns der Lokale, Hotels, Villen und Einfamilienhäuser aus, die in den vergangenen Jahren entstanden sind, eine Art Global Style, fast ident, als ob man über sie eine Art Design- und Architekturfilter gelegt hätte. Der Tag **#interiordesign** hat 179 Mio. (Stand 4. September 23) Beiträge auf Instagram. So „creme“ die Styles, so konform der Durchschnitt. Was aber, wenn Architektur nicht mehr Raum für dieses Spiel zwischen Darstellenden und Publikum ist, sondern für dieses eine ominöse „Publikum“ da draußen gebaut ist, das nun auch noch künstlich intelligent ist, das wir nicht kennen, das kein Wertesystem kennt, das keinen Namen und kein Gesicht hat, das uns Tag und Nacht beobachtet, dem wir uns ständig zeigen und präsentieren? Wenn diese Architektur regelgerecht und „instagramable“ ist, eine Bühne für diese unheimlichen „Publikumsgeister“ darstellt und angepasstes Verhalten evoziert?

In diesen Architekturen verlieren wir die Fähigkeit, uns frei und von Autoritäten unbeobachtet in Bezug zu unserem Sein, den Elementen, der Kunst und der Natur zu setzen, wir entfremden uns der Welt und damit uns selbst. Ist es Zufall, dass wir in den vergangenen Jahrzehnten unseren Planeten mit gesichtslosen Zweckbauten und seelenlosen Signaturenbauten zubetonieren und ihn mit einer unbeschreiblichen Arroganz zerstören, als ob

er außerhalb von uns stehen würde und nicht
Teil von uns wäre?

Wir Architektinnen und Architekten können
Räume schaffen, die uns Menschen tief be-
rühren und mit der Welt in eine innige Bezieh-
ung setzen. Vielleicht reicht es manchmal aber
auch nur, sein Handy am Eingang abzugeben.

Michael Salvi,
Architekt

Michael Salvi

ist in Bern (CH) geboren. Seit 20 Jahren lebt und arbeitet er in Wien, der Heimat seiner österreichischen Vorfahren. Was ihn hier hält? Die Liebe und seine schöne Arbeit als Architekt. Wo er gerade steht? Er steht in seinem Architekturbüro im 7. Bezirk in Wien, um ihn herum stehen Modelle von realisierten Bauten in der Schweiz, Österreich und Deutschland, daneben sitzen an ihren Schreibtischen annähernd 50 Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen und seine zwei Partner, Thomas Weber und Andres Schenker. Sie planen gerade Schulen, Wohnbauten und seit neuestem auch Museen und Kulturbauten; Bauaufgaben, die er persönlich sehr spannend findet. Mit Schenker Salvi Weber Architekten hat er viel erreicht. Mittlerweile sind sie ein etabliertes Büro. Umso mehr liegt es Michael Salvi am Herzen, dass man jungen ArchitektInnen-Kollektiven einen niederschwelligeren Zugang zu Wettbewerben ermöglicht. Zudem wünscht er sich, dass wir eine differenzierte Baukultur pflegen, zu der unbedingt auch der intelligente und sensible Umgang mit dem Bestand gehört, der in der universitären Lehre größeren Platz finden sollte. Dass das Digitale in die Planung Einzug gehalten hat, hält er für begrüßenswert, weil es viele Abläufe vereinfacht. Ein Model aus Holz zu bauen oder eine Skizze mit einem Bleistift auf Papier zu kritzeln kann aber auch viel und es macht sogar glücklich!

schenkersalviweber.com

Schenker Salvi Weber Architektur,
Wien & Bern

Empfehlungen

Bücher

- Otl Aicher: analog und digital. schriften zur philosophie des machens, Berlin 1991.
- Christopher Alexander, Sara Ishikawa, Murray Silverstein with Max Jacobson, Ingrid Fiksdahl-King, Shlomo Angel: A Pattern Language. Towns, Buildings, Construction, Oxford 1977 / Deutsche Ausgabe Hermann Czech (Hg.): Eine Muster-Sprache, Wien 1995.
- Hermann Czech: Ungefähre Hauptrichtung. Schriften und Gespräche zur Architektur, Wien 2021.
- Heinrich Klotz: Architektur im Widerspruch. Bauen in den USA von Mies van der Rohe bis Andy Warhol, Zürich 1974.
- Rem Koolhaas, Bruce Mau: S, M, L, XL, New York 1997.
- Dietmar Steiner: Steiner's Diary. Über Architektur seit 1959, Zürich 2016.

