Zeitschrift: Schweizer Monatshefte : Zeitschrift für Politik, Wirtschaft, Kultur
Herausgeber: Gesellschaft Schweizer Monatshefte
Band: 89 (2009)
Heft: 970

Rubrik: Dossier : Hingehen? : Die Festivalisierung der Kultur

Nutzungsbedingungen
Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use
The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 14.07.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

1 Wer braucht sie, wer will sie, wer bezahlt sie?
2 Als Fachperson sehe ich Schwächen, als Privatperson bin ich gerührt
3 Kunst ist Kunst ist Kunst
4 Romanze am Golf
5 Der Allesfresser
6 Fest, Festspiel, Festival
7 Nicht folkloristisch, sondern konnektionistisch!

Hingehen?

Die Festivalisierung der Kultur

Wandern in Heidiland und Skifahren in St. Moritz. Dass dies sommers wie winters Touristen anzieht, weiss jedes Kind. Doch vergessen wir nicht die Festivals! «Die Zahl der Veranstaltungen ist erstaunlich, die Vielfalt verblüffend», wirbt (darob offenbar selbst überrascht) Schweiz Tourismus, die nationale Marketing- und Verkaufsorganisation für das Reise-, Ferien- und Kongressland Schweiz. Festivals als Standortmarketing.

Auch in der Woche, in der diese Ausgabe erscheint, finden in der Schweiz Dutzende von Festivals statt, meist unter freiem Himmel. Das *Montreux Jazz Festival* wirbt mit einer «idealen Plattform in einem intimen Rahmen», die *Muri-Nights Film & Music* locken mit dem «herrlichen Ambiente des Klosterhofs von Muri» und das *5. Kulturfestival St. Gallen* prophezeit, der Sommer werde «wieder bunt, aufregend und spektakulär». Und sie alle versprechen auch kulinarische Höhepunkte. Festivals als Wohlfühlveranstaltungen.

In den Konzert- und Opernaufführungen etablierter Häuser wird das Fehlen junger Leute im Publikum bemängelt, Bildungseinrichtungen klagen über die Leseabstinenz der Internetgeneration, Museen leiden unter Besucherschwund. Die Festivalveranstalter hingegen melden Jahr um Jahr wachsende Besucherzahlen. Festivals als Publikumsmagneten.

Standortmarketing, Wohlfühlveranstaltung, Publikumsmagnet: Kulturpessimisten schmähen die Festivals als schrille Totenfeier des Wahren, Schönen und Guten, mit Gauklern, Bartwurstduft und Bierseeligkeit. Die Kulturoptimisten hingegen beklatschen sie als einmalige Gelegenheit, Geist und Masse zusammentreffen zu lassen. Nirgends sonst, so heisst es, könne sich die Vielfalt der Stile befruchtender begegnen, könne Altes mit Neuem kreativer verwoben und zu einer vibrierenden Vitalität geführt werden.

Dabeisein oder Nichtdabeisein, das ist die Frage. Die stellten sich die Teilnehmer einer vom Forum Kultur und Ökonomie im März dieses Jahres in Thun organisierten Tagung mit dem Titel: «Festlaune oder Katerstimmung. Ein Boom und seine Auswirkungen auf die Kulturlandschaft». Einige Antworten finden Sie auf den folgenden Seiten. Sonderlich verkatert wirkt niemand.

Suzann-Viola Renninger

Junge Kulturen brauchen Festivals. Das Publikum will Festivals. Die privaten Förderer profitieren von Festivals. Und vor allem: Festivals sind noch immer Trendsetter und Wegbereiter des Experimentellen. Was wollen wir also mehr?

1 Wer braucht sie, wer will sie, wer bezahlt sie?

Hedy Graber

Der Blick in den sommerlichen Veranstaltungskalender zeigt statt der erwarteten Flaute ein verlockendes Angebot an Festivals. Was für die traditionellen Institutionen, die Opern- und Theaterhäuser Sommerpause bedeutet, ist für die Festivals Hochsaison. Festivals sind aus dem sommerlichen Kulturkalender nicht mehr wegzudenken. Das Publikum geniesst die lauen Sommerabende an Festivals, von den *Zürcher Festspielen* zum *Theaterspektakel*, vom *Festival la Bâtie* bis zum *Verbier Festival*, und, und, und… Festivals sind zum gesellschaftlichen Stelldichein geworden. Man trifft sich am *Internationalen Filmfestival Locarno*, um sich wenige Wochen später am *Lucerne Festival* wieder zu begegnen. Der Festivalzirkus lockt vieles und viele an, hochkarätige Produktionen, experimentelle Kunstformen, Szenenkultur und schillernde Gäste.

Fragen seien erlaubt. Welche Kunstformen brauchen heute noch Festivals, um wahrgenommen zu werden? Soll das Publikum, mit einem reichbefrachteten Festivalkalender zusätzlich zum traditionellen Kulturangebot, in die kulturelle Besinnungslosigkeit getrieben werden? Warum sollen der Staat oder private Kulturförderer Festivals finanzieren? Wären die Mittel der Festivals, gerade in einer Zeit knapper werdender Mittel, in den Institutionen nicht wirkungsvoller eingesetzt?

Das Theater weist im Spielplan Stücke auf, die vor einigen Jahren ausschliesslich an einem Theaterfestival gezeigt worden wären. Der Konzertsaal programmiert musikalischen *crossover*, und auch in der Oper hat das Zeitgenössische längst Eingang gefunden. Das Publikum, das früher zu Festivals für zeitgenössische Musik oder experimentellen Tanz pilgerte, besucht heute Aufführungen in Institutionen, die vor dreissig Jahren schon totgesagt wurden. Die Avantgarde ist in den Kreis der Institutionen aufgenommen. Wer also braucht noch Festivals?

Junge Kulturen brauchen Festivals, um mediale Aufmerksamkeit zu erzielen und um Szenen zu verstärken. Das 1980 gegründete Festival *Viper* mit dem klaren Fokus auf Videokunst etwa bildete eine Plattform für Entdeckungen, für den Gedankenaustausch und leistete einen Beitrag zur Förderung der Videokunst. *Viper* ist längst tot; das Nachfolgeprojekt *Shift* vermittelt seit 2007 den heutigen Stand der Diskussionen im Bereich der elektronischen Künste. Oder das Genfer *Festival Archipel* für zeitgenössische Musik: es sieht seine Existenzberechtigung darin, ein in seiner Einmaligkeit einzigartiges Fenster zu sein. Die Liste der Beispiele liesse sich in der Schweiz problemlos verlängern, etwa mit *Belluard* für Spartenübergreifendes, *Fumetto* für Comics, *Alpentöne* für zeitgenössische Volksmusik.

Die genannten Festivals konzentrieren sich auf Kunstgattungen, die nur in seltenen Fällen von Institutionen nachhaltig gefördert werden. Ausnahmen gibt es. Aus Anlass des diesjährigen Comicfestivals *Fumetto* etwa produzierte das Luzerner Stadttheater die Operette «Der Vogelhändler», deren Dekor von einem Comic-Künstler gestaltet worden war.

Es sind also die jungen Kulturen, die Festivals brauchen, um sichtbar und bekannt zu werden. Nur so schaffen sie später den Sprung ins Programm der Institutionen. Und manch ein als experimentell eingestuftes Festival hat die Kulturförderpolitik zur Diskussion herausgefordert und bewirkt, dass bisherige Fördermechanismen angepasst wurden.

Festivals sind auch *life-style*. Das Publikum besucht Festivals nicht ausschliesslich wegen der Darbietungen auf den Bühnen. Es kommt auch wegen des ganzen Drum und Drans, wie Feuerschlucker, thailändische Küche und VIP-Apéro, die zu festen Bestandteilen des Festivals geworden sind. Der Kulturkonsument ist Allesfresser: Kulinarik, Begegnungen und künstlerische Darbietungen, alles gilt gleichermassen als Kultur.

Manch ein Veranstalter hat schon geklagt, dass bei schönem Sommerwetter das Publikum zwar ans Festival komme, es jedoch vorziehe, den lauschigen Abend draussen zu verbringen und so

keinen Eintritt für die Aufführung auf der Bühne bezahle. Festivals haben offensichtlich eine Aura, die dem Publikum manchmal attraktiver scheint als der regelmässige Besuch des Abonnementkonzerts. Festivals geben den Besuchern das Gefühl, am Hier und Jetzt direkt beteiligt zu sein, als Agierender und nicht lediglich als Konsument. Diskussionen, Workshops, Begegnungen scheinen an Festivals einfacher und lustvoller möglich zu sein. Die räumliche und zeitliche Begrenztheit und die Konzentration der künstlerischen Programmierung weisen eine Dichte auf, die dem Publikum signalisiert: wenn du hier nicht dabei bist, hast du etwas verpasst. Ein Festival fördert den Genuss und das Zusammengehörigkeitsgefühl. Dies gelingt Institutionen mit einem Ganzjahresbetrieb seltener.

Ist es die Aufgabe der öffentlichen Hand, Festivals zu fördern oder soll dies hauptsächlich von Privaten getan werden? Die Frage nach den Zielen politischer Kulturförderung auf den Ebenen des Bundes, der Kantone und der Gemeinden verweist auf ein heterogenes Bild. In der Schweiz gibt es keine einheitliche öffentliche Festivalpolitik, und eine Handlungsanweisung zur Förderung von Festivals fehlt. Allerdings kann festgestellt werden, dass zahlreiche Festivals nach dem Modell *«public private partnership»* funktionieren: mehrere private Partner und die öffentliche Hand finanzieren gemeinsam ein Festival.

Warum sich private Förderer und Sponsoren an der Finanzierung von Festivals massgeblich beteiligen, liegt auf der Hand: sie erhalten eine hohe Sichtbarkeit und einen attraktiven Imagetransfer. Festivals schaffen, da sie separat beworben werden, eine höhere Aufmerksamkeit für die Kunst als etwa der Ganzjahresbetrieb eines Museums. Der Imagetransfer auf den Förderer erlaubt es diesem, seine Stärken ins Licht zu setzen. Eine Firma zum Beispiel, die ihre konservativen Privatkunden ansprechen möchte, wird sich eher bei einem Klassikfestival engagieren, und der Förderer, der auf Innovation setzt, investiert eher in ein Avantgardefestival oder gründet gleich ein eigenes, wie es zum Beispiel das Migros-Kulturprozent mit dem Popmusikfestival *M4Music* und dem Tanzfestival *Steps* getan hat.

Private Förderer haben früher als die öffentliche Hand die Attraktivität von Festivals für sich entdeckt. Wohl auch aus einer kulturpolitischen Logik heraus. Christina Weiss, deutsche Staats-Kulturministerin a.D., betont etwa, dass sich die politische Verantwortung der öffentlichen Hand zuallererst auf die Grundfinanzierung von Institutionen, auf die Theater, Museen, Konzerthallen und Literaturhäuser, richte.* Aus dieser Logik heraus galten Festivals lange als Extras im kulturpolitischen Kalender des Staates. Auch heute ist es so, dass viele Festivals keine festen Subventionen der öffentlichen Hand erhalten und von jährlich neuen Gesuchsbewilligungen abhängig sind. Eine Herausforderung für die jeweiligen Festivalverantwortlichen.

Trotzdem gibt es durchaus Gründe, warum der Staat Festivals fördern kann oder soll. Festivals leisten einen Beitrag dazu, den öffentlichen Kulturauftrag zu erfüllen, wie er sich etwa in Artikel 69 der Bundesverfassung der Schweizerischen Eidgenossenschaft findet. Festivals leisten Vermittlungsarbeit: Rahmenprogramme mit Diskussionen, Symposien und Workshops erlauben dem Publikum vermehrt Zugang zum Gezeigten.

Haben die Festivals Zukunft? Der Zukunftsforscher Georges T. Roos weist darauf hin, dass sich der Kulturkonsum in nichts vom Erlebniskonsum unterscheide.** Er prognostiziert zwei «Megatrends» des gesellschaftlichen Wandels: die Individualisierung und die Beschleunigung. Die Individualisierung der Gesellschaft treibe den Wertewandel und führe zu einer Kontextbefreiung der «Dinge», alles diene der Selbstinszenierung, dem (Kultur-)Konsum und der Weltanschauung. Die Beschleunigung bringe unsere Gegenwart zum Schrumpfen. So würde die Halbwertszeit von Erfahrungen und Wissen immer kleiner. Die Technologie präge bereits jetzt in hohem Masse die Art und Weise unserer Verbindung mit Menschen und Ideen. In diesem Sinne antwortet Roos auf die Frage, was nach den Festivals käme, mit der Gegenfrage: «Was ist noch schneller und episodenreicher als das Festival?» Vielleicht ein endloses Festival im Cyberspace?

Auch in dieser Saison gilt: das Festival lebt. Kultur gibt es nie genug. Auch nicht in einer Zeit wirtschaftlich knapper werdender Ressourcen. Denn jetzt gilt erst recht: Kultur ist der Kitt der Gesellschaft. Festivals gehören dazu, als Gradmesser für das Experimentelle und als Raum für die Abenteuerlust des Publikums.

Ein Festival fördert den Genuss und das Zusammengehörigkeitsgefühl. Dies gelingt Institutionen mit einem Ganzjahresbetrieb seltener.

