

k

Kulturkreis der
deutschen Wirtschaft
im BDI e.V.

KulturkreisMagazin

Ausgabe Dez 2015
Nummer 58
www.kulturkreis.eu

- 03 EDITORIAL
- 04 KULTUR & WIRTSCHAFT AKTUELL
DIE REFORM DES KULTUR-
GUTSCHUTZGESETZES
- 08 KULTURSPONSORING
SYNERGIEN ZWISCHEN KUNST
UND MARKE
- 11 ARCHITEKTUR
ARCHITEKTUR FÜR DIE
INDUSTRIE 4.0
- 14 LITERATUR
IM DIGITALEN LABOR –
VERLAGE IN DER TRANS-
FORMATION
- 16 CORPORATE COLLECTING
DIE INTERNATIONALISIERUNG
VON CORPORATE COLLECTIONS
- 19 DEUTSCHER KULTURFÖRDERPREIS 2016 –
PREISTRÄGER UND IHRE FÖRDERKONZEPTE
HERISTO AG – LICHTSICHT –
PROJEKTIONS-BIENNALE
—
PSD BANK HANNOVER EG –
KESTNERKIDS MACHEN KUNST
& PSD FREITAG
—
CARL BECHSTEIN STIFTUNG –
KLAVIERE FÜR GRUNDSCHULEN
- 26 DRAMATIK
DAS THEATER ALS
WOHNZIMMER FÜR ALLE
- 28 BILDENDE KUNST
DIE GALERIE FÜR ZEITGENÖS-
SISCHE KUNST LEIPZIG UND DER
KULTURKREIS
- 30 JAHRESRING 62
ZU EINER ÄSTHETIK
DES LEBENDIGEN
- 31 ARS VIVA EDITION 2016
FLAKA HALITI, HANNE
LIPPARD, CALLA HENKEL &
MAX PITEGOFF
- 32 MUSIK
STRATEGIEN DER FÖRDERUNG
VON KLASSIKNACHWUCHS
- 34 KULTURELLE BILDUNG
MULTIKULTURALITÄT IN UNTER-
NEHMENSKULTUREN
- 36 WAS MACHT EIGENTLICH ...?
... DIE SCHLESISCHE27? –
SIE BLEIBT VORREITER
- 39 AUSBLICK
LEIPZIG, ISTANBUL &
STOCKHOLM
- 40 RÜCKBLICK
JAHRESTAGUNG 2015
- 42 PERSONALIEN UND MITGLIEDER
- 43 KULTURKREISKALENDER

EDITORIAL

Der Kulturkreis der deutschen Wirtschaft hat kürzlich zum 10. Mal den Kulturförderpreis der deutschen Wirtschaft gemeinsam mit seinen Partnern Süddeutsche Zeitung und Handelsblatt in Berlin verliehen. Mit dieser langen Erfolgsgeschichte ist der Preis inzwischen selbst zu einem Beispiel nachhaltiger Kulturförderung geworden. Die festliche Preisverleihung, an der ca. 300 Gäste aus Wirtschaft, Kultur und Politik teilnahmen, fand auf Einladung von Georg Fahrenschon, Präsident des Deutschen Sparkassen- und Giroverbandes und Vorstandsmitglied im Kulturkreis der deutschen Wirtschaft, im historischen Sparkassenhaus in Berlin statt. Im Heft stellen wir Ihnen die aus 88 Bewerbungen ausgezeichneten Projekte in den Kategorien kleine, mittlere und große Unternehmen vor.

Die thematische Vielfalt der in diesem Jahr eingegangenen Bewerbungen, aber auch die Gesamtschau auf die seit der Auslobung des Wettbewerbs im Jahr 2006 eingegangenen Bewerbungen mit ca. 900 Projekten belegen sehr eindrucksvoll die Qualität und die Breite unternehmerischer Kulturförderung in Deutschland. Mit seinem Preis würdigt der Kulturkreis die enormen Leistungen und Anstrengungen, die Unternehmen heute in Deutschland für die deutsche Kulturlandschaft erbringen - und möchte zu weiteren Taten ermutigen!

In diesem Heft klingen auch ernste Töne an. Sie reflektieren, dass uns alle die gegenwärtigen gesellschaftlichen Entwicklungen sehr beschäftigen. Wie sich Wirtschaftsunternehmen und Kulturinstitutionen diesen Herausforderungen stellen, zeigen Beiträge von Peter Spuhler, Generalintendant des Badischen Staatstheaters Karlsruhe, und Wilfried Porth, Vorstandsmitglied der Daimler AG und des Kulturkreises der deutschen Wirtschaft.

Private Sammler im Kulturkreis und Kunst sammelnde Mitgliedsunternehmen beschäftigt die seit längerem öffentlich geführte Debatte um die Novellierung des Kulturgutschutzgesetzes. Der Kulturkreis der deutschen Wirtschaft sieht Korrekturbedarf und setzt sich für die Interessen seiner Mitgliedsunternehmen ein. Was für Auswirkungen das neue Gesetz haben würde, erläutert uns in einem Beitrag unser Mitglied, Rechtsanwältin Dr. Katharina Garbers-von Boehm, CMS Hasche Sigle. Vielleicht haben Sie schon bemerkt, dass mit dieser Ausgabe aus dem KulturkreisBrief das KulturkreisMagazin geworden ist. Dieser neue Titel respektiert die langjährige Entwicklung des Heftes vom klassischen Brief zu einer gern gelesenen Publikation. An dieser Stelle danken wir den zahlreichen Anregungen und Rückmeldungen auf unsere Leserumfrage. Wir werden weiterhin über die vielfältigen Fördertätigkeiten des Kulturkreises berichten. Gleichzeitig kommen interessante Fremdautoren zu Wort, die uns spannende Trends und Tendenzen an der Schnittstelle zwischen Wirtschaft und Kultur aufzeigen.

Anregende Lektüre wünscht

Ihre
Dr. Franziska Nentwig
Geschäftsführerin des Kulturkreises
der deutschen Wirtschaft im BDI e. V.



Foto: Frank Peters

DIE REFORM DES KULTURGUT- SCHUTZ- GESETZES

Wochenlang war die Reform des Kulturgutschutzgesetzes unter der Federführung der Staatsministerin für Kultur und Medien Prof. Monika Grütters Thema in den Feuilletons. Hier wurde die Debatte um das rechtliche Nischenthema von Akteuren des Kunst und Kulturbetriebs emotional bis leidenschaftlich geführt. Wann ist ein Werk besonders bedeutsam für das kulturelle Erbe Deutschlands? Im folgenden Beitrag erläutert Ihnen die Rechtsanwältin Katharina Garbers-von Boehm den für Unternehmen und Privatsammler folgenreichen Aspekt des »Abwanderungsschutzes« und plädiert im Schulterschluss etlicher Institutionen für eine Korrektur der Reformvorschläge.



Der Künstler und ars viva-Preisträger Georg Baselitz sprach sich offen gegen die Reformpläne des Kulturgutschutzgesetzes aus. ©Martin Müller, Berlin

D EIN BEITRAG VON KATHARINA GARBERS
VON BOEHM, CMS HASCHE SIGLE, BERLIN

Das Thema Kulturgutschutz umfasst grundsätzlich zwei Bereiche. Zum einen den Bereich der Kulturgüterrückgabe. Gegenstand dieses Bereiches sind Kulturgüter aus Raubgrabungen, die die Ursprungsstaaten auf der Grundlage des so genannten »Kulturgüterrückgabegesetzes« zurückfordern können. Zum anderen den Bereich des für sammelnde Akteure und Institutionen äußerst relevanten Abwanderungsschutzes. Gegenstand dieses Bereiches sind »national wertvolle Kulturgüter«, die Deutschland möglichst nicht verlassen sollen. Rechtsgrundlage ist seit 1955 das Kulturgutschutzgesetz. Diese beiden Bereiche möchte die Bundesbeauftragte für Kultur und Medien Prof. Monika Grütters in ein einheitliches Gesetz überführen. Als »Aufhänger« für die geplante Konsolidierung des Kulturgutschutzrechts nennt der Gesetzesentwurf unter anderem die Richtlinie 2014/60/EU über die Rückgabe von unrechtmäßig aus dem Hoheitsgebiet eines Mitgliedstaats verbrachten Kulturgütern. Diese Richtlinie betrifft jedoch ausschließlich den Bereich der Kulturgüterrückgabe, nicht den Bereich des Abwanderungsschutzes. Ein zwingender Grund für die Reform des Abwanderungsschutzes ist daher nicht ersichtlich. Paradox ist deshalb, dass der Kern des Reformvorhabens insbesondere den Bereich des Abwanderungsschutzes betrifft.

Tritt der Gesetzesentwurf in der Fassung des Regierungsentwurfs vom 4.11.2015 in Kraft, würde es künftig für die Ausfuhr eines jeden Kunstwerkes, das ein bestimmtes Alter (nach jetzigem Stand 70 Jahre) und einen bestimmten Wert (nach jetzigem Stand bei Gemälden EUR 300.000, bei anderen Techniken geringere Werte) überschreitet, einer vorherigen Genehmigung bedürfen, und zwar selbst für Exporte innerhalb der EU. Die Genehmigung wird versagt, wenn es sich bei dem Werk um »national wertvolles Kulturgut« handelt, dessen Abwanderung für Deutschland einen Verlust darstellen würde. In der Umsetzung würde diese Regelung dazu führen, dass bei jedem Werk, für das eine Exportgenehmigung beantragt wird, die damit befassende staatliche Stelle überlegen muss, ob sie das Werk für »national wertvoll« hält. Ist dies der Fall, so muss sie das Werk auf die »Liste national wertvollen Kulturgutes« setzen. Das Werk kann dann nicht mehr exportiert werden. Aus Sammlersicht ist dieser Aspekt besonders folgenreich: Wer Kulturgut, das nur nach Genehmigung ausgeführt werden darf, ohne diese ausführt, wird mit Gefängnisstrafe bis zu fünf Jahren oder einer Geldstrafe bestraft. In der Gesetzesbegründung hieß es in einer Vorfassung zunächst, dieser Mechanismus solle bewirken, dass künftig die Länder nicht teurer im Ausland Werke zurückerwerben müssten. Dieser Passus, der die Beweggründe des Gesetzgebers (vielleicht zu offen) zu Tage treten ließ, wurde inzwischen aus der Gesetzesbegründung gestrichen.

WAS ÄNDERT SICH RECHTSLAGE HEUTE UND NACH DER REFORM

Um Kunst aus der EU auszuführen, bedarf es nach der Verordnung EG 116/2009 abhängig vom Alter (50 Jahre) und dem Wert eines Werkes (bei Gemälden: EUR 150.000) schon jetzt einer Exportlizenz. Die Aus-

stellung dieser Lizenzen ist Ländersache. In Berlin beispielsweise ist der Kultursenat zuständig, in Bayern liegt die Zuständigkeit bei den Bayerischen Staatsgemäldesammlungen. Innerhalb des EU-Binnenmarktes ist eine Exportlizenz für die Ausfuhr aus Deutschland hingegen bislang nicht erforderlich, es sei denn, ein Werk ist als »national wertvoll« gelistet. In der Praxis hat dies dazu geführt, dass in vielen Fällen die zuständigen Behörden nichts davon erfahren haben, dass ein nicht gelistetes Werk Deutschland verlässt und folglich nicht geprüft haben, ob es sich um ein national wertvolles Werk handelt. Diese vermeintliche Lücke soll nun geschlossen werden, um vor »Abwanderung« zu schützen.

KLEINE ÄNDERUNG, ABER EIN POTENZIELL GROSSER SCHADEN

Ein vermeintlich kleiner Eingriff, nämlich in etwa die für den Export nach außerhalb der EU ohnehin geltenden Regeln auch auf den reinen EU-Binnenmarkt anzuwenden und eine ohnehin bestehende Liste weiterhin zu »befüllen«, würde in der Praxis aber drastische Auswirkungen haben. Denn der Staat würde künftig von geplanten Exporten aller Werke, die die Wertgrenze von EUR 300.000 (bei Gemälden) bzw. die Altersgrenze von 70 Jahren überschreiten, erfahren und könnte dann bei all diesen Werken prüfen, ob deren »Abwanderung« verhindert werden soll. Wird das Werk als »national wertvoll« erkannt und folglich der Export verwehrt, kann der Eigentümer das Werk zum einen beispielsweise bei Umzug ins Ausland nicht mitnehmen und zum anderen nur noch auf dem nationalen Markt verkaufen und nur an einen Käufer, der ein Werk mit einer Exportbeschränkung kaufen will. In vielen Fällen dürften Werke mit Exportverbot faktisch unverkäuflich sein oder nur einen Bruchteil des Preises erzielen, den sie auf dem internationalen Markt erzielen könnten. Ein »billiger Ausgleich« für diese monetäre Einbuße ist nur in Fällen vorgesehen, in denen der Eigentümer eines solchen Werkes in eine Notsituation gerät. Im Übrigen ist ein Ersatzanspruch für den Wertverlust nicht vorgesehen. Auch ein Vorkaufsrecht des Staates, bei dessen Erlöschen das Werk nach einer bestimmten Frist wieder exportiert werden kann, sieht der Entwurf nicht vor. In anderen Rechtsordnungen, beispielsweise in Frankreich oder in UK, ist hingegen vorgesehen, dass der Staat innerhalb einer bestimmten Frist ein als national wertvoll identifiziertes Werk ankaufen kann. Verstreich diese Frist fruchtlos, erlischt das Vorkaufsrecht des Staates und das Werk kann wieder exportiert werden. Ein derartiges Vorkaufsrecht wird vom BKM bislang abgelehnt. Begründung: Ein Kulturgutschutz »nach Kasenslage« sei nicht gewollt.

Die Eintragung auf die Liste – und mithin eine dauerhafte Exportbeschränkung – knüpft (wie gehabt) an den mehr oder weniger unscharfen Begriff »national wertvoll« an. Die Handhabung dessen, was »national wertvoll« sein soll, ist auch nach bisherigem Recht schon uneinheitlich. Rechtsunsicherheit ist die Folge. Mehr Klarheit verspricht die neue Definition nicht. Wann ist ein Werk »besonders bedeutsam für das kulturelle Erbe Deutschlands, der Länder oder einer seiner historischen Regionen und damit identitätsstiftend für die Kultur Deutschlands«? Wann würde seine Abwanderung einen »wesentlichen Verlust für den deutschen Kulturbesitz« bedeuten? Waren die im vergangenen Jahr von der Spielbank NRW für rund EUR 60 bzw. 80 Mio. versteigerten Werke, die Marlon Brando bzw. Elvis Presley zeigten, identitätsstiftend für Deutschland? Ist eine Kohle-Zeichnung von Kirchner, die es in vergleich-

barer Ausführung häufig gibt (derzeit auf der Liste Berlin) identitätsstiftend für Deutschland oder Berlin? Symptomatisch ist, dass auch schon jetzt in den Bundesländern unterschiedlich vorgegangen wird. Während bislang beispielsweise in Baden-Württemberg bei Kulturgütern der Bildenden Kunst fast ausschließlich Werke der Gotik und der Renaissance auf der Liste stehen, ist in Mecklenburg-Vorpommern eine Sammlung mit Werken von Günther Uecker eingetragen. Diese Heterogenität führt zu zusätzlicher Rechtsunsicherheit. Rechtsschutzmöglichkeiten während des Eintragungsverfahrens gibt es kaum.

Da die Entscheidung, ein Antragsverfahren einzuleiten, noch keinen Verwaltungsakt darstellt, kann diese als solche auch nicht angefochten werden. Es ist also zu erwarten, dass es bei jedem Export eines Werkes, das die Wert- und Altersgrenzen überschreitet, einen Zeitpunkt der Unsicherheit geben wird. Das Risiko, dass das Werk auf die Liste gesetzt wird, schwingt je nach Umständen und Qualität des Werkes in unterschiedlicher Intensität mit.

PRAKTISCHE AUSWIRKUNGEN DES NEUEN GESETZES

Welche praktischen Auswirkungen wird das Gesetz, sollte es den Bundestag passieren, auch auf die sammelnden Mitgliedsunternehmen und Unternehmerpersönlichkeiten des Kulturkreises haben? Wichtigste Auswirkung ist, wie oben bereits ausgeführt, dass jedes Werk oberhalb der Alters- und Wertgrenzen mit der Eintragungspraxis in die Liste konfrontiert werden wird, bevor es Deutschland dauerhaft verlassen kann, beispielsweise weil es in London oder New York verkauft werden soll. Da der Staat so von viel mehr (mehr oder weniger wichtigen) Werken erfahren wird, ist es wahrscheinlich, dass es zu einem Anstieg von Eintragungsverfahren kommen wird. Wenn die Exportgenehmigung nicht erteilt wird, dann kann das Werk nicht auf dem internationalen Markt veräußert werden. Der Käuferkreis für ein Werk, das nicht ausgeführt werden kann, ist naturgemäß sehr beschränkt. Das Werk wäre also wesentlich weniger wert beziehungsweise faktisch unveräußerlich. Für die unternehmensinterne Bewertung von Kunst bedeutet dies, dass diese künftig schwieriger wird. Es ist zu erwarten, dass die Eintragungspraxis in den Bundesländern (was kommt auf die Liste?) auch nach der beabsichtigten Reform heterogen bleiben wird. Rechtsunsicherheit ist die Folge. Für europa- oder weltweit aufgestellte Sammlungen bedeutet der Vorbehalt der Genehmigung für den Export, dass Werke nicht ohne Weiteres dauerhaft von einem Standort zum anderen verlagert werden können.

Korrekturbedarf besteht aus Sicht sammelnder Unternehmen und Unternehmerpersönlichkeiten in vielerlei Hinsicht. An dieser Stelle seien nur die wichtigsten Punkte genannt:

- Der Mechanismus des Genehmigungsvorbehalts bei Exporten innerhalb der EU sollte abgeschafft werden. Der Mechanismus widerspricht dem Gedanken des Binnenmarktes und würde den seit jeher grenzüberschreitenden Verkehr mit Kunstwerken unnötig erschweren.
- Die Definition des »national wertvollen Kulturgutes« sollte geschärft werden. Es sollte klargestellt werden, dass nur wirklich einzigartige Werke gemeint sind.
- Auch sollte eine Genehmigungsfiktion eingeführt werden, um Verzögerungen entgegenzuwirken: Wird über einen Ausfuhrantrag nicht innerhalb von zwei Wochen entschieden, sollte die Ausfuhrgenehmi-

gung als erteilt gelten. Wird über ein Eintragungsverfahren nicht innerhalb von sechs Monaten entschieden, soll das Werk als nicht eintragungsfähig und die Ausfuhrgenehmigung als erteilt gelten, und zwar ohne Möglichkeiten der Hemmung dieser Frist.