Digitale Magazine

- Kontextur kontextur.info & @kntxtr auf Instagramm
- C/O Vienna Magazine co-vienna.com & @coviennamagazine auf Instagramm

Wollen wir nur besucht werden?

Matthias Beitzl,
Volkskundemuseum Wien

Museen sind öffentliche Orte

Aber das sind sie nicht per se, sondern müssen als solche positioniert, kommuniziert und gelebt werden bzw. dazu sichtbar und effektiv einladen. Denken wir dabei über das uns verbundene Publikum sowie über interessierte Tourist:innen hinaus an alle Nichtbesucher:innen! Immerhin sind das rund 80 Prozent der Menschen, die hier leben.

Was wir uns wünschen

Das Museum ist ein lebender und ein lebendiger Ort, an dem sich Personen und Gruppen treffen und austauschen, wo konstruktive Gespräche ebenso stattfinden wie schwierige Debatten. Es erzählt mit seinen Sammlungen und Archiven für alle nachvollziehbar historische Beziehungen und Zusammenhänge und macht sie durch Berücksichtigung gegenwärtiger und möglicher zukünftiger Bewegungen und Prozesse gesellschaftsrelevant. Dieser gedachte und im besten Fall zumindest teilweise praktizierte Möglichkeitsraum öffnet die Institution Museum über Sammlungsarbeit, Vermittlung und Kuratierung hinaus hin zu einem Ort gesellschaftlicher Teilhabe mit Konsequenzen, die wir gelegentlich nicht voraussehen können und auch nicht sollten.

Matthias Beitz,
Direktor

Das Museum kann ein politischer Ort im besten Sinne sein

Die Museumsobjekte mit ihrer jeweiligen Sammlungsgeschichte sind Anker für Kontexte, die erinnern, herausfordern, erklären, aufrütteln und uns helfen, zu verlernen. Sie entwickeln ihre Wirkmacht gegenüber dem täglichen Medienstrom, der beständig versucht, uns zu kapern. Das Museum als „vertrauensvoller Ort“ ist ein Verhandlungs- und Versammlungsort, der Menschen zur Verfügung steht, um sich zwischen Ideologien und gesellschaftlichen Prozessen zu orientieren.

Volkskundemuseum Wien,
Wien

Wollen Museen also nur besucht werden?

Ein Museum, das nicht nur besucht werden will, ist ein Museum der Nutzer:innen mit ihren Anliegen und Bedürfnissen. Es ist eine Institution, die sich als öffentliche und gesellschaftliche Akteurin begreift und sich der damit einhergehenden Verantwortung bewusst ist. Es übernimmt im Sinne einer vermittelnden und bestärkenden Bildungs- und Kommunikationsarbeit auch eine soziale Rolle und strahlt in die unmittelbare Umgebung und Gesellschaft aus. Dieses Museum mit seinen Mitarbeiter:innen ist auch bereit, von seinen Nutzer:innen zu lernen. Die Nutzer:innen sind nicht das Resultat Web-getriebener quantitativer Messungen. Sie sind Menschen, die feststellen, dass es sich bei dem Museum um einen Ort des Aufenthalts handelt, der aus unterschiedlichsten Beweggründen interessant ist, der zuhört, mitmacht und der vermittelt, dass er im Grunde allen gehört.

Können wir uns das vorstellen?