* zitiert aus Christina Weiss: «Was soll der Staat bezahlen?». Referat anlässlich der Tagung «Festlaune oder Katerstimmung», März 2009. (www.kulturundoekonomie.ch)

** zitiert aus Georges T. Roos: «Kulturkonsum und Megatrends». Referat anlässlich der Tagung «Festlaune oder Katerstimmung», März 2009. (www.kulturundoekonomie.ch)

HEDY GRABER, geboren 1961, studierte Kunstgeschichte in Genf und ist Leiterin der Direktion Kultur und Soziales (Migros-Kulturprozent) des Migros-Genossenschafts-Bund in Zürich.

Der Konsument will umschmeichelt, der Citoyen herausgefordert werden. Und die Filmbranche will international reüssieren. Das Filmfestival «Vision du Réel» möchte allen etwas bieten. Stichworte für die Zutaten zum Erfolg sind: Rituale, Verführung, Fachkompetenz und *croissance zéro*.

2 Als Fachperson sehe ich Schwächen, als Privatperson bin ich gerührt

Suzann-Viola Renninger im Gespräch mit Jean Perret

Herr Perret, Sie sind Direktor des internationalen Filmfestivals Visions du Réel *in Nyon. Im Internet stellen Sie es als Aufgabe des Festivals dar, «Freiheit vom Mainstream» zu schaffen. Was haben Sie gegen den Mainstream?*
Kultur wird heutzutage meist konsumiert. Die Kulturmanager organisieren sie als erfolgsorientiertes Event. Sie machen alles, um die Aufmerksamkeit zu bündeln. Schaffen Orte, an die jeder kommen soll. Das Problem damit ist, dass etwas angeboten wird, was schon bekannt ist. *Mainstream* also. Der Konsum bestätigt den Leuten das, was sie schon wissen. Es gibt kaum einen Erfahrungsprozess, keine Entwicklung und selten eine Entdeckung.

Ihr Festival bietet stattdessen Unbekanntes, Randständiges?
Kunst darf das Publikum nicht fragen, was es will. Man muss Risiken eingehen. Als Künstler, als Schriftsteller, Sie mit Ihrer Zeitschrift und auch ich als Festivalleiter. Man muss dem Publikum Vorschläge machen. Und auch das Publikum muss etwas wagen. Es muss sich der Gefahr des Unbekannten aussetzen. Es muss bereit sein, Neues zu entdecken. Dafür braucht es den Citoyen, nicht den Konsumenten.

Was hat der Citoyen, was der Konsument nicht hat?
Der Citoyen will seine Gefühle bereichern und seine Intelligenz herausfordern. Der Konsument hingegen will umschmeichelt werden. Dann gibt er sein Geld aus und dann kauft er Dinge, die er nicht braucht. Offroaders zum Beispiel. Der Citoyen dagegen nimmt Dinge auf, um sich zu verwurzeln, in seiner Kultur, in seinem Land, in seiner Stadt. Er ist neugierig, er geht Risiken ein. Zwischen dem Citoyen und denjenigen, die sich an ihn wenden, muss es eine Dialektik geben.

Und doch organisieren Sie die Visions du Réel *als Festival, als ein Event auch für den Konsumenten. Keine Verrat am Citoyen und an Ihren eigenen Ansprüchen?*
Ein Festival als Event zu organisieren heisst für uns nicht, den *Mainstream* zu bedienen. Sondern er heisst für uns, eine Geschichte zu erzählen, eine Dramaturgie aufzubauen, vom ersten bis zum letzten Tag des Festivals und vom ersten bis zum letzten Tag des Jahres. Ein Festival ist wie eine Musikpartitur, es gibt verschiedene Themen, Leitmotive, Rhythmen. Die Filme sind mal kurz, mal lang, die Debatten dauern mal eine halbe, mal drei bis vier Stunden. Wir bieten Experimentalfilme, Filme in klassischer Erzählform, Ich-Filme und Filme, die sich zwischen der Kunst- und der Cinemawelt bewegen. Eine breite Auswahl also. Jean Vilar, der Gründer des Festival d'Avignon, sagte einmal *«Nous voulons être élitaire pour tous.»* Es ist daher das schönste Kompliment, wenn mir die Leute sagen: «Wir gehen auf das Festival, ohne zu wissen, was wir sehen werden. Aber wir wissen, dass das, was wir dann zu sehen bekommen, uns überzeugt oder zumindest interessiert.»

Und wie ist es Ihnen gelungen, diese Leute zu motivieren, sich auf die Visions du Réel *einzulassen?*
Als Festivaldirektor bin ich nicht der Typ, der gute Dokumentarfilme aussucht und vorführt, mit Einführung und anschliessender Debatte. Nur das machen zu können, das wäre für mich das Schönste. Aber heutzutage funktioniert das allein nicht mehr. Du musst Kulturmanager werden und das Ganze kommunizieren. Wer wir sind, was wir für Ansprüche haben. Da habe ich einiges lernen müssen. Nachdem ich 1995 das Festival übernommen und völlig neu konzipiert hatte, zeigte ich 1997 zur Eröffnung am ersten Abend den Film «Die Salzmänner von Tibet». Ein Film von Ulrike Koch, fast zwei Stunden, lange Einstellungen, wunderbare Landschaften. Da kommt etwa eine Karawane links ins Bild, zieht langsam durch die gesamte Landschaft, bis zum Schluss… sehr schön. Doch ich habe gelernt, dass es ein Fehler war, diesen Film an diesem Abend mit all den offiziellen Gästen zu zeigen. Ein Fehler für den Film und für das Publikum. Ich weiss heute, dass es das nicht gibt: das eine Publikum. Es gibt stattdessen… *des publics*. Für diese verschiedenen Arten von Publikum müssen wir ein Programm entwickeln.

Was heisst «Nie wieder eine Karawane zur Eröffnung!»?
Inzwischen machen wir einiges anders. Wir suchen etwa Filme aus, die wir früher nicht genommen hätten, weil sie uns zu sehr Filme für das grosse Publikum waren. Wir wissen inzwischen, dass diese Filme, auch wenn es Einschränkungen bei der Qualität gibt, eine einnehmende Wirkung haben. Dieses Jahr haben wir einen deutschen Film gezeigt, «El Sistema». Einen Film mit grossem Herz, viel Musik, sehr gut gemeint. Aber der Schnitt, der Rhythmus… das müsste man überarbeiten. Doch dafür war er ein Riesenerfolg. Als Fachperson sehe ich Schwächen, als Privatperson bin ich gerührt. Nicht, dass Sie jetzt denken, das sei ein Kompromiss, wenn wir Filme dieser Art vorführen. Sondern das heisst, das wir inzwischen mit mehr Erfahrung, Sensibilität und Achtung auf das Publikum eingehen.

Filme, die auch Sie als Fachperson geniessen können, tauchen dann nach Art eines blinden Passagiers unversehens mitten während des Festivals auf?
Ja, ja, natürlich. Man muss folgendes wissen: zur Dramaturgie gehören Rituale, Empfangsrituale, Eröffnungsrituale, VIP-Empfänge. Wir wollen ja keinen Krieg zwischen uns, den Puristen, und etwa den Behörden, von denen wir abhängig sind. Wir brauchen deren Anerkennung, politisch wie finanziell. Und ich denke, das Kino hat ein so breites Angebot, dass wir all seine Mittel verwenden sollten, um die Leute zu interessieren und zu informieren.

Ein wenig erinnert mich das an eine fleischfressende Pflanze, die mit süssem Duft erst die Insekten anlockt und sie dann in ihren Kelch hinabschlittern lässt, ob sie wollen oder nicht.
Ja und nein. Das ist eine Frage des Verbindens, des Verwebens. Ich beginne mit einem rituellen Abend. Die Öffentlichkeit weiss nach 15 Jahren, wer ich bin und was die *Visions du Réel* sind. Und nur weil ein Eröffnungsfilm zugänglich ist, glaubt noch niemand, das ganze Festival sei jetzt ein Event mit lauter – in Anführungszeichen – einfach gemachten Filmen. Das ist alles eine Frage des Stils.

Dass Sie das Publikum mit Charme um den Finger wickeln können, will ich gerne glauben. Doch gehen Sie nicht umgekehrt auch dem Publikum auf den Leim? Etwa den Behördenvertretern, von denen Sie, wie sie vorhin sagten, politisch wie finanziell abhängig sind?
Wir haben mit dem Bundesamt für Kultur, Sektion Film, Dreijahresverträge abgeschlossen. Die Bedingungen sind klar, aber nicht einengend. Das Bundesamt will eine gute Zusammenarbeit mit dem Festival erreichen.

Erreichen? War das früher nicht so?
Kaum.

Sie haben früher die Förderung beantragt und umstandslos bekommen?
Sozusagen.

Keine Erfolgskontrolle oder ähnliches?
Nie. Also nicht im Sinne einer wissenschaftlichen Aufarbeitung oder Analyse. Ich habe selbstverständlich einen Jahresrapport geschrieben. Das war's. Aber nie einen Kommentar darauf erhalten.

Und jetzt? Gibt es jetzt einen Kriterienkatalog, um die Qualität Ihres Festivals zu kontrollieren?
Nicht, um uns zu kontrollieren, sondern um besser mit uns zusammenzuarbeiten. Der Bund hat eine Verantwortung, einen Kulturauftrag, den er mit verschiedenen Partnern umsetzt. Er ist abhängig von dem, was wir anbieten, von unserer Fachkenntnis. Andererseits hören wir darauf, was er sagt. Wir sind ein Instrument des *service publique*.

Ist denn der Bund mit seinem service publique *nah genug an dem, was die Stimmbürger an Kultur wirklich wollen?*
Die Gewählten sind nicht das Sprachrohr des Volkes. Die Regierungen sind verantwortlich dafür, ihre Intelligenz einzubringen, neue Ideen zu entwickeln und neue Projekte umzusetzen. Sie müssen die Zukunft träumen und organisieren. Sie haben Mittel, die das Volk nicht hat. Es ist ja nicht Aufgabe des Volkes, grosse Projekte wie Kulturfestivals zu entwerfen oder zu fördern.

Warum denn nicht? Ist Kultur nicht auch und vor allem Sache der Kultur? Und Sache des Volkes? Besteht nicht die Gefahr, dass träge wird, wer sich auf die finanzielle Unterstützung des Staates verlässt? Wie hoch ist eigentlich der Prozentsatz an öffentlichen Geldern an Ihrem Budget?
45 Prozent. Aber all das ist viel weniger komfortabel, als Sie das jetzt darstellen. Wir müssen unsere Versprechungen einhalten, wir müssen unseren eigenen Ansprüchen gerecht werden und die Erwartungen erfüllen. Wenn wir sagen, dass wir das wichtigste Festival für den Dokumentarfilm in Europa sein wollen, dann brauchen wir dafür Mittel.

10 Prozent unseres Budgets stammt aus den Einnahmen, also den Eintrittsbillets und dem Katalogverkauf. 45 Prozent von Privaten, von unseren Sponsoren La Poste und neu La Mobilière. Und die restlichen stammen von der öffentlichen Hand, dem Bund, dem Kanton und der Stadt. Der Bereich des Kinos ist ohne staatliche Unterstützung nicht möglich.

Warum nicht?
Audiovisuelle Produktionen sind teuer. Der Privatmarkt allein würde diese Summen nicht aufbringen können. Sicher gibt es auch in China oder in den arabischen und südamerikanischen Ländern, also dort, wo es keine staatliche Filmförderung gibt, ein sehr kreatives Filmschaffen. Die unabhängigen Filmemacher machen dort alles mit ihrem Blut und fast ohne Geld. Doch das ist eine Verausgabung von einzelnen, das hält keiner lange durch, das führt zu keiner Kontinuität, keiner Tradition.

In der Schweiz haben wir diese Tradition?
Ja, auf sehr hohem Niveau und mit grosser internationaler Ausstrahlung. Wir erreichen durch das Filmfestival eine Vernetzung und eine Kommunikation, die die Kreativität der Branche weltweit fördern. Und die auch dazu geführt haben, dass es überdurchschnittlich viele gute Dokumentarfilme in der Schweiz gibt. Die *Visions du Réel* haben die Köpfe der Bevölkerung für den Dokumentarfilm weiter geöffnet. «La Fortresse» etwa, ein Film aus der Suisse romande, der seit diesem Frühjahr in den Schweizer Kinos ist, hat bisher schon 50'000 Zuschauer gehabt. Ohne die Förderung der öffentlichen Hand wäre dies alles nicht möglich gewesen.

Welche Visionen verbinden Sie mit dem film du réel*?*
Meine Vision ist es, den *film du réel* für ein grösseres Publikum zugänglich zu machen. Im ersten Jahr hatten wir 4'000 Zuschauer, inzwischen, 15 Jahre später, sind es 32'000. Zusammen mit Gabriela Bussmann, der stellvertretenden Direktorin von *Visions du Réel* und Leiterin des professionellen Teils, *Doc Outlook International Market*, möchten wir mit Publikum und Fachleuten einen *place d'excellence* teilen. Also einen Platz, wo wir gute Zeit verlieren. *Perdre du temps*, sagen wir immer. Man trifft sich hier, um zu entdecken, dass man die Welt vielfältig und anders erzählen kann, anders als es die Massenmedien tun. Diese Erfahrung ist wichtig. An die Rede vom *global village* glaube ich nicht. Daran, dass durch die Globalisierung die Unterschiede schwinden. Das ist doch Unsinn. Die Differenzen bleiben. Und das Interessante ist diese Distanz zwischen mir und dem anderen, dieses Spannungsfeld. Ein Filmemacher der *Visions du Réel* erfindet die Differenz.