- Die wirtschaftlichen Folgen für Eigentümer ließen sich über ein befristetes Vorkaufsrecht des Staates mildern: Entscheidet sich der Staat sich nicht innerhalb von sechs Monaten für den Ankauf des als national wertvoll erkannten Werkes, so soll das Werk exportiert werden könne.

AUSBLICK UND HANDLUNGSEMPFEHLUNG

Auch wenn das Reformprojekt bislang nur ein »Regierungsentwurf« ist, so steht zu befürchten, dass das Vorhaben schnell zum Gesetz gemacht wird.

Es ist inzwischen durchgedrungen, dass Sammler erwägen, Werke ins Ausland zu bringen oder damit bereits begonnen haben. Diese Überlegung liegt auf der Hand, sollte jedoch mit Bedacht angestellt werden. Ob eine Lagerung im Ausland sinnvoll ist, hängt von vielen Faktoren ab, unter anderem von der dortigen Rechtsordnung und Praxis. Bei Werken, die leihweise einem Museum zur Verfügung gestellt wurden, stellt sich zudem die Vorfrage, ob die Leihe beendet werden kann. Vorsicht ist geboten, denn die Liste gibt es jetzt schon. Hier müssen die Risiken von Fall zu Fall abgewogen werden. In Zukunft gilt, dass bei Dauerleihgaben der Leihgeber sich überlegen kann, ob er das Werk für die Dauer der Leihe dem Regime des Kulturgutschutzgesetzes unterstellt oder nicht. Dieser Schutz soll enden, wenn die Leihe beendet ist. Was danach passiert, ist unklar. Vermutlich gilt dann wieder Gesetzesrecht, das heißt der Export des Werkes muss genehmigt werden.



Dr. Katharina Garbers-von Boehm ist Rechtsanwältin mit Spezialisierung auf das Urheber-, Medien- und Kunstrecht. Studium der Rechtswissenschaft in Heidelberg, Paris, Berlin. Auf das geistige Eigentum und das Kunstrecht ausgerichtete Aufbaustudiengänge in Exeter/Dresden, sowie am Institute of Art and Law, UK. Seit Anfang 2008 tätig im Bereich Urheber-, Kunst- und Medienrecht in der Anwaltssozietät CMS Hasche Sigle in Berlin, wo sie unter anderem Privatsammler, Unternehmenssammlungen, Nachlässe, Stiftungen sowie Museen berät.

WIE MAN DER KULTUR DIENT UND DABEI DIE MARKE PFLEGT

Die richtige Sponsoringstrategie hilft der Kultur und den kulturfördernden Unternehmen. Wie beide Felder sich in ihrer Wechselwirkung stärken und warum Sponsoring der ideale Ausdruck eines zeitgemäßen Markenbegriffes ist, erläutert uns der Kommunikationsstrategie Peter John Mahrenholz.

M EIN BEITRAG VON
PETER JOHN MAHRENHOLZ

Ein Gesprächspartner ließ die Silben liebevoll aus seinem Mund perlen. »Engagement« war tatsächlich schon phonetisch viel gefälliger als »Sponsoring«. Der Begriff, obwohl sachlich richtig, löst Unbehagen bei den Verantwortlichen aus. Gleich so, als ob das Wort bereits die ideellen Absichten konterkarieren würde.

Die Ergebnisse einer vom Kulturkreis der deutschen Wirtschaft durchgeführten Studie unter aktiven Sponsoren zeigen schon 2009 den Trend: 92 % gaben an, das Sponsoring diene der »Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung«. Schon wenige Fragen später findet sich Ernüchterung: bei den Effekten von Sponsoring taucht die gesellschaftliche Perspektive nicht mehr auf. Es ist praktisch nur noch vom Nutzen für das Unternehmen und die Vermarktung die Rede, weitergehende Effekte sind vielleicht noch in den 2 % »Sonstige« enthalten. Mit dieser Zerrissenheit arrangiert man sich nur schwer und sieht sich eher auf der Seite der gesellschaftlichen Intention als des merkantilen Effekts.

Aber das Ideal einer Win-Win-Situation ist die Aufgabe! Sponsoring, Verzeihung, kulturelles Engagement schließt das Verfolgen von Unter-

nehmensinteressen nicht aus. Im Gegenteil: Denn anderenfalls würde es seiner Rechtfertigung beraubt und man diskutierte steuerliche Probleme oder Untreue-Tatbestände statt unterstützungswürdiger Ziele. Entscheidend ist die richtige Strategie!

SPONSORING WIRKT POSITIV AUF DIE ROLLE DER MARKE ALS GESELL- SCHAFTLICHER AKTEUR

Sponsoring ist regelmäßig mit einer Marke verbunden, wird von ihr initiiert. Marke ist historisch ein qualitätssicherndes Herkunfts-Kennzeichen. Heute dagegen definiert sich Marke aus der Reflektion durch ihre Zielgruppen: Marke ist das (kollektive) Vorstellungsbild, welches aus allen unmittelbaren und mittelbaren Erfahrungen und Empfindungen im Hinblick auf eine gekennzeichnete Sache gebildet wird und welches mit dem Kennzeichen assoziiert wird. Diese Markenbilder und Assoziationsräume werden von Menschen im sozialen Kontext aktiv

«Die perfekte Symbiose: Marke und Kunst kumulieren in einem Objekt: Daniel Pflumm, Untitled (Grosser Neu), 1999, Lightbox, 62 x 95 x 15 cm, 2/2. ©Courtesy the artist and Galerie Neu

und bewusst genutzt und durch diese Nutzung wiederum weiter ausdefiniert. Die Marke wird zum dynamischen, bedeutungsvermittelnden gesellschaftlichen Akteur.

Die so beschriebene gesellschaftliche Markenbildung ist schwierig in der Steuerung, da in der digitalisierten Medienwelt zahllose Kommunikationsbeziehungen existieren und einzeln nicht zu kontrollieren sind. Bis hin zum Phänomen des ›Shitstorms‹. Sponsoring kann in diesem Prozess aktiv markenbildend ansetzen: Es schafft neue Erfahrungen im Markenkontext, die als besonders wertvoll und profilbildend angesehen werden können. Erfahrungen, die über das bloße Produkterleben hinausgehen, die besonders sind, rar, intensiv, verbunden mit besonderen Momenten und neuen Assoziationen. Sponsoring gibt der Marke die Chance, diese Erfahrungen und ihre Kontexte zu definieren. Die Verantwortlichen können die Marke gestalten und einen unmittelbaren Zugang zur ihr schaffen.

Sponsoring definiert das Selbstverständnis einer Marke besonders klar. Die Wahrnehmung von Kultursponsoring als ›Deal‹, der wie ein merkantiler Ablasshandel das selbstlose Engagement gegen die selbstsüchtige Marktbearbeitung aufrechnet, kommt auch daher, dass der geförderte Zweck in der Regel keinen unmittelbaren Bezug zu der Marke hat, die das Engagement trägt. In diesem Problem liegt auch eine Chance. Die komplexe Rolle der modernen Marke bedeutet, dass die Marke sich eben nicht ausschließlich aus dem von ihr repräsentierten Produkt oder Service definiert. Die Marke wird gerade dadurch erkennbar und attraktiv, dass sie ihre Leistung in einen relevanten gesellschaftlichen Kontext stellt (›Wohnst Du noch oder lebst Du schon?‹). Oder, weitergehend, dass eine Markenfacette außerhalb des Produkt- oder Servicebezugs ausgedrückt wird. Will man das Kultur-Engagement in den Dienst der Marke stellen, so muss man die Markenidentität, ihren *raison d'être*, den oft diskutierten ›purpose‹ ausdrücken, ohne dazu die jeweilige Produktleistung zu bemühen. Sponsoringverantwortliche müssen deshalb anders, genauer, gesellschaftsbezogener über die Marke nachdenken, um ihre differenzierende Identität zu entdecken.

SPONSORING BRAUCHT STRATEGIE

In der Aussteuerung der Maßnahmen ist neben der Passung zur Markenidentität auch die Identifikation und Ansprache relevanter Zielgruppen wichtig. Kulturelles Engagement zielt meist auf einen verhältnismäßig kleinen Zirkel besonders wertvoller Kunden und die Ansprache von Meinungsbildnern und Multiplikatoren. Für diese Leitmilieus lohnt ein besonderer Einsatz, denn sie wirken prägend auf Wertvorstellungen und Lebensstile. Die Frage, ob Umweltschutz nur in Nischen Beachtung erfährt oder den Mainstream prägt, wird genauso von Leitmilieus entschieden wie die Frage, ob bestimmte Marken als Akteure auf der gesellschaftlichen Bühne akzeptiert werden. Die Ansprache allein von potenziellen Käufern kann eine Marke auch bei wettbewerbsfähiger Produktleistung ins Abseits stellen. Das hat in Deutschland beispielsweise Opel schmerzhaft erfahren müssen. Aktuell ist die Traditions-marke aber mit einer Strategie, die die Leitmilieus bewusst einschließt, wieder auf dem richtigen Weg. Voraussetzung ist, zu erkennen, welche Motivationen und Einstellungen die angesprochenen Kreise haben. Sie werden von Empfängern einer Botschaft zu externen Stakeholdern und aktiven Beteiligten im Prozess der Markenführung. Kultursponsoring

hat dabei die Möglichkeit, anspruchsvollen Leitmilieus gegenüber genau die relevanten, markenspezifischen Mehrwerte zu vermitteln.

SPONSORING WIRD ÜBER MEDIENEINSATZ WIRKSAMER UND EFFIZIENTER

In der Regel verlässt sich Sponsoring auf die Presseresonanz, um das Engagement über die unmittelbar teilhabenden Menschen hinaus bekannt zu machen. Es ist zweifelhaft, dass diese Berichterstattung dann Sponsor und Bezug zur Marke in den Mittelpunkt stellt. Deshalb ist die aktive, selbst initiierte Verbreitung der Aktivitäten auch über bezahlte Medienkooperationen oder Anzeigenraum wichtig. Die bereits zitierte Studie ergibt ein Verhältnis von Sponsoringaufwand zu Medieninvestition von ca. 6:1. Das Missverhältnis dürfte wieder Ausdruck der Spannung zwischen Philanthropie und Ökonomie sein. Unter dem Gedanken der inhaltlichen Versöhnung beider Perspektiven bietet sich an, dieses Verhältnis ganz neu zu definieren, um profilierende und hochrelevante Markeninhalte an wertvollste Zielgruppen zu vermitteln. Über Medien wird die Reichweite des Engagements wesentlich erhöht und in der Breite markenwirksam. Vor allem sinken dadurch die Kosten pro Adressat deutlich! Hochwertige Leitmedien sind dazu am besten geeignet. Sie sind publizistische Entsprechung der Leitmilieus, dienen ihnen als kulturelle Heimat und Ort des gesellschaftlichen Diskurses. Die Frage, ob Sponsoringmittel auch für Kommunikation des Engagements ausgegeben werden dürfen, geht mit der Logik getrennter Budgets an der Realität gesamthafter Wahrnehmung vorbei. Hier ist ein pragmatischer Ausgleich im Interesse der Marke zu schaffen.

TL; DR (TOO LONG; DIDN'T READ)

Um nicht nur begrifflich, sondern inhaltlich ein Sponsoring zum Engagement zu machen, sollte die Marke der Ausgangspunkt aller Strategien sein.

Das Herausarbeiten der inneren Verbindung zwischen Marke und Kulturengagement ist Erfolgsfaktor für die Verbindung beider Perspektiven. Konsequente strategische Planung und mediale Unterstützung des Kulturengagements tragen zur Markenbildung bei. Die Gesellschaft profitiert langfristig von den so legitimierten Investitionen. Sponsoring kann so beiden dienen: Der Kultur. Und der Marke!

ARCHITEKTUR 4.0 – »IRGENDWAS ZWISCHEN WOHNZIMMER UND WERKSTATT«

Dr. Anja Osswald, Formatentwicklerin bei TRIAD, einer Kreativagentur für Kommunikation im Raum, denkt die Architektur der Gegenwart. Wie die Industrie 4.0 die Architektur transformiert und mit welchen Anforderungen die Studenten des aktuellen Architekturwettbewerbs konfrontiert sind, um vernetztes und digitales Arbeiten für einen Standort für Entwicklungen im Bereich 4.0 in Offenbach zu entwickeln, erklärt Anja Osswald im Interview.

EIN INTERVIEW VON
JULIET KOTHE

TRIAD versteht sich als Think & Do Tank, der Geschichten in Räume übersetzt. Wie fordert die Industrie 4.0 die Architektur und die Konzeption ebendieser Räume heraus?

Man muss sich ja zunächst erst einmal fragen, welche Anforderungen die sogenannte Industrie 4.0 an Räume stellt. Natürlich geht es um vernetztes Arbeiten, um Computer, um das Internet der Dinge und die Verschmelzung von realer und virtueller Welt. Aber eben nicht nur im Sinn einer digitalen Vernetzung, sondern einer mentalen, kommunikativen, kulturellen Vernetzung. Wir müssen lernen, anders zusammen-

zuarbeiten. Über den Tellerrand der eigenen Disziplin schauen, Ideen aus anderen Bereichen aufnehmen, sich inspirieren lassen und Inspirationen weitergeben. Und dazu brauchen wir eine Architektur, die genau das befördert. Eine Architektur, die offen und flexibel ist, die auf veränderte Anforderungen reagieren kann und Menschen, die in diesen Räumen arbeiten, inspiriert. Insofern sind die Möglichkeiten neu – aber sie sind auch uralte. Denken Sie an die mittelalterliche Bauhütte: da arbeiteten Menschen aus ganz unterschiedlichen Berufen und Tätigkeitsfeldern zusammen. Steinmetze, Architekten, Poliere, Maler ... Jeder



▲ Kreative Köpfe brauchen kreative Räume: Der Architekt Arno Brandlhuber und seine »Antivilla« – eine Architektur, welche die Realitäten einer vernetzten Gegenwart mit einbezieht. © Erica Overmeier

däre Building 20 am MIT, das als Provisorium gebaut wurde und über Jahrzehnte wunderbar als Kreativ-Labor für ganz unterschiedliche Forscher-Teams diente.

Noch einmal kurz zurück, was bereits am Anfang des Interviews kurz anklang. Wie haben sich Orte des Arbeitens in den letzten Jahrhunderten transformiert?

Unsere Arbeitskultur ist geprägt durch die Industrialisierung und die Mechanisierung und später Automatisierung der Produktion. Parallel zur Serienproduktion wurde das Arbeiten serialisiert. Das ist am offensichtlichsten bei der Fließbandarbeit, aber es gilt auch für die Raumlagerung der meisten Unternehmen: Schuhkartonartig aneinandergereihte Büros, verbunden durch Gänge und Erschließungsachsen, die manchmal direkt aus einem Kafka-Roman entsprungen scheinen. Natürlich gab es auch früher schon andere, kreative Beispiele, aber die räumlichen Standards wurden durch Abteilungslogiken gesetzt. Jede Abteilung arbeitete für sich und jede hatte ihre eingebauten Hierarchien – bis zum Büro in der Chefetage.

Inwiefern ist Architektur-Transformation auch Wertetransformation?

Es ist zumindest eine Transformation in der Haltung. Wenn ich Tag für Tag in einem Büro sitze, das licht und freundlich ist, in dem ich mich gerne auch mal aufhalte, um mich mit anderen zu treffen, in dem es einen Ort gibt, wo man vielleicht sogar gemeinsam kocht – dann prägt das meine Haltung zum Arbeiten. Und wenn ich jeden Tag in einem Schuhkarton-Büro sitze, mit anonymen Möbel und in dem neben dem Computertisch nichts anderes Platz hat, dann prägt das meine Haltung auf Dauer ebenfalls. Gute Architektur funktioniert wie ein Akku. Sie lädt auf, gibt dem Menschen Raum, sich zu entfalten.

○ Dr. Anja Osswald ist Formatentwicklerin für transformative spaces und Head of Business Development bei TRIAD Berlin: www.triad.de. Sie ist außerdem Partner bei Die Denkbank (www.die-denkbank.de). Beim Einführungsworkshop im Oktober 2015 führte sie die Studenten in das Thema der Transformation von Räumen ein.

Der Architekturpreis 2015/2016 »QUARTIER 4.0« fordert die Studenten der am Architekturwettbewerb beteiligten Universitäten dazu auf, für das Gelände des ehemaligen Güterbahnhofs in Offenbach Konzepte für einen Standort für Entwicklungen im Bereich Industrie 4.0 und Urban Production zu entwickeln. Aktuelle Fragen zu Megatrends, steigendem Ressourcenverbrauch und der zunehmenden Bedeutung der Nachhaltigkeit sollen hier thematisiert werden. Der Kulturkreis hat in Kooperation mit der Firma aurelis, der Stadt Offenbach, dem Fraunhofer Institut und den Städteplanern Albert Speer & Partner eine Aufgabenstellung für die Studierenden formuliert.

Beteiligte Universitäten sind die TU Darmstadt, Fachgebiet Entwerfen und Nachhaltiges Bauen, Prof. Christoph Kuhn; die TU Dresden, Lehrstuhl für Industriebau/& Wissensarchitektur, Prof. i.V. Dr. Jörg Rainer Nönnig; die HCU Hamburg, Lehrstuhl für Entwerfen und Gebäudelehre, Prof. Gesine Weinmiller; das KIT Karlsruher Institut für Technologie, Institut Entwerfen und Bautechnik/Fachgebiet Baukonstruktion, Prof. Ludwig Wappner; die Universität Stuttgart, Institut für Raumkonzeptionen und Grundlagen des Entwerfens, Professor Markus Allmann und Lehrstuhl Institut Internationaler Städtebau, Prof. Dr. Astrid Ley, die TU Wien, Lehrstuhl für Industriebau und interdisziplinäre Bauplanung, Prof. Christoph Achammer und Lehrstuhl für Städtebau, Landschaftsarchitektur und Entwerfen, Prof. Dr. Erich Raith.

hatte seinen Ort und die für ihn nötigen Werkzeuge und trotzdem gab es für alle ein gemeinsames Dach, Austauschmöglichkeiten oder Einblicke in die Arbeit des Anderen.

