

Kulturelle
Teilhabe
bedingt
Kulturvermittlung
für alle

**Welche Faktoren
tragen zum
Gelingen bei?**

Inhaltsverzeichnis

1. Einführung und Kontextualisierung der Arbeit 1

1.1 Fragestellung.....4

1.2 Gliederung und methodisches Vorgehen.....6

2. Konzeptionelle und theoretische Grundlagen 7

2.1 Rechtliche und politische Grundlagen bezüglich Kultureller Teilhabe.....7

2.2 Klärung der Begrifflichkeiten 10

2.2.1 Kulturelle Teilhabe..... 11

2.2.2 Kulturvermittlung und Médiation Culturelle 12

2.2.3 Kulturelle oder Ästhetische Bildung..... 13

2.2.4 Kulturelle Teilhabe bedingt Kulturvermittlung..... 14

2.3 Charakteristika der Kulturvermittlung 16

2.3.1 Kulturvermittlung gestaltet Zwischenräume..... 16

2.3.2 Kulturvermittlung arbeitet interprofessionell..... 18

2.3.3 Kulturvermittlung vernetzt..... 19

2.4 Potenzial der Kulturvermittlung für eine Gesellschaft im Wandel..... 20

2.4.1 Kreativität als Schlüsselkompetenz 21

2.4.2 Lebenslanges Lernen..... 23

2.4.3 Kulturvermittlung für alle – Zielgruppen als Chance 25

2.5 Schlussfolgerung aus dem Fachdiskurs..... 28

3. Gelingensfaktoren bilden Themenfelder..... 29

3.1 Sechs Themenfelder aus den Interviews.....	31
3.1.1 Themenfeld 1: Politisch gewollt.....	31
3.1.2 Themenfeld 2: Professionell agieren	32
3.1.3 Themenfeld 3: Zielorientiert handeln.....	34
3.1.4 Themenfeld 4: Vernetzen und Kommunizieren.....	35
3.1.5 Themenfeld 5: Zielgruppenspezifisch vermitteln	37
3.1.6 Themenfeld 6: Nachhaltig wirken.....	39
3.2 Schlussfolgerungen für die Praxis	41

4. Fazit..... 43

5. Über die Autorinnen 46

6. Literaturverzeichnis und Abbildungsverzeichnis 48

6.1 Literaturverzeichnis.....	48
6.2 Abbildungsverzeichnis.....	51
6.3 Dank.....	52

1

Einführung und Kontextualisierung der Arbeit

Kultur in ihrer Vielfalt beeindruckt und bereichert. Die Freude von Kulturschaffenden an ihrer Arbeit wirkt und ist ansteckend. Das Erlebnis ephemerer und materieller Kulturgüter begeistert immer wieder aufs Neue, weil diese – unabhängig von der jeweiligen Sparte – von der Dimension des Ausdrucks leben. Wenn das jeweilige Publikum mit den Kulturschaffenden und/oder den Werken in Austausch treten kann und dadurch das Kulturgut durch Vermittlung erlebbar gemacht wird, vertieft sich die Auseinandersetzung.

Eine 2015 verfasste Studie zuhanden der Schweizerischen Konferenz der kantonalen Erziehungsdirektoren (EDK) und ihrer Fachkonferenz, der Konferenz der kantonalen Kulturbeauftragten (KBK) bringt diese Tatsache wie folgt auf den Punkt: «Der kulturelle Reichtum wäre geradezu sinnlos, wenn er nicht auf möglichst reichhaltige Weise geteilt und weitergegeben würde. Daher sind Kultur und Kulturvermittlung auf intrinsische Weise miteinander verbunden».¹

Durch die Auseinandersetzung mit der Kultur geschieht eine Horizonterweiterung. Doch der kulturelle Wahrnehmungsprozess erfordert Lernbereitschaft, denn ohne diese bleibt der Mensch in bereits Bekanntem gefangen. Der digitale Wandel und der leichte Zugang zu Informationen stimuliert die menschliche Neugierde, die ihrerseits die Lernbereitschaft anregt. Lebenslanges Lernen ist für viele Menschen heute bereits selbstverständlich. De facto ist dies in der Zukunftsforschung ein Sub-Trend des Megatrends «Wissenskultur».² Wissen bedeutet auch Macht und wer Bescheid weiss, der kann sich einbringen und somit am Leben «teilhaben».

Die in der Abbildung 1 dargestellten Begriffe der sozialen, kulturellen, ökologischen, beruflich-ökonomischen und politischen Teilhabe sind international etabliert und stellen die Teilhabe des Menschen ins Zentrum. Unter Teilhabe wird die Beteiligung, Mitwirkung und Mitverantwortung am öffentlichen Leben verstanden. Diese fünf «Dimensionen [...] ergänzen sich, verstärken einander und tragen zur gesellschaftlichen Inklusion und Kohäsion bei».³

¹ Park, Reichenbach u. Schmidt 2015, 7

² Zukunftsinstitut 2021

³ Eidgenössisches Departement des Innern 2016, 1



Abbildung 1: Eigenes Modell der Teilhabe in Anlehnung an die Grafik «Bildung als Lebenskunst» von Max Fuchs⁴

Dass Kulturelle Teilhabe wichtig ist, hat der französische Soziologe Pierre Bourdieu bereits in den 1980er-Jahren aufgezeigt. Damals versuchte er, die Ungleichheit der schulischen Leistungen von Kindern aus verschiedenen sozialen Klassen darzustellen. Dabei stellte er fest, dass schulischer Erfolg oder Misserfolg mitnichten «nur» mit den Fähigkeiten eines Kindes zusammenhängt, sondern auch von anderen Faktoren abhängig ist. Deshalb hat er die

⁴Vgl. Fuchs 2008, 63

Einführung und Kontextualisierung der Arbeit

Ressourcen, die der einzelne Mensch in sozialen Räumen mitbringt, in vier sogenannte «Arten des Kapitals»⁵ unterschieden:

- **Ökonomisches Kapital:**
Materielles Vermögen
(Besitz und Geld)
- **Soziales Kapital:**
Vermögen an Verbindungen und Beziehungen
(Netzwerk)
- **Kulturelles Kapital:**
Vermögen an Kultiviertheit und Bildung
(Ausbildung und Titel)
- **Symbolisches Kapital:**
Prestige, Privilegiertheit

Bourdieu stellte unter anderem fest: Der Erwerb des kulturellen Kapitals «kostet» Zeit. Hier rechnet er auch die Zeit mit ein, die in der Familie zur Verfügung gestellt wird. Des Weiteren konstatiert er, dass der Erwerb kulturellen Kapitals zwar möglich ist, aber neben der zu investierenden Zeit auch ökonomisches Kapital voraussetzt.

Aus Sicht der Autorinnen ist der Erwerb des kulturellen Kapitals für Menschen jeglichen Alters und jeglicher Herkunft zentral, weil er Chancen eröffnet. Mit *Kulturvermittlung* ist *Kulturelle Teilhabe für alle* möglich. Diese ist vielerorts im Ausbau begriffen, da Kulturvermittlung eine vergleichsweise junge Disziplin ist. Die Kulturvermittlung fristet mancherorts immer noch ein stiefmütterliches Dasein und das Potenzial derselben wird zu wenig erkannt. Deshalb stellt sich die Frage nach den Gelingensfaktoren.

⁵Vgl. Bourdieu 1983, 185 ff.

1.1 Fragestellung

Aus diesem Grund sind die Autorinnen im Rahmen ihrer MAS-Arbeit an der Universität Basel am Studienangebot Kulturmanagement 2021 ursprünglich folgender Frage nachgegangen: «Kulturelle Teilhabe bedingt Kulturvermittlung für alle - Welche organisationalen Elemente tragen zum Gelingen bei? Eine exemplarische Anwendung am Beispiel der Stadt Zug».

Die Ausgangslage bildeten die von der Stadt Zug im September 2020 erlangten Erkenntnisse im Rahmen des neuen Kulturstrategieprozesses. In der damals breitangelegten partizipativen Zukunftswerkstatt mit der Bevölkerung wurde die Kulturelle Teilhabe und Kulturvermittlung als dringliches Handlungsfeld erkannt. Die Auseinandersetzung im Rahmen der Masterarbeit stellte wiederum einen wichtigen Baustein im Bereich «Kulturelle Teilhabe / Kulturvermittlung für alle» für die im Dezember 2021 vom Zuger Stadtrat genehmigte Kulturstrategie dar. Für die konzeptionelle Umsetzung der Strategie wird dieses Papier ebenfalls als Grundlage dienen.

