

## **VII. Kulturpolitischer Salon**

31.05.2005

### **Volle Clubs und leere Opernhäuser? Zur Zukunft des Kulturpublikums**

Mit dem Thema „Kulturpublikum“ befand sich der VII. Kulturpolitische Salon in bester Gesellschaft: Im Rahmen der Tagungen „jugendkultur : kontrapunkt : e-kultur“ 2002/03 (veranstaltet vom Kulturdezernat der Stadt Leipzig in Zusammenarbeit mit der Kulturpolitischen Gesellschaft e.V.) wurde bereits das Verhältnis von etablierter, „ernster“ Kultur und dem Lebensstil bzw. der Lebenswelt der Jugendkulturen befragt, das auch beim Leipziger Salon eine Rolle spielen sollte. Die Themenwahl erfolgte auch mit Blick auf den kommenden Dritten Kulturpolitischen Bundeskongress im Juni 2005. Dieser stand unter dem Motto „publikum.macht.kultur“ und hinterfragte den Stellenwert von Kulturpolitik „zwischen Angebots- und Nachfrageorientierung“.

Das inhaltliche Fundament des Kulturpolitischen Salons bildete die These vom Strukturwandel des Publikums. Angenommen wird hierbei, dass sich sowohl demographischer Wandel als auch veränderte Rezeptionsgewohnheiten auf Besucherzahlen und Publikumsstruktur - insbesondere der etablierten Kultureinrichtungen - auswirken. In den Besucheranalysen von Opern, Stadttheatern und Konzerthäusern - weniger betroffen sind die vielerorts geradezu „boomenden“ Museen - äußern sich vielfach Phänomene wie die „Vergreisung“ des Publikums oder nachlassende Besucherbindung.

Im Sinne einer langfristigen Sicherung der Häuser und nicht zuletzt auch mit Blick auf einen gewissen Legitimationsdruck gegenüber den in der Regel öffentlichen Geldgebern bzw. den Steuerzahlern muss es also darum gehen, ein breites Publikum anzusprechen und mit Blick auf zukünftige Entwicklungen ein möglichst junges Publikum zu gewinnen. Nur so kann eine langfristige Sicherung der überlebenswichtigen Nachfrage erfolgen. Das gilt für Leipzig ganz besonders, da die hiesige kulturelle Infrastruktur insbesondere im Bereich der so genannten Hochkultur in einer Zeit entstanden ist, als die Stadt noch über 700.000 Einwohner zählte.

Mehr als noch vor zwanzig Jahren kämpfen die traditionellen (öffentlichen) Kulturbetriebe mit privaten Anbietern nicht nur im kulturellen, sondern im gesamten Sektor der Freizeitgestaltung um Aufmerksamkeit. Aufgrund des stark ausgeprägten studentischen Milieus haben in Leipzig etwa Oper, Gewand- und Schauspielhaus zwar zahlreiche potentielle Interessenten, die aber andererseits passiv und / oder aktiv zu einem vielfältigen und dichten Konkurrenzprogramm an kulturellen Angeboten beitragen. Zu nennen wären in diesem Zusammenhang die zahlreichen Clubs und Kulturzentren sowie verschiedenste kleinere Initiativen, die das kulturelle Leben der Stadt prägen. Zusätzliche „Konkurrenten“ sind die privat genutzten Medien, die nicht nur Filme, sondern auch Konzerte virtuell „frei Haus“ liefern. Die vielfach beklagte Bildungsmisere tut, so muss an dieser Stelle ebenfalls bemerkt werden, ihr Übriges. Verwiesen sei hier nur auf die Diskussion um den geringen Stellenwert kultureller Bildung an deutschen Schulen.