Wie schwierig ist es, diese Transformation des Denkens und Arbeitens an die am Architekturwettbewerb des Kulturkreises beteiligten Studenten zu vermitteln?

Nicht schwieriger oder leichter als jedes andere Thema auch. Ich denke, wir sollten langsam davon wegkommen, die Digitalisierung und alles, was damit zusammenhängt, immer als so schwierig und undurchdringlich zu betrachten. Sicher stimmt es, dass damit epochale Neuerungen verbunden sind, dass die Digitalisierung unser aller Leben und Arbeiten fundamental verändert hat und weiter verändern wird. Aber pragmatisch betrachtet, erfordern diese Veränderungen einfach ein genaues Hinschauen: Wie arbeiten Menschen gerne zusammen? Welche Räume bevorzugen Start Ups? Wie sehen Co-Working-Spaces aus? Man sollte mit Studierenden viel öfter Ausflüge machen, ins »reale Leben« springen und die Industrie 4.0 Realitäten im Rahmen von »Learning Journeys« anschauen.

Gibt es bereits Beispiele aus der Architektur, wo Unternehmen aus dem Bereich 4.0 richtungsweisende Gebäude nutzen?

Ja. Zu nennen ist hier beispielsweise die sogenannte Innovationsfabrik

der WITTENSTEIN AG von Henn Architekten. Das Gebäude wurde 2014 eingeweiht und löst das ein, was mit »Work 4.0« immer versprochen wird: Offene Räume, in denen unterschiedliche Bereiche und Abteilungen des Unternehmens miteinander in Kontakt treten können. Zum Beispiel befinden sich Entwicklungsabteilung und Produktionsabteilung in Sichtweite voneinander. Jeder Mitarbeiter kann jederzeit die Sphäre des anderen besuchen ... Es gibt eine Reihe anderer Beispiele, etwa das Headquarter von FESTO in Esslingen bei Stuttgart. Ich würde außerdem auch die Räume dazuzählen, die sich die inzwischen ins Berufsleben eingestiegenen Digital Natives schaffen: zum Beispiel ein Start Up Campus wie die »Factory« in Berlin oder die Co-Working Plattformen von betahaus in verschiedenen Städten in Deutschland.

Was ist ein »kreativer Raum« in Zeiten der Industrie 4.0?

Ein kreativer Raum ist ein Raum der inspiriert, ein Raum, der Ruhe ausstrahlt und in dem man sich wohl fühlt. Irgendetwas zwischen Wohnzimmer und Werkstatt. Ein kreativer Raum ist einer, in dem Austausch und Kommunikation mit anderen stattfinden kann, also wo Ideen wandern können, sich aufladen mit anderen Ideen und sich dabei vielleicht in etwas ganz Anderes, Neues verwandeln.

Ein kreativer Raum kann auch eine Garage sein – siehe Steve Jobs und die Geburtsstunde von apple. Oder ein altes Lagerhaus – wie das legen-



▲ Das Unfertige ist Bestandteil einer zeitgemäßen Architektur, die sich wie die Realität selbst in stetiger Transformation befindet. © Erica Overmeier

IM DIGITALEN LABOR – VERLAG EIN DER TRANSFORMATION

Als neuer Chef des Hanser Verlags ist Jo Lendle einer literarischen Tradition verpflichtet, soll zugleich aber dafür sorgen, dass das Münchner Traditionshaus die rasanten technischen Entwicklungen nicht verpasst. Für diesen Job ist eine seiner Eigenschaften besonders nützlich.

EIN BEITRAG VON
HOLGER HEIMANN

Er hat den vielleicht interessantesten und zugleich auch schwierigsten Job im deutschsprachigen Buchverlagsgeschäft. Der Hanser Verlag, den Jo Lendle seit Anfang 2014 leitet, gilt vielen als die beste literarische Adresse zwischen Zürich und Hamburg. Lendle ist einer Tradition verpflichtet und muss das Haus zugleich behutsam modernisieren. Leicht ist das auch deswegen nicht, weil das Buchbusiness gerade gehörig durchgerüttelt wird und zunehmend Technologiefirmen wie Amazon den Takt bestimmen. Es ist daher durchaus als selbstbewusstes Statement zu verstehen, dass Jo Lendle als markanteste Neuerung unter dem Namen Hanser-Box eine digitale Reihe begründet hat. Wöchentlich erscheint ein aktueller Titel, den es nur als E-Book gibt. Demonstriert werden soll so nicht zuletzt, dass ein Traditionshaus wie Hanser mit der rasanten digitalen Entwicklung Schritt hält. »Es geht darum, uns selbst die Augen zu öffnen«, sagt Lendle: »Wie würde man das Verlegen heute erfinden, wenn man es noch einmal neu erfinden würde? Wie können im Digitalen neue Erzählformen kreiert werden?« Im Verlag werde zum Beispiel darüber nachgedacht, ob sich der Zeitschriftenroman wiederbeleben ließe: »Es war doch schön, als Dickens jede Woche ein kleines neues Kapitel vorgelegt hat und man diese Lektüre in die Chronologie seines Lebens mit einbauen konnte.«

Die Netzgemeinde propagiert seit Jahren, dass sich das Erzählen grundsätzlich wandeln wird. Lendle glaubt das auch,

doch mit konkreten Voraussagen hält er sich zurück. Und so manche Entwicklung betrachtet er mit kritischer Distanz: »Es gibt Verlage, die gründen eigene Spielfilmabteilungen, um zwischen den Kapiteln einzelne Filmszenen einzubauen. Das will ich nicht, ich bin fest davon überzeugt, dass das Glücksversprechen der Literatur darin besteht, unser eigenes Kopfkino zu betreiben.«

KAUM JEMAND NUTZT DIE MÖGLICHKEITEN VON FACEBOOK UND TWITTER SO GESCHICKT WIE LENDLE

Bei allem Enthusiasmus für moderne Kommunikationsformen und Möglichkeiten, gemessen werden wird der neue Geschäftsführer an der Qualität der Bücher und ihrem Erfolg. Er will das bisherige Programm fortführen und junge Stimmen hinzugewinnen – zugleich aber nicht mehr, sondern weniger Titel verlegen, um diese noch intensiver begleiten zu können. Wie dies zusammengehen soll, darüber rätselt Lendle selbst. Klar hingegen ist für ihn, dass die Kontinuitäten im Verlag alle Veränderungen dominieren. »Wir stecken 98 Prozent der Gedanken, die wir haben, in die Arbeit an den herkömmlichen Büchern«, sagt er. Die zentrale Aufgabe von Verlagen sei es auch weiterhin, gute



Autoren zu finden und sie zu unterstützen. »Alles andere sind sekundäre Sachen, über die im Augenblick einfach deshalb sehr viel geredet wird, weil sie neu sind.«

Im Gespräch ist Hanser Box nicht zuletzt deshalb, weil der Verlag aus München damit das E-Book-Experiment dezidiert vorantreibt als die meisten anderen Häuser. Doch ökonomisch ist die neue Reihe irrelevant, »weniger als ein Blinddarmfortsatz« im Konzert des Unternehmens, räumt Lendle ein. Die Absatzzahlen sind gering. Die digitalen Bücher ohne Doppelgänger auf Papier leiden an einem Aufmerksamkeitsdefizit: Die Literaturkritiker konzentrieren sich auf die papierernen Neuerscheinungen. Auch große Verkaufserfolge sind in aller Regel an das traditionelle Buchformat gebunden. Vorerst! Man muss kein Prophet sein, um absehen zu können, dass sich die Gewichte schon bald weiter verschieben werden. Verlagen wie Hanser wird deshalb zunehmend ein heikler Balanceakt abverlangt. Der Verleger formuliert es so: »Wir befinden uns in einer disruptiven Situation. Das heißt, wir müssen an dem Ast sägen, auf dem wir gut und gerne sitzen. Das macht niemand leichtfertig. Aber wir wollen nicht enden wie Kodak, die am Ende von der Digitalfotografie überrollt wurden.«

Dies heißt nichts anderes, als dass Hanser weiter in sein elektronisches Laboratorium investiert, obwohl dadurch das traditionelle Buchgeschäft beeinträchtigt wird. Denn ein Leser, der E-Books auf seinen Reader lädt, wird kaum nach den gleichen Titeln noch einmal im Regal beim Buchhändler suchen. Doch es geht für Hanser – wie für andere Verlage auch – bei Weitem nicht nur darum, auch denjenigen Lesern Angebote zu machen, für die der Gang in die Buchhandlung überflüssig geworden ist. Die Verlage selbst haben ihre Funktion als Gatekeeper verloren. Autoren sind nicht mehr länger auf sie angewiesen, um ihre Texte zu publizieren. So deutlich wie Jo Lendle beschreibt kaum ein anderer Verleger die Auswirkungen dieser Entwicklung: »Autoren sind selbstbewusster geworden und häufig kennen sie ihre Leser nicht weniger gut. Die Verlage sollten deshalb auf nicht allzu hohen Rössern sitzen. Sie sind nicht mehr das Nadelöhr, sondern sie werden eher zu einem mitdenkenden

Helfer, der zusammen mit den Schriftstellern Bücher entwickelt.«

Nun verlassen Autoren keineswegs in Scharen ihre angestammten Verlage. Wer von einem Haus wie Hanser publiziert wird und sich dort gut aufgehoben fühlt, der wird den Kontrakt kaum aufkündigen, um sich stattdessen selbst als Verleger zu versuchen. Doch neben dem Feld der Etablierten entwickelt sich im Netz längst ein zweiter Buchmarkt. Eine rasant wachsende Zahl von Autoren bietet ihre Werke zum Download an und versucht, die Gunst der Leser für sich zu gewinnen. Aber das, was sich da an Selfpublishern tummelt, steht bislang nahezu ausschließlich für leicht verdauliche Literatur. Unterhaltungsspezialisten wie Lübbe oder Droemer können durchaus fündig werden, für Hanser ist der Textberg im Netz derzeit noch vollkommen irrelevant. »Noch finde ich dort kaum die Literatur, die mich interessiert«, sagt Lendle. Doch er fügt hinzu: »Eines Tages wird das kippen. Irgendwann wird man dem ersten Selfpublisher einen Literaturpreis geben.«

▲ Jede Hanser Box ist ein kleines Digitalbuch: schnell, direkt, von namhaften Autoren. Alle 14 Tage gibt es eine neue Hanser Box. Nur als E-Book und zu kleinem Preis. ©Carl Hanser Verlag
► Als neuer Chef des Hanser Verlags muss Jo Lendle dafür sorgen, dass der Traditionsverlag Schritt hält mit der rasanten digitalen Entwicklung. ©Frank Schinski



CORPORATE COLLECTING

UNTERNEHMENS- SAMMLUNGEN ALS INTERNATIONALE KULTURBOTSCHAFTER?

Deutsche Unternehmen sind oft globale Unternehmen. Aber wie international agiert man im Hinblick auf die unternehmenseigenen Corporate Collections? Über internationale Vernetzung und über die Hindernisse und Sinngrenzen bei der Internationalisierung der eigenen Kunstsammlung spricht Dr. Christina Leber, Leiterin der DZ BANK Kunstsammlung.

D EIN INTERVIEW VON
JULIET KOTHE

Die Corporate Collection der DZ BANK AG hat mit Beginn ihrer Sammlungsaktivität eine klar umrissene und mit dem Unternehmen verbundene Sammlungsstrategie entwickelt, die im Kunstfeld große Anerkennung genießt. Wie kamen Sie zu Ihrem Sammlungskonzept – der Fokussierung auf Kunst, die sich ausschließlich dem Medium Fotografie widmet?

Im Jahr 1992 initiierten wir zunächst eine Umfrage, bei der zu Tage trat, dass kein einziges Unternehmen in Europa sich auf das Sammeln von Fotografie spezialisiert hatte. Die anschließende Entscheidung, Fotografie der Gegenwart als ausschließliches Sammlungs-Medium zu fokussieren, war damals eine sehr innovative Entscheidung. Dabei bestand noch der Vorteil, dass zeitgenössische Fotografie weitaus erschwinglicher war als heute. Seither sammeln wir Kunst der Fotografie nach 1945 bis zur Gegenwart und beziehen dabei alle denkbaren Techniken und Genres der Kunstgeschichte mit ein – Stillleben, Portrait, Landschaft, Architektur und rein abstrakte Arbeiten. Momentan zählt die Sammlung 7350 Kunstwerke.

Gibt es einen inhaltlichen Verweis zwischen Fotografie und DZ BANK?

Die Fotografie entwickelt sich wie das Konzept der Genossenschaftlichen Banken im 19. Jahrhundert. Beide verdanken ihre Popularität einer Entwicklung zur Demokratisierung in der Gesellschaft. Die Fotografie ermöglichte auch Bürgern mit geringen Mitteln Portraits anfertigen zu lassen und die Genossenschaftlichen Banken gaben den Bürgern das Geld, um ihre mittelständigen Betriebe auszubauen.

Museale Ausstellungsorganisation ist heute ein globales Vorhaben: Ausstellungen werden innerhalb eines internationalen Institutionennetzwerks organisiert, es existiert eine großzügige Leihgaben-Politik usw. Findet diese Tendenz internationaler Kooperationen auch Eingang in die Aktivitäten der DZ BANK Kunstsammlung?

Bereits relativ zu Anfang der Sammlungsaktivitäten, in den Jahren 1998-2001 haben wir eine Art Tournee unserer Sammlung organisiert. Sie war damals in Japan, New York, Paris, Budapest, Moskau und drei Stationen in Deutschland ausgestellt. Eine regelmäßige Kooperation mit einer Institution außerhalb des Landes, so wie das beispielsweise die Art Collection Deutsche Börse mit der Photographers Gallery in London verfolgt, haben wir nicht. Uns war und ist die Zusammenarbeit mit dem Städel Museum in Frankfurt wichtig, auch weil das Städel, wie wir, seinen Sitz hier in Frankfurt hat. Auf diese Weise profitieren auch die meisten unserer Mitarbeiter und Kunden von der Kooperation.

Würden Sie sagen, dass mit der Relevanz internationaler Märkte auch die Relevanz internationaler Sichtbarkeit der Kunst- und Kulturaktivitäten von Unternehmen steigt?

Ja, aber es kommt immer auf das Unternehmen an. Ich glaube überall

da, wo für Unternehmen intensivere Kundenbeziehungen existieren, ist die Sichtbarkeit des Unternehmens auch mit Mitteln der Kunst sinnvoll. Für die DZ BANK ist das nicht ganz so wichtig, da wir die genossenschaftliche Finanzgruppe bedienen, und die ist eben mehrheitlich in Deutschland tätig.

Sind Schenkungen an Museen ein sinnvolles Mittel, um das Engagement von Unternehmen auch im Ausland sichtbar zu machen?

In den USA sind Schenkungen von Unternehmen an Ausstellungshäuser und Museen absolut üblich. Hierzulande wird bei Schenkungen von Unternehmen allerdings die Mehrwertsteuer fällig, was dann oft ein so hohen Betrag ergibt, dass die Unternehmen von Schenkungen absehen und andere juristische Modelle finden, um die Unternehmenskunst dauerhaft ins Museum zu integrieren. Das wiederum muss kein Nachteil sein, sondern kann zu einer wirklichen Zusammenarbeit zwischen Museum und Unternehmen führen, von dem beide Seiten profitieren können. So haben wir zusammen mit dem Städel Museum eine GmbH gegründet, deren Geschäftsführer die Sammlungsleiter beider Häuser sind. Das gibt uns die Sicherheit, die Kunstwerke auch noch ausstellen zu können, wenn sie in unsere Ausstellungen passen und dem Städel Museum die Sicherheit, dass die Kunstwerke nicht verkauft werden können, da alle Entscheidungen über die Kunstwerke einstimmig entschieden werden müssen.

Könnten sich Unternehmen untereinander nicht international vernetzen?

Gerade auch durch die Zusammenarbeit in Expertenrunden, wie im Arbeitskreis Corporate Collecting (ACC) oder in der International Association of Corporate Collections of Contemporary Art (IACCCA), ist es vorstellbar, zwei oder auch mehrere Unternehmenssammlungen in einer öffentlichen Ausstellung zusammenzuführen, die sich inhaltlich ergänzen. Auf internationaler Ebene ist das bereits geschehen, als Mitgliedsunternehmen der IACCCA zusammen in Paris oder Barcelona ausstellten.

Was für Problematiken oder Hindernissen sehen sich sammelnde Unternehmen bei internationaler Kooperation ausgesetzt?

Wenn man Kunstwerke entleiht, spielt zunächst der Zoll immer eine große Rolle, vor allem wenn wir ausländische Filialen mit Kunstwerken ausstatten möchten. Dann kommen Absurditäten hinzu – so wird die Einfuhrumsatzsteuer bei der Rückführung fällig, obwohl die Arbeiten zur DZ BANK Kunstsammlung gehören.

Was für ein Stellenwert haben Corporate Collections generell in anderen Ländern?

Für meine Begriffe ist die Sammlungspolitik außerhalb von Europa eine völlig andere und nicht zu vergleichen. In Europa kommt grundsätzlich der humanistische Gedanke des 19. Jahrhunderts viel stärker zum Tragen als in den USA – Unternehmen, gerade in Deutschland,



legen sehr viel Wert darauf, Kunst inhaltlich zu vermitteln. Wir machen 150 Kunstführungen pro Jahr, dazu Kinderworkshops und Künstlergespräche. So existiert das zum Beispiel in den USA nicht, meiner Meinung nach stehen dort dekorative Aspekte und Namedropping im Vordergrund. Man möchte zeigen, dass man einen guten Geschmack hat und gebildet ist. Es geht aber sehr viel weniger um eine Weiterbildung der Mitarbeiter, die in Deutschland immer einen wichtigen Aspekt ausmacht.

Das Zeigen ist eine, die Ankaufspolitik eine andere Sache. Hier bewegt man sich zwangsläufig auf internationalem Niveau ...?

