

Zur Einführung in das Jahrbuch für Kulturmanagement 2013

STEFFEN HÖHNE, BIRGIT MANDEL

Zweifellos spielen die Künste innerhalb jeglicher Art von Kulturmanagement eine zentrale Rolle, da sich Kulturmanagement primär auf die Entfaltung künstlerischer und kultureller Angebote bezieht und weil darüber hinaus die Eigenlogiken von Kunst und Kultur auch das Management für Kunst und Kultur bestimmen. Kulturmanagement kann daher nur bedingt mit kommerziellen betriebswirtschaftlichen Techniken und Strategien arbeiten, sondern muss vielmehr seinem spezifischen Gegenstandsbereich folgen, der sich in besonderer Weise durch Autonomie, Emotionalität, Komplexität, Mehrdeutigkeit und Zweckfreiheit auszeichnet.

Das Verhältnis zwischen Kulturmanagement und Kunst hat sich seit seinen Anfängen in den 1990er-Jahren fundamental verändert: Vom Verständnis eines Kulturmanagements als bloße ‚Ermöglichung‘ der Kunst, darum bemüht, nicht die Autonomie von Kunst und Künstschaffenden¹ zu tangieren, erfolgte ein Rollenwandel hin zur aktiven Mitgestaltung in Prozessen künstlerischer Kreativität. Im Anschluss an die These einer Verflüssigung (Zygmunt Bauman) der Grenzen zwischen den Rollen und Funktionen von Kulturmanager und Künstler erfolgte zwangsläufig eine Neubestimmung im Verhältnis von Künstler und Kulturmanager. Hiervon ausgehend möchte das aktuelle *Jahrbuch für Kulturmanagement* „die Kunst des Möglichen – Management mit Kunst“ ausloten: Was bedeutet die Transzendierung der Grenzen zwischen Kunstwerk, Künstler und Kulturmanager oder – mit Beuys – zwischen Kunst und Lebenswelt für Akteure wie System? Welcher Stellenwert darf dem – so wichtigen – Optimierungs- und Aufmerksamkeitsmanagement im Verhältnis zu den künstlerischen Inhalten eingeräumt werden? Wo müssen – selbst- oder fremdbestimmte – Grenzen in strategischen Prozessen und Handlungsformen gesetzt werden, um nicht in komplexitätsreduzierender Weise auf die Kunstwelt einzuwirken? Dabei sind die in diesen Leitfragen angedeuteten Verschiebungen im Feld auch von der

1 Die im Jahrbuch verwendeten Genusmarkierungen erstrecken sich ausdrücklich auf beide Geschlechter. Auf eine spezifische Markierung wird i. d. R. aus sprachökonomischen Gründen verzichtet.

„anderen“ Seite zu beleuchten. Welche Konsequenzen hat eine gesamtgesellschaftliche Ökonomisierung in Zeiten von „Kreativitätsimperativen“ (Andreas Reckwitz) für Kultur und Kunst? Und welche Konsequenzen hat eine wachsende Inanspruchnahme von Kultur und Kunst durch Unternehmen, die vermehrt künstlerischen Input für Techniken wie Guerillamarketing, Imagekreation, Storytelling etc. benötigen? Obwohl künstlerisches Denken und Handeln im Gegensatz zu einem strategischen, zielgerichteten und geplanten Managementhandeln auf Intuition und Ergebnisoffenheit basiert, erweist sich die Verbindung von beiden offenbar nicht länger als unvereinbar, sondern im Gegenteil als eine notwendige und höchst spannende interdependente Ergänzung.

Die Beiträge des aktuellen Jahrbuches befassen sich aus historischer (Beiträge von Geyer und Landkammer), aus systematischer (Beiträge von Voegen, Lang, Wolfram und Schmidt) und empirischer (Beiträge von Henze, Baumgarth/Kaluza/Lohrlich und Lücke) Perspektive mit dem Verhältnis Kunst und Management und entwickeln Konzepte für eine Neubestimmung im Verhältnis von Kulturproduktion und Management. Untersucht werden dabei die Paradigmen bzw. Leitideen, die das jeweilige Rollenverständnis der involvierten Akteure definieren und diese im Kontext aktueller gesellschaftlicher und politischer Entwicklungen verorten. Hieran schließen sich Leitfragen an, die unmittelbar auf das Praxisfeld zielen: Wie nehmen Kulturschaffende diese Prozesse wahr und wie reagieren sie darauf? Welche neuen Akteure und Arbeitsformen entwickeln sich auf dem Kulturmarkt mit welchen Angeboten? Und schließlich: Was können Künstler vom Kulturmanagement lernen bzw. was können Kulturmanager von Künstlern und den Künsten lernen?

Das Jahrbuch für Kulturmanagement möchte damit eine Diskussion eröffnen, in der nicht nur das Kulturmanagement explizit von den Künsten her ‚gedacht‘ wird, sondern in der Perspektiven für neue – kulturelle und ökonomische – Formate, Positionen, Strukturen und auch Utopien entwickelt werden sollen.