Wenn ich in dieses Museum gehe, lasse ich mich nieder und mache es mir bequem. Zwischendurch wandle ich durch die Räume, gehe ins Café oder sitze auf der konsumfreien Grünfläche und komme mit anderen Nutzer:innen ins Gespräch. Weil das Internet gut ist, arbeite ich hier auch gerne. Für mich ist die Stimmung konzentriert. Ich lasse mich durch eine Gesprächsrunde am Sofa gegenüber nicht stören. Ich sehe einige junge Eltern mit Kindern. Sie können hier untertags recht einfach

ihre Homeoffice-Arbeit ins Museum verlegen. Für ihre Kinder wird ein Programm angeboten. Ich blicke auf inspirierende Bücherregale wie auf teils wundersame Objekte. Unlängst habe ich mir einige der Objekte doch einmal näher angeschaut. Ich wurde gleich durch eine intelligente digitale Anwendung zur Bibliothek weitergeleitet, eine freundliche und kundige Ansprechperson im Raum hat mir etwas über das Objekt erzählt und mich auf die unterschiedlichen Kontexte rundherum aufmerksam gemacht. Bei der Gelegenheit sah ich auch das Archiv und Teile der Fotosammlung. Ich war im Bauch des Museums gelandet. Ich war schon öfter hier, weil der Eintritt frei wählbar ist und ich hier angenehm arbeiten und nachdenken kann – ob im Sitzen oder Liegen.

So etwa?

Kreatives und soziales Handeln beginnt mit der Praxis in der Institution, führt über Transparenz und über eine Atmosphäre der Teilhabe, des Austausches und des Verweilens hin zu einem öffentlichen und im besten Sinne politischen Ort. **„Nutze dein Museum“ steht dabei für die Ermächtigung des und der Einzelnen.**

Verweise

- S. 279 Elisabeth Bernroither und Zuzana Ernst, Mehr als nur Zugang schaffen: Multiperspektivität im Kuratieren und Ko-Kreation als Säulen für eine gerechte Kunstpraxis
- S. 52 Markus Feigl, Das Publikum öffentlicher Bibliotheken in Österreich – von Nutzer:innen zu Akteur:innen
- S. 265 Andrea Lumplecker, Publikum sein und werden-mit-anderen
- S. 199 Birgit Johrer und Anita Niegelhell, In Bewegung: das Volkskundemuseum in Graz und seine Beziehungen zu Gesellschaft und Öffentlichkeit

Matthias Beitzl

geboren in Wien, Leitung Volkskundemuseum Wien, Europäischer Ethnologe, gerne unterwegs und immer in Gedanken, was Institution positiv wie negativ bewirkt und auf der Suche nach dem nächsten Museum. Gerade jetzt steht für ihn eine Generalsanierung des Volkskundemuseums Wien bevor, für die er zusammen mit seinem Team grundlegend neue inhaltliche, strukturelle und organisatorische Veränderungen denkt und versuchen wird. Für unsere Zukunft wünscht er sich eine Gesellschaft, die sich bewusst ist, was sie alles erreicht hat, was ihr zur Verfügung steht und die vor diesem Hintergrund solidarisch ist.

volkskundemuseum.at

Empfehlungen

- Giorgio Agamben: Was ist ein Dispositiv?, Zürich 2008.
- Martina Eberspächer, Gudrun Marlene König, Bernhard Tschofen (Hg.): Gottfried Korff. Museumsdinge deponieren – exponieren, Köln – Weimar – Wien 2002.
- Michael Fehr, Kurze Beschreibung eines Museums, das ich mir wünsche, 2003. aesthetischepraxis.de/Texte2/Fehr_Fiktives_Museum_II.pdf
- Dieter Kramer: Alte Schätze und neue Weltsichten. Museen als Orientierungshilfe in der Globalisierung, Frankfurt am Main 2005.
- Seema Rao: How to make museums more engaging? Develop Employee-Centered Museums First. brilliantideastudio.com/art-museums/how-to-make-museums-more-engaging-develop-employee-centered-museums-first
- Luise Reitstätter: Die Ausstellung verhandeln. Von Interaktionen im musealen Raum, Bielefeld 2015.
- The Relational Museum, project by Chris Gosden and the Pitt Rivers Museum, 2002-2006. digital.humanities.ox.ac.uk/project/relational-museum
- Daniel Tyradellis: Müde Museen oder: Wie Ausstellungen unser Denken verändern könnten, Hamburg 2014.