Wir sammeln international, haben Künstler aus allen Ländern und Kontinenten in der Sammlung. Die Sammlung hat sich jedoch schon immer eher der Förderung junger Künstler verschrieben. Dadurch besuche ich eher Rundgänge an Akademien oder folge Ratschlägen von Kollegen und besuchen die Künstler im Atelier. Natürlich gehen wir auch auf Messen und kaufen in Galerien. Nur die meisten Künstler, die in Galerien vertreten sind, sind schon zu teuer für uns, da wir meist keine singulären Werke ankaufen, sondern eher Serien. Wir haben die Künstler längerfristig im Blick. Das heißt, wir ergänzen nicht selten über Jahre, ja Jahrzehnte hinweg. Kürzlich erwarben wir Arbeiten von Hans-Peter Feldmann, weil er als zentraler Konzeptkünstler im fotografischen Medium in unserer Sammlung gefehlt hat. Im Fall Axel Hüttes, den wir im Moment in einer Ausstellung mit rund 80 Landschaftsaufnahmen zeigen, die im Zeitraum zwischen 1993 und 2015 entstanden sind, haben wir noch zwei Kunstwerke für die DZ BANK Kunstsammlung erworben. Solche Ankäufe sind aber nicht die Regel.

● Aktuelle Ausstellung im ART FOYER der DZ BANK Kunstsammlung: AXEL HÜTTE FERNE BLICKE vom 02.12.2015 – 27.02.2016.

▲ Axel Hütte, Ioánina II, 1995. Das umfangreiche Konvolut der Werke von Axel Hütte gibt einen Einblick in 25 Jahre seiner Schaffenszeit. Dabei gewährt der Künstler unverwechselbare ferne Blicke auf neun Länder und vier Kontinente. ©DZ BANK Kunstsammlung

DEUTSCHER KULTURFÖRDER- PREIS 2015



▲ Eine serielle Bildsequenz von Daniel Crooks: Daniel Crooks: A Garden of Parallel Paths, 2012. ©Franz Wamhof

Zum 10. Jubiläum des Deutschen Kulturförderpreises vergab der Kulturkreis der deutschen Wirtschaft im BDI e.V. gemeinsam mit seinen Partnern Süddeutsche Zeitung und Handelsblatt den Deutschen Kulturförderpreis 2015 an die heristo ag, die Carl Bechstein Stiftung und die PSD Bank Hannover.

Zu der festlichen Preisverleihung in der Zentrale des deutschen Sparkassen- und Giroverbands in Berlin waren am 19. November 2015 rund 300 Gäste aus Politik, Wirtschaft, Kultur und Medien zu Gast. In der Jury saßen neben anderen Dr. Thomas Bellut, Intendant des ZDF, die Schauspielerin Veronica Ferres und Isabel Pfeiffer-Poensgen, Generalsekretärin der Kulturstiftung der Länder.

Warum die Initiativen auszeichnungswürdig sind, das erfahren Sie auf den folgenden Seiten von Peter Weibel, dem Kurator der Projektions-Biennale lichtsicht 5 initiiert von der heristo AG, von Carl Schulze, dem Vorstand der Carl Bechstein Stiftung und Holger Hammer, der uns das Engagement zwischen der PSD Bank Hannover und der Kestnergesellschaft erläutert.

PREISTRÄGER

IN DER KATEGORIE GROSSE UNTERNEHMEN:
HERISTO AG – LICHTSICHT – PROJEKTIONS-BIENNALE

»EIN PREIS BEDEUTET POSITIVE BESTÄRKUNG DES WILLENS ZUM GUTEN.«

Schon lange träumte der ZKM-Vorstand Peter Weibel und Kurator der lightsicht 5 vom Beweis seiner Theorie der virtuellen Geographie. Diese führe zwangsläufig zur Auflösung der Unterschiedlichkeit von Zentren wie London oder Paris und peripheren Gegenden. Möglich sei dies durch telematische Medien wie das Internet. Den Beweis lieferten ihm nun Weltstars der zeitgenössischen Kunst wie Robert Wilson und William Kentridge, die er zur Projektions-Biennale nach Bad Rothenfelde locken konnte – in die Peripherie. Eigenheiten und Großartigkeit der Projektionskunst und wie man Künstler und Künstlerinnen von Weltrang in die Provinz treibt, erklärt uns Peter Weibel im Interview.



4 Eine projizierte Prozession von William Kentridge: William Kentridge, More Sweetly Play the Dance, 2015. ©Angela von Brill

R EIN INTERVIEW VON
JULIET KOTHE

Robert Wilson hat mit seiner Videoprojektion Lady Gaga virtuell nach Bad Rothenfelde gebracht, gefesselt, von der Decke hängend zitiert sie Marquis de Sade: »The next day another turn came, and so it continued, always the same. Coitus, cries, curses, ejaculation, always the same.« Was hat Bad Rothenfelde, was New York auch hat? Womit punktet dieser Ort?

Die Künstler und Künstlerinnen reizt die Einmaligkeit der Gradierwand und ihre Verortung. Es existiert nämlich einerseits diese Konzentration auf eine spezifische und begrenzte Fläche, andererseits die Großzügigkeit der Parklandschaft. Diesen Kontrast, dieses Spannungsfeld bringt ein herkömmliches Bauwerk nicht mit, weder ein Konzert- noch ein Kinosaal.

Ein klassischer Standortvorteil ...?

Jeder Ort kann sich ein Zentrum erschaffen, historisch tat er dies meist mittels einer Kirche. Robert Wilson, der am Anfang seiner Karriere bei Sibyl Moholy-Nagy Architektur in New York studierte, hat sich früh dazu Gedanken gemacht. Moholy-Nagy stellte den Studierenden die Aufgabe, in drei Minuten eine Stadt zu zeichnen. Robert Wilson entwarf einen Apfel mit einem Kristall-Kubus in der Mitte. Auf ihre Frage, was das denn solle, antwortete er, die Stadt sei eine Struktur, welche den Menschen mit Leben füllen solle. In der Mitte immer die Kirche, die dem Ort ihr Zentrum schenkt. Hier in Bad Rothenfelde sei die Kunst oder genauer die Gradierwand diese Kirche, sagte Wilson.

Ist das ein Gleichnis, dem Sie gerne zustimmen?

Die Gradierwand ist eine horizontale Kirche der Kunst, um die sich der Ort versammelt und zentriert. Die Kunst verkörpert die Hoffnungen und Träume der Menschen, aber nicht wie früher in einer Spannung nach oben, sondern in der Horizontalen – zwischenmenschlich. Die französischen Philosophen Gilles Deleuze und Félix Guattari haben dafür das Wort »rhizomatisch« verwendet und im Bild des Baumes den Fokus vom vertikalen Gipfel auf die horizontalen Wurzeln gelenkt. Die Gradierwand ist also eine rhizomatische Kirche.

Die von Ihnen ausgewählten Künstler und Künstlerinnen sind alle- samt erfahrene Medienkünstler. Gleichzeitig existiert hier in Bad Rothenfelde diese einmalige Situation, Kunst auf eine bestehende Struktur zu projizieren ...

Die Bandbreite an Erfahrung der beteiligten Künstler und Künstlerinnen reicht vom gezeichneten Trickfilm bis zur Computeranimation, von Lichtkunst bis Video, von interaktiven Installationen bis zu Operninszenierungen. Dennoch, die Materialität der Projektionsflächen, das Flechtwerk aus Schwarzdornreisig mit weißlichen und rötlichen Ablagerung aus Eisen, Gips und Kalk und ein Schleier aus Wasser sowie die Größe der Gradierwände von bis zu 16 m Höhe und bis zu 415 m Breite sind einzigartig. Die Wirkung der Bilder ist völlig anders als auf einer weißen Leinwand und das müssen die Künstler und Künstlerinnen bei der Entwicklung ihrer Arbeiten berücksichtigen.

Wie gingen die Künstler damit um?

Eine naheliegende Lösung für die Größe ist eine serielle Bildsequenz wie bei Robert Wilson, Daniel Crooks und Tim Otto Roth. William Kentridge und Rosalie haben dieses Problem durch den Gedanken an die Prozession gelöst. Das Publikum geht und läuft gewissermaßen parallel zu den laufenden Bildern oder ihnen entgegen. Ryoji Ikeda hat die Aufgabe durch die Strategie der Skalierung bewältigt. Die Größe des Universums hat er auf die Größe der Leinwand übertragen. In beiden Fällen

finden wir ein Echo der Fotografie, genauer: der Sequenzfotografie von Eadweard Muybridge und der simultanen Überlagerung von Étienne-Jules Marey. Die Vielfalt der Lösungen, was die Gradierwand betrifft, ist einzigartig und daher sind alle Lösungen künstlerisch gleichwertig zu behandeln. Allein die Projektion auf die Wasserfontäne mit der Computeranimation einer tanzenden nackten Frau aus Wasser von Eyal Gever stellt als Beispiel für eine Morphodynamik und eine ungewöhnliche virtuelle Leinwand einen außergewöhnlichen Fall dar. Daher ist sie besonders auffallend.

Und welche Herausforderungen mussten Sie von Ihrer Seite, der Seite der Organisatoren, meistern?

Da bei der lightsicht 5 mehr interaktive Arbeiten, zum Teil mit Anbindung an ein WLAN oder an Apps, als in den Jahren zuvor zu sehen sind – etwa von Random International, Holger Förterer und dem Projektteam von LASACT – musste die Technik vor Ort erweitert werden.

Worin besteht Ihr persönliches Interesse an der lightsicht-Biennale?

Die Ehre, der Nachfolger des großen Museumsmannes und zweifachen documenta-Leiters Manfred Schneckenburger zu sein, und die Möglichkeit, den Begriff der Projektionskunst nachhaltig zu aktualisieren. In der Gestaltung bin ich zudem gänzlich frei, abgesehen davon, dass das Budget nicht ins Endlose unlimitiert ist.

Was ist das Geheimnis erfolgreicher Kulturförderung?

Risikobereitschaft, Innovationsfreude, Bekenntnis zur Avantgarde, Widerstand gegen die kontextuellen Widrigkeiten.

Wie wichtig ist es private oder unternehmerische Kulturförderung zu prämiieren?

Außerordentlich wichtig, weil wir seit Jahrtausenden in einer Gesellschaft des mimetischen Begehrens, wie uns René Girard gelehrt hat, leben. Zweitens lehren uns die Beispiele von den aktuellen Oligarchen bis zur Riviera del Brenta in der Renaissance, dass Nachahmung ein wichtiger Motor der gesellschaftlichen Entwicklung ist, so Gabriel Tarde. Ein Preis bedeutet positive Bestärkung des Willens zum Guten. Bekommt jemand einen Preis für seine gute Tat, führt er zur Nachahmung und zur Wiederholung, weil die meisten Menschen auch haben wollen, was der andere schon hat. So ein Preis ist gewissermaßen eine Injektion, die den gesellschaftlichen Blutkreislauf erhöht, insofern absolut notwendig.



► In der kestnergesellschaft werden mit Unterstützung der PSD Bank Hannover Kinder an zeitgenössische Kunst herangeführt. ©kestnergesellschaft

PREISTRÄGER
IN DER KATEGORIE KLEINE UNTERNEHMEN: PSD BANK
HANNOVER EG – KESTNERKIDS MACHEN KUNST
& PSD FREITAG

»ES GIBT NICHTS KOMPLIZIERTES AN UNSEREN AKTIVITÄTEN.«

Was lange währt, wird immer besser. Die PSD Bank Hannover und die kestnergesellschaft sind durch eine langjährige und äußerst fruchtbare Kooperation miteinander verbunden. Seit 2010 ist die Bank Schirmherrin des Vermittlungsprogramms »kestnerkids machen Kunst«, bei dem Kinder spielerisch an die scheinbar so komplizierte zeitgenössische Kunst herangeführt werden. Auch bei dem Anfang 2015 eingeführten Freitag – er ermöglicht allen Interessierten an jedem Freitag freien Eintritt in den angesehenen Kunstverein – steht das Abbauen scheinbarer Kulturbarrieren im Vordergrund. Wie das gelingt, erklärt uns Holger Hammer, Vorstandssprecher der PSD Bank Hannover.

W EIN INTERVIEW VON
DORINE WOLF

Welche gesellschaftliche Lücke möchten Sie mit Ihrem Projekt »kestnerkids machen Kunst« und dem PSD Freitag schließen, Herr Hammer?

Sportsponsoring genießt hohe Aufmerksamkeit von Seiten der Unternehmen und ist in seinem Ansatz fast selbsterklärend. Dagegen gerät die Förderung von Kunst, insbesondere von zeitgenössischer Kunst, im Vergleich immer noch selten in den Fokus der unternehmerischen Förderaktivitäten. Hier in Hannover möchten wir diese Lücke schließen und mithelfen, den vielversprechenden Kunstschatz zu heben.

Warum glauben Sie, dass Ihnen das gelungen ist?

Wir tun ja zweierlei: Wir ermöglichen allen Bürgern am Freitag den freien Eintritt in die kestnergesellschaft – das ist eine sehr einfache Aktion mit einer ganz klaren Aussage: Wir engagieren uns als gute Bürger in unserer Stadt und Region. Und wenn wir die kestnerkids fördern, dann binden wir die besten Sympathieträger in unsere Förderaktivitäten ein, die man sich denken kann: Kinder. Wenn also ein Erfolgsfaktor unseres Engagements existiert, dann der: Es gibt nichts Kompliziertes an unseren Aktivitäten. Den daran gekoppelten Erfolg erfahren wir durch unsere zunehmende Bekanntheit in der Stadt und der Region.

Erinnern Sie sich diesbezüglich an eine konkrete Erfahrung, an dem der Erfolg abzulesen ist?

Als uns ein Mitarbeiter vom Empfang bei der kestnergesellschaft erzählte, dass der Freitag jetzt der besucherstärkste Tag der Woche ist und dass auch viele Gäste kommen, die nicht zur üblichen Stammkundschaft gehören, da wusste ich, dass wir erfolgreich sind und dass das Projekt nachhaltig und sinnvoll ist.

Wo liegt der Beginn des CCR-Engagements der PSD Bank Hannover? Wie kam es zur Kooperation mit der kestnergesellschaft?

Die Bank hat sich schon immer sozial engagiert, insbesondere bei Kindern und Jugendlichen. Auf diesem Feld gab es bereits viele kulturelle Projektinitiativen: Kinder- und Jugendtheater, Jugendmusik und vieles

mehr. Die Kooperation mit der kestnergesellschaft wurde von einem engagierten Mitarbeiter vor fünf Jahren begonnen und dann mit der Zeit ausgebaut.

Was raten Sie Firmen, die sich gesellschaftlich/kulturell engagieren möchten?

Als erstes: sich darüber klar werden, was man selbst wirklich so schätzt, dass man es über Jahre begleiten möchte. Es muss echtes Interesse an der Sache dabei sein. Eine klare, auch unternehmerische Bestimmung der Ziele ist elementar: Will man Bekanntheit und Sympathie steigern? Oder auch eine Imageaufwertung erreichen? Ohne eine klare Zielbestimmung kann es ja keinen Erfolg geben. Und es zählt nicht zuletzt auch die Frage: Wo ist noch echter Bedarf? Wo kann man mit seinem Engagement noch etwas bewirken – oder wo steht man nur hinten an in einer langen Reihe von Sponsoren.

Haben Sie als Kind Kunst erfahren und erleben können? Was hat Ihnen Kunst für Möglichkeiten aufgezeigt?

Durch meine Eltern bin ich früh mit klassischer Musik in Berührung gekommen und ich hatte sehr viel Freude an ihr. Später habe ich erfahren, dass alle Kunstformen, auch die bildende Kunst in einem wechselseitigen Austausch stehen und sich gegenseitig inspirieren. So habe ich den Zugang auch zur zeitgenössischen Kunst gefunden.

Gibt es aktuelle Projekte, auf die Sie sich vorbereiten? Wie gedenken Sie, Ihr Projekt in Zukunft weiter zu entwickeln?

Ich wünsche uns jetzt erst einmal Stetigkeit für die bestehende Zusammenarbeit. Was ich mir gut vorstellen kann ist, dass wir die Kunst in die Bank tragen und damit die Inspiration, die damit verbunden ist, auch für das Unternehmen nutzbar machen. Als Anregung, als Anstoß, Dinge einmal anders zu betrachten. Das wäre ein schönes Projekt für das nächste Jahr.



► Zeitgenössische Kunst lässt sich auch an Kinder vermitteln. ©kestnergesellschaft

PREISTRÄGER

IN DER KATEGORIE MITTLERE UNTERNEHMEN:
CARL BECHSTEIN STIFTUNG – KLAVIERE
FÜR GRUNDSCHULEN

»KINDERN DIE CHANCE ZU GEBEN, DIE FINGER AUF DIE TASTEN ZU LEGEN.«

Karl Schulze, Vorstand der Carl Bechstein Stiftung, und der Projektleiter Gregor Willmes stellen seit April 2013 Grundschulen Klaviere kostenlos zur Verfügung. Die junge Stiftung hat Erstaunliches an Erfolgen vorzuweisen. Warum es nicht nur Problemschulen sind, die Unterstützung brauchen und welche Strukturen nachhaltiges Engagement ermöglichen, erklären sie im Gespräch.

W EIN INTERVIEW VON
JULIET KOTHE & DORINE WOLF

Woher kam die Idee zum Projekt »Klaviere für Grundschulen«?
KARL SCHULZE Wir haben längere Zeit überlegt, wie man Problemen in der Gesellschaft und speziellen Defiziten in unserem Bildungssystem qualifiziert begegnen kann. Aus dem Umstand, dass die Grundschulen nur wenige Mittel zur musikalischen Förderung von den Kultusministerien zur Verfügung gestellt bekommen, entstand der Ansatz zur Gründung der Carl Bechstein Stiftung, die es seit 2012 gibt.

Gibt es konkrete Statistiken zur Integrierung von Musikunterricht in deutsche Lehrpläne?

KARL SCHULZE Der Musikunterricht an den Schulen ist innerhalb der letzten fünfzig Jahre um über die Hälfte reduziert worden.

Warum ist der Wegfall musikalischer Grundbildung so fatal?

KARL SCHULZE Wenn ein Kind mit Musik in Berührung kommt, ist es der erste wichtige Impuls der dazu beitragen kann, das Leben eines Kindes mit etwas zu bereichern, was möglicherweise für dessen gesamtes weiteres Leben von Bedeutung ist. Hieraus resultierte dann der wesentlichste Ansatz der Stiftung, Instrumente in Grundschulen zur Verfügung zu stellen, Kindern die Chance zu geben, die Finger auf die Tasten zu legen. Es gilt der Grundsatz: ohne Musik ist ein Leben ärmer. Ob dann daraus kleine Klavierschüler oder Pianisten werden, oder ob das nur Musikbegeisterte werden, ist für uns zweitrangig. Vorrangig ist, Kindern die Welt der Musik zu öffnen.