Diese Veröffentlichung ist ein aktualisierter Auszug aus der im Herbst 2021 verfassten Masterarbeit. Die ursprüngliche Fragestellung wurde zugunsten einer allgemeineren Fassung ohne Spezifizierung auf die Stadt Zug angepasst. Die organisationalen Elemente werden deshalb in dieser Fassung nicht berücksichtigt.

Die Fragestellung lautet nun wie folgt: «Kulturelle Teilhabe bedingt Kulturvermittlung für alle - Welche Faktoren tragen zum Gelingen bei?»

Fragestellung

An dieser Stelle sind zwei Begriffe der Fragestellung besonders zentral:

- Als **Faktoren** werden Elemente bezeichnet, die erfolgreich und nachhaltig zur Umsetzung und Verbreitung von *Kulturvermittlung für alle* beitragen.
- Die Fragestellung fokussiert vor allem auf jene Faktoren, die prioritär **zum Gelingen** beitragen, also die Vermittlung erfolgreich anzuwenden helfen.

Die vorliegende Arbeit entstand in intensiver Zusammenarbeit der beiden Autorinnen Carola Berendts und Iris Weder, die einen kritischen Diskurs über sämtliche Themen führten. Die Komplexität und Vielschichtigkeit der Thematik verlangten nach einer ausführlichen Beobachtung und Interpretation der verschiedenen Zusammenhänge. Gleichzeitig war ihnen das Beleuchten der Thematik von unterschiedlichen Seiten ein Anliegen, um anhand der Gelingensfaktoren das Potenzial der *Vermittlung und Teilhabe für alle* aufzuzeigen.

1.2 Gliederung und methodisches Vorgehen

Der folgende Auszug der Masterarbeit gliedert sich in vier Kapitel. Nach der Einleitung im Kapitel 1 folgen im Kapitel 2 die konzeptionellen und theoretischen Grundlagen vor dem Hintergrund der Kulturellen Teilhabe. Im Fokus stehen die rechtlichen und politischen Aspekte, die Begrifflichkeiten im Umfeld der Kulturellen Teilhabe, die Charakteristika der Kulturvermittlung sowie das Potenzial derselben für eine Gesellschaft im Wandel.

Im Kapitel 3 setzen sich die Autorinnen mit der Frage auseinander, welche Faktoren nach Meinung von Expert:innen zum Gelingen von Kulturvermittlung beitragen. Für dieses Kapitel wurden im Rahmen der Vorbereitungsphase für die Masterarbeit acht Interview-Partner:innen von sieben verschiedenen Organisationen befragt, die sich beruflich für Kulturvermittlung engagieren. Die qualitativen Interviews konnten alle persönlich durchgeführt werden. Die Hälfte der Interviews fand physisch, die andere digital statt. Während der Interviews führten beide Autorinnen schriftliche Protokolle. Die Aussagen der Teilnehmenden zu den verschiedenen Fragestellungen aus dem Praxisfeld wurden anschliessend horizontal miteinander verglichen und liessen sich sechs Themenfeldern zuordnen.

Das Fazit im Kapitel 4 fasst die Erkenntnisse aus Theorie sowie Praxis zusammen und diskutiert diese.

2

Konzeptionelle und theoretische Grundlagen

«Kulturelle Teilhabe bedingt Kulturvermittlung für alle» ist eine generelle Vision für die Zukunft der Kulturlandschaft Schweiz. Als Grundlagen dafür enthält dieses Kapitel erstens die rechtliche und politische Situation Kultureller Teilhabe, zeigt zweitens die Klärung der unterschiedlichen Begrifflichkeiten auf, erklärt drittens die Charakteristiken der Kulturvermittlung und ermittelt zuletzt das Potenzial der Kulturvermittlung für eine Gesellschaft im Wandel.

2.1 Rechtliche und politische Grundlagen bezüglich Kultureller Teilhabe

Teilhabe am kulturellen Leben ist international gesetzlich auf verschiedenen Ebenen verankert. Der Art. 27 der UN-Menschenrechtskonvention formuliert dies unter «Freiheit des Kulturlebens» im Absatz 1 folgendermassen: «Jeder Mensch hat das Recht, am kulturellen Leben der Gemeinschaft frei teilzunehmen, sich der Künste zu erfreuen und am wissenschaftlichen Fortschritt und dessen Wohltaten teilzuhaben».⁶

In der Schweiz hat der Bund sich bezüglich Kulturpolitik diverse Ziele gesetzt. Unter anderem ist es ihm ein Anliegen, die Kulturelle Teilhabe aller Bevölkerungsgruppen in der Schweiz, deren Vielfalt sowie den gesellschaftlichen Zusammenhalt zu stärken. Diese Ziele leisten einen Beitrag zur Attraktivität des Landes als Bildungs- und Wirtschaftsstandort.

⁶ UN Menschenrechtskommission 2020

Rechtliche und politische Grundlagen bezüglich Kultureller Teilhabe

Die Umsetzung der Kulturellen Teilhabe bedeutet für den Staat eine Herausforderung:

Für die Umsetzung einer Politik zur Stärkung der Kulturellen Teilhabe braucht es die Zusammenarbeit und den Austausch zwischen den verschiedenen Staatsebenen und den verschiedenen Politikbereichen, die für Inklusion und Teilhabe relevant sind (Gleichstellung von Menschen mit Behinderungen, Gleichstellung von Mann und Frau, Kinder- und Jugendförderung, Alter, Migration und Integration, Schutz vor Diskriminierung usw.).⁷

Auf Bundesgesetzebene wird der Kulturellen Teilhabe mit dem Artikel 9a im Kulturförderungsgesetz Rechnung getragen: «Der Bund kann Vorhaben zur Stärkung der Teilhabe der Bevölkerung am kulturellen Leben unterstützen».⁸ Der Bund bekräftigt seinen Willen im Artikel 19 zur «Förderung der Kunstvermittlung» ein weiteres Mal: «Der Bund kann Massnahmen treffen, um dem Publikum ein Werk oder eine künstlerische Darbietung näherzubringen».⁹

Um die Kulturelle Teilhabe voranzutreiben, wurde im Rahmen des Nationalen Kulturdialogs eine Arbeitsgruppe eingesetzt. Diese hatte die Sensibilisierung und Stärkung bei Förderstellen von Bund, Kantonen und Städten zum Ziel. Das in der Schweiz herrschende Subsidiaritätsprinzip stellt für die Zusammenarbeit zwischen den Ebenen jedoch eine Herausforderung dar.

In der zweiten Kulturbotschaft (2016–2020) wurde der Kulturellen Teilhabe erstmals als prioritäre Handlungsachse eine wichtige Bedeutung beigemessen. In der aktuellen Botschaft zur Förderung der Kultur (2021–2024) stärkt der Bund die Kulturelle Teilhabe erneut und bringt dies in seiner Strategie wie folgt auf den Punkt:

⁷ Bundesamt für Kultur 2020, 95

⁸ Bundesgesetz über die Kulturförderung 2015

⁹ Ebd.

Konzeptionelle und theoretische Grundlagen

Rechtliche und politische Grundlagen bezüglich Kultureller Teilhabe

Die Teilhabe einer möglichst breiten Bevölkerung am Kulturleben zu ermöglichen, ist eine von drei strategischen Handlungsachsen der Kulturpolitik des Bundes. Kulturelle Teilhabe meint die aktive und passive Teilnahme möglichst vieler am Kulturleben und am kulturellen Erbe. Kulturelle Teilhabe zu stärken bedeutet die individuelle und kollektive Auseinandersetzung mit Kultur, die aktive Mitgestaltung des kulturellen Lebens und den kulturellen Selbstausdruck anzuregen [...]. Wer am kulturellen Leben teilnimmt, wird sich der eigenen kulturellen Prägungen bewusst, entwickelt eine eigene kulturelle Identität. Das Ziel der Förderung der Kulturellen Teilhabe ist – analog zur Förderung der politischen, sozialen oder wirtschaftlichen Teilhabe – die Stärkung des gesellschaftlichen Zusammenhalts.¹⁰

In der «Verordnung des EDI über das Förderungskonzept zur Stärkung der Kulturellen Teilhabe»¹¹ werden neben den Förderbereichen, den Fördervoraussetzungen und den Förderkriterien sowie deren Gewichtung im Artikel 1 die Förderziele zur Stärkung derselben wie folgt definiert:

- a. die Auseinandersetzung mit Kultur und die kulturelle Betätigung möglichst vieler zu fördern sowie Hindernisse in Bezug auf die Teilhabe am kulturellen Leben abzubauen;
- b. den Wissensaustausch, die Vernetzung und die Koordination der Akteur:innen zu stärken;
- c. die konzeptionellen und die statistischen Grundlagen zur Stärkung der Kulturellen Teilhabe zu vertiefen.