World in My Eyes

Doris Uhlich

Verweise

→ **S. 56** Herwig Bauer, Ein Festival für alle – und wie das so mit seinem Publikum ist

→ **S. 249** Kira Kirsch, *All over Vienna* – eine Reise mit dem Publikum

→ **S. 158** Matthias Naske, Publikum oder Publika

→ **S. 240** Yasmo, Hautnah

Egal welche Raumsituation ich für eine Performance schaffe – die Premiere, in der zum ersten Mal Publikum die Performance sieht, leitet den nächsten Entwicklungsschritt eines Arbeitsprozesses ein. Eine Arbeit ist für mich bei der Premiere nicht abgeschlossen. Ganz im Gegenteil – das Öffentlichwerden, das Öffnen und Teilen der Arbeit mit einem Publikum lässt die Performance weiterwachsen und weitere Entscheidungen werden getroffen. Durch das Energiefeld zwischen Zuschauer*innen und Performer*innen bewegt sich die Arbeit weiter.

In einigen Arbeiten von mir ist die Raumsituation offen, Performer*innen und Zuschauer*innen begegnen sich auf Augenhöhe, das Publikum kann sich frei bewegen im Raum, trifft Entscheidungen von Nähe und Distanz; die Zuschauer*innen bleiben, gehen und kommen wieder – alles möglich. Sowohl die Performer*innen als auch das Publikum treffen Entscheidungen – mit wem man in Beziehung tritt, wie lange eine Begegnung dauert, wo und wie man sich durch den Raum bewegt – und ein analoges Netzwerk entsteht. Auch ein Abwenden ist Teil des Netzwerkes. Jede räumliche und zwischenmenschliche Entscheidung wird Teil der Performance.

Mich interessiert vor allem der Blick des Publikums. Jeder Blick hat eine Biografie. Meist schaut man als Zuschauer*in am Beginn dem Geschehen zu, dann kommt der Moment, den viele meiner Arbeiten auslösen: Man schaut sich selbst zu, wie man eine Performance anschaut. Man ist im Dialog mit der Biografie des eigenen Blicks, das kann sanft und auch schmerzhaft sein. Ich arbeite oft mit einem diversen, nackten Ensemble. Begegnungen mit Menschen, die nicht oberflächliche gesellschaftliche Ideale von Schönheit und Fitness verkörpern, schaffen utopische Räume. Fett tanzt, Rollstühle werden zerlegt und die Einzelteile bewegt, in die Luft geworfen, an nackte

Doris Uhlich

kommt von Tanz und Performance, steht mitten im Leben und wünscht sich offene Körper und offene Räume.

dorisuulich.at

Körper gepresst, Menschen mit physischen Beeinträchtigungen tanzen sich in Ekstase. Ich höre immer wieder von Leuten, dass eine Performance eine Transformation des Blicks auslöst. Nachdem der Prozess des Eintauchens in die Biografie des eigenen Blicks sich aufgelöst hat und man wieder aktiver, konzentrierter in die Performance eintaucht, sieht man Körper anders, man entdeckt mehr als das äußere Erscheinungsbild eines Körpers, man wünscht sich, dass der utopische Raum der Performance sich ausdehnt und nicht zu Ende geht, wenn Publikum und Performer*innen sich wieder trennen.

Unsere Wahrnehmung hat Schichten und Filter. Eine Performance kann harte Schichten und (Schutz)Filter, die manches unsichtbar und nicht wahrnehmbar machen, in Bewegung bringen. Diese Bewegung ist unsichtbar, ist intim und findet in jeder und jedem Einzelnen statt.