Ein bewundernswerter Aspekt Ihrer Förderung ist, dass Sie nicht nur Klaviere spenden, sondern auch dafür sorgen, dass die Klaviere in den Schulen nicht verstauben. Sie sind aktiv daran beteiligt, ein Netzwerk aus Lehrern und Freiwilligen aufzubauen, Unterrichtsstrukturen zu schaffen. Wie kommt man mit der Bechstein-Stiftung als Schule in Kontakt?

GREGOR WILLMES Zunächst müssen sich die Schulen bei uns bewerben und bestimmte Kriterien erfüllen. Allein in Berlin habe ich sechzig Schulen besucht und dort mit Lehrern oder Schulleitern gesprochen. Die Initiative kommt oft von den jeweiligen Musiklehrern. Es gibt Schulen, die schon Instrumentalunterricht anbieten, aber keinen Klavierunterricht, weil ein Klavier fehlt. Andere Schulen möchten gern Instrumentalunterricht anbieten, wissen aber noch nicht genau wie. Bei denen stellen wir erst einmal Kontakt zu Musikschulen oder privaten Instrumentallehrern her. Wir gehen auf die individuellen Situationen der Schule ein.

Karl Schulze: Für unsere Begriffe nützt eine Stiftung wenig, wenn sie nur Mittel zur Verfügung stellt. Sie muss darauf achten, dass mit diesen Mitteln qualifiziert umgegangen wird.

Wie funktioniert die Finanzierung für den Unterricht an den Schulen?

GREGOR WILLMES Auch das ist von Fall zu Fall zu betrachten. Einige Schüler können den Unterricht durchaus bezahlen, dann gibt es Einzel-, aber auch Gruppenunterricht. In einem anderen Fall in Berlin wird der

Unterricht quasi komplett vom Sozialamt bezahlt, weil die Kinder alle über den Berlinpass die Möglichkeit haben, zusätzliche Bildungsangebote zu nutzen. Diese Möglichkeit muss von der Schulleitung eigentlich nur abgerufen werden, weil diese Etats existieren. Und wir stellen dann das Klavier zur Verfügung. Ein klassischer Fall einer Public-private-Partnership.

Sie sind dann bei Bedarf auch beratend tätig und klären über solche Möglichkeiten wie den Berlinpass auf?

KARL SCHULZE Genau. Die Grundfrage lautet ja: Wie können wir Gesellschaft, Betroffene und Bedürftige zusammen bringen? Wie können wir Ziele verfolgen, die letztendlich dazu führen, dass wir im übertragenen Sinne »Probleme« lösen, unabhängig davon ob das ein Problemkiez ist, Problemschulen sind oder persönliche Probleme?

Existiert beim Engagement denn eine gewisse Fokussierung, beispielsweise auf Problembezirke in denen eine sehr geringe Chance besteht, dass Kinder bereits die Möglichkeit hatten, ein kostspieliges Instrument wie das Klavier kennenzulernen?

GREGOR WILLMES Die erste Schule, die ein Klavier von uns bekommen hat, war die Rütli Schule in Berlin-Neukölln. Man muss aber dazu sagen, dass Schulen in Problembezirken im Vergleich mit Schulen in vielleicht »bürgerlicheren« Kiezen ohnehin zusätzliche Gelder und Sozialarbeiter zugeteilt bekommen. Es gibt aber auch den entgegengesetzten Fall. Beim Besuch einer bilingualen Schule, sprach die Schulleiterin von einer Verwahrlosung im bürgerlichen Milieu: Beide Eltern arbeiten, können sich nicht um die Kinder kümmern, die mit Computer, Fernsehen und Anderem alleine gelassen werden. Auch diese Schule ist dann glücklich, wenn sie am Nachmittag ein Angebot zur kreativen Beschäftigung anbieten kann.

Mit den Ganztagschulen steigt ja ohnehin der Bedarf an Beschäftigungsstrukturen ...

GREGOR WILLMES Ja. In Berlin ist jetzt jede Schule eine Ganztageschule und in der Regel sind sogar bei den offenen Ganztageschulen mindestens 50 Prozent der Kinder bis zum späten Nachmittag im Hort. Das ist auch als Möglichkeit zu verstehen. Die Schüler haben Zeit.

Müssen Sie auch Bewerbungen ablehnen, weil Sie das Gefühl haben, die Schule zeigt nicht genügend Initiative?

KARL SCHULZE Wir haben bis jetzt ungefähr 100 Instrumente ausgegeben,

und es wird keine Schule von uns von vornherein abschlägig beschieden. Keine. Natürlich müssen gewisse Grundbedingungen erfüllt werden, es nützt uns nichts, wenn das Instrument in der Besenkammer verstaubt oder abgeschlossen irgendwo herumsteht. Wir sind als Stifter und als Stiftung potent genug, die Nachfrage nach musikalischer Bildung zufriedenzustellen. Sonst hieße die Konsequenz Zustiftungen hinzuzuziehen.

Kooperieren Sie denn mit anderen Stiftungen oder Projekten?

GREGOR WILLMES Es gibt beispielsweise ein Projekt von der Bertelsmann Stiftung, die »Musikalische Grundschule«. Das Projekt versucht ein Bewusstsein in der Grundschule selbst zu schaffen, dass Musik wichtig ist. Viele dieser »Musikalischen Grundschulen« bewerben sich dann anschließend bei uns um ein Klavier, da die Bertelsmann Stiftung keine Instrumente zur Verfügung stellt. Wir arbeiten aber auch mit regionalen Stiftungs-Programmen wie »MUBIKIN« zusammen, eine Initiative, welche die »Musikalische Bildung für Kinder und Jugendliche in Nürnberg« fördert. Wir sind grundsätzlich immer offen für Zusammenarbeit, aber es muss passen.

KARL SCHULZE Der wesentlichste Aspekt ist, dass wir nicht nur einen Gedanken, sondern die Mittel dazu stiften. Dann geht es darum, wie qualifiziert stellen wir es bereit. Als Resümee der ersten drei Jahre lässt sich sagen: es macht nicht nur Spaß, es bringt Erfolg.

Haben Sie als junge Stiftung einen generellen Rat für Unternehmen die sich in der Anfangsphase ihres kulturellen oder sozialen Engagements befinden?

GREGOR WILLMES Ich glaube, man muss eine Idee haben, und die hatten wir. Es gibt die Gießkannen-Methode: Stiftungen verteilen Geld für zahlreiche Projekte. Und es gibt Stiftungen, die wirklich eine Idee verfolgen. Wenn man keine Idee hat, dann gibt es tausende Möglichkeiten, bei denen man schon vorhandene Ideen durch finanzielle Zuwendungen stärken kann.

KARL SCHULZE Man kann nur etwas gut machen, wenn es authentisch ist, wenn es gelebt wird. Wir schmücken uns bei Bechstein absolut nicht mit unserem Engagement. Für uns ist unser Anliegen ein gesellschaftlich wichtiger Beitrag. Wir können ihn leisten, und wir leisten ihn gerne.



»WIR SIND JETZT ENDLICH OFFEN« – DAS THEATER ALS WOHNZIMMER FÜR ALLE

Peter Spuhler, Generalintendant des Badischen Staatstheaters Karlsruhe hinter Jan Linders: Schauspielere des Badischen Staatstheaters und Jan Linders' Schlagwort der Stunde ist »Öffnung«. Die Gesellschaft, das Theater, wir alle sollten daran arbeiten »offen« zu werden, weil es die Zeit verlangt und die Geschehnisse es einfordern.

EIN BEITRAG VON
PETER SPUHLER UND JAN LINDERS

Das Badische Staatstheater Karlsruhe an einem Herbstabend 2015: Über dem Eingang das Banner »refugees welcome« in vier Sprachen, darunter Arabisch. Auf der großen Bühne Glucks 250 Jahre alte Reform-Oper »Iphigénie«, die in berührend schöner Musik das Fluchtschicksal von Iphigénie und ihrem Bruder Orest erzählt. Zwischen den Sängern ein »Chor der Gestrandeten«, 20 junge Männer aus Gambia, Eritrea und Serbien, die auf den Abschluss ihres Asylverfahrens warten. Vor der Aufführung haben ihnen zwei Mitarbeiter des Theaters Sprachunterricht gegeben. Im Zuschauerraum mitten unter den Abonnenten eine Gruppe von 70 unbegleiteten minderjährigen Flüchtlingen aus Afghanistan, Syrien und Gambia, die zum ersten Mal im Leben eine Oper erleben – und ihr Schicksal, gespiegelt durch Kunst. In der Pause besuchen sie mit dem übrigen Publikum eine Ausstellung mit Portraits in Wort und Bild, die der Karlsruher Fotograf Martin Gommel von Menschen gemacht hat, die in der Landeserstaufnahmestelle eine erste Zuflucht gefunden haben.

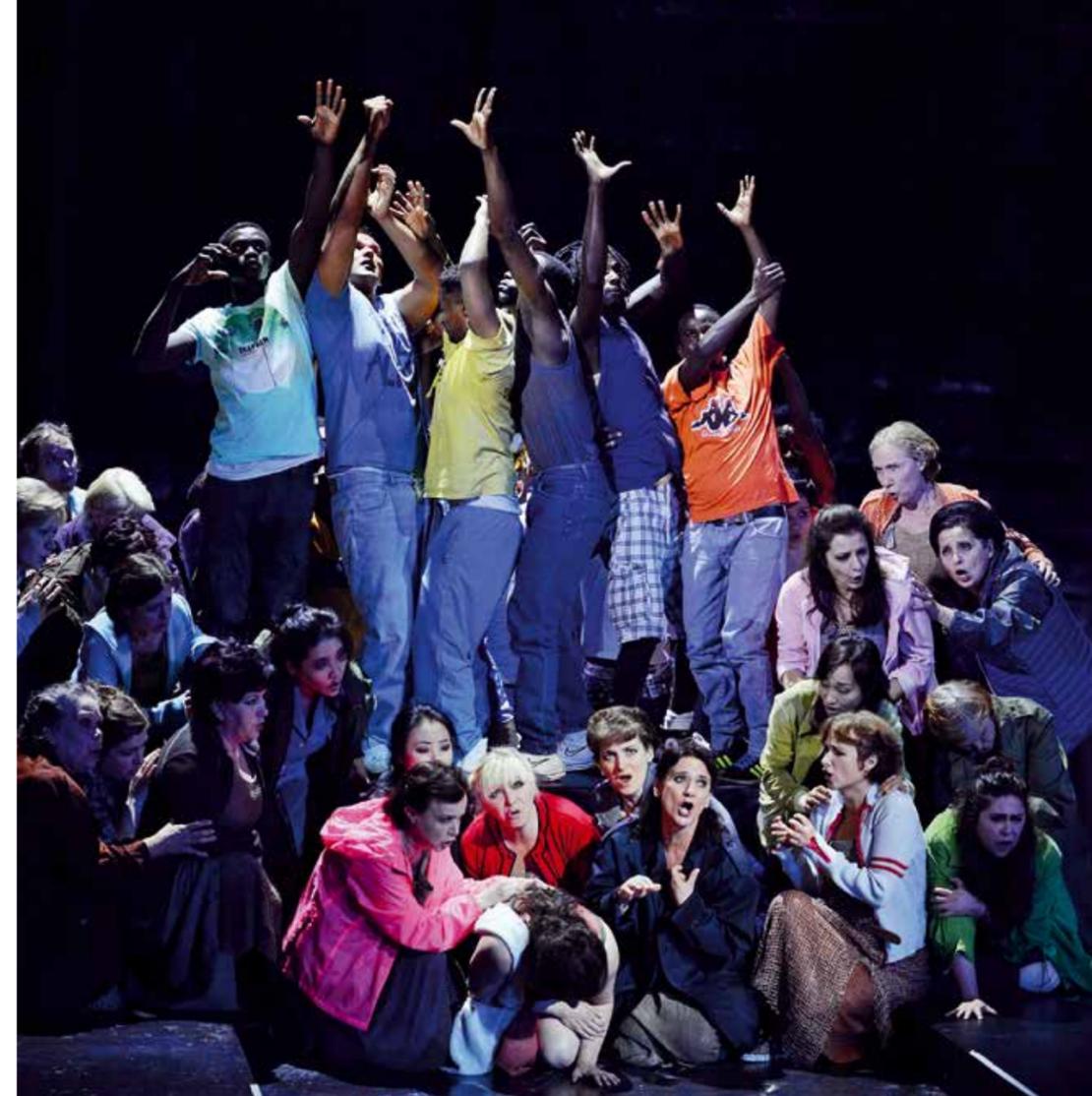
ÖFFNUNG DURCH EINE DYNAMISIERENDE ÖFFENTLICHKEIT

Abende wie diese gibt es an Theatern in Deutschland immer mehr. Sie stehen beispielhaft für einen Prozess der Öffnung, der durch die Flücht-

lingssituation eine neue Dynamik bekommen hat: Unser Land wird sich verändern, und die Frage ist nicht, wie das in der Mitte der Gesellschaft stehende Theater diese Veränderung mitmacht, sondern wie es sie künstlerisch und strukturell gestalten kann, in seiner Funktion und Verantwortung als Museum des Wahren, Schönen, Guten und als Labor des Neuen für den Einzelnen wie die Gemeinschaft. Warum ist das Thema Öffnung für das Theater derart wichtig? Theater ist seit jeher grenzüberschreitend. Weil es schon immer alle Kulturtechniken, alle Künste integriert hat und zumindest in Orchestern, Opernensembles und Ballettcompagnien Künstler aus aller Welt, weil es spätestens seit den bürgerlichen Revolutionen als ein Ort der gemeinschaftlichen Wahrnehmung fungiert, als ein Forum für gesellschaftliche Fragen, für die künstlerische Selbstverständigung, sollte es permanent an seiner Öffnung arbeiten.

ÖFFNUNG FÜR NEUE BESUCHER

Je nach Lage und Umfeld in seiner Stadt gibt es viele Strategien der Öffnung: Politische Stücke, Rechercheprojekte und Stückentwicklungen mit Themen aus der Stadt entfachen Diskussionen über das Pausenfoyer hinaus. Bürgerbühnen bringen Menschen aus der Stadt und ihre Geschichten in neuen künstlerischen Formaten auf die Bühne. Stücke für



▲ In der Oper Iphigénie auf Tauris wirken Geflüchtete als Bewegungschor mit
© Falk von Trautenberg

Jugendliche und Kinder ab 2 Jahren in allen Sparten und Schulstoffe auf der Bühne sorgen dafür, dass das Medium Theater vertraut bleibt, auch wenn es immer weniger Familien von Bildungsbürgern gibt. Flatrate-Tickets und als Lernraum mit WLAN tagsüber geöffnete Foyers bringen Studierende ins Theater. Freikarten für Hartz IV-Empfänger, Tandem-Besuchs-Modelle für sozial schwache Kinder, aber auch für einsame Senioren, Vorstellungen mit Audio-Deskription und Gebärdensprache erschließen weitere Publikumsgruppen. Englische Übertitel sind ein Signal für ausländische Besucher, Expatriates auf Zeit und Neubürger. Vorstellungen mit paralleler Kinderbetreuung ermöglichen Familien den Besuch.

OFFENE RÄUME

Vom Foyer aus zugängliche Probehühnen ermöglichen Einblicke in die komplexen Arbeitsprozesse am Theater und bieten Raum für spielerische oder diskursive Vor- und Nachbereitung von Aufführungsbesuchen. Räume für Ausstellungen oder Installationen vernetzen das Theater intensiv mit befreundeten Institutionen aus Kultur, Wissenschaft oder auch Wirtschaft. Im Idealfall wird das Theatergebäude ein 24 Stunden am Tag offenes Forum der Stadtgesellschaft, ein Zentrum der Kulturen, ein Haus für Fest und Alltag, mit Aufführungsräumen ver-

schiedener Größe, flexiblen Foyers, multimedial bespielbarer Fassade, mit Bibliothek, gastronomischen Einrichtungen und einem variabel nutzbaren Umfeld, niedrigschwellig und barrierefrei in alle Richtungen – kurz: ein Wohnzimmer für alle.

VERANTWORTUNG FÜR ÖFFENTLICHKEIT

Für diese Weiterentwicklung der Theater ist der Staat mit seinen Subventionen gefragt, die Bürger mit ihren Ideen – und die Förderer mit ihrem Engagement. So kommt das Theater im 21. Jahrhundert an – und die Gesellschaft zu sich, wie es Elfriede Jelinek in ihrer »Winterreise« formuliert: »Wir sind die Öffentlichkeit. Wir sind jetzt endlich offen. Wir bringen alles an die Oberfläche und auch wieder weg.«



▲ Leipzig: ©Tino Strauss

BILDENDE KUNST

BEWEGT-SEIN UND BEWEGEN: DIE GESCHICHTE EINER AUSSER- GEWÖHNLICHEN KUNSTINSTITUTION

Zum zweiten Mal wird der *ars viva*-Preis in der Galerie für Zeitgenössische Kunst Leipzig (GfZK) präsentiert. Die GfZK ist mehr als nur ein Kooperationspartner des Kulturkreises der deutschen Wirtschaft. Auf's Engste ist die Chronik der beiden Institutionen miteinander verwoben. Franciska Zólyom, Direktorin der GfZK, erläutert die Historie eines Engagements, die ebenso auf die deutsche Geschichte der Wiedervereinigung verweist wie auch auf die Unabdingbarkeit visionärer Kunstförderer für eine ausdifferenzierte Kunstlandschaft.

EIN BEITRAG VON
FRANCISKA ZÓLYOM

In öffentlich-privater Partnerschaft gegründet, ist die Galerie für Zeitgenössische Kunst eine einzigartige Institution, die zu gleichen Teilen durch die Stadt Leipzig, das Sächsische Staatsministerium für Wissenschaft und Kunst und den Förderkreis der Galerie für Zeitgenössische Kunst Leipzig getragen wird.

DIE GESCHICHTE DER GFZK IST ENG MIT DEM KULTURKREIS DER DEUTSCHEN WIRTSCHAFT VERKNÜPFT.