¹⁰ Bundesamt für Kultur 2020, 3224-3225

¹¹ Eidgenössisches Departement des Innern 2021, SR 442.130, Art. 1

Kulturelle Teilhabe ist für die Schweiz auf Bundesebene ein wichtiger Eckpfeiler der Kulturpolitik, der im Gesetz an diversen Stellen verankert ist. Dies stärkt die Bestrebungen von Kantonen, Städten und Gemeinden, sich für dieses Thema einzusetzen.

2.2 Klärung der Begrifflichkeiten

Die Verwendung der Begriffe *Kulturelle Teilhabe*, *Kulturvermittlung*, *Médiation Culturelle* sowie *Kultureller* oder *Ästhetischer Bildung* geht im deutschen Sprachraum auseinander, da sie sich in den Tätigkeitsfeldern von Kultur, Bildungsarbeit oder Soziokultur in unterschiedlicher Weise etabliert haben. Dank der Klärung der Begriffe und deren Kontextualisierung sind die Eingrenzung der Fragestellung, deren Beantwortung sowie die Anwendung in der Praxis erst möglich.

Klärung der Begrifflichkeiten

2.2.1 Kulturelle Teilhabe

Die Kulturelle Teilhabe hat in der Schweizer Kulturpolitik Fuss gefasst und wird als Begriff sowohl von privaten wie auch öffentlichen Förderstellen verwendet. Dabei handelt es sich um ein breites Verständnis, wie es im Leitfaden für Förderstellen «Förderung kultureller Teilhabe»¹² – herausgegeben vom Nationalen Kulturdialog – dargestellt ist:

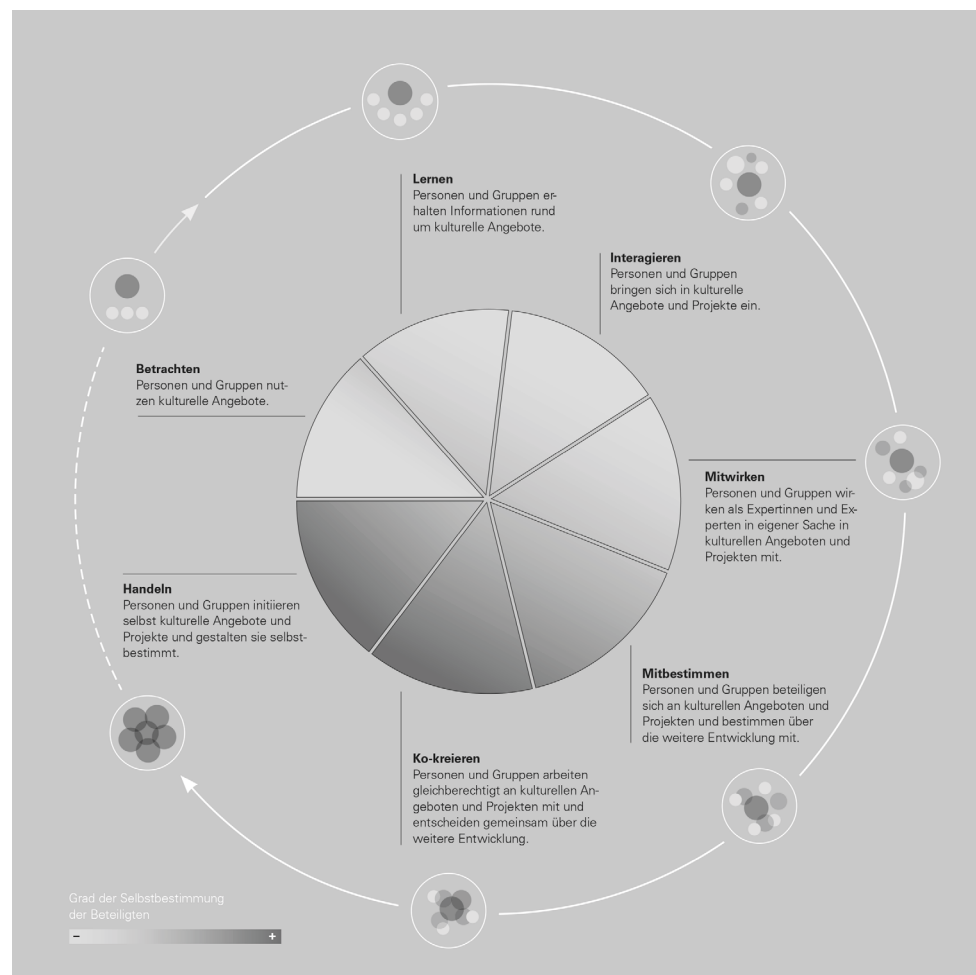


Abbildung 2: Spektrum der kulturellen Teilhabe

¹² Nationaler Kulturdialog 2021, 13

Klärung der Begrifflichkeiten

Aus der Abbildung 2 wird deutlich, dass sich das Spektrum der Kulturellen Teilhabe sowohl aus rezeptiven Elementen wie *Betrachten* oder *Lernen* als auch aus partizipativen Elementen wie *Interagieren*, *Mitwirken*, *Mitbestimmen*, *Ko-kreieren* und *Handeln* zusammensetzt. Die verschiedenen Ebenen sind nicht wertend, sondern ergänzen sich und tragen zum Wechselspiel und zur aktiven Auseinandersetzung mit ästhetischen Erfahrungen bei.

2.2.2 Kulturvermittlung und *Médiation Culturelle*

Die Studie zuhanden der Schweizerischen Konferenz der kantonalen Erziehungsdirektoren (EDK) und ihrer Fachkonferenz, der Konferenz der kantonalen Kulturbeauftragten (KBK), durchgeführt von Kulturvermittlung Schweiz und dem Institut der Erziehungswissenschaften der Universität Zürich, hat einen wichtigen Beitrag zur Kulturvermittlung an und für Schulen in der Deutschschweiz geleistet. Sie bringt Vermittlung wie folgt auf den Punkt:

Vermitteln bedeutet in einem sehr allgemeinen Sinn Verbindungen herstellen. Verbindungen zwischen Mensch und Welt, zwischen den Menschen untereinander und Verbindungen zu sich selbst. [...] «Gute» Kulturvermittlungsprojekte [...] stärken damit die Fähigkeiten und die Bereitschaft, sich und die anderen sowie die Welt anders, hoffentlich differenzierter als zuvor, wahrzunehmen, sich über sich selbst und die anderen und die Welt anders, hoffentlich differenzierter als zuvor, auszudrücken.¹³

Das Herstellen von Verbindungen ist jedoch keine «one way»-Angelegenheit. Es bedingt das Aufeinanderzugehen. Kommen Menschen miteinander in eben diesen Austausch, wie es bei der Kulturvermittlung üblich ist, so spielt das Zwischenmenschliche eine wesentliche Komponente. Der Kultur-

¹³ Park, Reichenbach u. Schmidt 2015, 7

Klärung der Begrifflichkeiten

vermittlung ist es ein Anliegen, dass eine gewisse Qualität in der Beziehung zwischen den Publika und den Werken erreicht wird, was die Übermittlung von kulturellen Inhalten begünstigt.¹⁴

Im frankophonen Raum steht der Begriff *Médiation Culturelle* für die Austauschbeziehung zwischen den Kunstschaffenden und ihrem Werk sowie der Institution und dem Publikum.¹⁵ Es geht somit in erster Linie um den Dialog auf Augenhöhe zwischen rezipierenden Personen und Kulturakteuren. Dies führt zu einer Gleichberechtigung aller Teilnehmenden, weg von Statusunterschieden und hin zur Stärkung des Zusammenhalts. Vermittlung oder *Médiation Culturelle* ist ein weiter Begriff für eine Vielzahl von Teilhabeformaten. Die Vermittlung kann, muss aber nicht zwingend in einem kulturellen Rahmen stattfinden.