Erfindet?
Natürlich.

Nicht entdeckt?
Nein.

Verliert ein Dokumentarfilmer, der erfindet, nicht den Boden unter den Füssen?
Was er erzählen will, muss durch eine Vision aufgearbeitet werden. Es gibt auf Französisch einen Unterschied zwischen *réel* und *réalité*. *Réel* ist das Unartikulierte, das, was noch keinen Sinn macht, das, was erst durch den Blick des Filmemachers in die *réalité* herein aufgearbeitet wird. Dafür braucht es eine Vision, eine Distanz und eine *construction dramatique*. Der *réel* leistet Widerstand, es ist nicht einfach, ihn zu filmen. Wie nennt man den Unterschied auf Deutsch?

Die Alltagssprache bietet da keine scharfe Unterscheidung. Wirklichkeit und Realität würde ich sagen, oder auch Wirklichkeit und Zugrundeliegendes. Visions du Réel *müsste dann wohl mit* Visionen der Wirklichkeit *übersetzt werden. Sagen Sie mir noch, wie Sie die* Visions du Réel *in der Zukunft sehen?*
Croissance zéro. Nullwachstum. Wir müssen den Partnern des Festivals auch nein sagen können. Die wünschen sich, das ist normal, immer mehr. Grösser, lauter, bunter, schneller. Auch die Presse fragt mich jedes Jahr: was gibt es Neues? Wo sind die Superlative? Dabei ist es doch schon sehr schwierig, das zu halten, was man erreicht hat. Nullwachstum heisst, dass wir nicht immer noch grösser werden wollen und doch an Verbesserungen arbeiten: mehr Plätze etwa für das Publikum, da oft Leute bei den Vorstellungen draussen bleiben mussten, weil sie ausverkauft und alles belegt war. Wir wollen die Vielfalt des cinema *du réel* darstellen. Aber wir werden trotzdem weniger Filme zeigen. *Croissance zéro* heisst für uns *croissance maîtrisée*, gemeistertes Wachstum.

Und Ihre Geldgeber beschweren sich nicht?
Madame, ich bin Franzose! Ich bin ein Sohn der Republik der Aufklärung! Es geht um unseren Geist. Um die Förderung unseres Geistes. Das ist für mich *service publique*. In Zusammenarbeit mit unseren Partnern. Da gibt es keine Beschwerden.

JEAN PERRET, geboren 1952 in Paris, studierte in Genf Geschichte. Nachdem er am Filmfestival Locarno für einige Jahre die Sparte Dokumentarfilme geleitet hatte, wurde er 1995 zum Direktor des Internationalen Filmfestivals «Visions du Réel», das jedes Jahr in Nyon stattfindet (www.visionsdureel.ch).

Reine Quote ist Quatsch. Denn Kunst ist Kunst. Doch kann Kunst von der Konkurrenz durch den Kommerz profitieren. Ein Plädoyer für den Dialog.

3 Kunst ist Kunst ist Kunst

Jürgen Flimm

Im «Vorspiel auf dem Theater», das Goethe seinem «Faust» voranstellt, sagt der Theaterdirektor – heutzutage heisst er Intendant – zur «Lustigen Person»: *«Die Masse könnt ihr nur durch Masse zwingen. Ein jeder sucht sich endlich selbst was aus. Wer vieles bringt, wird manchem etwas bringen, und jeder geht zufrieden aus dem Haus.»* Ja, so einfach war das damals. Doch inzwischen hört sich dieser Text an wie der eines mittelmässigen Fernsehprogrammchefs. Es könnte auch heissen «wer vieles bringt, wird Quote bringen».

Vor allem Festivals in Deutschland und in der Schweiz bekommen öffentliche Unterstützung, direkte und indirekte, und wären wohl ohne Subventionen weder entstanden noch lebensfähig. Eines der jüngsten, die Ruhrtriennale, im *rusty belt* von Duisburg bis Dortmund, wird vom Land Nordrhein-Westfalen und seinen jeweiligen Regierungen, unabhängig von der politischen Richtung, grosszügig unterstützt. Weil diese wussten und wissen, wie wichtig ein solches kulturelles Ereignis für das Überleben der Region ist, haben sie auch in mageren Zeiten in die Stadtsäckel gegriffen.

Die Ruhrtriennale ist keine gewöhnliche Ansammlung touristischer Errungenschaften, wie so oft anderswo, sondern eine intensive Auseinandersetzung mit neuen theatralischen Formen und dem, was wir landläufig lapidar «Zeitgeist» nennen (und den wir nicht wirklich kennen, Gott sei Dank). Es gibt viele und immer mehr Festivals dieser Art, die sich um ästhetischen Fortschritt bemühen. Es ist Fremdenverkehr auf eine andere Art. Es gibt allerdings auch solche Festivals, und davon auch mehr als genug, die Gefahr laufen, zu reinen kommerziellen und touristischen Events zu degenerieren.

Diese Festivals arbeiten zumeist mit einigen wenigen, teuren Stars. Örtliche Sponsoren lassen dafür gerne mal etwas springen, um sich im Glanze der Promis zu sonnen. Manchmal hilft auch das Wirtschaftsdezernat. Schliesslich geht es auch um Förderung der Hotellerie und Gastronomie am Ort. Das wollen wir nicht tadeln, denn es ist gut investiertes Steuergeld. «Umwegrentabiliät» ist das Zauberwort. Doch Vorsicht! Wenn das der einzige Zweck ist, wird aus dem würzigen Wein der Kunst bald Essig.

Es gibt ja mittlerweile in jedem Heustadel, Kreuzgang und Steinbruch ein Barock-, Renaissance-, Gamben-, Lauten-, Englischhorn-Festival. Eine wahre Flut – gibt es zu viel Kultur? Ist zuviel Überfluss, zuviel Luxus, auszuhalten? Nehmen diese zumeist sommerlichen Ereignisse, diese zumeist hochmögenden, unserem traditionellen Theater, unseren Opern, Konzerthäusern Augen, Ohren und gar Geld weg? Wie steht es mit der Konkurrenz der beiden? Sind sie etwa Kontrahenten?

Ein Beispiel. Als Hamburg sich zur deutschen Musical-Hauptstadt entwickelte, waren die meisten von uns sehr skeptisch, ob diese Musicals – es begann vor fast 30 Jahren mit «Cats» im städtischen Operettenhaus an der Reeperbahn – unseren traditionellen, ehrwürdigen Häusern nicht die Zuschauer wegnehmen würden. Doch welch mangelndes, mausiges Selbstvertrauen sprach aus diesen Befürchtungen! Mozart gegen Andrew Lloyd Webber? Tschechow gegen Kunze? Wieso hatten wir vor diesem Wettbewerb solche Angst? Denn die Angst war unbegründet.

Meine damalige Theorie, dass sich viele Musicalhäuser auf die allgemeine Theatertemperatur Hamburgs, das ja wahrlich nicht arm an Theatern ist, positiv auswirken würde, fand ihre entsprechende Realität. Kein einziger Zuschauer blieb weg, weil er im Thalia webbersüffigen Puccini-verschnitt vermisste. Natürlich ist Mozart besser, aber auch Rihm und Nono. Natürlich ist Tschechow einfach viel besser, aber auch Botho Strauß und Peter Handke.

Hat das Schleswig-Holstein-Festival, hinter dem ja ein geniales Konzept steckte, das einen ganzen Landstrich in Musik tauchte, Schloss, Scheune und Schober mit Klang erfüllte, je den Theatern im Norden Deutschlands geschadet? Waren das Lübecker, das Kieler, die Hamburger,

das Bremer Theater deswegen schlechter besucht? Nein, eben nicht. Aber der Sommer, der wurde noch schöner!

Festivals dieser Art können durch ihre Konkurrenz eine grosse Herausforderung sein und eine provozierende Anstrengung, der sich die Theaterleute und auch Konzertmanager tunlichst unterziehen sollten. Dass der Staat die kulturellen Institutionen in den Städten unterhält und fördert, ist beste deutsche, schweizerische, österreichische Tradition und gehört etwa zur deutschen Geschichte wie die alten Burgen am Rhein und die Kathedralen in Aachen, Freiburg, Ulm und Köln, wie die Bilder von Lochner bis Richter. Doch die Sponsoren, die Mäzene, die Förderer der Festivals – was spielen diese für eine Rolle? Neben der Staatsknete?

Schauen wir uns den Anteil der privaten Förderung einmal am Beispiel der Salzburger Festspiele an, entdecken wir tatsächlich Erstaunliches. Die berühmten Hauptsponsoren, die wir dort haben, fünf an der Zahl – Nestle, Audi, Siemens, Uniqa und Credit Suisse – investieren insgesamt nicht einmal zehn Prozent des gesamten grossen Etats von 50 Millionen Euro. Die privaten Förderer, also Bürger wie Sie und ich, geben allein vier Prozent aus, nämlich über zwei Millionen Euro. Der grosse Rest kommt fast ganz durch Einnahmen wie Eintrittskarten herein.

Festivals brauchen besondere Highlights; ausserordentliche Ereignisse inhaltlicher und formaler Qualität sind notwendig, um Aufmerksamkeit zu erzeugen. Der Star als Marketingprodukt für die Sponsoren gehört zum System. Wir nennen das üblicherweise «Event», und dazu gehört dann Glanz und Gloria, Schampus und feines *fingerfood*. Die Stadttheater, Museen und Konzerthäuser hingegen haben eine ganz andere Aufgabe. Sie sind für den Alltag zuständig und verstehen ihren Auftrag zumeist so: gestern, heute, morgen. Also eigentlich immer.

Über dem Potsdamer Theater soll einst gestanden haben: «Dem Vergnügen der Einwohner». Das ist doch ein guter, sinnvoller Auftrag, wenn wir das Vergnügen im Brechtschen Sinne beschreiben als die Freude an der Erkenntnis. Denn die vornehmste Aufgabe im Theater, schreibt dieser im «Kleinen Organon für das Theater», ist die Unterhaltung. Und das täglich. Welcher Service am Kunden. Das Schöne, Wahre, Ewige ist übrigens der Kern der Kunst. Schaffen wir es also nicht ab!

Festivals und traditionelle Kulturinstitute können sehr wohl in einen fruchtbaren Dialog treten, Monologe werden gestrichen. Die Stadttheater sollen und können sich mehr Avantgarde leisten als die freien Festivals allerorten; schliesslich sind sie dank öffentlichen Zuwendungen, wenn auch manchmal sehr knappen, von den herben Zwängen der Kasse nicht gar so schlimm in die Budgetzange genommen. Das Verhältnis zwischen Kasse und Kunst ist eindeutig von der Kunst bestimmt.

Machen Sie sich keine Illusionen: Nutzniesser dieses deutschen, schweizerischen und österreichischen Subventionssystems sind wir Kulturbegeisterten. Denn die Eintrittskarten sind subventioniert, und dies nicht zu knapp. Damit Kunst – zumindest in Annäherung – angestrebt werden kann.

Festspiele wie die in Salzburg holen 75 Prozent ihres gesamten Etats von 50 Millionen Euro durch Einnahmen herein. Und das ist schwere Arbeit!

Grosse Festspiele, wie zum Beispiel die Salzburger Festspiele, kommen nicht in den Genuss einer solchen grosszügigen kunstfreundlichen Donation. Diese vielgerühmten Festspiele holen 75 Prozent ihres gesamten Etats von 50 Millionen Euro durch Einnahmen herein. Und das ist schwere Arbeit! Wenn ein deutsches Stadttheater an die 30 Prozent einnimmt, gilt es schon als deutscher Meister. Die Festspiele kalkulieren jedoch stets am Rande des Risikos. Wenn einmal die Kasse nicht laut genug klingelt, erschallen stattdessen kleine sirrende Alarmsirenen. Wie man sich erinnern möge – die Salzburger Festspiele, diese berühmten Festspiele, wurden einst als Friedensinitiative gegründet!

Die Politiker jener kleinen Stadt an der Salzach, die nach den Festspielen wieder ganz auf sich selber zurückfällt, halten es mit dem berühmten Philosophen Konrad Adenauer: keine Experimente, es könnte ja ins Geld gehen. Dennoch versuchten die Intendanten, ob sie Mortier, Ruzicka oder Flimm hiessen, sich immer wieder in diesem riskanten Revier des Heute, des Zeitgenössischen.

Ruzickas Festival, die Münchner Biennale, seinerzeit von Hans Werner Henze gegründet, ist ein gutes Beispiel für den anzustrebenden Dialog. Wird dort doch modernes Musiktheater ausprobiert, das wahrscheinlich woanders erstmal keine Chance hätte. Die Oper über Walter Benjamin

von Brian Ferneyhough haben wir von der Ruhrtriennale damals gemeinsam mit den Münchner Kollegen produziert und so einem wichtigen Beispiel des modernen Musiktheaters auf die Beine geholfen.