Was ist ein Publikum

Clemens Setz

Es gibt ein Spiel, das nennt sich *Keep Talking and Nobody Explodes*. Es wurde 2015 von der Firma Steel Crate Games entwickelt. Man findet es in den meisten App Stores und auch auf Steam. Man kann es sowohl halb analog in dieser als auch, mit entsprechender Behelmung, in der virtuellen Realität spielen. Das Prinzip ist einfach: Eine Bombe, gefertigt aus vielen bunten Einzelteilen, steht kurz vor der Detonation und eine der beiden Spielerinnen sieht sich in der schrecklichen und etwas lächerlichen Situation, direkt vor dieser Bombe zu sitzen und sie entschärfen zu müssen. Sie ist mit diesem Problem allerdings nicht allein: Eine zweite, räumlich entfernte Spielerin verfügt glücklicherweise über ein detailliertes Handbuch der Bombenentschärfung. Einziges Problem: Die beiden können einander nicht sehen. Sie stehen ausschließlich in schriftlicher oder akustischer Verbindung. Die Bombenentschärferin muss also mit ihren Worten so genau wie möglich beschreiben, was sie vor sich sieht, welche Art von Drähten, welche kleineren Behälter und anderen Bauelemente, deren genauen Namen sie vielleicht gar nicht kennt. Denn sonst wird sie in die Luft gesprengt. Und die mit dem Handbuch muss ihrerseits so genau wie möglich beschreiben, was ihr das Buch mit seinen Diagrammen und Formulierungen an virtuell lebensrettenden Maßnahmen nahelegt. Ungeheure Beschreibungen führen unweigerlich zum Detonieren des Sprengsatzes. Jedes längere Schweigen lockt den Tod an.

Die beiden Spielerinnen sind also, wie Sie vermutlich bemerkt haben werden, direkte Nachfahren von Scheherazade, der Erzählerin der *Geschichten aus Tausendundeiner Nacht*. Sie müssen einander sprachlich erreichen, müssen Sachverhalte präzise einfangen, müssen sich hineindenken in die jeweils andere, in ihre nur vermutbare Referenzbibliothek im Kopf. Was wird sie verstehen? Und wie? Was verfängt, was gleitet ab, was wirkt vielleicht zu zweideutig, was stellt Klarheit her?

Bei ihrem großen Vorbild Scheherazade ist es nicht allein Genauigkeit, die sie Nacht für Nacht aufbringen muss um zu überleben, sondern sie muss eine noch viel größere Bestie als „drohende Ungenauigkeit“ bezwingen: die Langeweile. Sogar noch schlimmer: die Langeweile

„eines Königs“. Sie muss ihn fesseln mit unerhörten Begebenheiten und Konflikten, mit plot twists und anderen Spannungselementen, auf dass die Erzählhypnose ungebrochen bis zum nächsten Morgen andauern möge. Denn ihr Zuhörer, der große König Schehrijar, hat sich geschworen, alle Jungfrauen des Landes zu ermorden, nachdem er mit ihnen eine Nacht verbracht hat. Um diesem Wahnsinn Einhalt zu gebieten, meldet sich Scheherazade freiwillig – und erzählt fortan um ihr Leben. Jede Nacht entschärft sie die neben ihr tickende Bombe. Sie wird in diesen eintausendundein Tagen sogar, wie uns die Geschichte versichert, dreimal schwanger von ihm, versorgt ihre Kinder tagsüber und muss jede Nacht wieder aufs Neue mit ihrem endlosen Fortsetzungsroman um ihr Leben kämpfen. Sie errichtet so den reichsten Bilderbogen der Weltliteratur, würfelt politische Parabeln zusammen mit religiösen Schaustücken und mit grotesken Dämonengeschichten in immer neuen Kombinationen, integriert sogar ihre eigene, um einiges subtilere Version der *Odyssee*, die Geschichten von *Sindbad*. Wann sie schläft, verrät uns die Rahmenhandlung nicht. Und dann, nach drei so geretteten Lebensjahren, bittet sie, die zweifellos größte Erzählerin der Geschichte, am Ende ihrer Kräfte angelangt, den König um Begnadigung. Sie kann nicht mehr. Sie hat keine Geschichten mehr. Er möge sie verschonen, allein schon um ihrer Söhne willen.