2.2.3 Kulturelle oder Ästhetische Bildung

Akteure in Deutschland und Akteure aus dem Bildungsbereich sprechen hingegen eher von Kultureller oder Ästhetischer Bildung. Damit ist nicht die «Wissenschaft des Schönen» gemeint. Die Broschüre «Ästhetische Bildung und Kulturelle Teilhabe - von Anfang an!» unter dem Patronat der Schweizerischen UNESCO-Kommission, dem Netzwerk Kinderbetreuung, Migros Kulturprozent, der Hochschule der Künste Bern (HKB) und dem Bundesamt für Kultur versteht sich als Impulsgeberin zum transdisziplinären Dialog und der Kreativitätsförderung ab der frühen Kindheit. Sie fasst den Begriff Ästhetische Bildung wie folgt zusammen: «Der Begriff Ästhetik, entstammt aus dem Altgriechischen *aisthesis* und wird *mit sinnlichem Wahrnehmen, sinnlicher Erkenntnis* und *sinnlichem Empfinden* von Wirklichkeiten übersetzt. Ästhetische Bildung bezeichnet vor diesem Hintergrund die Ausbildung bzw. Förderung der sinnlichen Wahrnehmungsfähigkeit».¹⁶

¹⁴ Vgl. Moroni u. Bianco 2016, 8

¹⁵ Vgl. Institute for Art Education der Zürcher Hochschule der Künste, 17

¹⁶ Netzwerk Kinderbetreuung Schweiz u. Hochschule der Künste Bern 2017, 21

Klärung der Begrifflichkeiten

Die Bezeichnung der Kulturellen und Ästhetischen Bildung ist sehr breit gefasst und bezieht sich auf das gesamte Spektrum der Kultur- und Naturwissenschaften und wird deshalb für die Beantwortung der Fragestellung nicht weiterverfolgt.

2.2.4 Kulturelle Teilhabe bedingt Kulturvermittlung

Das Feld der Kulturellen Teilhabe und Kulturvermittlung wird in der Fachliteratur ausführlich diskutiert. Die Terminologie dieser und anderer Begriffe kann im Rahmen der vorliegenden Arbeit weder weiter umrissen noch abschliessend kontextualisiert werden.

Die Autorinnen sind sich einig: Mit Kulturvermittlung für alle lassen sich die Ziele zur Kulturellen Teilhabe, die der Bund in der Botschaft zur Förderung der Kultur (2021–2024) formuliert, umsetzen. Kulturvermittlung wiederum unterstützt den Erwerb des kulturellen Kapitals und bietet so bessere Zukunftsperspektiven für das Individuum. Insofern stellt die Kulturvermittlung auf Augenhöhe zur Erreichung der Kulturellen Teilhabe ein geeignetes Instrument dar.

Die folgende Grafik, siehe Abbildung 3, aus der Broschüre «Förderung Kultureller Teilhabe. Ein Leitfaden für Förderstellen»¹⁷, visualisiert die Komplexität der Förderung Kultureller Teilhabe, indem sie die Schnittstellen zu anderen Förderbereichen aufzeigt.

Es wird daraus ersichtlich, dass die Kulturvermittlung als Faktor zum Gelingen beiträgt. Mit anderen Worten, auch der Nationale Kulturdialog kam zur Erkenntnis: Kulturelle Teilhabe bedingt (somit) Kulturvermittlung - für alle.

¹⁷ Nationaler Kulturdialog 2021, 18

Konzeptionelle und theoretische Grundlagen

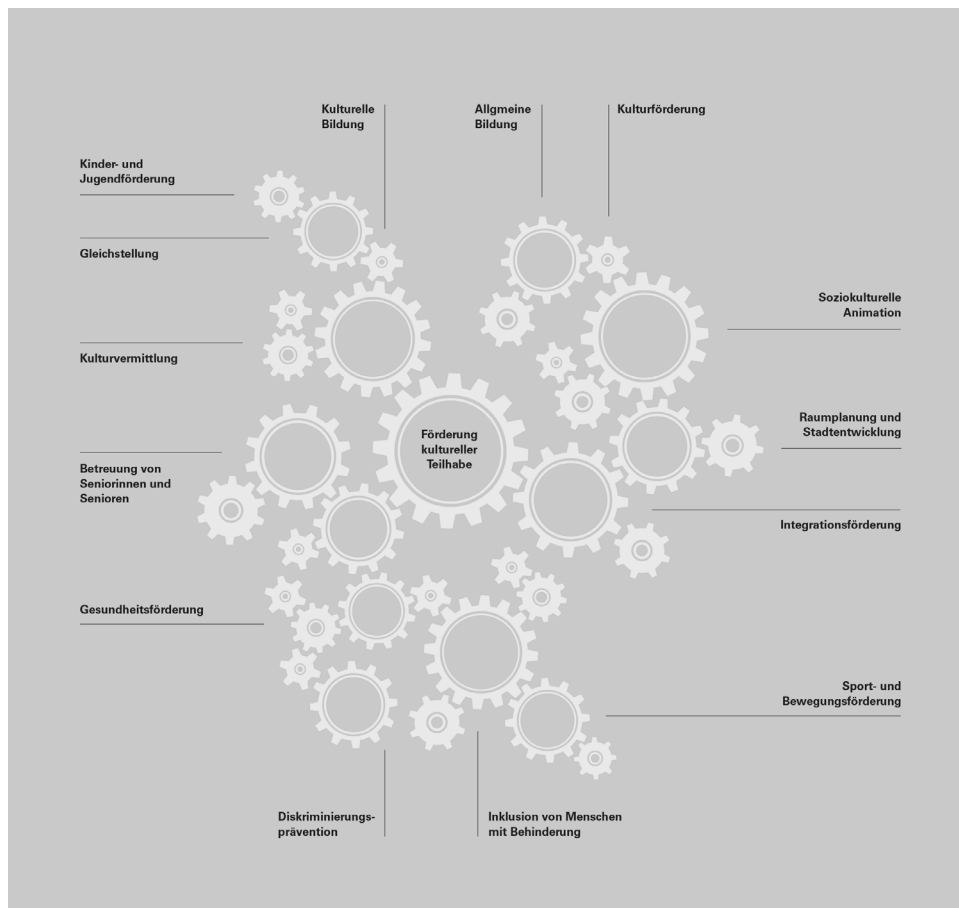


Abbildung 3: Schnittstellen der Kulturellen Teilhabe

2.3 Charakteristika der Kulturvermittlung

Die charakteristischen Merkmale der Kulturvermittlung sind die Gestaltung der Zwischenräume, das Wirken in einem interprofessionellen Rahmen sowie das sich Abstützen auf Netzwerke.

Das Arbeitsumfeld der Kulturvermittlung findet in einem komplexen Handlungsraum statt und verlangt personelle, zeitliche sowie finanzielle Ressourcen. Gleichzeitig sind sie der Schlüssel für eine erfolgreiche Vermittlungstätigkeit mit nachhaltiger Wirkung.

2.3.1 Kulturvermittlung gestaltet Zwischenräume

Eine Besonderheit der Vermittlung ist, dass sie sich immer wieder an die Gegebenheiten anpasst, mit unterschiedlichen Menschen zusammenarbeitet und dabei verschiedene Rollen einnehmen kann.

Indem die künstlerische Arbeit neu organisiert, gestaltet und mit anderen gesellschaftlichen Feldern verbunden wird, entstehen innovative Formen, die wiederum neue Räume eröffnen. Dabei wird von Zwischenräumen gesprochen. Das Erkennen der Zwischenräume in dem sich ständig verändernden Umfeld eröffnet neue Wirkungsfelder.

Visionär Zwischenräume füllen zu können, vermag bestehende Strukturen zu stärken sowie «künstlerische Prozesse vermehrt zu demokratisieren».¹⁸

¹⁸ Vgl. Föhl u. Wolfram 2020

Charakteristika der Kulturvermittlung

Räume und Strukturen sollten auf ihre Durchlässigkeit für verschiedene gesellschaftliche Gruppen geprüft und wo möglich verändert werden, damit sich die Teilhabe am kulturellen Leben verbreitern kann. Diese kulturelle Zwischenraumarbeit fördert Netzwerke, schafft neue Verbindungen und lässt schon vorhandene, aber noch unsichtbare Zwischenräume, sichtbar werden.

«Das Agieren in den Zwischenräumen, in neuen Konstellationen und mit neuen Kooperationsformen lässt separierte gesellschaftliche Bereiche näher aneinanderrücken und fördert das kulturelle Verständnis». ¹⁹ Im Vordergrund steht dabei das Fragen stellen und das ohne Druck Antworten finden. Zentral sind der Austausch und die Kommunikation sowie das Experimentieren.