In der mittlerweile zum soziologischen Klassiker avancierten „Erlebnisgesellschaft“ hat Gerhard Schulze seine These formuliert, der zufolge die Lebens- und v. a. Freizeitgestaltung der meisten Menschen mittlerweile einer Erlebnisorientierung

unterliegt: Auf einer Art rastloser Suche jagen moderne Individuen Events hinterher, die immer ausgefallener und spezieller (nach dem Motto „besser, schneller, größer“) sein müssen. Gleichzeitig macht Schulze unter der Perspektive der Erlebnisorientierung verschiedene Milieus wie zum Beispiel das „Selbstverwirklichungsmilieu“ aus. Dahinter verbergen sich Menschen, die nicht mehr ausschließlich einem hochkulturellen Schema entsprechen, sondern sich ihre Freizeitgestaltung höchst heterogen aus Angeboten der klassischen Hochkultur sowie subkulturellen Popkulturen und solchen des weniger anspruchsvollen „Mainstream“ zusammenstellen. Natürlich geht es dabei selten um bildungsbürgerliche Erbauung, sondern vielmehr um qualitativ unterschiedliche Formen der Unterhaltung. Auf diesen Typus des Kulturkonsumenten sind die etablierten Häuser kaum eingestellt – und dazu trägt auch ihr traditionelles Publikum bei, das mit Dresscodes u. ä. mögliche Hemmschwellen noch erhöht.

Andererseits ist es natürlich zu begrüßen, dass sich im Rahmen von Pop- und Soziokultur jenseits der „ernsten“ Kunst Biotope hochwertiger zeitgemäßer und innovativer Kulturangebote herausbilden, die auch ihr – junges – Publikum finden. Es spricht gegenwärtig einiges dafür anzunehmen, dass die kulturellen Bedürfnisse vor allem junger Kulturkonsumenten heute größtenteils durch die Angebote im Bereich der Popkultur abgedeckt werden.

Doch warum von vornherein ausschließen, dass der Zugang zu Mahler, Verdi und Brecht zwingend über Klavierunterricht und Deutschkurs erfolgen muss? Beispiele wie das alternative Bachfestival B.A.C.H. in einem Leipziger soziokulturellen Zentrum, bei dem sich Rock-Bands mit Werken von Johann Sebastian Bach auseinandersetzen oder das Electric Renaissance Festival in Halle, bei dem die Verbindungen zwischen Händel und zeitgenössischer elektronischer Musik ausgelotet werden, belegen, dass auch unkonventionelle Wege Erfolg versprechend sein können.

Vor diesem Hintergrund war es das Ziel des Salons, der Frage nachzugehen, wie Kultureinrichtungen in letzter Zeit auf die Herausforderungen, vor die sie das (ausbleibende) Publikum stellt, reagieren. Mit einer Popularisierung des Programms? Mit an jugendkultureller Ästhetik ausgerichteten Marketingkonzepten? Oder gibt es andere Ansätze, mit denen traditionelle Kulturbetriebe ohne Verbiegen und Selbstverleugnung ein junges Publikum ansprechen können? Darüber hinaus galt es, gleichsam als empirische Basis, kulturelle Gewohnheiten, Interessen und Bedürfnisse junger Menschen jenseits polemischer Verdächtigungen und vorschneller Annahmen zu erörtern und ihren Eigenwert ernst zu nehmen.

Den Auftakt des Abends bildete daher ein Kurzreferat von Frau Dr. Susanne Keuchel vom Bonner Zentrum für Kulturforschung, in dem sie die wichtigsten Ergebnisse des „Jugend-Kulturbarometers“ präsentierte. Sie verwies zum einen auf die Bedeutung des sozialen Umfeldes für die Partizipation Jugendlicher an Kunst und Kultur. Je mehr Bezugspersonen selbst kulturell interessiert und aktiv sind, umso größer ist die Wahrscheinlichkeit, dass auch Kinder und Jugendliche ein ausgeprägtes Interesse daran ausbilden. Auch das Alter, mit dem ein Kind oder Jugendlicher das erste Mal Kontakt mit kulturellen Darbietungen hat, ist bedeutsam. Je früher Erfahrungen mit Kunst und Kultur gemacht werden, umso höher ist die Wahrscheinlichkeit, dass sie auch in späteren Phasen noch eine wichtige Rolle im Leben der Befragten spielt. Nicht zuletzt korreliert ein höherer Schulabschluss positiv mit der Partizipation an Kunst und Kultur.

