



Behauptungen.
Aufstellen

**Zielgruppen-Denken ist
Schubladen-Denken.**

Maria Neseemann, Institut für Kulturpolitik der Universität Hildesheim,
DFG-Projekt Chancengerechte Teilhabe an öffentlich geförderten Theatern (FOR 2734)



Behauptungen. Aufstellen

**Es braucht Empirie, um die
Qualität von teilhabe-
orientierter Kulturarbeit messen
zu können.**



Behauptungen.
Aufstellen

**Teilhabeorientierte Vermittlungs-
arbeit braucht eine kritische
Distanz zur Kulturorganisation.**



Behauptungen.
Aufstellen

**Eine Kulturorganisation trägt
(Mit-)Verantwortung für ihr
Umfeld - über die Aufgabe der
Kunstpräsentation hinaus.**

Von Grabenkämpfen und Brückenschlägen

**Nachdenken über kulturelle Teilhabe aus Perspektive des
Audience Developments und der kritischen Kunstvermittlung**

Maria Neseemann, Institut für Kulturpolitik der Universität Hildesheim,
DFG-Projekt Chancengerechte Teilhabe an öffentlich geförderten Theatern (FOR 2734)

Gliederung

a. Gegenspieler oder unterschätzte Partner?

Audience Development und kritische Kunstvermittlung

b. Du kannst nicht alle(s) haben?

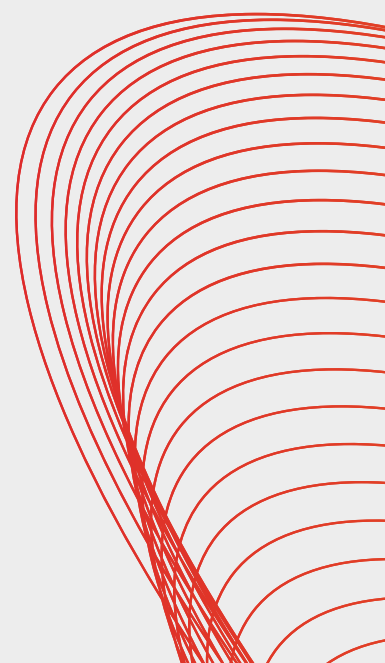
Das Legitimations-Dilemma öffentlich geförderter Kultur

c. Transformation is key, aber wie?

Transformationsverständnisse im Audience Development und der kritischen Kunstvermittlung

d. Auf gute Nachbarschaft!

Richtungswechsel Kulturelle Teilhabe



Gegenspieler oder unterschätzte Partner? Audience Development & kritische Kunstvermittlung

Audience Development als

„nexus of programming, education and marketing, with the aim of broadening, deepening or diversifying arts audiences” (Glow et al. 2020, 4).

Gegenspieler oder unterschätzte Partner? Audience Development & kritische Kunstvermittlung

(Hegemonie-)kritische Kunstvermittlung als

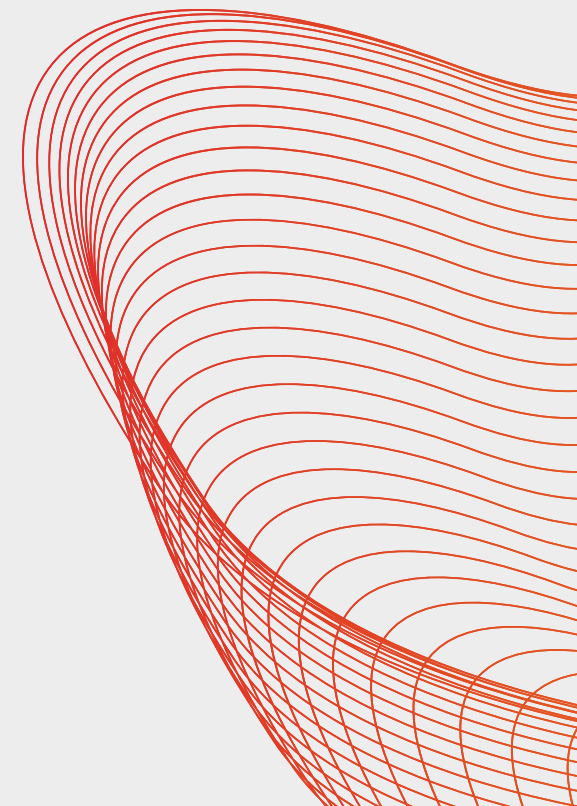
„die Praxis, Dritte einzuladen, um Kunst und ihre Institutionen für Bildungsprozesse zu nutzen: sie zu analysieren und zu befragen, zu dekonstruieren und gegebenenfalls zu verändern. Und sie dadurch auf die eine oder andere Weise fortzusetzen“ (Mörsch 2009, 9).