Eine andere Form, um Zwischenräume zu generieren ist das Arbeiten der Kulturvermittler:innen an den Schnittstellen in diversen Kooperationen.

Wo diese verschiedenen Akteure mit [...] unterschiedlichen Interessen zusammentreffen, entstehen Zwischenräume. [...] Als Zwischenräume werden jene kooperativen Handlungsbereiche verstanden, welche noch keine klare Definition besitzen, da sie erst durch den Prozess der Kooperation zu neuartigen organisationalen und künstlerischen Positionen finden. [...] Eine wichtige Aufgabe ist dabei das Aufbrechen vorhandener Silos bzw. Blasen, um kollaborative Arbeit zu ermöglichen, die über den eigenen Tellerrand hinausgeht. ²⁰

¹⁹ Ebd.

²⁰ Ebd.

Charakteristika der Kulturvermittlung

2.3.2 Kulturvermittlung arbeitet interprofessionell

Kulturvermittlung findet in einem interprofessionellen Kontext statt. Verschiedene Personen mit ihren Professionen, ihrem Fachwissen und ihrer Methode tragen dazu bei, Kulturvermittlung zu ermöglichen. Nicht der einzelne Beruf (als Künstler:in, Kurator:in, Vermittler:in, Pädagog:in, Kulturmanager:in, etc.) besitzt die alleinige Fachkompetenz, um den komplexen Bereich der Kulturvermittlung abzudecken und alle Bedürfnisse der Zielgruppen zufriedenzustellen. Erst das optimale Zusammenspiel aller Beteiligten trägt zum Gelingen eines Vermittlungsformats bei. Deshalb sprechen wir bei Kulturvermittlung von einer Querschnittsaufgabe, für die eine interkulturelle Zusammenarbeit notwendig ist.

Selbst innerhalb einer Profession bestehen zahlreiche Unterschiede, wie beispielsweise andere Betrachtungsweisen, Konzepte, «Kulturen», die sich bei einer Zusammenarbeit gegenseitig befruchten. Treffen unterschiedliche Berufe aufeinander, braucht es Verständnis für das Gegenüber, um die Verzahnung der Aufgaben zu bewerkstelligen. Eine sorgfältige Organisation ermöglicht eine Zusammenarbeit über mehrere Berufsgruppen hinweg. Die Organisationsstruktur muss der Interprofessionalität Rechnung tragen. Aufgaben, Kompetenzen und Verantwortung zu klären trägt dazu bei, dass die Kompetenzen aller zum Tragen kommen. Flexibilität und das Bewusstsein der Beteiligten ist eine Voraussetzung für den sich ständig verändernden Kontext. Bei jeder interprofessionellen Zusammenarbeit ist die Kommunikation unter den Akteuren von Bedeutung. Gruppendynamische Energien spielen bei solchen interdisziplinären Teams eine besondere Rolle. Bei wenig konsensorientierten Gruppen können Machtansprüche zu Konflikten führen. Dabei spielen Statusunterschiede der beteiligten Gruppen oder unterschiedliche Stellungen eine Rolle. Wichtig ist eine Rollenklärung im Vorfeld. Die selbstkritische Reflexion und Auseinandersetzung sowie das Akzeptieren der Rahmenbedingungen und der persönlichen Grenzen der Beteiligten, helfen beim Gelingen der interprofessionellen Zusammenarbeit.²¹

²¹ Vgl. Ruffin 2017

Charakteristika der Kulturvermittlung

2.3.3 Kulturvermittlung vernetzt

Das Arbeitsfeld der Kulturvermittlung verlangt nach Vernetzung. «Wenn Netzwerke in der kulturellen Bildung gestaltet werden sollen, müssen die Verbindungen zwischen Knoten im Vordergrund stehen, weniger die Knoten selbst».²²

Netzwerkarbeit bedeutet Hürden zu überwinden. Diese können aus unterschiedlichen Ressourcen, Kompetenzen und Tempi der Akteure wie auch aus unterschiedlichen Interessen, Haltungen oder Arbeitsweisen bestehen.²³

Netzwerke können unterschiedliche Zwecke haben. Um Netzwerke zu gestalten, die gemeinsam wirkungsvolle Ergebnisse erzielen, braucht es ein spezifisches Vorgehen, das einem fünfstufigen Entwicklungsprozess entspricht und aus Begegnungsraum gestalten, Informationen systematisch austauschen, lernen organisieren, Kooperationen initiieren und Strategien abstimmen besteht.²⁴

Verbindungen herzustellen klingt einfacher als es im Endeffekt ist, da die Akteure bezüglich Professionalisierung, Finanzierungsgrundlage, Machtpositionen und Interessen heterogen sind. Diese unterschiedliche Ausgangslage der Akteure hat auf die Bereitschaft und die Möglichkeit zur Vernetzung Einfluss. Die Machtverhältnisse zwischen den Akteuren spielen bei der Vernetzung eine wichtige Rolle. Einzelne Akteure können aufgrund ihrer Geschichte, aktuellen Beziehungen sowie Finanzierungsgrundlagen eine Machtposition einnehmen und die Zusammenarbeit beeinflussen.²⁵

Für eine Zusammenarbeit ist es wichtig, möglichst alle Netzwerkpartner:innen von Anfang an einzubinden. Während des gemeinschaftlichen Arbeitsprozesses sollten die Beteiligten ihre autonomen Verhaltensweisen aufein-

²² Arbeitsstelle Kulturelle Bildung NRW 2020, 32

²³ Vgl. Socialdesign AG u. Ettlín 2018, 6 ff

²⁴ Vgl. Weiss 2020

²⁵ Vgl. Socialdesign AG u. Ettlín 2018, 4

ander abstimmen, damit situativ passende Vorgehensweisen in gemeinsame Strategien münden, die als Kulturvermittlungsinitiativen und -projekte überzeu- gen.

2.4 Potenzial der Kulturvermittlung für eine Gesellschaft im Wandel

Unsere Gesellschaft wird grösser, älter, vielfältiger und komplexer. Die sich schnell verändernde Welt, die sprunghaften technischen Entwicklungen mit grosser Wirkung auch auf unser Zusammenleben, bringt Unsicherheit. Um sich in einer solch schnelllebigen, volatilen Umgebung – der sogenannten VUCA-Welt (VUCA: Volatil, Uncertainty, Complexitiy, Ambiguity)²⁶ zurecht finden zu können, wird grosse Anpassungsfähigkeit, Resilienz und Kreativität aller Generationen gefordert.

Die Digitalisierung, die Corona in den letzten Jahren noch einmal beschleunigt hat, dynamisiert den Wandel unserer Gesellschaft. Diese Entwicklung wirkt sich auf die Art und Weise aus, wie wir lernen oder Kultur erleben wollen. Ohne dass das Wissen ständig erneuert und geteilt wird, vermögen die Organisationen mit dem digitalen Transformationsprozess nicht mehr Schritt zu halten. Die Unternehmen müssen auf diese Veränderungen reagieren können, indem sie agil und auf dem neuesten Stand der Entwicklungen sind. Dafür sind kreative Mitarbeitende mit innovativen Ideen und praktischen Lösungsansätzen gesucht, die stetig gefordert werden wollen. Routinearbeiten werden schon heute vermehrt durch Maschinen und Roboter ersetzt.

²⁶ Vgl. Bennett u. Lemonie 2014

Potenzial der Kulturvermittlung für eine Gesellschaft im Wandel

Menschen mit hoher Lernfähigkeit und grossem kreativen Potenzial können die Ansprüche an hohe Problemlösungskompetenz und kreatives Denken erfüllen.

Vor diesem Hintergrund betrachtet fördert die Kulturelle Teilhabe genau diese Fähigkeiten: Kreativität als Schlüsselkompetenz, Lebenslanges Lernen und eine Kulturvermittlung für alle, welche die Zielgruppen als Chance erkennt, helfen dabei, den einzelnen Menschen für Kultur zu begeistern.