Für ein angemessenes Verständnis der kulturellen Gewohnheiten und Ansprüche von Kindern und Jugendlichen bedeutsam ist nicht zuletzt das Ergebnis, dass sich die festen Besucherbindungen an kulturelle Einrichtungen aufzulösen scheinen. Traditionsreiche Häuser beklagen zum Beispiel, dass der Anteil an Dauerkarten und die Mitgliedschaften in Besucherorganisationen wie Theatergemeinden etc. stetig abnehme. Doch dem entspricht kein generell verringertes Interesse an Kultur. Vielmehr legen sich – vor allem jüngere Kulturkonsumenten – heute weniger fest und nutzen unterschiedlichste Angebote.

Nach diesen Schlaglichtern auf die Ergebnisse des Jugendkulturbarometers zu den kulturellen Gewohnheiten von Kindern und Jugendlichen wandte sich der Moderator zunächst an Jürg Keller aus Zürich. Dessen Konzept der „TonhalleLate“ hatte in der letzten Zeit für Furore gesorgt, verknüpft es doch anspruchsvolle klassische Musik mit einer anschließenden Party und zielt so insbesondere auf ein jüngeres Publikum. Die Zusammenführung von Topleuten aus Klassik und der DJ-Szene hat großen Erfolg. Sie sorgte auf diese Weise für einen dauerhaften Anstieg der unter 25-jährigen Besuchergruppe und wurde so zum Vorbild auch für andere traditionelle Musikeinrichtungen.

Provokant fragte der Moderator nach, ob die klassische Musik bei diesem Veranstaltungskonzept nicht zu einem bloßen Hintergrundgeräusch degradiert würde und man sich nicht zu sehr der Popkultur anbiedere. Eine Annahme, die ähnlich bereits beim III. Kulturpolitischen Salon zum Thema „Zwang zum Event? Kulturpolitik und Erlebnisorientierung“ artikuliert und diskutiert wurde. Jürg Keller verneinte jedoch und erläuterte ausführlich die hinter dem Konzept „TonhalleLate“ stehenden Überlegungen und die Art der Umsetzung. Grundsätzlich gilt, Jugendliche und junge Erwachsene als kompetente Zuhörer ernst zu nehmen. So würden auch – und gerade – anspruchsvolle klassische Stücke gespielt und nicht etwa nur „leicht verdauliche Kost“. Durch Umfragen im Vorfeld wurde deutlich, dass die Jugendlichen genau das wollen, was Erwachsenen auch angeboten werde – nur eben ohne sie. Jegliche Art der Anbieterung wie etwa „pseudo“-jugendliche Bewerbung wurde missbilligt und würde eher das Gegenteil des erhofften Ergebnisses erreichen.

Ein weiteres Merkmal des Erfolgskonzeptes besteht in dem Ziel, beide Seiten zu einer Annäherung zu bewegen. So gibt es vorab immer eine Einführung in die gespielten Werke, um das junge Publikum an das Werk heranzuführen. Umgekehrt seien aber auch die Orchestermusiker angehalten, nach der Aufführung zu bleiben und die Clubnacht in ihrem Hause zu erleben und mit den jungen Gästen „auf Tuchfühlung“ zu gehen. Zudem wurden die DJs vorab eingeladen, sich mit den akustischen Möglichkeiten des Konzertsaals vertraut zu machen, um sie für ihre musikalische Performance uneingeschränkt nutzen zu können. Damit wecke man bei den Profis in der Clubszene zugleich – so Keller – ein ernstes Interesse an diesem Ort.

Im Anschluss an diese Frage wandte sich der Moderator Jörg Augsburg zu, dem Mitinitiator der Leipziger Musikmesse „pop up“. Er repräsentierte einen Bereich, der vielen als Sinnbild für eine kulturelle Verflachung und als Ausdruck der Spaßgesellschaft gilt. Zugleich sind die Angebote der Popkultur die mit dem größten Zuspruch unter den nachwachsenden Kulturkonsumenten. Letzteres hob Augsburg ausdrücklich hervor und plädierte dafür, diese Bedürfnisse unter den Jugendlichen ernst zu nehmen. Popkultur dürfe nicht nur als Steigbügelhalter für die Hinwendung zu den Angeboten der klassischen Kultureinrichtungen betrachtet werden. Augsburg kokettierte mit der Rolle

des Banausen, der die Notwendigkeit der Existenz eines klassischen (Musik-)Theaters anzweifelte. Er wies jedoch zugleich darauf hin, dass es hier wie dort Musiker und Publikum mit ernstem Anliegen und hoher Professionalität gibt. Deswegen sei, so seine Überzeugung, die leidige Unterscheidung zwischen U- und E-Kultur auch völlig überflüssig und gehe am Kern der Sache vorbei.