Du kannst nicht alle(s) haben?

Das Legitimationsdilemma öffentlich geförderter Kultur

a. Kunstfreiheit

Kunst und Kunstvermittlung bieten einen Raum, in dem zweckfreies, von messbaren Zielen befreites Arbeiten möglich ist und auch scheitern darf. In ihrer Unabhängigkeit von bestimmten Wirkungslogiken sind sie demokratiebildend und -erhaltend.

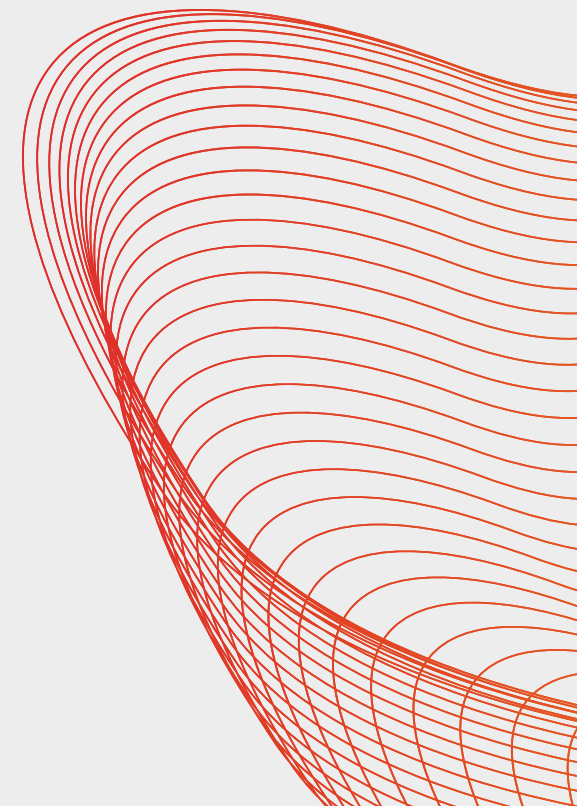


Du kannst nicht alle(s) haben?

Das Legitimationsdilemma öffentlich geförderter Kultur

a. Kunstfreiheit, Audience Development und empirisches Qualitätsmanagement

Kunstfreiheit ist keine “Kulturorganisations”-Freiheit. Als öffentlich geförderte Einrichtungen haben Kulturorganisationen den Auftrag, für möglichst viele Menschen relevant zu sein. Das erfordert strategische Governance und empirisches Qualitätsmanagement.



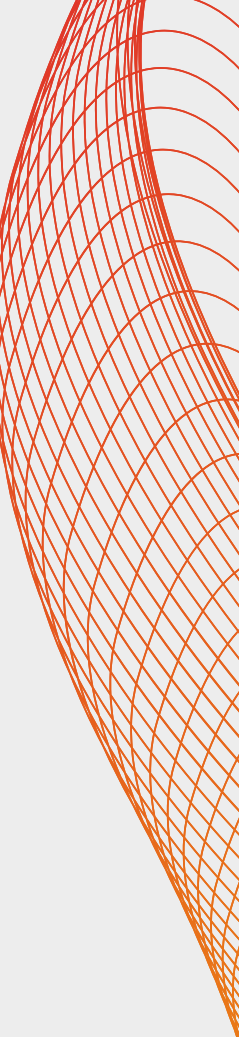
Um wen geht es hier eigentlich?

Zielgruppen und Zielgruppenkritik

“**mainstream approach**” - Ansprache von bestehendem und leicht zu erreichenden Publikum

“**missionary approach**” - Arbeit mit in der Kulturorganisation unterrepräsentierten Zielgruppen, die schwer erreichbar sind

(vgl. Hayes/Slater 2002, 1)



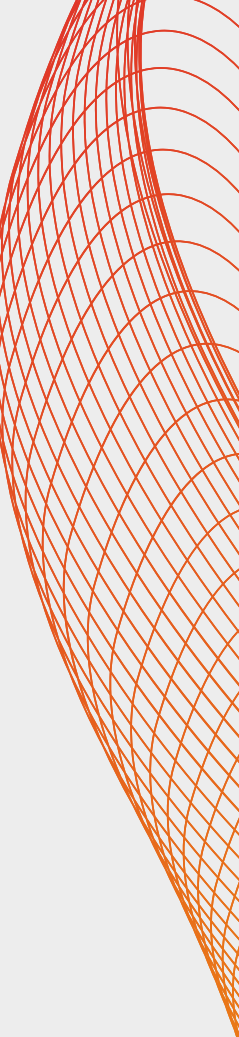
Um wen geht es hier eigentlich?