2.4.1 Kreativität als Schlüsselkompetenz

«Kreativität als Schlüsselkompetenz für die Welt von morgen»²⁷ ist die Fähigkeit, die Menschen von Maschinen unterscheidet. Sie ist die schöpferische Kraft, die immer wieder Neues hervorzubringen vermag oder es ermöglicht, Lösungen zu komplexen Problemen zu finden. Die Dinge in einem anderen Zusammenhang wahrnehmen zu können, neue Verbindungen herzustellen und neue Wege gehen zu können, sind hilfreich, um Lösungen für komplexe Probleme im Alltag eines Individuums oder der Gesellschaft zu finden. Dieses Potenzial von Kreativität hat auch die Wirtschaft erkannt und investiert grosse Summen in Co-Creation, um mit den laufenden Transformationsprozessen erfolgreich mithalten können. Braun, Boll und Krause führen in ihrem «Handbuch Kreativitätsförderung» aus, dass der Unternehmergeist als Kombination des Entdeckens und Behebens von Problemen beschrieben wird. Zudem heben sie hervor, dass Kinder eine hohe Problemlösekompetenz und kreatives Denken für die Zukunft brauchen. Weiter konstatieren sie: «Die kritischste Determinante des Erfolgs sind übrigens nicht Talent oder Fähigkeit, sondern wieviel Durchsetzungsvermögen, Entschlusskraft und Widerstandskraft jemand hat. Resilienz ist mehr als ein Schlagwort unserer Zeit – und Kreativität ist ein Faktor eben dieser Resilienz».²⁸

²⁷ Braun, Boll u. Krause 2019, 7

²⁸ Ebd, 8

Potenzial der Kulturvermittlung für eine Gesellschaft im Wandel

Wird vom künstlerischen Schaffen und der Kulturvermittlung gesprochen, schwingt Kreativität immer mit. Denn künstlerische Ausdrucksformen und Kunstformen regen zum Reflektieren sowie Experimentieren an und können Impulsgeber für neues kreatives Schaffen sein.

Obwohl allen der Begriff «kreativ sein» geläufig ist, lohnt es sich, die theoretischen Grundlagen zu beleuchten, um ein differenzierteres Verständnis dieses Begriffes zu erlangen.

Die Kreativitätsforschung hat festgestellt, dass schon das Kleinkind kreativ ist. Sein Tun ist vergleichbar mit dem kreativ-künstlerischen Prozess und der Co-Creation. Durch eine verschulte Bildung und formalistische Erziehung kann der Mensch seine kreative Fähigkeit im Verlaufe des Erwachsenwerdens verlieren. Auch Erwachsene benötigen für eine befriedigende Lebensführung kreatives Potenzial, auf welches sie in der sich wandelnden Welt zurückgreifen können. Eine Reaktivierung oder das Wiedererlernen diverser Kreativitätstechniken sind möglich. Dabei können auch die Kultur und die Kulturvermittlung eine unterstützende Rolle spielen.

Für ein besseres Verständnis des Kreativitätsprozesses wurden unterdessen etliche Modelle entwickelt. Diese Techniken zu verstehen, ermöglicht ein bewusstes Anwenden. Denn nicht nur in der Kunst und in der Vermittlungsarbeit sind kreative Lernprozesse möglich.

Für einen erfolgreichen Kreativprozess sind ein wertschätzendes und positives Umfeld sowie Zeit erforderlich. Kreativität ist die Grundlage für gelungene Vermittlungsarbeit. Die unterschiedlichen Prozesse von Kreativität ermöglichen eine variantenreiche Auseinandersetzung mit einem Thema. Kultur bietet ein ideales, praktisches und kreatives Lernumfeld und erweitert die Kreativefähigkeit.

2.4.2 Lebenslanges Lernen

Die Motivation in einen Lernprozess einzutreten ist sehr unterschiedlich. Generell haben Menschen ein intrinsisches Bedürfnis ihre Persönlichkeit zu entwickeln. Die Publikation «Lifelong learnings in Museums» von Kirsten Gibbs und Margherita Sani, welche vom Deutschen Museumsbund und der Universität Hildesheim auf Deutsch herausgegeben wurde, hat sich mit neuartigen Lernmethoden der Vermittlungsarbeit in Museen befasst. Sie beleuchten Lerntheorien sowie Methoden und berücksichtigen dabei integrative und interkulturelle Ansätze.

Die Publikation zeigt die komplexen Zusammenhänge des Lebenslangen Lernens folgendermassen auf:

Lernen beruht auf Eigeninitiative und dem Sammeln von Erfahrung. Menschen lernen, wenn sie der Welt Sinn verleihen wollen. Lernen kann aus der Erweiterung der Fähigkeiten, des Wissens, des Verständnisses, der Werte und Normen, der Gefühle, der Einstellung und der Reflexionsfähigkeit bestehen. Effektives Lernen löst Veränderung, Entwicklung und den Wunsch danach aus weiterzulernen.²⁹

Die Voraussetzungen für ein erfolgsversprechendes Lernen sind einerseits eine respektvolle Umgebung ohne belehrt oder von oben herab behandelt zu werden und andererseits die Möglichkeit, sich mit seinem Vorwissen, den eigenen Erfahrungen und seinen Meinungen einbringen zu können. Für den Lernerfolg sind neben den interessanten Lernzielen das Auslösen von Gefühlsregungen wie Neugier, Überraschung und Freude unerlässlich.

Gerade kulturelle Institutionen und Veranstaltungen bieten dafür einen idealen Rahmen. Denn die an der Kultur Teilhabenden erlangen nach einem Kulturbesuch neues Wissen, Verständnis und Inspiration.³⁰ Lernen ist ein

²⁹ Gibbs, Sani et al. 2010, 9ff.

³⁰ Ebd.

Potenzial der Kulturvermittlung für eine Gesellschaft im Wandel

Prozess, der idealerweise zwanglos und freiwillig ist und einen das ganze Leben begleitet. Lernen kann an jedem Ort stattfinden und eine kulturelle Einbettung kann dabei eine nicht zu unterschätzende Rolle spielen.

Menschen lernen in drei verschiedenen Zusammenhängen:³¹

- **Formales Lernen:** Findet in Bildungsinstitutionen statt. Die Materie wird von Lehrenden angeleitet. Formales Lernen hat meistens auf einen Abschluss mit Diplom zum Ziel. Erfolgreiche Erfahrungen in der formalen Bildung kann den Anstoss zum lebenslangen Lernen auslösen.
- **Non-Formales Lernen:** Entspricht strukturiertem Lernen durch organisierte Kurse mit Lernprogrammen und einer definierten Lehr-Lern-Beziehung ohne anerkannten Abschluss.
- **Informelles Lernen:** Damit ist Lernen im Alltag ohne organisierte Struktur gemeint. Es ist nicht von vornherein beabsichtigt und findet vor allem über den Austausch statt.

Hier stellt sich nun die Frage, welche Formen des Lernens – ausserhalb des regulären Bildungskontextes – als Kulturvermittlungsangebote geeignet sind:

Formales Lernen folgt einem Curriculum und wird bereits von den Bildungsinstitutionen abgedeckt. Non-formale Vermittlungsangebote wie beispielsweise ein Hip-Hop-Tanzkurs an einer Tanzschule oder wöchentlicher Musikunterricht stellen eine wichtige Form des kulturellen Bildungsangebotes dar. Sie stehen für die gesuchte Vermittlung nicht im Zentrum des Interesses. Hingegen werden vielfältige informelle Lernangebote von Kunstschaffenden und Institutionen weiterverfolgt, die sich in Zwischenräumen bewegen.

³¹ Vgl. Fuchs 2008, 122

Potenzial der Kulturvermittlung für eine Gesellschaft im Wandel

Die Beantwortung der Fragestellung grenzt sich vom bereits vorhandenen kulturellen non-formalen Bildungsangebot ab. Die Recherche berücksichtigt Gelingensfaktoren für Kulturvermittlungsangebote im Bereich des informellen Lernens, die das formale Bildungsangebot ergänzen und für alle Menschen mit oder ohne Vorbildung zugänglich sind.

2.4.3 Kulturvermittlung für alle – Zielgruppen als Chance

Angebote von Kulturvermittlung wahrzunehmen, soll gemäss der Kulturbotschaft für alle möglich sein. Aus der Sicht von Kulturorganisationen und -vereinen Zielgruppen zu definieren hilft, einflussreiche kulturelle Konzepte zu entwickeln, um neue Publika zu erreichen. Beim Konzipieren solcher Vermittlungsformate sollte der Einstellung zum Lernen der jeweiligen Zielgruppe Rechnung getragen werden.³² Diese wird stark von der Familie, der kulturellen wie sozialen Herkunft, dem Geschlecht, dem Bildungsweg und den sozialen Netzwerken beeinflusst. Deshalb ist bei der Interaktion mit Zielgruppen Einfühlungsvermögen wichtig.