Im Sommer 1989 reiste das Gremium Bildende Kunst des Kulturkreises nach Leipzig. Hier wurde die Idee des ostdeutschen Kunsthistorikers und späteren Gründungsdirektors Klaus Werner, ein Museum für moderne Kunst zu gründen, mit lokalen Akteuren diskutiert. Die politischen Ereignisse der folgenden Monate bestärkten dieses Vorhaben mit unerwarteter Kraft. Die Vorbildfunktion und Beharrlichkeit der Akteure, insbesondere von Klaus Werner und Arend Oetker, spielten dabei eine wichtige Rolle. Die Bekanntschaft und der Dialog mit Künstlern, Museumsleitern, Sammlern und Mäzenen sowie die Verhandlungen mit den politischen Entscheidungsträgern halfen dabei, die ambitionierten Ziele umzusetzen: Ende 1989 wurde die Gründung eines Leipziger Stiftermuseums vorbereitet, und im Februar 1990 machte der Direktor des Duisburger Wilhelm-Lehmbruck-Museums, Christoph Brockhaus, einen Aufruf zur Spende von Kunstwerken, dem über 30 namhafte Künstlerinnen und Künstler folgten. Der im November 1990 gegründete Förderkreis der Leipziger GfZK e. V. wählte Arend Oetker, Rolf Hoffmann, Klaus Werner und Siegfried Seidel in den Vorstand. Noch im selben Jahr übergab der Kulturkreis der deutschen Wirtschaft im BDI dem Verein Werke von Marcel Odenbach, Rosemarie Trockel, Günther Uecker und Michael Morgner als Dauerleihgabe. Mit Blick auf die Gründungsidee, künstlerische Arbeiten aus Ost- und Westdeutschland selbstverständlich nebeneinander zu stellen, wählte Klaus Werner aus dem Bestand des Zentrums für Kunstausstellungen der DDR Arbeiten von Hartwig Ebersbach, Hubertus Giebe, Friedrich B. Henkel und Werner Stötzer aus. Der Kölner Galerist Paul Maenz schenkte 1991 dem Förderkreis der GfZK eine Sammlung an Kunstzeitschriften. Der Freistaat Sachsen, die Stadt Leipzig und der Kulturkreis haben gemeinsam einen großen Bestand an Büchern zu moderner Kunst erworben, der den Grundstock der späteren Bibliothek bildete. (Heute ist sie die wichtigste Fachbibliothek für Kunst nach 1945 in Sachsen.) Die bisher größte Schenkung wurde 1992 vorbereitet, als der Kulturkreis ein bedeutendes Konvolut an meist westdeutscher, abstrakter Malerei, unter anderem Werke von Ernst Wilhelm Nay, Fritz Winter und Emil Schumacher, als Dauerleihgabe an die GfZK übergab. Dieses Konvolut ging 2006 als »Bilderspende« in den Besitz der Stiftung Galerie für Zeitgenössische Kunst über.

Die wertvollen Kunstwerke und die Bestände der Bibliothek verliehen der Suche nach einem geeigneten Ort für die GfZK Nachdruck. Die Stadt Leipzig stellte die Herfurthsche Villa und das umliegende Grundstück zur Verfügung und der Kulturkreis veräußerte Werke der klassischen Moderne aus seiner Sammlung, um den Umbau zu finanzieren. In dem nach Plänen des Architekten Peter Kulka in Stand gesetzten Gebäude wurde im November 1998 die GfZK, Museum für Kunst nach 1945 und Ausstellungshaus für internationale Gegenwartskunst, eröffnet. Als eine wesentliche Erweiterung der künstlerischen und kuratorischen Handlungsräume kam 2004 der Neubau hinzu, den die Architekten von as-if entworfen haben. Der Förderkreis stellte die zusätzlich notwendigen Betriebsmittel zur Verfügung, die Baukosten wurden vom Bund getragen.

Die Kunstsammlung der GfZK und ihr Bibliotheksbestand können dank der Spenden von Künstlerinnen und Künstlern, Privatpersonen und mit der Unterstützung des Förderkreises stetig erweitert werden. Die drei Kunstpreise, die jährlich vergeben werden, der INFORM-Preis für konzeptionelles Gestalten, der Kunstpreis Europas Zukunft sowie der Dr. Klaus-Schaffner-Preis gehen ebenfalls auf die Initiative von Förderkreismitgliedern zurück. Aus dieser Dynamik des Bewegt-Seins und des Bewegens heraus hat sich die GfZK als eine einzigartige und international anerkannte Institution etabliert, in der das Wechselverhältnis von Kunst und Architektur sowie von Kunst und Design verhandelt wird. Es ist stets ein Anliegen gewesen, lokale Themen im Zusammenhang mit globalen Entwicklungen zu bearbeiten. Der Kunstbegriff ist dabei explizit gesellschaftlich ausgerichtet. In diesem Sinne fokussiert sich die Arbeit der GfZK weniger auf die Festschreibung eines Wertekanons als vielmehr auf die imaginativen, aber auch kritisch-reflexiven Potenziale der Kunst. Es werden Denk- und Handlungsmöglichkeiten einer offenen Gesellschaft durchgespielt und Traditionen auf ihr gegenwärtiges Potenzial durchleuchtet.

Es ist von jeher das unermüdliche Engagement der Gründer, von Künstlerinnen und Künstlern, privaten Mäzenen und öffentlichen Einrichtungen, das die Galerie für Zeitgenössische Kunst in Bewegung hält und die Begegnung mit der Gegenwartskunst zu einem ganz besonderen Erlebnis macht.

Die in Budapest geborene Kunsthistorikerin Franciska Zólyom leitet seit Januar 2012 als Direktorin der GfZK. Die GfZK ist Kooperationspartner der *ars viva* 2016. Die Ausstellung mit Arbeiten von Flaka Haliti, Hanne Lippard und Calla Henkel & Max Pitegoff eröffnet am 19.02.2016. Sie ist bis zum 17.04.2016 in Leipzig zu sehen. Die *ars viva* war zuletzt zu Gast bei der GfZK im Jahr 2002 (*ars viva* 01/02 – Kunst und Design).

30 DER JAHRESRING 62 – ZU EINER ÄSTHETIK DES LEBENDIGEN

ARS VIVA- EDITION 2016

C EIN BEITRAG VON
ISABEL PODESCHWA

Cord Riechelmann schrieb in den 90er Jahren für die Berliner Seiten der FAZ die Zoo-Kolumne, die sich großer Beliebtheit erfreute und bald Kult wurde. Schon damals öffnete der Biologe, der ebenso in der Philosophie und Kunstgeschichte zu Hause ist, die Gehege der abgegrenzten Wissenschaften und überließ die Häftlinge der Wildbahn des freien Denkens. Er kuratierte Ausstellungen und Filmprogramme, lehrte an der Universität der Künste und rezensierte für FAS, taz und Jungle World alles, was über den Tellerrand reichte oder drohte, zwischen die Ressorts zu fallen – ein Generalist im besten Sinne, mit den Spezialgebieten Tiere und Kultur.

Brigitte Oetker lud ihn ein, den Jahresring 62 herauszugeben; eine Einladung, die er nutzte, ein umfangreiches Projekt umzusetzen: *Toward an Aesthetics of Living Beings/Zu einer Ästhetik des Lebendigen* versammelt Texte aus neun Jahrzehnten, die sich mit Konzepten des Lebendigen auseinandersetzen. Sie geben Einblicke in die kulturelle Praxis australischer Singvögel, die literarischen Qualitäten Darwins, in die ideologischen Interessen, wenn »Natur« zitiert wird, aber »Moral« gemeint ist. Damit verwoben entwickelt Cord Riechelmann eine Kunstgeschichte des Tiers, angefangen bei Constantin Brancusi, der in seiner Kunst Bewegungen in seine »substraktivste Form goss«, über Joseph Beuys, der eine Woche mit einem Kojoten in der New Yorker Galerie

René Block lebte, zu Rosemarie Trockel, die aus dem Bild den Affen erschrocken auf die Menschheit blicken lässt.

HG. BRIGITTE OETKER, CORD RIECHELMANN,
Toward an Aesthetics of Living Beings/Zu einer Ästhetik des Lebendigen,
SternbergPress, 288 Seiten, 28.— Euro



Anlässlich der Vergabe des *ars viva*-Preises 2016 und der damit verbundenen Ausstellungsreihe in der Städtischen Galerie Karlsruhe, der Galerie für Zeitgenössische Kunst Leipzig sowie dem INDEX – The Swedish Contemporary Art Foundation in Stockholm gibt der Kulturkreis eine limitierte Künstleredition heraus mit Arbeiten der ausgezeichneten Künstler Flaka Haliti, Hanne Lippard und Calla Henkel & Max Pitegoff.

Flaka Haliti überträgt in der Skulptur *Untitled* (2015) ein Emoji in eine Porzellanfigur. Das Emoji, welches ursprünglich als Ideogramm in SMS und Chats Sprache ersetzt, erscheint in verändertem Bedeutungszusammenhang: Übersetzt in ein zerbrechliches Material, wird es zu einem dreidimensionalen Objekt.

Hanne Lippard betitelt ihren überdimensionierten Beutel, der unter der Marke Hanne Luggage firmiert, als *Zweiseitig*. Vorder- und Rückseite des Beutels folgen unterschiedlichen Aussagen: *Many things are impossible and every bag contains many things, everything is possible and many bags contain everything*. Die dadurch entstehende Antithese beantwortet (nur) die Frage nach der Größe des Beutels.

Calla Henkel & Max Pitegoff entwickelten für die Edition 23 unterschiedliche, gerahmte Teststreifen, die Motive des von ihnen gegründeten New Theaters (2013–2015) in Berlin zeigen. Die fragmentartigen Ausschnitte sind erstmals zu sehen: Während der Laufzeit des *New Theaters* wurden keine Bilder nach außen übermittelt.

Die dreiteilige Edition wurde exklusiv für den Kulturkreis der deutschen Wirtschaft produziert. Sie ist Teil einer Editionsreihe, die seit 1953 vom Kulturkreis initiiert wird und Arbeiten von Künstlerinnen und Künstlern wie Wolfgang Tillmans, Rosemarie Trockel oder Corinne Wasmuht enthält.

Die Edition ist in einer Auflage von jeweils 20 (+ 3 AP) erschienen.

FLAKA HALITI
Untitled, 2015
Skulptur, Porzellan (LGB Porzellandesign UG, Röslau)
15,2 × 15,2 × 16 cm

HANNE LIPPARD
Zweiseitig, 2015
Siebdruck auf Baumwolltasche
53,5 × 56,5 cm

CALLA HENKEL & MAX PITEGOFF
Untitled (test strip), 2015
Schwarz-Weiß-Fotografie, Teststreifen
53,5 × 56,5 cm

PREIS
290,— Euro exkl. MwSt. pro Stück
800,— Euro exkl. MwSt. Paketpreis für je ein Exemplar
aller drei Editionen



MUSIK

DER MUSIKER ALS PRODUKT? VON WONNEN UND WIDRIGKEITEN HIN ZUM TRAUMBERUF

Musik-Agent Sören Meyer-Eller verhilft jungen Talenten wie den Preisträgern des jährlichen Musikwettbewerbs »Ton und Erklärung« zum Erfolg. Existieren maßgeschneiderte Strategien zum künstlerischen Erfolg und wie wichtig in das Planen des »Unplanbaren«? Warum die Maxime, nur für die Kunst zu leben, kein guter Ratschlag ist und über Risiken, aber auch Chancen, die mit einem Traumberuf verbunden sind berichtet uns Sören Meyer-Eller aus erster Hand.



▲ Hanna Elisabeth Müller: © Chris Gonz
Hanna Elisabeth Müller, Musik-Preisträgerin 2010, gelang es, sich in die Riege der Top-Sopranistinnen einzureihen.

▲ Marie-Elisabeth Hecker: © Benjamin Ealovega
Die Cellistin Marie-Elisabeth Hecker, Musik-Preisträgerin 2003, ist auf dem Weg vom Nachwuchstalent an die Spitze internationaler Klassik-Stars.

▲ Elsa Dreisig: ©
Ein Indikator für den frühen Erfolg: Das Gewinnen renommierter Musik-Wettbewerbe. Elsa Dreisig, Musik-Preisträgerin des Kulturkreises 2014 gewann kürzlich den Wettbewerb »Neue Stimmen«.

▲ Valentin Radutiu: © Felix Broede
Der Cellist Valentin Radutiu, Musik-Preisträger 2009, wird vom Musik-Manager Sören Meyer-Eller erfolgreich vertreten.

▲ Elisabeth Brauß: © Monika Lawrenz
Die Pianistin Elisabeth Brauß steht am Anfang ihrer Karriere. Sie gewann den Musikwettbewerb »Ton und Erklärung« 2015.



EIN BEITRAG VON
SÖREN MEYER-ELLER



»Ton und Erklärung« ist die Bezeichnung des Wettbewerbs des Kulturkreises der Deutschen Wirtschaft - mit gutem Grund. Die beiden Begriffe kennzeichnen das Spannungsfeld, in dem sich das Leben junger Musiker abspielt – oder abspielen sollte. »Junge Musiker«, darunter verstehe ich den Nachwuchs, Musiker, die sich noch in der Ausbildung befinden oder diese gerade abgeschlossen haben und sich anschicken, klassische Musik auch den nächsten Generationen nahezubringen und damit ihren Lebensunterhalt zu verdienen. Es kommt der Moment, wo sie die Nestwärme des akademischen Umfelds verlassen müssen und sich plötzlich in der wirklichen Welt wiederfinden; viele fühlen sich dann überfordert und allein gelassen.

Es ist eine Binsenwahrheit, dass man in der Schule lernt, was im Leben später in dieser Form nicht gebraucht wird. Doch besonders bei Musikern kommt ein Nachteil hinzu: Die meisten beginnen ihre Ausbildung aufgrund einer besonderen Begabung zu einem sehr frühen Zeitpunkt, schon als Kind häufig großzügig ermutigt – etwa durch ihr nahes Umfeld oder den Gewinn von Wettbewerben –, (Spiel-)Technik und Musikalität immer weiter zu vervollkommen. Damit einher geht auch das stillschweigende Versprechen, dass dieses Talent das Einzige sei, was zählt, dass es ausreicht, ein Leben als professioneller Musiker erfolgreich zu führen. Und wie groß ist die Enttäuschung, wenn später, der Welt des Lobes und der Ausrichtung auf das einzige Ziel des Beherrschens eines Instruments entwachsen, ein junger Musiker feststellen muss, dass niemand auf ihn gewartet hat?

Natürlich gibt es auch heute noch Bilderbuch-Karrieren, ergeben sich für den einen oder anderen glückliche Umstände, die direkt zum Ziel häufiger weltweiter Auftritte führen. Doch das ist sicher nicht die Regel. Und es sind eben glückliche Umstände, sie sind nicht vorhersehbar, man kann sie nicht am Reißbrett entwerfen. Ob diese oder jene große oder kleine Agentur, Plattenfirma, ob Mäzene oder nicht, ob mehr oder weniger Hits auf YouTube – das ist nicht planbar. Trotz größter Begabung und größten Einsatzes kann niemand eine Karriere oder auch nur eine erfolgreiche Laufbahn garantieren. Zu viele Faktoren wirken dabei zusammen, zu groß ist die Abhängigkeit von vielen Entscheidern in verschiedenen Bereichen des Marktes, als dass eine erfolgreiche Laufbahn als Musiker berechenbar wäre. Es ist eine Legende, dass die vollkommene Beherrschung eines Instruments automatisch zum Erfolg führt. So wird nur die Wichtigkeit vieler anderer Faktoren heruntergespielt.

Ein Leben als ausübender Musiker im Sinne eines alleinigen oder kammermusikalischen Auftretens vor Publikum kann erreichbar sein. Dazu ist es für einen jungen Musiker wichtig zu verstehen, dass er ein Produkt ist, dass er sich auf einem Markt verkaufen muss und dass er die dazu notwendigen Maßnahmen in erster Linie selber ergreifen muss. Lerne dich selber kennen, das Produkt; lerne den Markt und lerne die Kunden kennen! Keine einfachen Anforderungen, die vielleicht ein erfülltes und kontinuierliches Musikerleben ermöglichen. Ein Problem bei der Umsetzung dieser Ratschläge besteht in ihrer gefühlten Unvereinbarkeit mit dem, was über viele Jahre hinweg als Maxime gedient hat: Lebe die Kunst, beherrsche dein Instrument! Das ist eben nur eine Wahrheit. Wahr ist aber auch, dass man sich auf einem Markt befindet, in dem es mehr gute Künstler gibt als Auftrittsmöglichkeiten für sie. Und wie Konzerte zustande kommen, ist nur homöopathisch zu beeinflussen, Empfehlungen Dritter – seien es nun Manager, Lehrer, Kritiker, andere

Musiker – spielen eine Rolle, Präsentationsunterlagen, Videos, CDs, Internet, natürlich auch begeisternde Auftritte und und und ...

Gerade weil in dem Musiksystem klare Linien und kontrollierbare Wege die Ausnahme sind, ist es für einen jungen Musiker wesentlich, realistische Ziele zu formulieren und sich sowohl musikalisch wie auch in der Selbstvermarktung zu entwickeln und zu vervollkommen. Die Entwicklung, Präsentation und Kommunikation einer klar definierten musikalischen Persönlichkeit ist entscheidend.

Sich kennenzulernen als Musiker, als Produkt und als Marktteilnehmer, das bedeutet nicht hohe musikalische Ziele aufgeben zu müssen. Im Gegenteil: Gerade in der ständigen Überprüfung eigener Stärken und Schwächen und in der kontinuierlichen Arbeit daran liegt die Chance! Wenn man sich selber nicht versteht, kann man auch seinem Publikum keine klare Vorstellung von sich und dem vermitteln, was und warum man musiziert. Auf der praktischen Ebene bedeutet das: Nutze alle Formen der Kritik und Selbstkritik, nimm mündliche und schriftliche Einwände ernst, in Hinblick auf die Interpretation, versteht sich, aber auch was die äußere Erscheinung angeht, mache Ton- und Videoaufzeichnungen, selbst unter Amateurbedingungen, überprüfe Repertoirewahl, Art und Weise der Konzertpräsentation, Auswahl der musikalischen Partner, Sorge für ansprechende Selbstdarstellung in den notwendigen Unterlagen.