Und hier nun der Moment. Ich kenne keinen teuflischeren in der Literatur. Der König antwortet auf Scheherazades Bitte: „Ich habe dich schon **längst** freigesprochen.“ Eine andere Übersetzung präzisiert sogar noch: „Ich hatte dich schon freigesprochen, ehe diese Kinder kamen.“ Und er drückt, unter Tränen, die Söhne an seine Brust (die Geschichte verrät uns nicht, was er getan hätte, wären es statt drei Söhnen drei Töchter gewesen). Damit ist der Fluch vom Land genommen: „Jene Nacht zählte zum irdischen Leben nicht, und ihre Farbe war weißer als des Tages helles Angesicht.“ Das heißt also, der König hatte sich irgendwann in der, sagen wir, **drei- unddreißigsten** oder vielleicht sogar schon **fünften** Nacht entschieden: „Ach was, die bring ich nicht um, die erzählt zu gut“ und ließ

die Todesbedrohung als Atmosphäre weiter bestehen, indem er nichts über seinen inneren Sinneswandel verriet, sondern einfach weiter bewaffnet in seinem Schlafgemach vor der Erzählerin hockte und den Strom ihrer Geschichten genoss. Es gibt keine treffendere Charakterisierung von Leserschaft, oder allgemeiner: **Publikum**, als dieses eine Wort „längst“, das dem Mörderkönig Schehrijar da entschlüpft.

Clemens Setz,
Schriftsteller

Dieses seltsame Phänomen des Hineinkippens in und Süchtigwerdens nach Geschichten. Manchmal nimmt es ja auch friedfertige und lustige Dimensionen an, wie etwa bei Byron Crews, dem Sohn des großartigen Erzählers Harry Crews (des neben Flannery O'Connor wahrscheinlich größten Poeten des amerikanischen Southern Gothic), der als Kind so gebannt von den Kriegserzählungen seines Vaters war, dass er das Zimmer während des Vortrags nicht verlassen wollte. Irgendwann musste er auf die Toilette, aber wenn er ging, würden die betörenden Kinobilder im Kopf plötzlich aufhören. Das ging nicht. Also schlich er in die Ecke und urinierte dort kurzerhand auf den Boden. „Son, what are you doing?“, habe der Vater gefragt. „Keep telling the story, Dad“, lautete die Antwort. Auf das gesamte Werk seines Vaters bezogen, fand Byron Crews zu der attraktiven Formel: „He had us all pissing in corners ever since.“ – Das stimmt. Versuchen Sie einmal, Crews' Kurzroman *Car*, der von der rührenden und witzigen Geschichte eines Mannes berichtet, der beschlossen hat, ein ganzes Auto zu verspeisen, mittendrin wegzulegen. Gerade eben noch waren wir er und schluckten vor Publikum mit Mühe das erste vorher von Mechanikern kugelrund gelötete Stück der Karosserie herunter, während hinter der Bühne unsere Familie wartete, und plötzlich sollen wir in die Wirklichkeit zurück? Dann sich doch lieber in die Hose machen.

Wien

Menschen verwandeln sich erstaunlich gern in Geschichten. Das erlebte ich hautnah an einem Tag im September 2018, als ich im Wiener Gartenbaukino eine Lesung von David Sedaris besuchte. Bei den Liveauftritten dieses Autors ist, überraschenderweise, gar nicht die außerordentliche humoristische Qualität seiner meist autobiografischen Essays und Betrachtungen das Verblüffende und Sehens-

werte, sondern das, was **nach** der Lesung zu geschehen pflegt. Ein großer Teil des Publikums stellt sich um ein Autogramm an. An sich noch nichts Ungewöhnliches. Aber bei Sedaris hat sich eine besondere Beziehung zwischen Publikum und Autor entwickelt. Denn jeder Mensch, der sich das Buch signieren lässt, steht mindestens 30 Minuten vor Sedaris und unterhält sich mit ihm. Der Autor erwähnt auch im Gespräch auf der Bühne und in manchen seiner Essays, dass diese Person in Amsterdam oder jene Person in New York ihm folgende unglaubliche Anekdote mitgeteilt hätte. Jede Lesung mündet in ein ausgedehntes Audienz-System für biografische Anekdoten.