Zielgruppen und Zielgruppenkritik

Zielgruppenkritik

- a. Kategorisierungen vereinfachen und reduzieren auf bestimmte Merkmale
- b. Personengruppen wird ein “Defizit” zugeschrieben
- c. Personengruppen werden als “Andere” festgeschrieben

(vgl. Mörsch 2012)

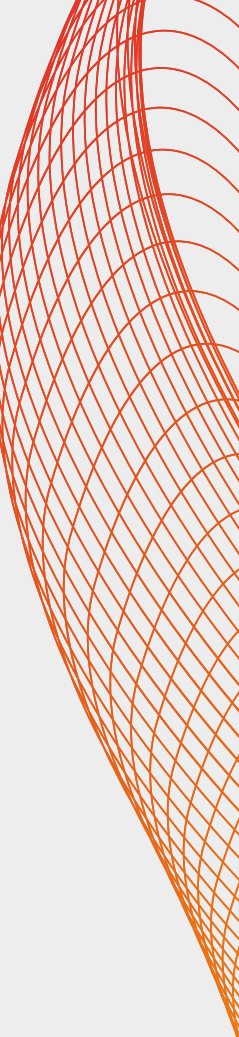


Um wen geht es hier eigentlich?

Zielgruppen und Zielgruppenkritik

Umgang mit dem “Paradox der Anerkennung” (Paul Mecheril)

- a. Verwendung unerwarteter Kategorien
 - b. Einladung vom Vermittlungsangebot aus
 - c. Sich als ein lokaler Player von vielen in einem lokalen Kontext verstehen
- (vgl. Mörsch 2012)



Du kannst nicht alle(s) haben?

Das Legitimationsdilemma öffentlich geförderter Kultur

b. Zugänglichkeit zu kulturellen Angeboten

Öffentliche Kulturorganisationen ermöglichen die Teilhabe möglichst vieler Menschen an Kultur, indem sie für die kulturelle Infrastruktur und den Abbau von Teilnahme-Barrieren sorgen.

- Erkenntnis, dass das nicht ausreicht, um Publikumsstruktur zu diversifizieren
- Aber: Auf Grundlage des ersten Legitimationsnarrativs “program led”-Ansatz
- Deshalb: Entkopplung von teilhabeorientierten Vermittlungsangeboten

Du kannst nicht alle(s) haben?

Das Legitimationsdilemma öffentlich geförderter Kultur

b. Zugänglichkeit und die Rolle der Vermittlung: Kritische Distanz vs. Gesamtmission

Die Entkopplung der Vermittlungsaktivitäten bedeutet:

- relativ große Unabhängigkeit für die Vermittlung und Möglichkeiten, sich auch kritisch mit dem Programm auseinanderzusetzen
- aber auch:
- keine auf das Publikum ausgerichtete Gesamtmission

Du kannst nicht alle(s) haben?

Das Legitimationsdilemma öffentlich geförderter Kultur

c. Förderung von gesellschaftlichem Zusammenhalt

Gesellschaftlicher Zusammenhalt entsteht,

“wenn soziale Gruppen nicht exklusiv, sondern offen sind. Dabei ist es egal, ob man aktiv – kulturgestaltend – oder passiv – kulturenzehrend – an Kultur teilhat. Gesellschaftlicher Zusammenhalt wird also dann über Kultur erreicht, wenn sie Vertrauen und kollektive Identität fördert, wo vorher wenig Berührungspunkte waren” (Crückeberg 2023, 165).

Du kannst nicht alle(s) haben?

Das Legitimationsdilemma öffentlich geförderter Kultur

c. Förderung von gesellschaftlichem Zusammenhalt



Ausweg aus dem Dilemma, Kunstfreiheit zu ermöglichen und gleichzeitig ein möglichst zugängliches Kulturangebot zu schaffen:

Entkopplung unterschiedlicher Aktivitäten

Damit ist aber nicht erreicht, dass sich unterschiedliche soziale Gruppen tatsächlich begegnen!