Regelmäßige Besuche von Konzerten anderer Musiker helfen zu verstehen, wie sich ein spezifisches Publikum zusammensetzt und worauf es reagiert. Kontakte zu vielen anderen Musikern sind wichtig, nicht nur, weil die nicht selten Konzerte zu vergeben haben oder Partner suchen. Was für Bedürfnisse, Absichten, Wünsche haben Veranstalter und wie kann ich diesen entsprechen? Wie arbeitet die Presse, wie und wo komme ich am besten zu Kritikern? Die Entwicklung und Schärfung des eigenen Profils und damit die Möglichkeit von Konzerten hängen auch von solchen Kenntnissen ab. Für einige dieser Anforderungen gibt es professionelle Dienstleister. Um ihre Leistung und Effizienz einschätzen zu können, ist es sicher nicht verkehrt eine Vorstellung von dem Markt und seinem Funktionieren zu haben – und die wird man nur gewinnen können, wenn man sich zunächst einfach hineinbegibt in alle Risiken, aber auch Chancen, die mit einem Traumberuf verbunden sind.

Der Autor Sören Meyer-Eller war von 1990–1997 Chefredakteur der Zeitschrift FonoForum, danach in derselben Position bei der Zeitschrift Klassik Heute. Seit 2002 arbeitet er als Produzent und im Bereich Artist & Repertoire. Meyer-Eller gründete die Künstleragentur »Meyer Eller Artist Management«. Hier vertritt er den außerordentlichen Cellisten und Preisträger des Musikwettbewerbs »Ton und Erklärung« 2009 Valentin Radutiu.



«Die DAIMLER AG setzt bewusst auf die Unterschiedlichkeit von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern.
©Daimler AG

KULTURELLE BILDUNG

»DIE UNTERNEHMEN HABEN MÖGLICHKEITEN, DIE INTEGRATION ZU UNTERSTÜTZEN«

Deutschland ist 2015 zum Zufluchtsort hunderttausender Flüchtlinge geworden. Jeder reagiert. Auch die Unternehmen. Die Integration von Flüchtlingen steht auch für Wilfried Porth, Vorstand Personal, IT, Mercedes-Benz Vans sowie Arbeitsdirektor der Daimler AG, auf der Agenda. Wie nutzt man die Herausforderungen als Chance? Wie gliedert man Mitarbeiter nachhaltig in bestehende Unternehmenskulturen ein? Und wie nutzt man kulturelle Bildung zur interkulturellen Verständigung? Ein Plädoyer und ein Einblick in eine veränderte Unternehmenswelt von Wilfried Porth.

EIN BEITRAG VON WILFRIED PORTH

Der Zustrom von Flüchtlingen nach Europa und insbesondere nach Deutschland gehört zu den größten aktuellen Herausforderungen für unsere Gesellschaft insgesamt. Wer glaubt, dass wir unsere Grenzen einfach dichtmachen können, hat wenig verstanden. Die Menschen werden dann andere, noch gefährlichere Wege finden. Wir haben hier als Deutsche eine besondere Verantwortung. Und ich bin überzeugt: Wir können das stemmen. Die Bürger zeigen ein enormes ehrenamtliches Engagement und auch die Unternehmen haben Möglichkeiten, die Integration zu unterstützen.

Wir als Daimler AG sehen in der Zuwanderung eine Chance: für die gesamte Gesellschaft, für die Wirtschaft und für die Flüchtlinge. Diese haben ihr soziales Umfeld verloren, ihr ganzes Leben umgekrempelt und sich auf den gefährlichen Fluchtweg nach Deutschland begeben. Sie sind hoch motiviert, aus ihrem Leben etwas zu machen. Gleichzeitig wissen wir, dass wir in den kommenden Jahren in Deutschland einen Mangel an Facharbeitern haben werden. Der Wohlstand in Deutschland beruht zum Großteil auf der industriellen Produktion. Um diese Arbeitsplätze zu halten, brauchen wir auch langfristig genügend Facharbeiter.

»WIR SETZEN IN UNSEREM UNTERNEHMEN BEWUSST AUF DIE UNTERSCHIEDLICHKEIT UNSERER MITARBEITERINNEN UND MITARBEITER.«

Wir setzen in unserem Unternehmen bewusst auf die Unterschiedlichkeit unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Ihre vielfältigen Erfahrungen, Perspektiven und Kompetenzen bringen uns voran. Bei uns ist Internationalität und das Miteinander verschiedener Nationalitäten schon seit Jahrzehnten gelebter Alltag. Allein in Deutschland arbeiten rund 140 Nationalitäten für Daimler. Spitzenleistungen sind unabhängig von Geschlecht, Alter und Herkunft. Dass Zuwanderung gelingen kann, haben bereits die Gastarbeiter in den 1960er und 1970er Jahre bewiesen. Ohne sie wäre der Wirtschaftsaufschwung in Deutschland nicht möglich gewesen. Wir haben im Unternehmen viele Erfolgsgeschichten von ehemaligen Gastarbeitern, deren Kinder und Enkel in zweiter und dritter Generation im Unternehmen sind und zwar nicht mehr »nur« als Facharbeiter, sondern als Führungskräfte, Controller und Personaler.

Heute bieten wir als ersten Schritt zur beruflichen Integration Asylberechtigten Praktikumsplätze an, damit sie sich auf einen Arbeitsplatz in Deutschland vorbereiten können. Dazu gehören neben den beruflichen Fähigkeiten auch die tägliche Teilnahme an einem Sprachkurs und die enge Begleitung durch die Kolleginnen und Kollegen am Arbeitsplatz. Dazu gehört auch, dass man mittags gemeinsam in die Kantine geht oder auch mal abends oder am Wochenende etwas zusammen unternimmt.

Denn neben der beruflichen Integration ist die soziale Integration ein entscheidender Erfolgsfaktor.

Häufig wird behauptet: Kultur teilt Gesellschaften. Dabei hat gerade Kultur die Kraft, Brücken zu bauen. Kulturarbeit bietet Möglichkeiten, Begegnung und Integration zu gestalten. Darüber hinaus spielen bei der sozialen Integration Vereine, das Umfeld und vor allem viele und dauerhafte persönliche Kontakte eine wichtige Rolle. Wir sehen an kleinen und großen Aktionen in unserer Belegschaft, dass sehr viele Kolleginnen und Kollegen helfen wollen. Das freut mich und macht stolz, weil es zeigt, wie selbstverständlich sich unsere Mitarbeiter einsetzen, wenn eine helfende Hand gebraucht wird.

Wir als Unternehmen möchten unsere Belegschaft dabei unterstützen und fördern eine offene und partizipative Unternehmenskultur. Dazu gehört auch, die eigene Perspektive zu erweitern. Das geht unter anderem durch kulturelle Bildung, für die die Daimler Art Collection ein wichtiges Medium ist. Wir ermöglichen den Mitarbeitern quasi kulturelle Bildung am Arbeitsplatz – und zwar in Form von Führungen, wechselnden Ausstellungen und Workshops. Dies ermöglicht, abseits des Tagesgeschäfts neue Perspektiven und Eindrücke zu gewinnen und diese mit anderen zu diskutieren. Über die Angebote entstehen zudem neue Kontakte und Netzwerke.

Dabei beschränkt sich die Zielgruppe unserer Daimler Art Collection nicht allein auf die Beschäftigten. Speziell für Schüler und Studenten bieten wir ein eigenes Education Programm. Seit dem Jahr 2003 haben daran rund 50.000 Jugendliche teilgenommen, viele auch mit Migrationshintergrund, und so einen Zugang zur kulturellen Bildung bekommen. Darüber hinaus hat die Daimler Art Collection seit dem Jahr 2000 weltweit mehr als 100 Ausstellungen gezeigt, die teilweise auch öffentlich zugänglich sind, und damit rund 1,5 Millionen Besucher erreicht. Insgesamt umfasst die Sammlung 2.600 Werke von mehr als 700 Künstlerinnen und Künstlern. Das ist ein sichtbares Zeichen für das kulturelle Selbstverständnis unseres Unternehmens sowohl gegenüber der Öffentlichkeit als auch für unsere Belegschaft.

»ES GIBT VIELE FELDER, IN DENEN WIR GEGENSEITIG VONEINANDER LERNEN KÖNNEN.«

Mir ist es ein wichtiges Anliegen, auch durch mein Engagement im Arbeitskreis Kulturelle Bildung die Verknüpfung von Wirtschaft und Kultur zu fördern und voranzutreiben. Es gibt viele Felder, in denen wir gegenseitig voneinander lernen können. Ein reiches kulturelles Leben und eine lebendige Kunstszene fördern die Innovationsfähigkeit im Unternehmen. Künstlerische Denk- und Arbeitsweisen helfen Managern bei ihrer Arbeit über den Tellerrand zu blicken und über die eigene Fachbezogenheit hinaus zu denken. Gleichzeitig haben Kultur und Wirtschaft dieselben Motivationsfaktoren: Kreativität, Mut zum Aufbruch und Drang nach Erneuerung. Diese Eigenschaften helfen auch, aktuelle Herausforderungen wie die Integration von Flüchtlingen in unsere Gesellschaft zu meistern. Lassen Sie uns gemeinsam das Beste erreichen!

— WAS MACHT EIGENTLICH ...? —

... DIE SCHLESISCHE27? – SIE BLEIBT VORREITER

In vielerlei Hinsicht war das Jugendförderungsprojekt Schlesische27, dessen Gründung 1982 vom Kulturkreis der deutschen Wirtschaft maßgeblich unterstützt wurde, Vorreiter für kulturelle Bildungsmaßnahmen. In den zahlreichen Projekten, Veranstaltungen und Jahresvollzeitkursen sind mittlerweile pro Jahr über 3000 Kinder und Jugendliche aktiv involviert. Den Weg dahin skizzieren für uns Barbara Meyer, Geschäftsführerin der Schlesischen27, und Kulturkreis-Mitglied Max Pohl, der sich schon lange für die Belange des Projektes einsetzt.

F EIN INTERVIEW VON
DOROTHEA LEMME

rau Meyer, an welche Bildungspotenziale von Kultur glauben Sie?

BARBARA MEYER Die Kreativität ist der Motor für gesellschaftliche Teilhabe. Ästhetisch gebildete, das heißt in der Wahrnehmung geschulte, wache junge Menschen sind besser in der Lage, die großen gesellschaftlichen Herausforderungen selbstverantwortlich mit anzupacken. Sie laufen weniger Gefahr, passive Gefolgsleute und blinde Konsumenten zu werden. Kindern und Jugendlichen, die in ihrer sozialen Umgebung wenig kulturelle Förderung erhalten, ermöglichen wir das Betreten kreativer Erlebnisräume.

Das Projekt der Schlesischen27 war damals Vorreitermodell ...

MAX POHL Die Schlesische27 hat als erstes Jugendkulturzentrum inmitten einer migrantischen Nachbarschaft in Berlin-Kreuzberg Anfang der 1980er Jahre ganz neue Standards in puncto kultureller Bildung für Jugendliche gesetzt. Der herausfordernde Kontakt mit aktiven Künstlern war eine beachtliche Besonderheit der Schlesischen27.

BARBARA MEYER Nach der Etablierung der Schlesischen27 wurden in der Bundesrepublik Deutschland eine Vielzahl an Partnereinrichtungen in der ganzen Bundesrepublik.

Was kann kulturelle Bildung für junge Menschen aus schwierigen sozialen Verhältnissen bewirken?

BARBARA MEYER Das wertvolle Potenzial der kulturellen Bildung liegt nicht nur beim Partizipationsaspekt, sondern bei der Freisetzung von Initiativkräften – bei der produktiven Entfaltung von »Eigentümlichem«: das heißt, dem Wortstamm entsprechend, schöpferisch aktiv werden aus dem Eigentum heraus, aus den eigenen Ressourcen, Potenzialen und kulturellen Hintergründen. Ein höchst ökonomischer Prozess, der Innovationen anzettelt, im besten Sinne.

MAX POHL Kulturelle Bildung bedeutet Grenzüberschreitung im Denken und Fühlen, was neue Perspektiven für das Verstehen eröffnet, womit wiederum ein Reagieren auf die Anforderungen der sich wandelnden Welt möglich wird.

Was konkret führte zur Gründung der Schlesischen27?

BARBARA MEYER Die Schlesische27 ist aus den Ideen des 1978 ausgeschriebenen städtebaulichen Wettbewerbs »Strategien für Kreuzberg« hervorgegangen. 1980 wurde die Internationale Bauausstellung (IBA) mit der Konzeption und Umsetzung des preisgekrönten Vorschlags für ein deutsch-türkisches Jugend- und Kulturzentrum beauftragt. Gegründet wurde die Schlesische27 von Christel Hartmann-Fritsch, die das Zentrum fast 30 Jahre leitete und mittlerweile Geschäftsführendes Vorstandsmitglied der Stiftung Genshagen ist. Zwei Jahre später konnte die Initiative in das Haus in der Schlesischen Straße 27 ziehen, die Adresse wurde zum Namensgeber.

MAX POHL Das Engagement des Kulturkreises für die Schlesische27 entsprang der steigenden Bereitschaft in den 1980er Jahren, der allgemeinen gesellschaftlichen und damit kulturellen Entwicklung zu folgen und sich verstärkter auch sozialen Fragen zu öffnen.

Auch das Finanzierungsmodell war für damalige Verhältnisse absolut visionär ...

MAX POHL 1982 wurde unter Leitung von Jörg A. Henle (damals Vorstandsmitglied des Kulturkreises) eine Grundsatzstiftung des Kulturkreises errichtet und hiermit die Schlesische27 aufgebaut. Das Gebäude wurde von der Stadt gestellt und mit Hilfe der Jugendlichen, viele aus türkischen Familien, hergerichtet.

BARBARA MEYER Mit dem engagierten Einsatz des Kulturkreises der deutschen Wirtschaft und dem 1987 gegründeten Förderverein der Berliner Wirtschaft gelang es, das Projekt Schlesische27 längerfristig finanziell zu stabilisieren. In einem bis dahin einzigartigen Modell der Public-Private-Partnership übernahmen das Land Berlin die Basiskosten und die privaten Förderer die Finanzierung der Projekte. Das Modell hat sich bewährt, bis heute erhalten wir aus dem Jugendetat Berlins ein Sockelbudget für den Betrieb, zahlreiche Stiftungen und private Förderer unterstützen die Projektarbeit.

Warum engagieren Sie sich für die Schlesische27, Herr Pohl?

MAX POHL Wenn man das Glück hatte, im eigenen Leben weit zu kommen, sollte man das als positiv Erfahrene den Nachfolgenden, besonders den schwächer Gestellten weitervermitteln. Und hier ist bei der sich immer mehr einseitig-zweckrational orientierenden Welt der die Sinne befreiende Umgang mit Kunst und Kultur ein wichtiger Beitrag für die innere Entwicklung.

Inwiefern hat sich das Fördermodell, mit dem die Schlesische Straße 1981 angetreten ist – Integration über die Methode der kulturellen Bildung –, verändert und inwiefern haben diese Ansätze eine Transformation durchlaufen?

BARBARA MEYER Das Team der Künstler und Pädagogen arbeitet seit 2001 verstärkt an Fragen, wie langfristige Projekte künstlerischer Produktion im Gemeinwesen noch intensiver und nachhaltiger zur beruflichen Qualifizierung und Lebensplanung genutzt werden können. Zahlreiche Programme und Projekte erproben auf handwerklich-künstlerischen Pfaden und auf den Spuren der Bauhauspädagogik neue motivierende Übergänge in Ausbildung für benachteiligte Jugendliche. Unser zentrales Programmformat hierfür ist die Bildungs-Manufaktur, seit rund fünf Jahren werden hier auch verstärkt junge geflüchtete Menschen gefördert.

Worin liegt der Unterschied zu früheren Förderkonzepten?

BARBARA MEYER Wenn es in den frühen Jahren noch explizit um die klassischen Genres der Künste gegangen ist, so versuchen wir heute junge Menschen insbesondere auch mit dem Handwerk in Kontakt zu bringen. Durch die ständige Beschäftigung mit Handys und anderen Digitalgeräten sind Jugendliche unbeweglicher, ungeübter im »Selbermachen« und passiver geworden. Das Handwerk ermöglicht fundamentale erste Erfahrungen: »Ich baue, also bin ich – ich bringe etwas zu Stande«. Die Stärkung des Analogens ist unser Beitrag zur Medienerziehung.

Inwiefern hat sich die Perspektive auf die kulturelle Bildung in Deutschland allgemein verändert?

BARBARA MEYER Ich erlebe in vielen Kommissionen und Konferenzen der Fachöffentlichkeit, aber auch in der Zusammenarbeit mit Schulen, dass es ein gewachsenes Selbstverständnis und Übereinkunft gibt, dass die Ausbildung kreativer und ästhetischer Fähigkeiten wesentliche Entwicklungsfaktoren und Schlüsselkompetenzen für die Persönlichkeitsentwicklung junger Menschen darstellen. Stärker als im Schulbetrieb können in der außerschulischen kulturellen Bildung auch jene Kinder erreicht und gefördert werden, die nicht aus bildungsstarken Elternhäusern stammen. Die kulturelle Bildung hat zu mehr Aufmerksamkeit für Bildungsgerechtigkeit geführt.

Hat die Wirtschaft dieses Potenzial auch erkannt?

BARBARA MEYER Vereinzelt, aber noch nicht umfassend. Es ist falsch, zu denken, dass nur die kognitiven Fähigkeiten prioritär sind, um kluge und selbstverantwortliche Nachwuchskräfte zu entwickeln. Ich wünsche mir für unser Haus eine enge Zusammenarbeit mit der Wirtschaft. Im Bereich Handwerk haben wir glücklicherweise mit den Partnern Handwerkskammer und Innungen bereits eine sehr erfolgreiche Kooperation aufgebaut.

Wo bedarf es genereller Verbesserung bei den kulturbasierten Bildungsinitiativen für Heranwachsende?

BARBARA MEYER Sehr wünschenswert wäre es, wenn sich künftig gerade die kreativen Jugendhäuser noch viel verstärkter mit dem Thema

Arbeit und mit motivierenden Zugängen zu Berufsausbildung beschäftigen würden. Wie sich die Arbeitswelt entwickelt, wird unsere Gesellschaft wesentlich prägen. Wie wir arbeiten oder eben nicht-arbeiten, das formt unser Zusammenleben. Arbeit ist ein starker Kulturfaktor, das wird völlig unterschätzt.