Auf die Frage des Moderators, ob er sich vorstellen könne, im Falle eines entsprechenden Angebotes mit der Tonhalle Zürich zusammenzuarbeiten, bejahte Augsburg. Er machte diese Zusage aber an der provozierenden Annahme fest, auf diese Weise ungeahnte finanzielle Mittel zur Verfügung gestellt zu bekommen. Wenngleich dies sicher nicht als Ausgangspunkt einer ernsthaften Kooperation taugt, so war der Hinweis auf die - aus der Sicht Augsburgs ungleiche - Förderpraxis deutlich. Sowohl die Messe als auch die mit ihr in Verbindung stehenden Clubs und Initiativen arbeiten zum großen Teil ohne monetäre Unterstützung durch die staatliche Kulturförderung und basieren hauptsächlich auf ehrenamtlichem Engagement. Dass dieser Teil der kulturellen Infrastruktur auch wesentlich zur Attraktivität und einem jungen dynamischen Image der Stadt Leipzig beiträgt, werde dabei zu wenig gewürdigt.

Die These des Moderators, wonach das mangelnde Interesse an den Angeboten der klassischen Kultureinrichtungen Oper und Gewandhaus dem fehlenden Bildungsbürgertum im Osten geschuldet ist, wurde sowohl durch Susanne Keuchel vom Zentrum für Kulturforschung, als auch vom Publikum zurück gewiesen, das sich auch insgesamt an diesem Abend sehr lebendig und aufmerksam zeigte.

Nicht zuletzt mit Blick auf die These vom fehlenden Bildungsbürgertum verwies eine ZuhörerIn auf ein neues Nutzerverhalten unter jungen Erwachsenen, dass sich gerade durch eine nicht auf einzelne Sparten festgelegte Nutzung kultureller Angebote auszeichne. So wäre es für bestimmte Kreise durchaus normal, an einem Tag zu einer Ausstellung unbekannter Künstler, am nächsten zu einem Rock-Festival und wiederum einige Zeit später zu einem klassischen Konzert zu gehen. Bedauerlich war, dass sowohl die Mitarbeiter der Oper Leipzig als auch des Leipziger Gewandhauses nicht die Möglichkeit ergriffen, im Rahmen der Diskussion ihre Öffentlichkeitsarbeit und die damit verknüpften Bemühungen um die Gewinnung junger Publikumsschichten zu präsentieren.

§§§» Eigentlich hat sich gar nicht so viel verändert«§§§

Während der Diskussion wurde mehr als einmal deutlich: Alles steht und fällt mit der Definition. Wer unter Kultur nur klassische Musik, schöngestige Literatur, alte Kunst und institutionalisiertes Schauspiel versteht, mag Anlass finden, die „Jugendlichen von heute“ als kulturlos zu beschimpfen. Wer hingegen bereit ist, populäre Musik, Literaturshows und freie Szenen ebenfalls als Kultur zu begreifen, hat wenig Grund, um Interesse bei Jugendlichen zu fürchten – eher um eine Förderpolitik, die überholte Schwerpunkte setzt. So konnte Susanne Keuchel Pessimisten beruhigen: „Eigentlich hat sich gar nicht so viel verändert.“ Gehe man von einem weiten Kulturbegriff aus, dann sei die heutige Jugend „tendenziell kulturinteressierter als die erwachsene Bevölkerung“.

Das Thema „Kulturpublikum“ scheint den Veranstaltern jedenfalls nach wie vor akut. Unter dem Blickwinkel einer nachhaltigen Kulturpolitik wäre beispielsweise auch zu fragen, ob öffentliche, aber auch private Kulturförderung sich nicht grundsätzlich mehr um den Publikumsnachwuchs konzentrieren sollte. Dies gilt jedoch auch für die

traditionellen Kulturbetriebe. Die kreative Akquise eines jungen und neuen Publikums wirkt sicher langfristig stärker als eine Popularisierung der Inhalte und Programme.