Die Ruhrtriennale hat noch einen weiteren Dialog geführt. Zwischen 2005 und 2008, als ich dort verantwortlich war, haben wir uns, wie ich nach wie vor in aller Bescheidenheit finde, ein vorbildliches und interessantes Ziel gesetzt: wir wollten vorzüglich Stücke im Glanze der wiederauferstandenen, grosszügig renovierten Industriehallen zeigen, die nun, befreit von Schweiss und Tränen der beginnenden Industrialisierung, sich einem neuen Feld, der Kunst, öffneten – Stükke also, die normale Theater mit ihren speziellen Repertoirezwängen in beengten Gehäusen mit langen vorformulierten Perspektiven nicht zur Aufführung bringen können. Auch wollten wir Projekte *ab ovo* entwickeln. Die fulminante Aufführung von «Rubens», dessen Text uns Peter Esterhazy schrieb und Philip Stölzl inszenierte, Andrea Breths Collage «Unter Tage», Christoph Schlingensiefs berührendes Schmerzstück «Die Kirche der Angst vor dem Fremden in mir» mögen als einige Beispiele von vielen dienen.

Kein Opernhaus nah und fern war bislang in der Lage, eine werkgetreue Aufführung der Zimmermannschen «Soldaten» zu zeigen. Und dabei ist das Stück 40 Jahre alt. Dieses grossartige und geniale Musiktheaterstück nach dem Text des unglücklichen Lenz, das man sehr wohl in einem Atemzug mit Luigi Nonos «Al gran sole», Alban Bergs «Wozzeck» und Arnold Schönbergs «Moses und Aron» nennen kann, fand endlich in der Jahrhunderthalle in Bochum eine adäquate, den Vorstellungen des grossen Kölner Komponisten entsprechende Aufführung. Das kann eben nur ein Festival, das sich mit aller Kraft, auch finanzieller, auf ein solches Projekt konzentrieren kann.

Aber auch die traditionellen Theater können und müssen das Ihrige zum Dialog beitragen, und das bitte nicht zu knapp, eben mindestens 365mal im Jahr. Welch schönen Aufbau von ästhetischer Unterweisung gäbe es dort zu entdecken. Nicht das kurzfristige Gehechel nach der schönen Stimme, dem geschmetterten C und den blauen Augen, nach dem Pulttiger und den tönenden Barden, nach der schönen Buhlschaft und der Wundergeigerin, sondern halt geduldige Erprobung der Tchechowschen Seelenmenschen, lange Reisen in einem Kontinent, der Shakespeare heisst, auf seinen Inseln anlanden wie Viola in Illyrien, auf seinen Ebenen verrückt werden wie König Lear, und in seinen Liebeswäldern irren wie im Sommernachtstraum. Oder in eine grosse Anzahl neuer Musiken sich einhören oder neue Autoren erfahren und junge Schauspieler und Sänger von ihrem Anbeginn an begleiten, bis sie als Stars in die weite Welt hinausziehen. Und das, liebe Leute, eben oft und immer. Täglich, auch sonntags, Fidelio und Figaro. Welch ein Reichtum, schier unerschöpflich in den Gehäusen.

Und mehr als alles andere gehören diese zahllosen Theater, Konzerthäuser und Opernbühnen uns. Wir sind ja die Besitzer und die Besetzer. Die Festivals schliessen irgendwann wieder ihre Pforten, nach sechs hoffentlich fröhlichen Wochen dämmern sie dem nächsten Sommer entgegen. Das Fest an den Plätzen in unseren Städten dauert zumindest ein frohes ganzes Jahr. Und wir können in den Spielplänen noch einmal das sehen, was uns damals so begeisterte.

In den Ferien packen wir dann halt unsere Siebensachen, fahren nach Bayreuth und lassen uns von Wagner umtosen, oder nach Hersfeld in die erhabene Stiftsruine, oder ins gefüllte Salzburg, oder nach Pesaro, Ravenna, Luzern, oder, oder, oder… Ein ganzes Leben reicht ja nicht aus, um alle diese Sommer eines Lebens diesen Festivals zu widmen. Und dann wird der Dialog zur Wirklichkeit, wenn wir auf einmal auf einem Domplatz, auf einer Treppe, in einer Kirche, die Lieblinge unseres Stadttheaters wieder sehen und hören. Wär' das nicht fein, für uns, die Besitzer?

Die Festivals schliessen ihre Pforten, nach sechs fröhlichen Wochen dämmern sie dem nächsten Sommer entgegen. Das Fest an den Plätzen in unseren Städten dauert ein frohes ganzes Jahr.

So und anders sind wir Teil der ganzen, doch so geliebten *chose* – die ja, allen Widrigkeiten zum Trotz, uns Sterblichen auf ewig unsterblich bleibt. Um den Weimarer Olympier ein letztes Mal zu paraphrasieren: Und Neugier nur beflügle jeden Schritt.

Der Regisseur JÜRGEN FLIMM, geboren 1941, leitete unter anderem die Salzburger Festspiele. 2010 übernimmt er die Intendanz der Berliner Staatsoper Unter den Linden.

Was passiert, wenn der Westen und der Mittlere Osten, ein Kulturmanager aus Basel und ein Bauherr aus Dubai zusammentreffen? Entsteht Kunst oder Kitsch, Kultur oder Kommerz? Ein Erfahrungsbericht.

4 Romanze am Golf

Michael Schindhelm

Es gibt sicherlich sehr viele Möglichkeiten, Kulturmanager voneinander zu unterscheiden. Sie sind erfolgreich oder erfolglos, extrovertiert oder introvertiert, Durch-die-Instanzen-Marschierer oder Quereinsteiger. Wenn es ums Geld geht, gibt es ausschliesslich zwei Kategorien: risikoscheue und risikofreudige Kulturmanager.

2007 folgte ich einer Einladung nach Dubai. Und ich ahnte, soviel Risiko war nie. Ich hatte in mehrerer Hinsicht das Ufer gewechselt: von der abendländischen in eine orientalische Kultur, von einer Welt, in der öffentliche Förderung selbstverständlich ist, in eine Welt, in der bis vor kurzem selbst die Regierung wie ein Unternehmen organisiert war. Immerhin hatte mich eine staatliche Bauinvestmentfirma eingeladen, ihr bei der Errichtung eines Opernhauses beratend zur Seite zu stehen. Schon der Arbeitgeber war also ungewöhnlich. Zwar beteuerten die Leute am Golf, sie seien sich im klaren darüber, dass Oper viel Geld koste. Aber niemand hätte mir zu jenem Zeitpunkt sagen können, wo das Geld für Vorstellungen oder etwa Personal herkommen würde. Man ist in einer Umgebung wie Dubai geneigt anzunehmen, Geld spiele keine Rolle. Ich blieb dennoch vorsichtig, bis heute. Es zeigte sich nämlich bald, dass Geld unter Umständen zwar in grosser Menge vorhanden ist, aber auch dass am Ende einer Unternehmung noch mehr Geld herauskommen soll.

Seit meiner Ankunft in Dubai habe ich interessante Beobachtungen machen können, wie im Mittleren Osten Kunst und Kommerz einander seltsam umbalzen, ohne einander wirklich zu lieben. Es sind Beobachtungen, die nicht nur den Mangel an Kulturverständnis in der arabischen Welt am Golf widerspiegeln, sondern auch denjenigen bei internationalen Künstlern, Kulturagenten, Diplomaten, Journalisten oder Organisationen. Die Geschichte der grossen Kulturinitiative am Golf ist nicht ausschliesslich, aber unter anderem die Geschichte eines Kulturmissverständnisses. Und deshalb lohnt es sich, von dieser *West-meets-Middle-East*-Romanze zu reden. Mag sie auch voller Kitsch und Verlogenheit sein, sie berichtet von einem neuen Kapitel des Kulturaustausches, wenn nicht der Kulturgeschichte.

Es begann offiziell vor zwei Jahren, als unsere Nachbarn in Abu Dhabi den internationalen Kulturbetrieb mit der Nachricht aufscheuchten, in der Hauptstadt einen Ableger des Louvres und eine Filiale des Guggenheims eröffnen zu wollen. Meldungen über unvorstellbare Finanzbeträge (angesichts derer die Währung zu einem unbedeutenden Anhängsel wurde), die Namen von Stararchitekten und deren Modelle gingen um den Feuilleton-Globus. Die westliche Welt hatte bis dato den Mittleren Osten als Produzenten von Öl, Markt für schnelle Autos, Brutstätte von Al-Qaida, und Heimat verschleierter, kulturell angeblich vormoderner Menschen betrachtet. Die Ankündigung von Abu Dhabi hat einen Riss hervorgebracht in diesem über Jahrzehnte zuverlässigen Weltbild. Die Scheichs wollen nicht nur unser Geld (Öl), nicht nur unsere Autos (wieder Öl), jetzt wollen sie auch noch unsere Kunst (nochmal Öl)!

Der Tumult, der darauf vor allem in Frankreich losbrach und in der Anklage gipfelte, die Regierung organisiere den Ausverkauf der Kultur, hat nicht lange vorgehalten. Bald entdeckten die begünstigten Institutionen, dass man seine Haushalte aufbessern und Werke, die man bisher sowieso nur im Depot gelagert hatte, einer neuen Klientel zeigen könnte, käme man mit den «Arabern» ins Geschäft. Viele der Nichtbegünstigten denken nun darüber nach, wie sie auf sich aufmerksam machen könnten. Europas Kulturplattformen (zum Beispiel Messen und Festivals) halten Foren zum Thema «Middle East» ab, man publiziert erste Studien, spekuliert über die Tragweite des Exports. Galerien erwägen Dependancen am Golf. Logistikunternehmen und Versicherungen bieten Serviceleistungen an. Die Briten und Amerikaner sind ja eh schon in der Gegend.

«Die Wüste», anfangs noch ausschliesslich als Terminus technicus für den Ort totaler und ewiger Kulturabwesenheit benutzt, wandelt sich allmählich in eine grosse, freundliche, unschuldige

Sandfläche, unter der für ein weiteres Jahrhundert weltweit begehrte Schätze lagern und in die man ungestört die Insignien unserer Hochkultur einzeichnen kann. Die westliche Projektion wechselt von negativ zu positiv. Aus der Leere wird Offenheit, aus der Todeshitze Lebenslicht. Man spricht zwar nicht gross darüber, lässt aber der betriebsinternen Phantasie ihre Leidenschaft: wieviel einfacher muss es doch sein, in einer Welt, die noch jungfräulich ist wie am ersten Tag, die keine Tradition, kein Erbe kennt, keine Kulturvoraussetzung hat, noch einmal neu anzufangen…!

Wie dieser Neuanfang aussehen könnte, liesse sich leicht aus den Einsendungen erschliessen, die ich täglich ins Dubaier Büro zugesandt bekomme: die Golfregion als Zwischenlagerstätte und Recyclingdepot für das, was bei uns zu Hause nicht gebraucht wird oder unbezahlbar geworden ist. Das Wort «Kitsch» stammt möglicherweise vom jiddischen «verkitschen» ab, was soviel bedeutet, wie jemandem etwas Unnötiges oder Minderwertiges anzudrehen. Und so erlebe ich täglich den *kitsch of cultures*: blättere durch Fotoalben mit Bildern von Eisskulpturen in Gestalt des Herrschers Scheich Mohammed oder des Burj Al-Arab; technische Zeichnungen für unterirdische Unterhaltungslabyrinthe, in denen das Dasein von Computerviren erzählt werden soll; prächtige Bildbände über alte und neue Meister, deren Werke gerade auf dem Markt zu haben sind; Szenenfotos von Aufführungen zu Sindbad und Saladin, die erfolgreich in Brasilien oder China touren. Und immer wieder Bewerbungen. Bewerbungen von Kuratoren, ehemaligen Sekretärinnen, Rockstars, Beleuchtungsexperten, Inhabern grosser Dinosauriersammlungen und Erfindern ausgefallener «Kunstwelt»-Reisen auf der «Queen Elizabeth». Wenn es nicht so anstrengend wäre, könnte man tatsächlich stolz sein über soviel überschüssige Kreativität im Westen, jenen Ländern, die gern von sich behaupten, sie seien müde, unbeweglich, ideenarm und überhaupt arm geworden.

Die mir am häufigsten von deutschen (und fast nur von deutschen) Medien gestellte Frage lautet: Darf man für diese Leute dort arbeiten? Für eine Clique von am Öl superreich Gewordenen, die Gastarbeiter aus Asien zu Hunderttausenden ins Land holen, sie selbst bei irrsinnigen Aussentemperaturen auf Baugerüsten zweihundert Meter über dem Sandboden arbeiten lassen, sie in miesen Wohnlagern zusammenpferchen und mit niedrigen Löhnen abfinden? Die für gigantische, zahllose Klimaanlagen Energie verschleissen, Unmengen Meerwasser entsalzen, in die natürliche Küstenökologie eingreifen lassen und damit das Umweltgleichgewicht rigoros durcheinanderbringen? Die Internetseiten nach Belieben blockieren, wenn diese relevante Kritik am System verbreiten, Homosexualität und Liebesbeziehungen ausserhalb der Ehe unter Strafe stellen, während sie sich ihre Kurtisanen halten und Luxusprostitution protegieren? Darf man in ein solches Land gehen und sich vornehmen, am Aufbau von Kunst und Kultur mitzuwirken?