Aber anders als bei Leuten, die sich, sagen wir, nach der Lesung eines Selbsthilfegurus anstellen, soll es bei Sedaris gerade nicht die dramatische Lebensgeschichte sein, das Leid, der Werdegang einer Heilung usw., sondern die freakigste Geschichte, die dir je passiert ist, eben die „sedaris’schste“! Alle tragen ihren inneren Sedaris zu Mr. Sedaris, zum Ursprung sozusagen. Ohne ihn, ohne sein Werk, hätten sie diesen Teil nie bemerkt. Durch die Konfrontation mit seinem Werk sahen sie plötzlich in sich etwas aufleuchten: eine „**sedariseske**“ **Geschichte**. Vielleicht reifte sie in ihnen jahrelang heran, bis sie in einem leuchtenden, kompakt mitteilbaren Stadium war. Oder sie bildete sich erst direkt bei der Lesung, innerhalb eines Augenblicks. Und nun stellen sie sich alle an, teilweise sogar ohne Buch, bis sie sie vor ihm ausschütten können. Der Meister soll sie begutachten, denn vielleicht ist sie lebensfähig, die Geschichte. Sedaris hört jedem Menschen lange und geduldig zu – und wählt aus, sichtet, speichert, hebt auf. Wenn man Glück hat, lebt die freakige Anekdote tatsächlich in ihm weiter. Diese Menschen glauben nämlich, so begriff ich, während ich mit meinem Exemplar von *Calypso* unterm Arm in der Schlange stand, diese Menschen **gehen davon aus**, dass sie selbst ihre Geschichte niemals erzählen werden, dass sie es entweder nicht können oder nicht sollten oder dass sie dafür keine Zeit haben. Deshalb teilen sie sie lieber hier dem Autor mit, in diesem begrenzten Forum. Ich weiß noch, hinter mir in der Warteschlange machte ein amerikanisches Pärchen eine Art „rehearsal“, sie hatten sich auf eine

Clemens Setz

ist Schriftsteller. Er ist in Graz geboren und hat 37 Jahre dort gelebt. Heute ist er in Wien, dort ist seine kleine Tochter geboren. Und nun lebt er hier. Einen Wunsch für die Zukunft hat er eigentlich nicht. Er ist schon zufrieden, wenn es das überhaupt gibt: Zukunft.

@clemensetz auf X

Geschichte über eine schreckliche Begegnung mit einem ehemaligen Stierkämpfer geeinigt. Sie klang extrem „sedarian“ (oder „sedarisian“? Der Name sperrt sich gegen all diese Adjektivbildungen ...), so sehr, dass sie beinahe als Plagiat durchgehen mochte. Und vielleicht, so dachte ich, waren alle Geschichten, die nun gleich erzählt werden sollten, letztendlich Plagiate, sozusagen durch Publikumsfernsteuerung von David Sedaris selbst verfasste Anekdoten.

Nach einer Weile wurden mir die Schultern schwer und ich überlegte, einfach vorzeitig aus der Reihe zu treten und das Ganze sein zu lassen. Denn ich selbst hatte gar keine Geschichte, die ich ihm erzählen konnte. Ich wollte bloß ein Autogramm. Das heißt, ich hatte natürlich schon welche, ich war ja auch am Leben!, aber viele meiner Geschichten waren bereits durch meinen Beruf vorgeformt, verzerrt und handwerklich eingefärbt. Außerdem wollte ich sie nicht einfach so spenden, gratis. Ich brauchte sie selbst. Nun waren nur noch vier Leute vor mir, also dauerte es noch etwas über neunzig Minuten, bis ich dran war. Der junge Mann vor mir brauchte ziemlich lange. Ich glaube, in seiner Geschichte ging es um einen Schiunfall, jedenfalls deutete ich seine schaukelnde, unsichtbare Stöcke haltende Pantomime in diese Richtung.

