

1:

Rede v. Fr. Laugwitz-Aulbach – Termin beim Kulturrat am 28.04.2018

Neue Freiräume für die Kultur

Lieber Herr Dr. Biesler,

sehr geehrter Herr Dr. Hollmann,

sehr geehrter Herr Prof. Schäfer,

Meine sehr verehrten Damen und

Herren, liebe Kolleginnen und

Kollegen!

Zu ungewöhnlich früher Stunde (für die

Kultur) freue ich mich sehr, all die

kreativen Köpfe hier heute Morgen zu

sehen, die gleich in den Workshops

2:

und Diskussionsrunden intensiv und dynamisch über Themen diskutieren, die nicht nur in Köln in der Luft liegen, sondern uns alle tagtäglich beschäftigen und herausfordern:

- Diversität in der Kulturpraxis**
- Future Lab**
- Museum als Third Place**
- Social Media-Marketing 2.0**

3:

- Audience Development

Also, wir sind hier nicht im Englischkurs, aber so lauten die Themen, die die Organisatoren heute geschickt platziert haben und an denen Sie alle sich hoffentlich mit Ideen, Anregungen aber auch kritischen Überlegungen einbringen können. Der gestrige Tag hat Ihnen sicherlich auch genug Informationen und Beispiele liefern können. Ich bedaure sehr, dass ich nicht teilnehmen konnte, denn

4:

sowohl der einführende Überblick einer so renommierten Wissenschaftlerin wie Frau Prof. Mandel als auch die Daten der Fast-Besucherstudie von Prof. Kliment, die digitale Agenda am Museumsstandort Frankfurt wie die partizipativen Ansätze der Vermittlungsarbeit mit unterschiedlichen Zielgruppen an vielerlei Kulturorten hätten mich nicht nur als Kulturdezernentin, sondern ganz persönlich interessiert, und ich hoffe sehr auf eine Dokumentation!

5:

Ich konnte erst heute Morgen zu Ihnen stoßen, da ich erst gestern Abend von einem zweitägigen Treffen des Kulturausschusses des Deutschen Städtetages aus Bayreuth zurückgekehrt bin. Auch dort waren die Themen, die wir hier in Köln diskutieren, auf der Tagesordnung. Dies zeigt die Aktualität, ja vielleicht sogar die Brisanz von Begriffspaaren wie Diversity und Inklusion, Partizipation und Audience

6:

**Development, Digitalisierung und
Mobilität, Medienwandel und Urbanität.**

**Ist der Kulturstandort Köln dazu gut
aufgestellt? In vielen Fällen ja, in der
Breite ist jedoch noch Luft nach oben.**

**Wir erarbeiten gerade den neuen
Kulturentwicklungsplan, und darin
werden wir dies auch entsprechend
darstellen und mit**

Zukunftsperspektiven versehen

können. Gestatten Sie mir ein paar

**Worte der Einordnung dieser Themen
in die kulturelle Agenda unserer Stadt**

7:

**in den nächsten Jahren, aber auch
einen Blick über den Tellerrand.**

**Diversity ist nicht bloß ein Etikett, das
sich die Hochkultur anheftet, sondern
gelebte Praxis. Die Bühnen der Stadt
Köln praktizieren seit Jahren bereits
Kooperationen mit Communities – ich
denke dabei an „Birlikte“ oder „Carls
Garten“ – und spiegeln die
gesellschaftliche Vielfalt auch in ihren
Ensembles. Die Kreativen in unserer
Stadt stammen aus der ganzen Welt,**

8:

und sie bieten dem Publikum Konzerte, Produktionen, Festivals auf Spitzenniveau, die diese Globalität demonstrieren. Es ist Aufgabe der Kulturverwaltung, hierfür einen geeigneten Boden zu bereiten, und wir haben in diesem Jahr nicht nur die Mittel für die freie Szene erhöht, sondern werden auch ein Referat beim Kulturred schaffen, das sich genau mit diesem Thema übergeordnet beschäftigt.