#### »Diskutanten«

**Dr. Susanne Keuchel** ist Soziologin und Musikwissenschaftlerin und arbeitet am Bonner **Zentrum für Kulturforschung (ZfKf)**. Dort ist sie u.a. für Bevölkerungsumfragen und empirische Erhebungen verantwortlich – so auch für das „Jugend-Kulturbarometer 2004. Zwischen Eminem und Picasso“.

**Jörg Augsburg** ist einer der Initiatoren und Organisatoren der **Pop Up**, einer Messe mit Diskussionsforen und einem damit verbundenen Musikfestival in Leipziger Clubs zum Thema Popkultur. Darüber hinaus schreibt Augsburg für das Leipziger Stadtmagazin Kreuzer.

**Jürg Keller** ist kaufmännischer Direktor der **Tonhalle Zürich** und der Erfinder des best practice-Modells tonhalleLATE, mit dem es der Tonhalle Zürich gelungen ist, ihr Publikum zu verjüngen.

**Ulf Heise** ist Literaturkritiker und Journalist (u.a. MDR Figaro).

#### »Links«

Dritter Kulturpolitischer Bundeskongress „publikum.macht.kultur“ – Kulturpolitik zwischen Angebots und Nachfrageorientierung:

<http://www.kupoge.de/kongress/2005/index.htm>

Zentrum für Kulturforschung, Bonn: <http://www.kulturforschung.de> (hier auch Ergebnisse aus dem „Jugend-Kulturbarometer 2004. Zwischen Eminem und Picasso“)

Tonhalle Zürich: <http://www.tonhalle.ch> und <http://www.tonhalle.ch/late>

Artikel der Leipziger Volkszeitung (LVZ) zum 7. Kulturpolitischen Salon: <http://www.lvz-online.de/lvz-heute/898.html>

Musikmesse Leipzig Pop Up: <http://www.leipzig-popup.de>

Junges Forum im Rahmen der Händelfestspiele Halle/ Saale: <http://www.electric-renaissance.de>

Alternatives Bachfestival B.A.C.H. in Leipzig: <http://www.werk-2.de>

Dokumentation der Tagung „Cool – Kult – Kunst?! Jugendliche als Kulturpublikum“ der Stiftung Kunst und Kultur des Landes NRW in Kooperation mit dem Kulturrat NRW (K20 Kunstsammlung NRW / Düsseldorf, 3. und 4. Juli 2002),

<http://www.kunststiftungnrw.de/tagung/doku/inhalt.html>

## »Literaturhinweise«

Bundesvereinigung Kulturelle Jugendbildung (Hg.): Ganz nah dran: junges Engagement in der Kultur. Remscheid 2004.

Bonz, Jochen: Popkulturtheorie. Fulda 2002

Farin, Klaus: generation-kick.de. Jugendsubkulturen heute. München 2001.

Institut für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft e.V. (Hg.): Jahrbuch für Kulturpolitik 2005. Thema: Kulturpublikum. Essen 2005.

Irmiler, Günter: Der Zuschauer lässt sich nichts vormachen! Zum Publikumserfolg der Musicaltheater, in: Werner Heinrichs (Hg.): Macht Kultur Gewinn? Kulturbetrieb zwischen Nutzen und Profit. Baden-Baden 1997, S. 127-130.

„Jugendkultur : kontrapunkt : e-kultur. Städtische Kulturangebote für die Jugend im Spannungsfeld zwischen ‚ernster Kunst‘ und den Jugendkulturen der Gegenwart“. Dokumentation der Tagung des Kulturdezernats der Stadt Leipzig in Zusammenarbeit mit der Kulturpolitischen Gesellschaft e.V. vom 4. und 5. Oktober 2002 (= Beiheft 2 der Kulturpolitische Mitteilungen)

Welck, Karin von; Margarete Schweizer: Kinder zum Olymp! Wege zur Kultur für Kinder und Jugendliche, Köln 2004.

Gebesmair, Andreas: Musikgeschmack und Sozialstruktur. Zum Begriff "Omnivore" in der US-amerikanischen Kultursoziologie der 90er Jahre. In: Österreichische Zeitschrift für Soziologie Heft 2 1998, 5-22.