Nun winkte man mich weiter. Ich legte mein Buch vor Mr. Sedaris hin. Ich wusste nichts zu sagen. Da fragte er mich: „Aren't you a writer?“ Ich war vollkommen perplex. Wie ich später erfuhr, hatte jemand vom Gartenbaukino diese Information dem Autor kurz vor meinem Erscheinen ins Ohr geflüstert, als **prank** sozusagen. Ich antwortete verdattert: „Yes, I am, but I, yes, what?“ Ich fühlte mich wie ein Idiot. Wozu stand ich hier? Warum sprach er mich

Verweise

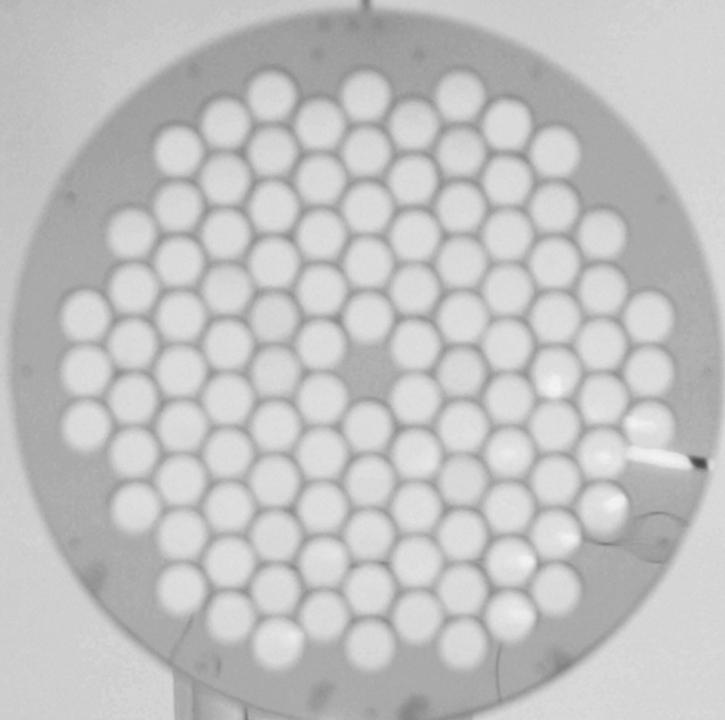
- S. 128 Stefan Huber,
„Mir ist langweilig.“
- S. 256 Freya van Kant,
Achtung Drag Queen! Über
die Wichtigkeit der Drag
Story Hours.
- S. 177 Barbara Mayer,
Fragen erwünscht
- S. 215 Elisabeth von
Samsonow, Das ersehnte
ist immer das tatsächliche
Publikum

Clemens Setz,
Schriftsteller

so an? David Sedaris hatte immerhin für sich einen witzigen Moment erzeugt, der ihm sichtlich gefiel. Er kicherte, während er seine Unterschrift ins Buch malte. Damit war ich fertig. Nach dreißig Sekunden. Ich musste beiseitretreten, der nächste Mensch kam an die Reihe. Was für ein Elend. Dann doch ihm lieber irgendeine schrille Anekdote aus meiner Kindheit erzählen!, dachte ich. Es gibt ja viele davon und ich selber brauche sie gar nicht alle. Er hätte eine haben können! Enttäuscht ging ich nach Hause, wie ohne Aura, unerlöst und verloren im großen **story mode** der Welt.

Mir allein war es verwehrt geblieben, zu einer Sedaris-Figur zu werden.

Ich hatte als Publikum versagt.



Impressum

**Herausgeber: Bundesministerium für Kunst,
Kultur, öffentlichen Dienst und Sport
Sektion für Kunst und Kultur
Concordiaplatz 2, 1010 Wien
www.bmkoes.gv.at**

**Redaktion: section.a, Christine Haupt-Stummer
und Ina Sattlegger**

**Lektorat: Teresa Krainer und Victoria Sattlegger
Art Direction und Design: 101, Lukas Fliszar und
Anna Nagy**

Bilder: Lorenz Seidler, eSeL.at

Lithografie: Farbantrieb

**Druck: Print Alliance, gedruckt auf IQ Color
(Zertifikate: EU Ecolabel und FSC®),
Europapier, in Österreich.**

Wien 2023

ISBN 978-3-200-09558-8