Transformation is key, aber wie?

Transformationsverständnisse im Audience Development und der kritischen Kunstvermittlung

Audience Development = Organisational Development

„It is not the audience, but the institutions that are in need of development.“
(Lindelof 2015)

Transformation is key, aber wie? Transformationsverständnisse im Audience Development und der kritischen Kunstvermittlung

Transformation: Veränderung, indem Störmomente geschaffen werden und Komplexität aufgezeigt wird

Gesellschaftlicher Zusammenhalt: Komplexität anerkennen



Auf gute Nachbarschaft! Richtungswechsel Kulturelle Teilhabe

Kultureinrichtungen als “good neighbor”

„Being a good neighbor (...) means taking an active and interested role in the changes surrounding the institution and sharing resources for mutual benefit“
(Crane 2012, S. 90).



Auf gute Nachbarschaft!

Richtungswechsel Kulturelle Teilhabe

Kultureinrichtungen als gute Nachbarinnen

- eigene Ressourcen zur Verfügung stellen
- gemeinsam Orte nutzen und pflegen
- sich über Themen, die für die (in globale Zusammenhänge eingebundene) Nachbarschaft relevant sind, verständigen: sichtbar machen, Komplexität aufzeigen

→ Fokus Transformation/Mitgestaltung des lokalen Umfelds

Auf gute Nachbarschaft! Richtungswechsel Kulturelle Teilhabe

<https://neueauftraggeber.de/de/projekte/ort-der-andacht-und-des-multikonfessionellen-gebets>,
[18.09.2023].



Maria Nesemann, Institut für Kulturpolitik der Universität Hildesheim,
DFG-Projekt Chancengerechte Teilhabe an öffentlich geförderten Theatern (FOR 2734)



Auf gute Nachbarschaft!

Richtungswechsel Kulturelle Teilhabe

Richtungswechsel Kulturelle Teilhabe

Von der Teilhabe am Angebot der Kulturorganisation

zur Teilhabe der Kulturorganisation an der Community/ihrem lokalen Kontext

Verwendete Quellen

Crane, Liz (2012): „The Arts as Community Citizen. The Value of Being a Good Neighbour.“ In: Borwick, Dough (Hg.): *Building Communities, Not Audiences. The Future of the Arts in the United States*. Winston-Salem: ArtsEngaged, S. 83-91.

Crückeberg, Johannes (2023): „Gesellschaftlicher Zusammenhalt als Legitimation für eine Kulturpolitik der Zukunft?“ In: Blaich, Anna et al. (Hg.): *Kultur:Wandel - Impulse für eine zukunftsweisende Kulturpraxis*. Bielefeld: transcript, S. 157 - 176.

Glow, Hilary/Kershaw, Anne/Reason, Matthew (2020): „Leading or avoiding change. The problem of audience diversification for arts organisations.“ In: *International Journal of Cultural Policy* 27 (1), S. 1 – 19.

Hayes, Debi/Slater, Alix (2002): „Rethinking the missionary position. The quest for sustainable audience development strategies.“ In: *Managing Leisure* 7, S. 1-17.

<https://neueauftraggeber.de/de/projekte/ort-der-andacht-und-des-multikonfessionellen-gebets>, [18.09.2023].

Lindelof, A.M. (2015): „Audience Development and Its Blind Spot: A Quest for Pleasure and Play in the Discussion of Performing Arts Institutions.“ In: *International Journal of Cultural Policy* 21 (2), S. 200 – 218.

Mörsch, Carmen (2009): „Am Kreuzungspunkt von vier Diskursen. Die documenta 12 Vermittlung zwischen Affirmation, Reproduktion, Dekonstruktion und Transformation.“ In: Dies. (Hg.): *Kunstvermittlung II. Zwischen kritischer Praxis und Dienstleistung auf der documenta 12. Ergebnisse eines Forschungsprojekts*. Zürich: Diaphanes, S. 9 – 33.

Mörsch, Carmen (2012): *Zeit für Vermittlung*. Online-Publikation: www.kultur-vermittlung.ch/zeit-fuer-vermittlung, [19.09.2023].

Sternfeld, Nora (2014): *Verlernen vermitteln*. Hamburg: Lüdke (Kunstpädagogische Positionen, 30).

Maria Neseemann, Institut für Kulturpolitik der Universität Hildesheim,
DFG-Projekt Chancengerechte Teilhabe an öffentlich geförderten Theatern (FOR 2734)