9:

Vielfalt bedeutet jedoch nicht nur, diverser zu werden, sondern auch möglichst allen Menschen Teilhabe zu ermöglichen. Derzeit gestalten wir beispielsweise die Vermittlungsprogramme in den Museen um und möchten in Zukunft auch Experten in eigener Sache aktiv einbinden. Doch es ist mein erklärtes Ziel, auch andere Sparten inklusiv zu denken. Von vorne herein als Selbstverständlichkeit. Dazu gehört natürlich der Abbau von baulichen

10:

Barrieren, entscheidend ist jedoch der

Abbau von Barrieren in den Köpfen.

Auch dort muss der Raum entstehen.

Wir haben in Köln eines der weltweit

führenden mixed-abled Ensembles. Die

„DIN A 13 tanzkompanie“ ist vielen hier

ein Begriff, und sie gehört zu den

wenigen weltweit, die über den Tanz

zudem einen Austausch der Kulturen

schaffen. „Mixed Abilities“ könnten

auch Theaterensembles und

Museumsteams bestimmen. Lassen Sie

uns darüber nachdenken, wie inklusive

11:

**Tanzpraxis einen breiteren Raum
finden, wie Übertitel und Schriftbilder
Teil von Produktionen werden, kleine
Performances wie so facettenreiche,
„multipolare“ Events wie
„Sommerblut“ noch größere
Wahrnehmung finden können. Ich
würde mich darüber freuen, wenn in
absehbarer Zeit Menschen mit „Down
Syndrom“ oder Seheinschränkung als
Museumsguides aktiv würden. Ich
denke wir alle würden viel dabei lernen.
Wir sind als Kulturdezernat mit**

12:

verschiedenen Playern und Partnern im Gespräch, um Dinge dieser Art zu entwickeln und auch umzusetzen. Da sind der Kreativität keine Grenzen gesetzt. Wir müssen uns nur zu unseren Plätzen bewegen!

Ver-rücken: das Gebot der Stunde in Köln mehr denn je!

Partizipation ist eine Strategie, die in der Kulturellen Bildung schon lange eine entscheidende Rolle spielt. Doch angesichts des veränderten

13:

Kommunikationsverhaltens und des demographischen Wandels ist sie nicht mehr bloß in Projekten mit Jugendlichen oder Senioren relevant, sondern wird zum Genom von Kulturbetrieben werden müssen. Der Zukunftsforscher Walter Opaschowski prophezeit der Hochkultur eine glänzende Zukunft – wenn sie sich auf die Bedürfnisse des Publikums einstellt. Keine Generation vor der jetzigen hatte mehr Zeit und mehr Bildungspotenzial als die heutige. Und

14:

sie nutzt sie. Aber nach ihren eigenen Regeln, manchmal fremd, sogar erschreckend, und nach von tradierten Vorstellungen bestimmten Normen.

Museen verzeichnen seit Jahren einen ungebrochenen Zulauf – auch in Köln.

Dort gibt es wenige Zutrittsbarrieren:

Es gibt moderate Preisstrukturen und Ermäßigungen, gute Öffnungszeiten,

keine Kleiderordnung und ein breites

Angebot, bei dem man selten

reservieren muss. Vor allem aber

gehen Menschen ins Museum aus

15:

sozialen Gründen im besten Sinne:

Nicht nur der Bildungsaspekt hat Relevanz, sondern der einer sinnvollen Freizeitnutzung. Doch werden die Menschen nicht darauf verzichten wollen, was sie aus anderen Bereichen kennen: dass ihre Meinung, ihr Wissen zählt. Meiner Ansicht nach ist Bürgerbeteiligung aber nicht nur eine Angelegenheit von Bau- und Verkehrsfragen. In Großbritannien beispielsweise wird Archivgut wie historische Postkarten oder

16:

Personenfotografien auf

Webplattformen veröffentlicht, um

Menschen die Möglichkeit zu bieten, ihr

Wissen dazu einzubringen. Das

„Museum of London“ z. B. hat eine

Sammelaktion in Leben gerufen, bei

der die Einwohner Londons Funde, die

durch den Tiedenhub der Themse

angespült werden, aufgefordert werden

zu sammeln und abzugeben. Das

können wir mit dem Rhein jetzt nicht

unternehmen. Aber: Das Historische

Archiv der Stadt Köln wird am neuen

17:

Standort zum Bürgerarchiv werden. Die Museen werden in den kommenden Jahren mobil werden und in den Veedeln zusammen mit den Bürgerinnen und Bürgern partizipative Ausstellungen umsetzen. Der User wird zum Creator! Das Gürzenich-Orchester spielt schon lange auch vor Ort, um den Menschen einen breiten Zugang zu gewähren. Lassen Sie uns nachdenken – im Schulterschluss mit Politik und Wirtschaft – wo Audience Development die Erschließung neuer

18:

Besucherschichten mit partizipativer Wirkung entwickeln kann.

An vielen Stellen will das Publikum jedoch gar nicht so weit gehen und sich aktiv einbringen. Ihnen reichen die sozialen Medien, um ihre Meinung zu hinterlassen. Das ist manchmal Fluch und Segen zugleich. Doch aus meiner Sicht braucht die Kölner Kultur einen Digitalisierungsschub. Denn, wenn das Publikum nicht mit der Kultur reden kann, so wird sie über sie reden. Wer

19:

die Kommunikation über so großartige

Events wie die aktuelle Ausstellung

von Haegue Yang im Museum Ludwig

verfolgt, merkt, wo die Chancen liegen.

Wenn ich aber heute mit meinem

Smartphone in nahezu jedem (Sterne)-

Restaurant einen Tisch und auch gleich

das Menü mit Weinbegleitung bestellen

kann, so erwarte ich das auch von

einem Opernticket und einer

Museumsführung. Hier müssen wir aus

meiner Sicht aus der Privatwirtschaft

lernen, Kinos und Musicals machen es

20:

vor. Köln ist das wichtigste Zentrum der Kreativwirtschaft im Westen Deutschlands, und hier sollte gerade im Digitalen ein Schulterschluss mit den unterschiedlichen Kulturszenen möglich sein. Im analogen haben wir das oftmals schon, denken Sie an das MAKK, das regelmäßig mit der c/o pop oder der Gamescom kooperiert, entsprechende Ausstellungen zeigt und auch fester Teil des Designfestivals „Passagen“ ist. Und der Schulterschluss sollte über Köln

21:

**hinaus gehen. So, wie wir die Themen
Verkehr, Wohnen oder
Wirtschaftsräume jenseits der
Stadtgrenzen weiterdenken müssen, so
sollten wir dies auch in der Kultur tun:
im Ticketing, im Marketing, aber auch
im Kreativ-künstlerischen. Das
Konkurrenzverhältnis zwischen Köln
und Düsseldorf im Bereich des
Kunstmarktes zeigt, wie schwierig das
ist. Aber, wir sollten zusammenhalten, -
viel öfter! Ein erfolgreiches Event wie
das Internationale Frauenfilmfestival**

22:

Dortmund | Köln – im Übrigen eines der

bedeutendsten Frauenfilmfestivals

weltweit – zeigt, dass es geht! Wir

sollten die wachsende Bereitschaft der

Menschen, mobil zu sein, also nicht nur

nutzen, um Gäste aus der gesamten

Region nach Köln zu holen und Kölner

in die Region zu schicken, sondern sie

zum Bestandteil unserer eigenen

Programmatis machen. Auch diesen

Freiraum öffnen und nutzen!