Die von früher geprägte Idee, dass Vermittlung die Künste der Hochkultur an sogenannt bildungs- respektive kulturferne Schichten zum Ziel hat, wird heute hinterfragt. Diese Sichtweise ist problematisch, da es die Ungleichheiten der Zielgruppen zementiert und dadurch einen Austausch auf Augenhöhe verunmöglicht.³³ Gleichzeitig ist zum Beispiel das Pauschalisieren von Menschen mit Migrationshintergrund nicht korrekt. Denn bei den Einwanderungsgesellschaften herrscht eine Pluralität von ethnisch und national unterschiedlichen Identitäten, denen Rechnung getragen werden muss.

Ebenso problematisch ist es, wenn gutverdienende Expats nicht in das Kulturgeschehen einbezogen werden, weil sie nicht zur Zielgruppe «Bildungsferne mit Migrationshintergrund» gehören. Bei dieser Form der Klassifizierung handelt es sich um eine soziale, rechtliche und politische Ungleichbehandlung.³⁴

³² Vgl. Institute for Art Education der Zürcher Hochschule der Künste, 55 ff.

³³ Vgl. Ebd.

³⁴ Vgl. Ebd.

Potenzial der Kulturvermittlung für eine Gesellschaft im Wandel

Für eine gelebte Inklusion im Vermittlungsbereich ist schon von Anfang an eine mögliche Ungleichbehandlung zu vermeiden. Deshalb sollten bei unterrepräsentierten Gruppen unbedingt integrative und interkulturelle Kulturschaffende oder -vermittelnde zum Zuge kommen. Denn diese ermöglichen mit innovativen Formaten, dass sich Menschen mit Migrationshintergrund oder Personen mit Beeinträchtigungen einbringen und als Teilnehmer:innen dank ihres Expert:innen-Wissens Projekte aktiv mitentwickeln.

Nutzen Kulturinstitutionen die Kulturvermittlung, um mit dem lokalen Umfeld in einen aktiven Austausch zu treten, nehmen sie mit ungewöhnlichen, gemeinsamen, künstlerischen Aktionen die Anliegen der Bevölkerung auf. Eine solche Vermittlungszusammenarbeit erzeugt Aufmerksamkeit und Wirkung im lokalen Umfeld. Damit gelingt es, neue und nachhaltige Partnerschaften aufzubauen und neues Publikum zu gewinnen.

Vermittlungsprogramme, die Zwischenräume kreativ auszuformulieren vermögen und mit einem innovativen neuen Angebot Brücken zur Bevölkerung schlagen, fokussieren – wie die Abbildung 4 aufzeigt – adressatengerecht Zielgruppen.

Potenzial der
Kulturvermittlung
für eine
Gesellschaft
im Wandel

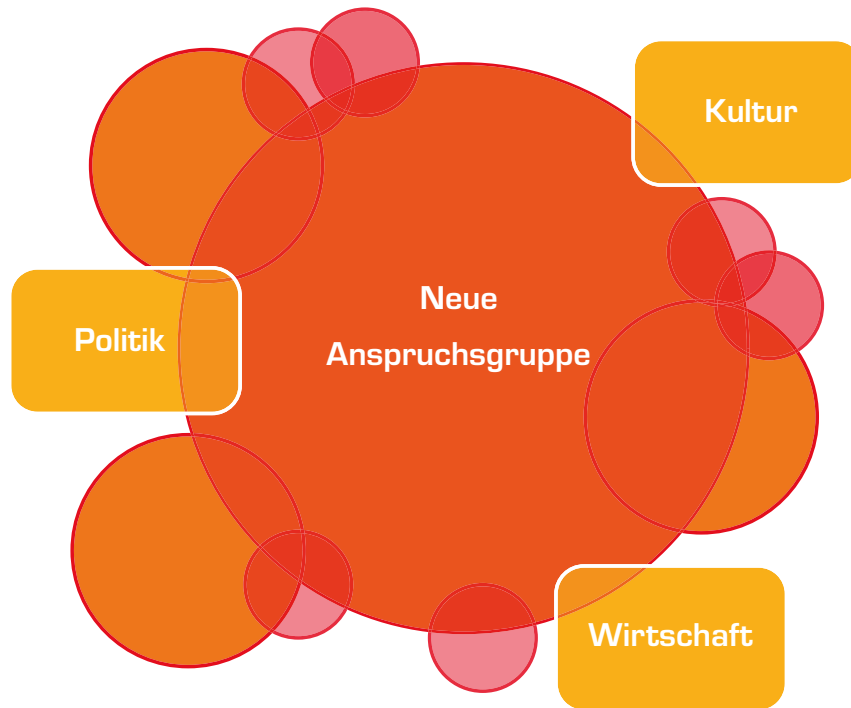


Abbildung 4: Innovative Kulturvermittlungsangebote in Zwischenräumen für neue Zielgruppen (eigene Grafik)

2.5 Schlussfolgerung aus dem Fachdiskurs

Kulturelle Teilhabe im Sinne des lebenslangen Lernens sollte – wie im Kapitel 2.4.2 beschrieben – überall stattfinden: in der Kita, der Familie, der Schule, der Peergroup, der Freizeit, soziokulturellen Einrichtungen, der Ausbildung, Institutionen und auch in Altersheimen.

Vermittlungsarbeit ist kreativitätsfördernd, interprofessionell verbindend und vernetzt Menschen aus allen Generationen sowie unterschiedlicher sozialer Herkunft. Ausserdem unterstützt die Kulturvermittlung das «out-of-the-box»-Denken. Kreativität und die intrinsische Motivation lebenslang zu Lernen ist für die heutige Gesellschaft im Wandel von Bedeutung. Darum ist es nicht erstaunlich, dass der Bund mit der Kulturbotschaft – namentlich mit der Handlungsachse der Kulturellen Teilhabe – und die meisten Kantone mit ihren Kulturvermittlungsfachstellen, dies erkannt haben und Vermittlungsarbeit mit grossen finanziellen Beiträgen über unterschiedliche Programme fördern.

3

Gelingensfaktoren bilden Themenfelder

Das vorliegende Kapitel rückt nach der theoretischen Betrachtung die Praxis in den Mittelpunkt und untersucht, welche Faktoren zum Gelingen der Kulturvermittlung beitragen. Ziel ist es, diesbezüglich eine generelle Aussage zu machen, welche sich auf andere Kulturvermittlungsorganisationen gewinnbringend anwenden lässt.

Dafür wurden im Vorfeld mit acht Fachpersonen aus sieben unterschiedlichen Institutionen qualitative Interviews geführt. Für die Interviews lag der Fokus ursprünglich auf den organisationalen Elementen, die aus Sicht einer Vermittlungsorganisation, auch Fachstelle genannt, zum Gelingen beitragen und deshalb im Weiteren als Gelingensfaktoren bezeichnet werden.

Bei der Auswahl der Interview-Partner:innen waren den Autorinnen verschiedene Sichtweisen wichtig. So war einerseits der Blickwinkel auf die internationale Forschung sowie auf die nationale und kantonale Förderung interessant. Andererseits wurden regionale, digitale Vermittlungsplattformen sowie eine Ausbildungsstätte von Lehrpersonen analysiert, welche in ihren Funktionen Schlüsselrollen für eine umfassende kulturelle Bildung an Schulen einnehmen. Von den acht Interviews wurden – aufgrund der ursprünglichen Fragestellung – drei Personen ausgewählt, welche sich mit der Thematik Vermittlung und deren Entwicklungspotenzial in der Region Zug auskennen.

Ziel war es durch die acht Personen herauszufinden, welche Faktoren sich in der Praxis bewähren.

Gelingensfaktoren bilden Themenfelder

Vorgängig wurde für jedes Interview ein Leitfaden verfasst, den die einzelnen Personen zur Vorbereitung erhielten. Im Zentrum der Interviews standen unter anderem folgende Fragen:

- Welche Elemente [=Faktoren] tragen zum Gelingen Kultureller Teilhabe / Kulturvermittlung bei?
- Welche Strukturen begünstigen Kulturvermittlung?
- Welche Akteure müssen zwingend einbezogen werden?
- Wo gibt es tendenziell Hürden?
- Welcher Kanton / welche Stadt hat für Sie eine gut funktionierende Struktur / Gesamtkonzept / Organisationsmodell für Kulturvermittlung? Warum?
- Wo sehen Sie Erfolgskriterien für ein funktionierendes Konzept kultureller Bildung in einer Stadt?