Und so sieht die inzwischen vertraute Dramaturgie für ein Mediengespräch mit einem deutschen Journalisten aus: der erste Anruf erfolgt an einem Freitag (in Dubai heiliger Feiertag) nach 18 Uhr (Zeitverschiebung vergessen). Man wolle über meine Milliardenprojekte mit mir sprechen. Ob man auch Bilder von den Baustellen machen und den Herrscher sprechen könne? Ich dämpfe Erwartungen und versuche das zu kompensieren, indem ich mich vor allem selbst zur Verfügung stelle. Auch (aus Erfahrung) davor warne, ohne Drehgenehmigung eine Reise zu planen, und darauf aufmerksam mache, dass die Erteilung von Genehmigungen zwei Wochen dauern kann. Weitere Fragen drehen sich darum, wie man zwischen all den Baukränen und Verkehrsstaus, Touristen und Gastarbeitern, dieser Ausgeburt der Unnatürlichkeit (alles irgendwie richtig) überhaupt davon ausgehen könne, dass Kulturentwicklung möglich sei. Und wie gehen Sie mit den überheblichen Emiraties und ihrem Grössenwahn um? Und schon sitze ich in der Falle, spreche von dem Aufklärungswillen des Herrschers und der Gefolgschaft seiner Untertanen auf dem Weg in eine tolerante und dennoch islamische Gesellschaft. Erinnere daran, mit welchen Nachbarn es die Leute hier unten zu tun haben und dass es nicht einfach sei, in einer derart explosiv gemischten und irgendwie immer dem Extremismus zuneigenden Umgebung Weltoffenheit zu vertreten. Der Frager insistiert, dass wir uns in einer Diktatur befinden und wir von Zensur umgeben seien (wieder richtig), und ich sage (wahrheitsgemäss), dass wir bislang keine Behinderungen erfahren hätten, aber wohl wüssten, dass solche kommen

Und schon sitze ich in der Falle, spreche von dem Aufklärungswillen des Herrschers und der Gefolgschaft seiner Untertanen auf dem Weg in eine tolerante und dennoch islamische Gesellschaft.

würden, und dass derartige Auseinandersetzungen eben dazugehörten, wenn man eine Gesellschaft verändern wolle. Im übrigen müssten wir auch in unseren Ländern darüber nachdenken, wie wir mit den unterschiedlichen kulturellen und religiösen Werten wachsender Minderheiten in der Öffentlichkeit umgehen wollten. Und wenn ich mich dann an irgendeiner Stelle auch noch dazu hinreissen lasse, die Ambitionen der Herrscher am Golf mit der Kulturgeschichte Europas während des Barocks und der Aufklärung zu vergleichen, habe ich endgültig den Bogen überspannt. Was ist Phantasie, was Vorstellungskraft?

Denn meine Wirklichkeit in Dubai ist sehr anders, als man sie sich wünscht. Der Vorsitzende jener Firma zum Beispiel, die mich zuerst nach Dubai eingeladen hatte, war für mich schwerer ansprechbar als Angela Merkel, obwohl sich sein Büro nur zwanzig Meter von meinem entfernt befand. Bei unserem einzigen ernsthaften Gespräch über mein wichtigstes Projekt, den Aufbau eines Opernhauses (Grundfläche 140'000 m^2), das von Zaha Hadid entworfen worden war und seine Firma mehrere hundert Millionen Euro kosten sollte, fragte er mich, ob das Geschrei jenes kleinen Dicken, der vor zwei Jahren im Hotel Madinat Jumeirah aufgetreten war (er meinte Pavarotti), Oper gewesen sei. Er habe «King Lion» in New York gesehen, und diese Oper habe ihm schon besser gefallen. Und dann störte ihn noch etwas anderes an dieser Oper: warum ich bloss 2 Bühnen haben wolle? Die Kinos der siebziger Jahre hätten denselben Fehler gemacht, und heute gebe es Multiplex. Seine Leute mögen mir mehrfach versichert haben, dass sie wissen, Kultur koste Geld – der Vorsitzende will auch mit der Oper am liebsten Geld machen. Also versucht er, das Projekt Oper zur Brandingaufgabe umzufunktionieren: kaufen Sie sich eine Villa direkt neben dem Opernhaus. Die Kunst als wertsteigernder Faktor. Wehe dem, der behauptet, das sei eine Erfindung geldbesessener Araber.

Nicht Kultur ist die Ware, sondern die Stadt. Und Kultur ist ein mögliches Instrument, die Massenware Stadt effizient zu verkaufen.

Hierzulande wird philosophisch beklagt, Kultur sei zur Ware geworden. In Dubai zeigt es sich, dass das eine nostalgische Feststellung ist. China, Indien und am radikalsten Dubai (im Gegensatz zu den im Grunde klassisch operierenden Nachbarn) haben in den letzten Jahren gezeigt, welches Konzept der Kapitalismus des 21. Jahrhunderts sich umzusetzen anschickt: die Entwicklung der Stadt als Massenprodukt und Massenmedium. Nicht Kultur ist die Ware, sondern die Stadt ist die Ware. Und Kultur ist ein mögliches Instrument, die Massenware Stadt effizient zu verkaufen.

Doch jetzt ist das Geld knapp geworden, und sogar jene Länder, deren schnelles Wachstum auf Bodenschätzen beruht (wie Abu Dhabi oder Qatar), müssen mit dem Einsatz ihrer Mittel vorsichtiger umgehen. Erst recht Städte wie Dubai. Eine so eminent globalisierte Metropole lebt mit enormen Zukunftsrisiken: Finanzdienstleistungen, Bauinvestment, Tourismus, Logistik – alles im Keller. Was heisst das für die Kultur? Habe ich überhaupt unter den Bedingungen der Finanzkrise eine Chance, Kultur aufzubauen? – Ich weiss es noch nicht. Auch am Golf scheint man zu begreifen, wie wichtig in Zeiten der Not soziale und kulturelle Werte sein können. Und diese Werte sind eindeutig unterentwickelt. Scheich Mohammed hat seine Leute zu Besonnenheit und Weisheit im Umgang mit der Krise aufgerufen. Die Karawane Dubai, zwei Jahrzehnte lang durch die Wüste gepeitscht, braucht eine Ruhepause. Zeit zum Nachdenken und Vergewissern, wie es weitergehen soll.

Ich hoffe deshalb, in den kommenden Jahren mehr Unterstützung zu bekommen, um den demnächst drei Millionen Einwohnern dieser Stadt, die aus über zweihundert Nationen kommen, dabei aus der Klemme zu helfen, was man ausser Essen, Trinken, Baden, Shoppen und (legalem und illegalem) Sex sonst mit seiner Freizeit noch anstellen kann. Wie man seinem Nachwuchs Alternativen zu «Shrek» und «Tokio Hotel» nahebringt und sich selbst besser unterhält als mit «King Lion» oder «The Hulk».

Ich hoffe ausserdem, dass die Regierung von Dubai zu diesem Zweck nicht einfach die Kulturindustrie aus dem Westen importiert; denn wir sind hier nicht im Westen. Wir sind auch nicht in einem normalen muslimischen Land; also wäre es nicht mit einer Rekapitulation islamischer Kunst und Werte getan. In dieser Stadt leben mehr Inder als Araber, und das Geld für all den Investitionszauber kommt nicht nur aus der Börse des Herrschers, sondern vor allem aus dem Iran oder Saudi Arabien, China, Russland und Westeuropa. Die Stadt hat kulturell gesehen kein Vorbild.

Tatsächlich kann der Aufbau von Museen und Theatern in dieser Region nicht ohne ausländische

Hilfe geschehen. Wenn man davon überzeugt ist, dass Dubai solche Einrichtungen nötig hat, dann braucht man die richtigen Partner, vermutlich aus Europa. Wen fragen? Die Grössten, die Berühmtesten, die Briten (weil hier am meisten verwurzelt und kulturell prägend), die Russen (weil sie sich jetzt mit geballter Macht am Golf festsetzen), die Italiener (weil der Scheich ein paarmal von der arabischen Renaissance gesprochen hat)? Die Franzosen, die schon nebenan sind?

Oder Kulturprofis aus Mitteleuropa? Menschen, die oft schon seit Jahrzehnten erfolgreich – und oft auch subventionsgesichert – künstlerische Betriebe leiten oder in ihnen arbeiten, in der Regel zum Wohle ihrer Kommunen und Regionen? Die Schweiz, Deutschland oder Österreich sind nach wie vor ein Dorado öffentlich geförderter Kultur, gemessen an dem, was irgendwo da draussen los ist.

Allerdings gibt es zwei Probleme. Mitteleuropa ist sich dieses Reichtums nicht wirklich bewusst; auch nicht der Sicherheit, die es geniesst, weil diese Kultur nicht aus dem Gemeinwesen zu eliminieren ist. Sie steht, die Kultur, mag es wirtschaftlich noch so schlecht gehen. Das zweite Problem: Mitteleuropa ist nicht sehr optimistisch, weder im allgemeinen, noch, wenn es um den Reichtum seiner Kultur geht. Wir sind oft verdammt, zu verwalten anstatt zu gestalten. Es wird interessant sein zu sehen, ob die Krise, in der wir uns alle befinden, dabei hilft, umzudenken. Gibt es zum Beispiel doch noch eine Chance für den Kulturbetrieb, seine verknöcherten Denk- und Arbeitsstrukturen zu reformieren, ohne das System der finanzierten Kunstfreiheit in Frage zu stellen?

Wie könnte man den Reichtum sichern? Da gibt es viele Aspekte. Neue Wege bei der Kulturfinanzierung, dem Marketing und der Vermittlung sind gefragt. Andere Betriebsstrukturen. Das Bedenkliche an diesen Aspekten ist, dass wir sie schon sehr lange kennen und dennoch wenig realisiert haben. In manchen Fällen gab es gute Gründe dafür, warum wir uns so schwer damit getan haben, Reformen energischer anzugehen. Die Forderung nach mehr Unabhängigkeit von staatlicher Regulierung hat ja zwei Seiten: mehr Freiheit bedeutet gegebenenfalls auch mehr Unsicherheit. Ein Blick auf die Lage der angelsächsischen Kulturlandschaft seit Beginn der Rezession zeigt den gewaltigen Unterschied. Ja, die Metropolitan Opera oder das MOMA haben einen sehr beeindruckenden Eigenwirtschaftlichkeitsgrad und bekommen sehr wenig staatliche Unterstützung. Ein wesentlicher Teil ihrer Förderung entstammt Schenkungen von Privatpersonen, die auf diesem Wege allerdings Steuern abschreiben und damit im Grunde eine indirekte öffentliche Förderung durchführen. Wird das Geld aber knapp, dann gibt es auch nichts mehr für die Kultur.

Es könnte sein, wir stehen am Anfang von etwas, das wie eine Neuordnung der politischen und wirtschaftlichen Welt aussieht. Und deshalb kommt ein neuer Aspekt als sehr dringend hinzu: die globale Vernetzung. Was Nestle oder VW längst erkannt haben, ist für staatlich geförderte und oft auch verwaltete Kulturorganisationen in Mitteleuropa oft noch neu: Die Welt ist gross, gierig und reich. Wenn du in ihr nicht untergehen willst, musst du sie erobern. Ich weiss, das klingt nach Imperialismus. Meinetwegen. Aber dann ist die Werbung um eine Frau, die man liebt, auch Imperialismus. Ich glaube, unsere Kulturbetriebe brauchen mehr Lust am Fremden. An der Welt draussen, die anders funktioniert und Kultur anders versteht und ermöglicht. Sich mit diesem Fremden einzulassen, ist ein Risiko. Unsere Kultur braucht diese Lust am Risiko. Wer sich in narzisstischer Ergötzung an der eigenen Schönheit und Erlesenheit ergeht, läuft Gefahr, morgen nicht mehr gekannt zu werden.

Die Welt ist gross, gierig und reich. Wenn du in ihr nicht untergehen willst, musst du sie erobern. Das klingt nach Imperialismus. Aber dann ist die Werbung um eine Frau, die man liebt, auch Imperialismus.

Die Romanze am Golf, die globale Finanzkrise, der Kitsch zwischen Kommerz und Kunst, ich würde das alles als eine seltene Chance begreifen, für Menschen, die neugierig sind. Bestimmt wird es in der nächsten Zeit viel weniger Geld und Jobs geben. Aber die Kulturräume sind grösser geworden. Das Bedürfnis nach neuen Formen des Austauschs zwischen Kulturen ebenso. Sicherheit macht ängstlich. Wir hatten viel Sicherheit in den letzten Jahrzehnten. Jetzt kommt die grosse Unsicherheit. Wir werden mit ihr nur fertig werden, wenn mit ihr der Mut wächst.

MICHAEL SCHINDHELM, geboren 1960, schloss sein Studium der Quantenchemie in Russland ab. Von 1996 bis 2006 war er Direktor und Intendant des Theaters Basel. Seit 2008 ist er Kulturdirektor der «Dubai Culture and Arts Authority».

Wer besucht die Festivals? Jeder, der die Mischung von Stilen, Gattungen und Niveaus zu schätzen weiss. Und der Buntes und Widersprüchliches geniesst.