Welche aktuellen Herausforderungen gibt es in puncto interkultureller kultureller Bildung? Was sind aktuelle Herausforderungen, die sich auftun?

BARBARA MEYER Es kommen Menschen als Flüchtlinge nach Deutschland, ausgestattet mit Fähigkeiten und Arbeitswillen. Oft bedarf es einer bestimmten Übersetzungsfähigkeit und Akklimatisierungszeit. Die Projekte der kulturellen Bildung schaffen diesbezüglich nachhaltige Brücken zu unserer Gesellschaft, die selber auch sehr heterogen ist. Wer wegen Krieg und Vertreibung im Heimatland bei uns ankommt, hat enorme Kräfte aufgewendet, sein Leben zu verändern. Insgesamt sind es weit über hundert junge Menschen mit Fluchtbiographien, die in unsere Projekte integriert sind. Schön ist, dass die Ausbildungsbetriebe, an die wir zahlreiche Jugendliche vermittelt haben, sich bei uns begeistern zurückmelden, dass sie selten so engagierte Azubis hatten.

Was ist Ihr persönliches Herzensprojekt oder persönliche Begegnung, die Sie nicht vergessen haben?

BARBARA MEYER Ich denke dabei an Alija in unserer Bildungs-Manufaktur, ein junger Roma, der in Deutschland geboren und aufgewachsen war und im Jugendalter mit seinen Eltern nach Bosnien abgeschoben wurde. Er sprach bestens deutsch, ging in Berlin normal zur Schule. Zurück in Bosnien und aus der Obdachlosigkeit heraus hatte er sich selber um eine Schule gekümmert, doch als Roma konnte er keine Ausbildung antreten. Als 17-jähriger hatte er sich wieder alleine auf den Weg nach Deutschland gemacht – er wollte in seine Heimat zurück, wie er sagte. In der Bildungs-Manufaktur zeigte er einen erstaunlichen Einsatz, und es gelang ihm, einen Ausbildungsplatz zum KFZ-Mechatroniker zu finden. Der Betrieb war überaus zufrieden mit seinen Leistungen, doch wurde er eines Tages einfach abgeholt und abgeschoben. Gemeinsam mit dem Ausbildungsbetrieb kämpfen wir seither für seine Wiedereinreise, auch ein Ausbildungsstipendium wartet auf ihn als Ausbildungszuschuss. Einsatz muss sich auszahlen, auch wenn die äußeren Bedingungen alles andere als günstig sind.

MAX POHL Für mich ist die »Finissage« am Ende eines jeden Jahres ein schöner Moment. Die Jugendlichen stellen dann ihre Arbeiten aus, die auch versteigert werden. Für diesen Anlass stellen regelmäßig Berliner Banken ihre schönsten Räumlichkeiten zur Verfügung. Diese Veranstaltung begeistert mich in jedem Jahr aufs Neue.

Inwieweit kann sich die Wirtschaft im Bereich der (interkulturellen) kulturellen Bildung von Jugendlichen engagieren? Oder inwieweit sollte sie es mehr tun?

MAX POHL Die Bildungs-Manufaktur der Schlesischen27 ist ein Modell, das hervorragend geeignet wäre, im Sinne der im vergangenen Jahr zwischen Bundesregierung, Industrie und Handwerk geschlossenen »Allianz« die berufliche Bildung auf eine breitere Grundlage zu stellen. Wir werden mit dem BIBB Bundesinstitut für berufliche Bildung Kontakt aufnehmen und dem Handwerk empfehlen, das Programm zu übernehmen. Die Frage, ob sich die Wirtschaft im Bereich der interkulturellen Bildung von Jugendlichen engagieren soll, ist mit den Realverhältnissen durch Globalisierung und aktuellen Krisen eigentlich schon beantwortet.

AUSBLICK



ERÖFFNUNG DER ARS VIVA UND »WIRTSCHAFT TRIFFT LITERATUR« IN LEIPZIG

Die zweite Ausstellungsstation der *ars viva* 2016 in der Galerie für Zeitgenössische Kunst (GfZK) wird am 19. Februar 2016 mit Arbeiten von Flaka Haliti, Hanne Lippard und Calla Henkel & Max Pitegoff in Leipzig eröffnet. Im Jahr 2002 war die *ars viva* bereits schon einmal zu Gast bei der GfZK (*ars viva* 01/02 – Kunst und Design).

Am 18. März 2016 folgt die 2. Auflage der Lesereihe »Wirtschaft trifft Literatur« anlässlich der Leipziger Buchmesse. Zum zweiten Mal begegnen sich hier ehemalige Literatur-Preisträger des Kulturkreises, dieses Mal u. a. Thomas von Steinaecker und Thomas Glavinic, und literaturaffine Wirtschaftsvertreter.

BOTSCHAFTSKONZERT IN ISTANBUL IM MÄRZ

Die Kulturkreis-Reihe »Botschaftskonzerte« wird 2016 in Istanbul fortgesetzt. Beim »Deutsch-Türkischen Abend« am Mittwoch, den 2. März 2016 heißt der deutsche Generalkonsul in Istanbul, Herr Dr. Georg Birgelen, den Kulturkreis im Kaisersaal des deutschen Generalkonsulates willkommen. Um 19.30 Uhr beginnt der Konzertabend mit den Musikpreisträgern 2015 Elisabeth Brauß und Fabian Müller am Klavier. Die Reihe »Botschaftskonzerte« findet mit freundlicher Unterstützung der Caspar Ludwig Oplaender Stiftung statt.

EXKURSION ZUR ARS VIVA NACH STOCKHOLM

Die diesjährige Exkursion führt den Kulturkreis zur Eröffnung der dritten *ars viva* Station am 10. Juni 2016 nach Stockholm. Im Index – The Swedish Contemporary Art Foundation werden die Arbeiten der diesjährigen *ars viva*-Preisträger Flaka Haliti, Hanne Lippard und Calla Henkel & Max Pitegoff ausgestellt. Das Index feiert dieses Jahr sein 40-jähriges Jubiläum und präsentiert sich als einer der renommiertesten Ausstellungsorte für zeitgenössische Kunst in Skandinavien. Der aktuelle Direktor des Index, Axel Wieder, hat im Jahr 2001 mit seiner thematischen Buchhandlung pro qm den *ars viva*-Preis gewonnen.

▲ Flaka Haliti, Hanne Lippard und Calla Henkel & Max Pitegoff eröffnen im Februar 2016 in der GfZK in Leipzig, Foto: Seiichi Furuya

▲ Die Kulturkreis-Reihe »Botschaftskonzerte« wird 2016 in Istanbul fortgesetzt. © flickr.com/Henrik Berger Jørgensen

▲ Die diesjährige Exkursion führt den Kulturkreis nach Stockholm: © flickr.com/Arild

40 RÜCKBLICK

DIE JAHRESTAGUNG DES KULTURKREISES DER DEUTSCHEN WIRTSCHAFT 2015 IN KARLSRUHE UND BADEN BADEN



Dr. Brigitte Baumstark, Leiterin Städtische Galerie Karlsruhe und der Oberbürgermeister von Karlsruhe, Dr. Frank Mentrup



Die Mitglieder Michaela und Dr. Gerhard Dickgießer mit Jan Linders, Badisches Staatstheater Karlsruhe



Wilfried Porth, Vorstand des AKB, bei der Podiumsdiskussion des AKB, mit Margret Suckale, David Hecker, Ulrike Mayer-Johanssen (verdeckt) und Peter Spuhler



Dr. Franziska Nentwig, Geschäftsführerin des Kulturkreises im Gespräch mit Mitgliedern



Die baden-württembergische Ministerin für Wissenschaft, Forschung und Kunst Theresia Bauer und Peter Weibel, Vorstand des ZKM Karlsruhe



ars viva-Peisträgerin Hanne Lippard während ihrer Performance



Dr. Tobias Wollermann, Vorstehender des AKS, während der Podiumsdiskussion des AKS



Literaturpreisträgerin Nino Haratischwili während der Lesung aus »Das achte Leben (für Brilka)« in der Kunsthalle Karlsruhe



Preisverleihung des Literaturpreises v.l.n.r. Dr. Clemens Börsig, Nino Haratischwili, Dr. Markus Kerber



Mathilda Legemah, Referentin des Kulturkreises, und Birgit Jammes, GASAG Berliner Gaswerke AG



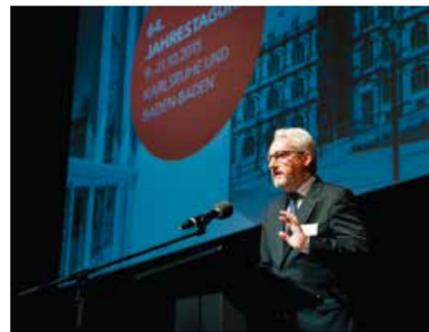
v.l.n.r. Dr. Frank Mentrup, Hanne Lippard, Dr. Brigitte Baumstark, Grayson Revoir, Flaka Haliti, Lily McMenamy, Theresia Bauer



Dr. Arend Oetker und Dr. Brigitte Oetker



Andreas Mölich-Zebhauser, Intendant und Geschäftsführer des Festspielhauses Baden-Baden, begrüßt zur Matinee



Peter Spuhler, Generalintendant des Badischen Staatstheaters, spricht zu den Gästen und Mitgliedern des Kulturkreises



Architekturpreisverleihung v.l.n.r. Dr. Clemens Börsig, Jessica Kroll, Larissa Geilen, Simon Mögel, Elena Capatana, Johannes Tücks, Nefeli Konstantopoulou, Matthias Böning, Adrian von Kaenel und Jean-Joël Schwarz



Die Mitglieder des Kulturkreises zeigten sich fasziniert von der GLOBALE Ausstellung im ZKM



Poesiepreisträgerin Judith Zander während ihrer Lesung im Schloss Karlsruhe



Mitglieder bei den Spaziergängen durch die Stadt Karlsruhe



Preisverleihung des Klavierwettbewerbs v.l.n.r. Dr. Clemens Börsig, Anna Buchberger, Elisabeth Brauß, Fabian Müller und Prof. Dr. Edward G. Krubasik



Wolfram Höll, Dramatiker-Preisträger 2015



Dr. August Markl, Vorstand des ACC, bei der Übergabe des Geschenks an das Museum Frieder Burda

NEUE MITGLIEDER

Der Kulturkreis der deutschen Wirtschaft im BDI e. V. begrüßt seine neuen Mitglieder

Firmenmitglieder GFT Technologies SE, Stuttgart | Steinway & Sons, Hamburg | The Owners Forum GmbH, Berlin | Vollack Management + Beteiligungen GmbH & Co. KG, Karlsruhe | Wort & Bild Verlag Konradshöhe GmbH & Co. KG, Baierbrunn bei München

Persönliche Mitglieder RA Daniel Rassouli, Berlin | Matthias Vickermann, Baden-Baden

Juniormitglieder Dr. Hellen Gross, Mannheim

PERSONALIEN
+ MITGLIEDER

VORSTAND

Janina Kugel ist auf der Mitgliederversammlung des Kulturkreises während der Jahrestagung in Karlsruhe und Baden-Baden im Oktober 2015 als neues Vorstandsmitglied bestätigt worden. Sie ist seit Februar 2015 Arbeitsdirektorin und Mitglied des Vorstands der Siemens AG. In dieser Funktion verantwortet sie weltweit die Bereiche Human Resources, Diversity, EHS (Environmental Health and Safety) und Corporate Social Responsibility. Zuvor war sie bei der Siemens AG als Corporate VP Human Resources zuständig für die Bereiche HR Strategie, Diversity, Talent Acquisition, Learning und Development.

Von 2012 bis 2013 war Janina Kugel Chief Human Resources Officer (CHRO) bei der OSRAM Licht AG. Von 2001 bis 2012 bekleidete sie unterschiedliche Funktionen bei der Siemens AG in den Bereichen

Human Resources, Corporate Executive Development und Strategie in Deutschland, China und Italien. Begonnen hat sie ihre Karriere im Management Consulting bei der Unternehmensberatung Accenture. Sie beriet internationale Unternehmen in Europa und den USA mit einem Fokus auf Process-Reengineering, Restrukturierung und Organizational Design.

Janina Kugel ist ein aktives Mitglied zahlreicher Diversity Initiativen in Deutschland und auf internationaler Ebene. Sie ist Diplom-Volkswirtin und studierte an der Johannes-Gutenberg-Universität in Mainz und der Università degli Studi di Verona, Italien. Die Mutter von 2 Kindern wohnt mit ihrer Familie in München. Wenn es ihre Zeit erlaubt, geht sie gerne joggen und spielt Klavier.



Janina Kugel

TERMINE DER KULTURKREIS-PREISTRÄGER

BILDENDE KUNST

23.10.–21.2.

Ausstellung »Amelie von Wulffen. Bilder 2000-2015« in der Pinakothek der Moderne (ars viva-Preisträgerin 2002).

7.11.–17.1.

Ausstellung »Transparencies« von Juliette Blightman, Calla Henkel & Max Pitegoff (ars viva-Preisträger 2016) im Bielefelder Kunstverein.

21.11.–31.1.

Ausstellung »Transparencies« von Juliette Blightman, Calla Henkel & Max Pitegoff (ars viva-Preisträger 2016) im Kunstverein Nürnberg – Albrecht Dürer Gesellschaft.

7.11.–7.2.

Ausstellung »Politischer Populismus«, u.a. mit Keren Cytter (ars viva-Preisträgerin 2008), Simon Denny (ars viva-Preisträger 2008), Flaka Haliti (ars viva-Preisträgerin 2016), Calla Henkel & Max Pitegoff (ars viva-Preisträger 2016) in der Kunsthalle Wien.

4.6.–18.9.

Ausstellung »Berlin Biennale für zeitgenössische Kunst«

MUSIK

20.12.

Cello-Matinee Charles-Antoine Duflot (Preisträger 2013) mit Norman Heller als Klavierpartner mit Werken von Felix Mendelssohn Bartholdy u.a. in der Reihe »Musiksalon« im Mendelssohn-Haus in Leipzig. Beginn: 11.00 Uhr.

24.2.

Die Sopranistin Elsa Dreisig (Preisträgerin 2014) gibt ein moderiertes Kurzkonzert mit einem französischen Liedprogramm in der Reihe »Espresso-Konzerte« im Konzerthaus Berlin.

6.4.

Klavierrezital Elisabeth Brauß (Preisträgerin 2015) in der Reihe »Tea Time« beim Internationalen Musikfestival »Heidelberger Frühling« im Hotel Europäischer Hof.

13.4.

Fabian Müller (Preisträger 2015) spielt ein »after work«-Konzert beim Internationalen Musikfestival »Heidelberger Frühling«.

13.5.

Klavierrezital Fabian Müller (Musikpreisträger 2015) in der Reihe »Bronnbacher Musikfrühling« im Kloster Bronnbach.

11.6.

Klavierrezital Fabian Müller in der Reihe »Winners and Masters« im Gasteig München. Beginn: 20:00 Uhr.

DRAMATIK

20.2.

Uraufführung des Stücks »Drei sind wir« (AT) von Wolfram Höll (Dramatik-Preisträger 2015) am Schauspiel Leipzig.

MAI 2016

Uraufführung des Stücks »Drei Sonnen« (AT) von Anne Lepper (Dramatik-Preisträgerin 2013) am Nationaltheater Mannheim.

KULTURKREISCALENDER

10.10.–17.1.

KARLSRUHE

Noch bis zum 17. Januar 2016 ist die ars viva-Ausstellung 2016 mit den Preisträgern Flaka Haliti, Hanne Lippard und Calla Henkel & Max Pitegoff in der Städtischen Galerie Karlsruhe zu sehen.

19.2. LEIPZIG

Eröffnung der zweiten Station der Ausstellung ars viva 2016 mit Preisträgern Flaka Haliti, Hanne Lippard und Calla Henkel & Max Pitegoff in der Galerie für Zeitgenössische Kunst Leipzig (Ausstellungsdauer: 20. Februar bis 17. April 2016).

26.–28.2. MANNHEIM

Alumniwochenende »Bronnbacher & Friends« in Mannheim. Alle Mitglieder sind herzlich eingeladen.

2.3. ISTANBUL

Konzert im Kaisersaal des Generalkonsulates Istanbul in der Reihe »Botschaftskonzerte« mit den Pianisten Elisabeth Brauß und Fabian Müller.

3.–4.3. BERLIN

Sitzung des Arbeitskreises Kultursponsoring (AKS) als Gast bei der Weberbank Actiengesellschaft in Berlin zum Thema »Kultur und Olympia«.

18.3. LEIPZIG

»Wirtschaft trifft Literatur« – Lesereihe des Kulturkreises der deutschen Wirtschaft auf der Leipziger Buchmesse.

17.3. ALTMORSCHEN

Konzert der Teilnehmer des »Workshops Musikvermittlung« im Tagungs- und Seminarzentrum Kloster Haydau

21.5. BERLIN

Finalrunde mit Bekanntgabe der Preisträger des Violinwettbewerbs »Ton und Erklärung« im Großen Sendesaal im Haus des Rundfunks in Berlin.

10.6. STOCKHOLM

Eröffnung der dritten Station der Ausstellung ars viva 2016 Flaka Haliti, Hanne Lippard und Calla Henkel & Max Pitegoff im Index – The Swedish Contemporary Art Foundation, Stockholm (Ausstellungsdauer: 11. Juni bis 21. August 2016).

17.–18.6.+1.–2.7.

BERLIN

CEEP – Kulturelle Kompetenz für Führungskräfte – Exzellenzprogramm für High Potentials in Unternehmen Anmeldungen über Dorothea Lemme, d.lemme@kulturkreis.eu, Tel. 030-2028 1759

7.–9.10. MAGDEBURG

65. Jahrestagung des Kulturkreises mit Mitgliedern und Preisträgern in Magdeburg. Allen Mitgliedern wird eine Einladung zugehen.

24.11. FRANKFURT A.M.

Verleihung des Deutschen Kulturförderpreises 2016 an Unternehmen für ihr außergewöhnliches Kulturengagement, zu Gast bei PricewaterhouseCoopers AG in Frankfurt am Main. Eine Einladung geht allen Mitgliedern zu.