23:

Bleibt ein letztes Begriffspaar übrig:

Medienwandel und Urbanität. Ersteres

macht natürlich nicht an der Tür

unserer Theater, Museen, Kunstorten

und Spielstätten halt, doch ich würde

mir wünschen, dass Medialität und

medial gestützte Kultur einen breiteren

Raum einnehmen. Daher werden wir für

eine der Sparten, den Museumsbereich,

in den kommenden Jahren eine digitale

Agenda aufsetzen. Doch dabei muss es

ja nicht bleiben. Die Metropolitan Opera

versendet ihre Opernaufführungen live

24:

**weltweit, und Sie können in einem
bequemen Kinossessel eine perfekte
Premiere an der „Met“ erleben – auch
hier in Köln. Die Berliner
Philharmoniker haben einen
Fernsehsender. Das Museum Ludwig
überträgt seine Pressekonferenzen im
Live-Stream. Ein herausragendes
Beispiel, wie Medienwandel die
Kulturinstitutionen verändert, ist auch
unsere Stadtbibliothek. Der
Makerspace im Hauptgebäude ist ein
großartiges Beispiel dafür, wie Kultur-**

25:

und Bildungseinrichtungen nachhaltig und intelligent mit dem Medienwandel umgehen können. Und Köln damit die Urbanität geben, die diese Stadt verdient. Im Kontext des Vorhabens Kölner Perspektiven 2030 sollen zudem in den neuen Quartieren auch Kunst- und Kulturräume entstehen.

Ausnahmslos!

Wie können wir neue Freiräume für die Kultur schaffen? Wie können wir tradierte Verwaltungs-, aber auch

26:

Denkbarrieren abbauen? Sicherlich

nicht, indem wir in eine

Wagenburgmentalität verfallen und uns

verbarrikadieren oder angesichts der

Aufgaben verzagen. Nicht mit mir, nicht

mit uns! Sondern indem wir aktiv über

die Dinge sprechen, das was es gibt,

offensiver nach außen tragen, und uns

dabei auch nicht scheuen, Leuchttürme

zu benennen. Daher habe ich im

Kontext der Verwaltungsreform der

Oberbürgermeisterin das Thema

Kulturmarketing platziert, und das erste

27:

**Brainstorming dazu hat bereits
stattgefunden. Wir brauchen eine
bessere Vermarktung der Kultur, auch
und vor allem in einem neu
aufgestellten Stadtmarketing. Und
dabei wird die Kultur eine relevante
Rolle spielen. Aber wir brauchen auch
Dinge, die weithin strahlen. Ein solcher
Leuchtturm wird die Oper sein – bei
allen Problemen, die es gibt. Ein
solcher Leuchtturm kann aber auch die
angestoßene Idee eines neuen
Museumsbaus im Herzen der Stadt**

28:

sein. Die Historische Mitte eben.

Gerade sind die Pläne dazu im

Domforum zu sehen. Eine Stadt wie

Köln mit einem derart reichen

kulturellen Erbe verdient eine bessere

Darstellung seiner Geschichte, die zwei

Jahrtausende zählt, als jene im

Zeughaus. Diese Geschichte, vereint all

diese Aspekte von Vielfalt, urbanem

Denken, lokaler Verankerung im

Veedel, Mitbestimmung der

Bürgerschaft, die unsere Diskussion

der Gegenwart bestimmen. Wir sollten

29:

**einen Ort schaffen, in dem der
Bürgerstolz seinen Platz findet, und
dies auch der Welt offensiv zeigen. Im
Herzen der Stadt.**

**Bis dahin ist es noch ein weiter Weg,
aber bei all diesen Themen lohnt es
sich hartnäckig zu sein und gleichzeitig
Leichtigkeit zu versprühen, denn Kultur
ist bei aller Ernsthaftigkeit auch eines
der ganz ganz großen Spiele des
Lebens! Und daran wollen wir alle
teilhaben! In diesem Sinne herzlichen
Dank für Ihre Aufmerksamkeit, Dank an**

30:

die Veranstalter und einen

inspirierenden Tagungsabschluss!