5 Der Allesfresser

Jean-Louis Fabiani

In «The Production of Culture» (2004) hat sich der amerikanische Soziologe Richard Peterson mit der Frage befasst, wie wir unseren kulturellen Interessen nachgehen. In diesem Zusammenhang stellte er das vorherrschende Modell des französischen Soziologen Pierre Bourdieu in Frage.* Bourdieu baute seine Analyse auf einer homologen Schichtung der sozialen Gruppen, der Geschmacksrichtungen und der Kulturthemen auf, klassifiziert nach einem Legitimitätsgradienten. Peterson hingegen zeigt überzeugend, dass sich die grossen Kulturliebhaber tendenziell wie Allesfresser verhalten und dass sie nicht nur gehobene Kultur konsumieren, sondern sehr unterschiedliche Verhaltensweisen kombinieren.

*Pierre Bourdieu: «Distinction», 1979

Die Veranstaltungsform des Festivals entspricht voll und ganz dieser Definition, da sie die üblichen Grenzen zwischen gesellschaftlicher Gruppierungen, bestimmten Geschmackspräferenzen und Kulturformen niederreisst. Das zeitgenössische Publikum schätzt Kombinationen in den Bereichen Kultur und Kunst, die vom Spannungsverhältnis zwischen unterschiedlichen Kunstgattungen und Stilarten profitieren. Das Festival erzeugt Widerspruch, Buntheit und Mehrtönigkeit.

Am Festival von Avignon für Theater, Tanz und Gesang zeigt sich etwa klar, welche Eigendynamik eine grosse Veranstaltung auf das Verhalten und die Erwartungen des Publikums haben kann. Festivals können zu Veränderungen und in gewissen Fällen sogar zu einer Erneuerung des Publikums führen. Denn Theater in grossen Städten können durch die Anwesenheit sogenannter «hochangesehener Persönlichkeiten des Kulturbereichs» auf das breite Publikum einschüchternd wirken. Eine der Besonderheiten des Publikums in Avignon hingegen ist die Tatsache, dass nur wenige dieser «urbanen Kulturexperten» zum Publikum zählen.

Abgesehen vom Aspekt des «Allesfressers», der für den zeitgenössischen Zuschauer bestimmend ist, wäre darauf hinzuweisen, dass die Festivals eine Intensivierung des Kulturbetriebs ermöglichen. Die heutigen Festivals sind vielfach mit einer Fülle kultureller Angebote verbunden: Vorstellungen rund um die Uhr, Debatten sowie Veranstaltungen für die Medienschaffenden. Damit wird der Eindruck eines umfassenden Kulturangebots vermittelt. Die Zuschauer sprechen vielfach davon, dass sie «Kultur tanken», «sich mit Musik vollaufen lassen» oder «einen Kulturvorrat für den Winter anlegen». Dies bedeutet jedoch nicht, dass sie sich ausschliesslich auf die kurzen und intensiven Momente der Festivals konzentrieren; sie nehmen auch während des Jahres kulturelle Angebote in Anspruch. Der wichtigste Punkt ist, dass sich diese Form des intensiven Konsums tendenziell zur «guten Form» der Inanspruchnahme von Kulturangeboten entwickelt.

Die meisten Festivals bevorzugen das Konzept eines befriedeten und sogar «abgesicherten» Raums, wo man sich wohl fühlt – in vielen Fällen sogar wohler als im normalen Kulturbetrieb. Die Zuschauer wünschen sich indessen auch bei den Festivals eine Inszenierung von Kunst und Kultur, die auf der gleichzeitigen Anwesenheit der Kulturschaffenden und des Publikums beruht und so im öffentlichen Raum ganz neue Formen des Austausches ermöglicht. Am *Festival d'Avignon* etwa ist, vielfach im Rahmen von Auseinandersetzungen oder zumindest polemischer Diskussionen, eine spezielle Art der Verknüpfung von Kultur und Politik sowie von Theater und *service public* entstanden. Auseinandersetzungen sind in Avignon somit die Norm.

Festivals bringen die zeitgenössische Kultur in Form von *events* zum Ausdruck und bieten in einer zunehmend virtuellen Welt eine greifbare Wirklichkeit. Das Publikum erwartet von den Festivals Momente, die intensiver sind als das normale Dasein und die ihm die Möglichkeit bieten, die allesfresserischen und teilweise unersättlichen Seiten des zeitgenössischen Kulturliebhabers auszuleben: der hinterste und letzte Krümel vom Kulturbuffet will abgeräumt werden.

Der französische Soziologe JEAN-LOUIS FABIANI, geboren 1951, ist Forschungsleiter an der École des hautes études en sciences sociales (EHESS), Paris.

Manifestation des Volkswillens, Inszenierung nationaler Ideologie, Marketing für Städte und Regionen. Ein geschichtlicher Abriss von der höfischen Fest- bis zur aktuellen Eventkultur.

6 Fest, Festspiel, Festival

Walter Leimgruber

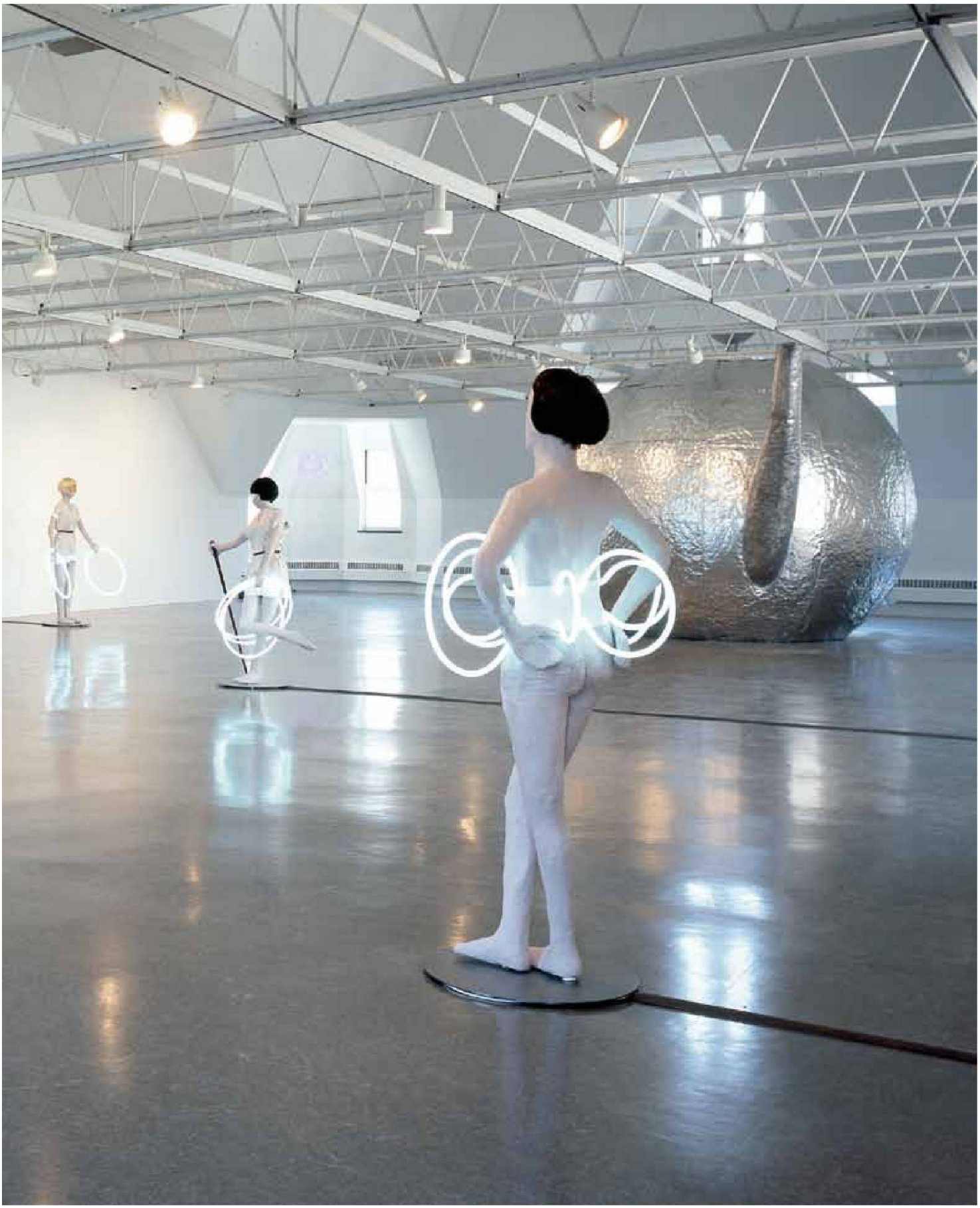
Des Themas «Fest» haben sich viele Wissenschaften angenommen. Trotz rivalisierenden Deutungen gibt es eine allen gemeinsame Erkenntnis: Feste helfen den Menschen, die Wirklichkeit zu bewältigen. Feste strukturieren das Verhältnis zu höheren Mächten, festigen soziale Beziehungen und rhythmisieren den Jahres- und Lebenslauf. Sie erhalten Institutionen lebendig, indem sie deren Aufgabe und Zweck reflektieren und neu begründen; sie stiften Gemeinsamkeit und Verlass. Kurz, Feste helfen dem Individuum wie der Gesellschaft, den Alltag zu bewältigen, sei es, dass sie ihn für einen kurzen Moment aufheben, sei es, dass sie ihm Sinn zuschreiben.

Grenze und Entgrenzung, Zwang und Anarchie, Ordnung und Chaos sind Gegensatzpaare, von denen das Fest lebt. Feste dienen dem Ausbruch und der Grenzüberschreitung, erreicht durch exzessiven Genuss von Alkohol, Drogen oder ekstatische Tänze, so eine der möglichen Funktionszuschreibungen. Andere Theorien betonen hingegen das mässigende Element, also Ruhe, Kontemplation und Einkehr. Auf der Ebene der Rollenzuschreibung und Machtverteilung bewegen sich Erklärungen, die Feste als Kritik an bestehenden Verhältnissen, als temporäres Aufheben sozialer Schranken und als Umkehrung der bestehenden Ordnungen sehen. Andere Ansätze betonen, das Fest diene als Ventil, um gesellschaftlichen Druck abzubauen, und sei auf diese Weise ein Mittel der Herrschaftssicherung.

In der Epoche der Aufklärung waren öffentliche Feste Symbole der bürgerlichen und demokratischen Bewegung. Die Volksfeste unter freiem Himmel entwickelten sich als ein Modell gegen die höfischen Feste und geschlossenen Theater. Sie zelebrierten die Aufhebung der Ständeschranken, führten jedoch zu neuen Abgrenzungen, weil sie mehr und mehr in den Dienst nationalstaatlicher Ideen genommen wurden. So feierten in der Schweiz des 19. Jahrhunderts Turn-, Gesangs- und Schützenfeste mit Zehntausenden von Teilnehmern und Besuchern den nationalen und republikanischen Gedanken. Mittel dazu war insbesondere das Festspiel. In Abgrenzung zu den höfischen Formen der Repräsentation sollten Aufführende und Zuschauer eins werden, und das Volk als Souverän brachte sich selbst zur Darstellung. Mit Chören, Massenszenen und dramatischen Dialogen wurden Schlüsselereignisse der nationalen Geschichte in sogenannten «lebenden Bildern» aufgeführt.

Nach unserem heutigen Verständnis sind Feste Teil der Kultur. Die bürgerliche Epoche hatte ein anderes Kulturverständnis. Auch hier kam es nach der Aufklärung zu einer Zäsur, zur Trennung zwischen ernster Kultur und Unterhaltung, Bildung und Vergnügen, ewigem Wert und vorübergehender Mode. Der hohen Kultur wurden die neuen Tempel geweiht: Opernhäuser, Theater, Konzertsäle, Museen. Nichteingeweihte wagten deren Schwellen kaum je zu übertreten, die Elite blieb unter sich. Kultur durfte zu jener Zeit zudem nichts mit dem Wirtschaftsleben zu tun haben. Sie schwebte über dem Alltag, stand für das Ewige, Wahre, Reine, Schöne – ein Kulturverständnis, das bis heute weite Bereiche der Kulturpolitik bestimmt.

Mit dem ausgehenden 19. und beginnenden 20. Jahrhundert schritten Industrialisierung und Urbanisierung rasch voran, und neue Medien – Photographie, Kino, Schallplatte und schliesslich Radio – traten ihren Siegeszug an. Es war der Beginn des Massenkonsums, der Massenmedien und der Massenkultur. Die neuen Kulturformen wurden kommerziell ausgerichtet, industriell produziert, medial verbreitet und dienten der flüchtigen Unterhaltung. All das widersprach den Idealen der Hochkultur. Ekel vor «Schund und Schmutz» verband sich bei vielen mit Angst vor der bedrohlichen Masse des Proletariats. In einer zweiten Gründungsphase wurden Festspielinstitutionen gegründet, die Stücke auf die Bühne brachten, die nicht als Festspiele geschrieben worden waren, sondern die als Klassiker einen Kanon des Schönen, Guten und Wahren bildeten. Nicht mehr die Beschwörung der nationalen Einheit, sondern der Schutz der Tradition und der Kampf gegen den Wertezerfall standen nun im Vordergrund.



«And Every Woman Will Be a Walking Synthesis of the Universe», Installationsansicht (Foto: T. Van Eynde)

Nach dem Zweiten Weltkrieg setzte der globale Siegeszug der medialen Massenkultur ein: Fernsehen, Rock'n'Roll und 68er-Bewegung begründeten die Ära der Festivals, zunächst unter angelsächsischem Einfluss. Denn im Englischen existiert die Unterscheidung zwischen Festspiel und Festival nicht – zu sehr entspricht sie deutschsprachigen Traditionen. Jugend-, Populär- und Alternativkultur wurden miteinander vermischt und mit experimentellen und avantgardistischen Elementen gewürzt. Der Siegeszug der Popkultur und der Medialisierung liess die Übergänge zwischen alternativ, etabliert und kommerziell immer fliessender werden. Vor allem die Filmfestivals mit ihrem Glamour wurden bald salonfähig.

Der strukturelle Hintergrund dieser Entwicklung wurde gebildet von Pluralisierungs- und Globalisierungsprozessen, die nicht nur die Schichtenstrukturen der klassischen Moderne auflösten, sondern auch die Attraktivität der bisherigen Vergesellschaftungsformen und politischen Überzeugungen minderten. Es entstanden neue Einheiten – Milieus oder Lebensstilgruppen – die nicht auf gleichen sozialen Lagen, sondern auf ähnlichen Lebenszielen und ästhetischen Ausdrucksformen beruhten. Diese Szenen, verstanden als Netzwerke von Personen, die bestimmte materielle oder mentale Formen der kollektiven Selbststilisierung teilten, konstituieren sich durch eigene Verhaltensweisen, Codes, Symbole und Rituale. Die Zugehörigkeitsbedingungen wurden offener, Wahrheitsansprüche unverbindlicher. Um so wichtiger wurde es für die Mitglieder, sich ab und zu ihrer kollektiven Existenz zu versichern.

Genau diese Aufgaben werden erfüllt von Events. Als verdichtete, interaktive Performance-Ereignisse versprechen sie einen hohen Erlebniswert. Vier Elemente sind konstitutiv für die Eventkultur: (1) sie ist eine populäre Kultur, die sich nicht auf Eliten beschränkt; (2) ihr primärer Zweck ist, zu unterhalten und Spass zu machen; (3) sie ist eine Kultur, die aus einmaligen, beziehungsweise aus als einmalig inszenierten Ereignissen besteht; (4) ihre Angebote unterliegen den Marktgesetzen.

Diese vier Elemente setzen die Eventkultur in ein spannungsreiches Verhältnis zur traditionellen Hochkultur. Denn in dieser wird schnell verachtet, was zu populär wird. Ihre Funktion wird nicht in Unterhaltung und Spass gesehen, sondern in Bildung und Reflexion. Von ihr wird erwartet, dass sie bleibende Werte vermittelt und nicht nur einen flüchtigen Reiz bietet. Sie gilt als autonom und nicht dem Markt verpflichtet.

Entideologisierung, Entpolitisierung und Ästhetisierung sind Merkmale der Eventkultur. Vor dem Hintergrund postmoderner Beliebigkeit und Kulissenwelten werden permanent Aura, Authentizität und Einzigartigkeit beschworen. Es geht nicht mehr um das utopische Potential wie noch bei den Festspielen, sondern um die Kraft der kurzzeitigen Verzauberung.

Im Übergang von der industriellen Produktion zur postindustriellen Ökonomie der Zeichen und Symbole wirkt die Kultur immer direkter als Wirtschaftsfaktor. *«Mehrere hundert Jahre lang wurden materielle Ressourcen in Eigentum verwandelt, heute verwandeln wir immer häufiger Ressourcen in Erlebnisse und Vergnügungen, die käuflich zu erwerben sind»*, schreibt Jeremy Rifkin*. Der Markenkult und das Eventmarketing sind darauf aus, Produkte mit Stimmungen und emotionalen Höhepunkten zu verknüpfen.

Die Dichotomie zwischen Hochkultur und Populärkultur wird durch die Eventkultur nicht nur weitgehend aufgehoben, sondern bis zu einem gewissen Grade umgedreht. Es sind immer häufiger Elemente der populären Kultur, die als Unterscheidungsmerkmale verwendet werden. Möglich wird dies durch einen Prozess der Singularisierung. Die Marke, der *brand* machen aus seriell gefertigten Produkten Unikate. «Original» steht auf millionenfach hergestellten Konsumgütern. Eine Sache mit Warencharakter wird durch *branding* als einzigartig dargestellt und dient der kulturellen Abgrenzung.

Das Branding erfasst zunehmend Bereiche, die dem Warencharakter bisher kaum unterworfen waren, wie etwa touristische Landschaften. Immer mehr Städte und Regionen präsentieren sich auf dem globalen Standortmarkt, versuchen aus der Masse herauszuragen, indem sie Grossprojekte und Festivals inszenieren. Kultur wird auf diese Weise zentral für die Marke einer Stadt oder Region, nicht nur um Touristen, sondern auch um Firmen anzulocken, die auf die symbolische Kraft ihrer Produkte und auf deren Nähe zum aktuellen Lebensstil setzen. Die Firmen

Entideologisierung, Entpolitisierung und Ästhetisierung sind Merkmale der Eventkultur. Es geht nicht mehr um das utopische Potential wie noch bei den Festspielen, sondern um die Kraft der kurzzeitigen Verzauberung.

* Jeremy Rifkin: «The Age of Access. Das Verschwinden des Eigentums. Warum wir weniger besitzen und mehr ausgeben werden» (2000)

suchen ein Umfeld, das ihrem eigenen *branding* entspricht: innovativ, trendig, global.

Anderseits bereitet die Kultur den Städten und Regionen auch Sorgen. Fixe Institutionen kosten viel Geld für Unterhalt, Gehälter, Sozialkosten. Festivals hingegen locken in wenigen Tagen Hunderttausende an, setzen Millionen um und bieten attraktive Werbeplattformen. *«Um im Geschrei der Massenmedien hör- und sichtbar zu bleiben, zieht sich die Stadtpolitik auf zeitliche und räumliche Punkte zusammen: Festivalisierung als mediengerechte Inszenierung der Stadt»,* konstatieren Hartmut Häussermann und Walter Siebel.** Die Festivalpolitik dient Städten und Regionen als Kissen des Übergangs von der industriellen zur postindustriellen Wirtschaft. Während die Festspiele Teil der Nationalpolitik und der grossen Ideologien des 19. Jahrhunderts waren, sind Festivals Teil der ökonomischen Globalisierung im ausgehenden 20. und im angehenden 21. Jahrhundert.

Die Massenkultur hat obsiegt, was Marketing- und Medienstrategien betrifft; die elitäre Kultur hat deren Gesetze übernommen. Eine Auflösung der traditionellen Abgrenzungen ist zu beobachten, der Unterschied zwischen Festspiel und Festival weitgehend verschwunden. Das Ewige, Wahre und Schöne ist nicht mehr ewig wahr und ewig schön. Eine mögliche Schlussfolgerung wäre: wenn es keine festen Werte und keine festen sozialen Gruppen mehr gibt, braucht es auch keine teuren Infrastrukturen und Institutionen mehr. Ein neuer Typus von Kulturpolitik scheint auf: Gelder, Menschen und Medien werden auf ein klar umrissenes, zeitlich befristetes, räumlich begrenztes und publikumswirksames Ziel hin mobilisiert.

Die Festivalisierung schafft Identifikationsmöglichkeiten für die Bevölkerung, bündelt Ressourcen, erhöht die Wirtschaftsleistung, modernisiert die Infrastruktur, induziert Beschäftigung. Sie birgt aber auch Risiken. Das Streben nach Aufmerksamkeit drängt strukturelle, weniger vermarktbare Massnahmen in den Hintergrund. Touristische Angebote ersetzen solche für Einheimische, medienwirksame Inszenierungen lösen dezentrale und partizipative Engagements ab. Politische Strukturen werden ausgenutzt zugunsten von Events, von denen nur wenige profitieren. Erfolg und Gewinn für die einen, hohe Kosten für die anderen sind die Folge. Es besteht die Gefahr, dass öffentliche und private Macht verschränkt werden und Nischenbedürfnisse und -angebote leer ausgehen.

Es gibt in modernen Gesellschaften unterschiedlichste Minderheiten, deren Bedürfnisse im Rahmen einer Politik der Festivalisierung kaum berücksichtigt werden, weil diese immer auf Mehrheitstauglichkeit angewiesen ist. Denn die Festivalisierung der Politik soll ja gerade dadurch Handlungsfähigkeit demonstrieren, dass sie heterogene Interessen dort zu Mehrheiten zusammenzubinden vermag, wo sich aus der Struktur der Gesellschaft heraus keine langfristig mehrheitsfähige Politik mehr ergibt. Festivalisierung kann daher zum organisierten Wegsehen von den realen Problemen führen. Sie bewirkt zudem sogenannte Oaseneffekte: die Konzentration der Kräfte an einem Punkt trocknet andere Räume aus.

In allgemeinerer Hinsicht kann festgehalten werden, dass der gesamte Komplex Kultur–Unterhaltung–Fest – die Festival- und Eventkultur – in keinem wirklichen Kontrast zu den anderen Lebenssphären mehr steht und damit auch nicht auf weitere Sinnebenen einwirkt oder zu einer Erweiterung des menschlichen Horizonts führt.

Doch die Eventkultur ist so umfassend, mächtig und pausenlos, dass sie nicht mehr einen Ausnahmezustand markiert, sondern Bestandteil des täglichen Lebens geworden ist.

Dies ist historisch neuartig. Für die Menschen in traditionellen Gesellschaften stellte das Fest den denkbar grössten Kontrast zum Alltag dar – eine Umkehrung oder Aufhebung der gewohnten Ordnung. Das Fest erhielt seine gesellschaftliche Bedeutung durch seine Komplementarität zur alltäglichen Existenz.

Doch die Eventkultur ist so umfassend, mächtig und pausenlos, dass sie nicht mehr einen Ausnahmezustand markiert, sondern Bestandteil des täglichen Lebens geworden ist. Damit aber stellt sich die Frage, ob die zentralen Funktionen der Sinngebung, wie des Abschaltens, des Entfliehens, des Eintauchens, der Ekstase oder der Kontemplation noch erfüllt werden können. Das Warenhaus, hat Wolfgang Lipp schon vor einiger Zeit festgehalten, ist *«zum Dauerfestival des kleinen Mannes»**** geworden. Ein Dauerfestival aber ist nichts anderes als die Auflösung des Festes, der Verlust seiner Bedeutung und die Permanenz des Alltags.

** Hartmut Häussermann & Walter Siebel: «Festivalisierung der Stadtpolitik. Stadtentwicklung durch grosse Projekte» (1993)

*** Wolfgang Lipp: «Kulturpolitik. Standorte, Innensichten, Entwürfe» (1989)

WALTER LEIMGRUBER, geboren 1959, ist Professor für Kulturwissenschaft und Europäische Ethnologie an der Universität Basel.

Multikulturalisten wollen die Kulturen nebeneinander zum Blühen bringen. Interkulturalisten bemühen sich, sie miteinander ins Gespräch zu bringen. Transkulturalisten hängen der Vision an, durch Verbindung und Durchdringung neue künstlerische Formen und Inhalte zu schaffen. Eine Empfehlung für die Festivals der Zukunft.

7 Nicht folkloristisch, sondern konnektionistisch!

Wolfgang Welsch

Das Jahr 2008 war von der Europäischen Union zum Jahr des Interkulturellen Dialogs erklärt worden. Nun werden im gängigen Sprachgebrauch «Interkulturalität» und «Transkulturalität» kaum unterschieden, sie gelten vielfach als synonym. Von daher sollte man erwarten, dass 2008 das Jahr transkultureller Impulse und transkultureller Festivals gewesen sei.

Tatsächlich hatte die Europäische Festival-Vereinigung die von der Europäischen Union ausgegebene Parole aufgegriffen und eine «Erklärung der Kunstfestivals zum Interkulturellen Dialog» veröffentlicht. Unter den Unterzeichnern fanden sich so prominente Festivals wie das *Edinburgh International Festival*, das *Festival d'Avignon*, die *Berliner Festspiele* oder die *Wiener Festwochen*. Was hat man sich dabei unter Interkulturalität beziehungsweise Transkulturalität vorgestellt?

Die Leitidee war die folgende. Es gibt viele unterschiedliche lokale Kulturtraditionen; heute leben infolge von Migrationsbewegungen Anhänger davon auch fernab von deren Ursprungsregionen; daher können Festivals, in denen anderswo beheimatete Kulturformen ein Forum für einen Auftritt erhalten, sowohl dem Selbstwertgefühl der Migranten wie der Kommunikation mit den an Ort ansässigen Bevölkerungsgruppen dienen; diese werden Kenntnis von den anderen Kulturtraditionen und Respekt vor ihnen gewinnen. Man hofft also auf eine integrierende Kraft der Festivals.

Nun ist diese schöne Idee allerdings nicht eine neue, dem Jahr 2008 entsprungene, sondern eine bereits seit den 60er Jahren des letzten Jahrhunderts geläufige. In England hatte man damals in Regionen mit starker Einwanderung aus der Karibik Festivals organisiert, bei denen die Neuankömmlinge ihre Heimatkultur zelebrieren und dadurch zugleich Interesse und Respekt der lokalen *community* gewinnen konnten. Bekannte und sehr erfolgreiche Beispiele waren das *West Indian Carnival Festival* in Leeds oder der *Notting Hill Carnival* in London. Mittlerweile haben diese Protagonisten zahlreiche Gefolgschaften gefunden, in der Schweiz etwa in Form des *Afro-Pfingsten Winterthur* (seit rund 20 Jahren) und des *Caliente Zürich* (seit rund 15 Jahren); der Berliner *Karneval der Kulturen* (seit 1996) ist ebenfalls ein Kind dieser Idee.

Ursprünglich dienten die in den 60er Jahren begründeten Veranstaltungen tatsächlich der Integration. Teilnehmer waren Bevölkerungsgruppen (die Immigranten einerseits, die Stammpopulation anderseits), die auch im Alltag am gleichen Ort zusammenlebten – so konnte die Festivalerfahrung auf das alltägliche Zusammenleben ausstrahlen. Mittlerweile sind diese Veranstaltungen jedoch Attraktionen für von weither anreisende Touristen geworden – weshalb nur noch ein kurzzeitiger Showeffekt besteht, jedoch keine nachhaltige soziale Wirkung mehr. Die Veranstaltungen sind von integrativen zu bloss folkloristischen Unternehmungen mutiert. «Integration» spielt nur noch in der Werberhetorik gegenüber Geldgebern eine Rolle, doch diese fallen auf den faulen Zauber zunehmend weniger herein.

Eine andere Idee von Transkulturalität und speziell eines transkulturellen Theaters hat Peter Brook entwickelt. Er war überzeugt, dass zwischen den Angehörigen der an der Oberfläche so verschiedenen Kulturen auf einer tieferen Ebene grundlegende Gemeinsamkeiten bestehen. Brook sah die Aufgabe des Theaters darin, an diese Tiefendimension heranzukommen. Das Theater sollte seiner Vorstellung zufolge fähig werden, Menschen unabhängig von ihrer Sprache oder kulturellen Tradition zu ergreifen. Um diese Idee zu realisieren, gründete er 1971 das *Centre international de recherche théâtrale* in Paris und stellte eine Truppe zusammen, deren Mitglieder aus allen Teilen und Kulturen der Welt kamen. Insbesondere suchte er im Austausch mit theaterunerfahrenem Publikum, beispielsweise in Afrika, eine neue Theatersprache zu entwickeln, eine universale «Sprache der Zeichen», die tiefer reichen würde als die Wortsprache (die immer national

geprägt ist). Entscheidend für die menschliche Tiefendimension sind eben nicht die Worte, sondern die Gesten, der körperliche, klangliche und mimische Ausdruck, der allen Menschen auf einer elementaren Ebene verständlich ist.

Bisher wurden zwei unterschiedliche Versionen einer transkulturellen Festivalpraxis vorgestellt: einerseits eine folkloristische Praxis, wo es um die Präsentation diverser lokaler Kulturtraditionen geht, und anderseits eine universalistische, die den gemeinsamen Kern aller Menschen in den Blick rücken will. Beide Konzepte mögen noch immer eine gewisse Berechtigung haben, doch ich möchte im folgenden auf eine dritte Möglichkeit hinweisen, die mir zeitgemäss und vielleicht auch zukunftsweisend zu sein scheint. Ich komme damit zu meinem Konzept von Transkulturalität.

Ich will dieses Konzept erläutern, indem ich von der Standardidee von Kultur ausgehe, wie sie der Konzeption folkloristischer Festivals noch immer zugrunde liegt. Man stellt sich die Kulturen wie Kugeln vor – jede soll von eigener Art, Farbe und Grösse sein. Das ist das Bild von Kultur, wie es gegen Ende des 18. Jahrhunderts insbesondere von Johann Gottfried Herder begründet worden war und in den nationalistischen Kulturauffassungen bis heute fortlebt. Jede Kultur soll einen ganz eigenen Charakter aufweisen, sie soll in sich weitgehend homogen und nach aussen abgegrenzt, heterogen gegenüber den anderen Kulturen sein. Herder hat die Implikationen dieses Kugelmodells von Kultur deutlich zum Ausdruck gebracht. Von den einzelnen Kulturen sagt er, dass sie «ihren Mittelpunkt der Glückseligkeit in sich» haben «wie jede Kugel ihren Schwerpunkt». Und im Blick auf das Aussenverhältnis erklärt er, dass die Kulturen einander – eben ob ihres Kugelcharakters – nicht wirklich begegnen, durchdringen oder austauschen, sondern nur «stossen» können.* (Dies ist übrigens die Geburtsstätte der Idee von einem *clash of civilizations*.)

Sowohl das Konzept der Multikulturalität als auch das der Interkulturalität basieren noch immer auf diesem Kugelmodell der Kulturen. Der Multikulturalitätsvorstellung zufolge sollen die Kulturen nebeneinander stehen und blühen – das ergibt den bunten Strauss mancher Festivals. Die Interkulturalisten hingegen bemühen sich, die Kulturen miteinander ins Gespräch zu bringen. Man stellt dann allerdings immer wieder fest, dass der interkulturelle Dialog nicht gelingt. Zu Unrecht aber wundert man sich über sein Scheitern. Konzeptionell ist nämlich völlig klar, dass Kulturen, die im Stil von Kugeln begriffen sind, unmöglich miteinander kommunizieren können. Die Verstehensformen, die jeweils zu diesen Kulturen gehören, sollen ja so unterschiedlich sein wie die sonstigen kulturellen Tätigkeiten auch, und von daher ist klar, dass eine Kultur eine andere sich immer nur nach ihrer eigenen Vorstellungsart zurechtmodeln, also letztlich nur missverstehen kann. Auf dieser Linie ist der interkulturelle Dialog ein endloses, weil hoffnungsloses Unterfangen. Es ist der Primärzug – das Verständnis der Kulturen im Stil von Kugeln –, der den Sekundärwunsch – ein gegenseitiges Verständnis der Kulturen – unmöglich macht.

Im Gegensatz dazu macht das Konzept der Transkulturalität die Vorstellung einer Kugelverfassung der Kulturen nicht mit, sondern weist darauf hin, dass jede Kultur in sich schon multipel ist, eine Reihe verschiedener Standards, Einflüsse und Wurzeln umfasst. Edward Said hat das 1996 so ausgedrückt: *«Alle Kulturen sind hybrid; keine ist rein; keine ist identisch mit einem ‹reinen› Volk; keine besteht aus einem homogenen Gewebe.»***

Es ist der Primärzug – das Verständnis der Kulturen im Stil von Kugeln –, der den Sekundärwunsch – ein gegenseitiges Verständnis der Kulturen – unmöglich macht.

Eine solche innere Vielfältigkeit der Kulturen war historisch immer schon die Regel, besteht aber heute, im Zeitalter der Globalisierung, in verstärktem Ausmass. Das Konzept der Transkulturalität betont also, dass die Verfassung heutiger Kulturen sich jenseits der alten Vorstellung der Kulturen als Kugeln befindet und dass sie die Grenzen dieser vermeintlichen Kugeln aufs deutlichste überschreitet. Heutige Kulturen sind nicht durch interne Homogenität und externe Heterogenität, sondern durch Verflechtungen, Übergänge, Vernetzungen und Gemeinsamkeiten gekennzeichnet.

Dass Transkulturalität heute auf der gesellschaftlichen Makroebene immer mehr vordringt, steht inzwischen wohl jedermann vor Augen: weltweit leben in der Mehrzahl der Länder auch Angehörige aller anderen Länder dieser Erde; immer mehr werden die gleichen Waren (wie exotisch sie einst auch gewesen sein mögen) allerorten verfügbar; während die westliche Medizin in asiatische Länder vordringt, greift man im Westen zunehmend zu Akupunktur, Quigong und

* Johann Gottfried Herder: «Auch eine Philosophie der Geschichte zur Bildung der Menschheit» (1774).

** Edward W. Said: «Kultur und Identität. Europas Selbstfindung aus der Einverleibung der Welt». In: Lettre International, 34, 1996.

Ayurveda; und Grundfragen der Orientierung, wie Menschenrechte, Feminismus und Ökologie, bestimmen die Agenda heute quer durch die einst für so verschieden erachteten Kulturen.

Transkulturalität dringt aber nicht nur auf der gesellschaftlichen Makroebene, sondern ebenso – und das ist mir besonders wichtig – auf der individuellen Mikroebene vor. Die Individuen sind heute in ihrer kulturellen Formation zunehmend durch mehrere kulturelle Herkünfte und Verbindungen bestimmt, sind kulturelle Mischlinge. Die alltägliche Präsenz unterschiedlicher kultureller Muster (in den Strassen wie in den Medien) bewirkt, dass die Individuen bei ihrer kulturellen Identitätsbildung Elemente unterschiedlicher Herkunft aufgreifen und verbinden. Das gilt nicht etwa nur für Migranten, sondern zunehmend für jedermann. Die Alternativen zum Standard von einst liegen heute nicht mehr in der Ferne, sondern sind Teil des Standards geworden. Heutige Menschen sind zunehmend in sich transkulturell.

Die Alternativen zum Standard von einst liegen heute nicht mehr in der Ferne, sondern sind Teil des Standards geworden. Heutige Menschen sind zunehmend in sich transkulturell.

Was bedeutet dies alles nun für eine wirklich zeitgenössische kulturelle und künstlerische Praxis und für heutige kulturelle Festivals? Eine erste Aufgabe zeitgenössischer kultureller Produktionen sehe ich darin, die heutige Mischung und Durchdringung der Identität ausdrücklich und fassbar zu machen. Auch dafür gibt es historische Vorbilder. Ich nenne nur Peer Gynt, der mir eine geradezu paradigmatische Figur der Transkulturalität zu sein scheint. Als Peer Gynt seine eigene Identität erforscht, entdeckt er eine ganze Reihe von Personen in sich: einen Passagier, einen Goldgräber, einen Archäologen, einen Propheten, einen Bonvivant… Seiner inneren Pluralität entspricht, dass er auch äusserlich ein Wanderer zwischen unterschiedlichen Ländern und Kulturen ist: zwischen seiner norwegischen Heimat und Marokko, der Sahara und Ägypten, dem Atlantik und dem Mittelmeer und zahlreichen mythischen Orten. Peer Gynt ist meines Erachtens daher eine emblematische Figur. Er repräsentiert den Übergang vom alten Ideal der Person als Monade (kugelartig, monolithisch wie das alte Konzept der Kulturen) zur neuen Seinsweise des Nomaden, des Wanderers zwischen verschiedenen Welten und Kulturen (ein kleiner Buchstabentausch, und alles ist anders).

Meine Empfehlung geht dahin, kulturelle Festivals nicht mehr, der Denkweise des Kugelmodells folgend, als interkulturelle Pralinenpakkungen zu konzipieren, sondern dort kulturellen Produktionen zum Auftritt zu verhelfen, für die charakteristisch ist, dass sie in sich Elemente aus unterschiedlichen kulturellen Quellen verbinden. Diese Elemente sollen dabei nicht einfach nebeneinander stehen, sondern sie sollen verwoben, verschmolzen, amalgamiert sein – was im einzelnen auf recht unterschiedliche Weise geschehen kann, etwa indem sie einander ergänzen oder umspielen, modifizieren oder bestreiten, verstärken oder transformieren. In jedem Fall sollte im Ergebnis ein neuartiges Ganzes entstehen.

Ich schlage für heutige und künftige Festivals also einen dritten Typus transkultureller Gestaltung vor, der nicht folkloristisch ist (wie viele der herkömmlichen Festivals) oder fundamentalistisch (im Sinne von Brook), sondern der konnektionistisch angelegt ist. Es geht um kulturelle Gebilde, die uns durch ihre Verbindung unterschiedlicher kultureller Muster vor Augen führen, wie heutige Gesellschaften de facto sind und wie ebenso die Identitätsstruktur der Individuen zunehmend verfasst ist. Transkulturalität, so mein Vorschlag, sollte nicht nur für die Gestalt der Gesellschaft und die Struktur der Individuen, sondern auch für die Gestalt der Werke charakteristisch sein.

Solche Werke würden nicht einfach Bekanntes (oder bislang bloss infolge medialer Nichtkenntnisnahme unbekannt Gebliebenes), sondern wirklich Ungesehenes und Unerhörtes – sie würden genuin Neues präsentieren, Dinge, von denen wir bislang nicht nur keine Kenntnis, sondern keinerlei Ahnung hatten. Adorno schrieb 1961, es sei *«die Gestalt aller künstlerischen Utopie heute, Dinge zu machen, von denen wir nicht wissen, was sie sind».* *** Diese Devise ist für intensive Kultur und grosse Kunst noch immer gültig. Der Modus aber, wie solche Dinge heute bevorzugt zu erreichen sind, scheint mir ein transkultureller zu sein. Strategien transkultureller Verbindung und Durchdringung erzeugen Werke und Erfahrungen, die uns Neuland betreten lassen. Dies ist meine Empfehlung für heutige Kulturproduktionen generell und für die zeitgenössischen Festivals der Kultur im speziellen.

*** Theodor W. Adorno: «Vers une musique informelle» (1961). In: «Gesammelte Schriften», Band 16, 1998.

WOLFGANG WELSCH, geboren 1946, ist Professor für theoretische Philosophie an der Universität Jena.