3.1 Sechs Themenfelder aus den Interviews

Die Antworten aller Interview-Partner:innen wurden nach Abschluss der Interviews zusammengetragen und in mehreren Schritten thematisch gebündelt. Am Ende blieben sechs allgemeingültige Themenfelder übrig, welche die Interview-Aussagen sortiert nach Themenfeldern zusammenfassen.

Massgeblich für die Themenfelder waren die Faktoren, welche zum Gelingen Kultureller Teilhabe beitragen. Diese sind durch die Interview-Erkenntnisse des empirischen Fachwissens der Expert:innen entstanden. Dabei mag die Terminologie im deutschsprachigen Raum variieren. In den Themenfeldern wurden Fachbegriffe aus der Schweiz verwendet.

Die herausgeschälten Gelingensbedingungen wurden in den jeweiligen Unterkapiteln fett und farbig markiert.

3.1.1 Themenfeld 1: Politisch gewollt

Wichtigstes Hauptanliegen aller Interview-Partner:innen ist der **politische Wille**. Es braucht einen politischen Beschluss mit Auftrag an die Verwaltung im Rahmen eines Gesamtkulturförderkonzeptes, welches die Kulturvermittlung stärkt. Mangelndes politisches Verständnis wird gleichzeitig als die grösste Hürde bezeichnet. Hilfreich für die Handhabung ist die Implementierung von Kultureller Teilhabe und Kulturvermittlung im **Kulturgesetz**.

Sechs Themenfelder aus den Interviews

Wo die Vermittlung angesiedelt wird, bestimmt den Stellenwert derselben. Aus kulturpolitischer Sicht ist es ein starkes Statement, wenn eine Fachstelle als Teil der Verwaltung geführt wird. Zu beachten ist, dass Kultur und Bildung sehr stark miteinander verwoben sind. Die Vernetzung dieser beiden Partner ist deshalb besonders wichtig. Da dies ein langfristiger Prozess ist, braucht es eine **übergeordnete Strategieguppe**, die entscheidungsfähig ist.

Politisch gewollt bedeutet auch, dass sich Schulleitungen – als Entscheidungstragende in den Schulen – schulpolitisch dafür einsetzen, dass einerseits die Funktion von sogenannten **Kulturverantwortlichen an Schulen** geschaffen wird und andererseits Lehrpersonen in ihrem Team Vermittlungsangebote wahrnehmen und besuchen.

3.1.2 Themenfeld 2: Professionell agieren

Von den **Kulturschaffenden** wird ein hohes Mass an Professionalität in verschiedenen Bereichen gefordert. Zum einen ist eine **künstlerisch-kreative Kompetenz** bezüglich Handwerks, Ästhetik, Innovation und Inhalts gefragt. Zudem brauchen Kulturschaffende **organisationale und pädagogische Vermittlungskompetenzen**. Andererseits schaffen die Schulen die räumlichen, zeitlichen, finanziellen und personellen Rahmenbedingungen, damit das professionelle künstlerische Handeln und Vermitteln möglich sind.

In einem interprofessionellen Kontext ist professionelles Handeln bei den unterschiedlichen Anspruchsgruppen des Netzwerkes umso mehr gefragt. Eine professionelle **Organisationsstruktur** sowie **fachkundiges Auftreten** schaffen Vertrauen zwischen den Netzwerkpartnern. Die dafür nötigen Rahmenbedingungen müssen von der Vermittlungsorganisation und den Institutionen geschaffen werden.

Sechs Themenfelder aus den Interviews

Es braucht gemäss der Interview-Partner:innen eine **professionell** geführte und personell ausreichend dotierte **Fachstelle**. Diese vereint Know-how im Bereich der **Kulturvermittlung**, dem **(Kultur-)Management** sowie **bildungs-politischen** Themen. Dies gewährleistet einerseits Qualitätssicherung und andererseits das fachliche Hintergrundwissen, um die Übersetzungsarbeit zwischen den einzelnen Anspruchsgruppen zu leisten. Da es sich um einen interprofessionellen Kontext handelt, sprechen Menschen aus Politik, Bildung und Kultur – im übertragenen Sinn – unterschiedliche «Sprachen».

Eine professionell geführte Fachstelle ermöglicht dank Kulturvermittlung eine Kulturelle Teilhabe für alle. Sie dokumentiert die Kulturvermittlungsprojekte in geeigneter Form und macht sie somit für die Öffentlichkeit sichtbar. Damit schafft sie Stabilität und ermöglicht eine langfristige Planung für alle Anspruchsgruppen. In Zusammenarbeit von Fachstelle und Institution wird gemeinsam mit der Leitung und der/dem Vermittler:in der Institution eine Gesamtstrategie für Vermittlung ausgearbeitet.

Optimal ist es, wenn in den **Institutionen** ein:e **Kulturvermittler:in Mitglied der Geschäftsleitung** ist. Kulturvermittelnde sollen strategisch mitprägen können, denn Vermittlung ist eine Querschnittsaufgabe, die in alle Bereiche der Institution vordringt.

Um den Qualitätsansprüchen gerecht zu werden, braucht es eine Kulturvermittlungsstelle mit einem entsprechenden Arbeitspensum. Dies ermöglicht **Vernetzung und Kooperationen** mit unterschiedlichen Anspruchsgruppen. (vgl. Themenfeld 3)

Die **Vermittlungsstrategie** ist ein **Teil der Gesamtstrategie**. Deshalb ist die Mitarbeit von Kulturvermittelnden unerlässlich. Sie sind in der Lage, immer wieder neue Zielgruppen zu generieren und an die Institution zu binden. Im Bereich der **Publikumsgewinnung** (Audience Development) ist dies für die Institution eine Chance.

3.1.3 Themenfeld 3: Zielorientiert handeln

Grundsätzlich haben alle Interview-Partner:innen bestätigt: Ein zielorientiertes Arbeiten für die Vermittlungsorganisation ist dann möglich, wenn die äusseren **Rahmenbedingungen** geklärt sind. Im Endeffekt bedeutet dies ein klarer Auftrag, mit ausreichend **finanziellen** und **personellen Ressourcen**, um Kulturelle Teilhabe im Sinne des lebenslangen Lernens zu ermöglichen. Die Fachstelle definiert **Förderkriterien** für verschiedene Zielgruppen und stellt ein geeignetes und innovatives **Programm** zusammen. Sie holt die **Bedürfnisse** der Zielgruppen in geeigneter Form ab und tritt dafür in den Dialog mit unterschiedlichen Zielgruppen. Auf diese Weise ergänzt sie das bestehende Angebot. Die Vermittlungsangebote sind **kuratiert**, was langfristig zu einem **Qualitätslabel** führt.

Um Kulturvermittlungsangebote zielorientiert auszuschreiben und durchzuführen braucht es **kreative Kulturschaffende aller Sparten**.

Hilfreich für die Vermittlungsorganisation ist eine wie im Kapitel 2 formulierte Haltung, wofür «Kulturvermittlung» steht.

Wie im Kapitel 2.4.2 beschrieben, sind informelle Vermittlungsangebote von Interesse. Diese können gemäss der Studie «Kulturvermittlung an und für Schulen: Qualitätskriterien und Empfehlungen» **verschiedenen Projektformen** zugeordnet werden:³⁵

- Rein rezeptive, geleitete Besuche von Darbietungen oder Institutionen
- Kulturvermittlungsangebote mit Erlebnischarakter von eher kurzer Dauer
- Produktiv-reflexive und intensive, längerfristige sowie prozessoffene Kulturvermittlungsprojekte

³⁵ Vgl. Park, Reichenbach u. Schmidt 2015, 20

Gelingensfaktoren bilden Themenfelder

Sechs Themenfelder aus den Interviews

3.1.4 Themenfeld 4: Vernetzen und Kommunizieren

Ein besonderer Fokus wurde von allen Interview-Partner:innen auf das Themenfeld «Vernetzen und Kommunizieren» gelegt, ohne das die Arbeit einer Vermittlungsorganisation nicht möglich ist.

Vernetzen

Die Vernetzung der Fachstelle mit den einzelnen Anspruchsgruppen ist unabdingbar. Für die Pflege des Netzwerkes braucht es genügend finanzielle und personelle Ressourcen. Es bieten sich folgende Netzwerkpartner an:

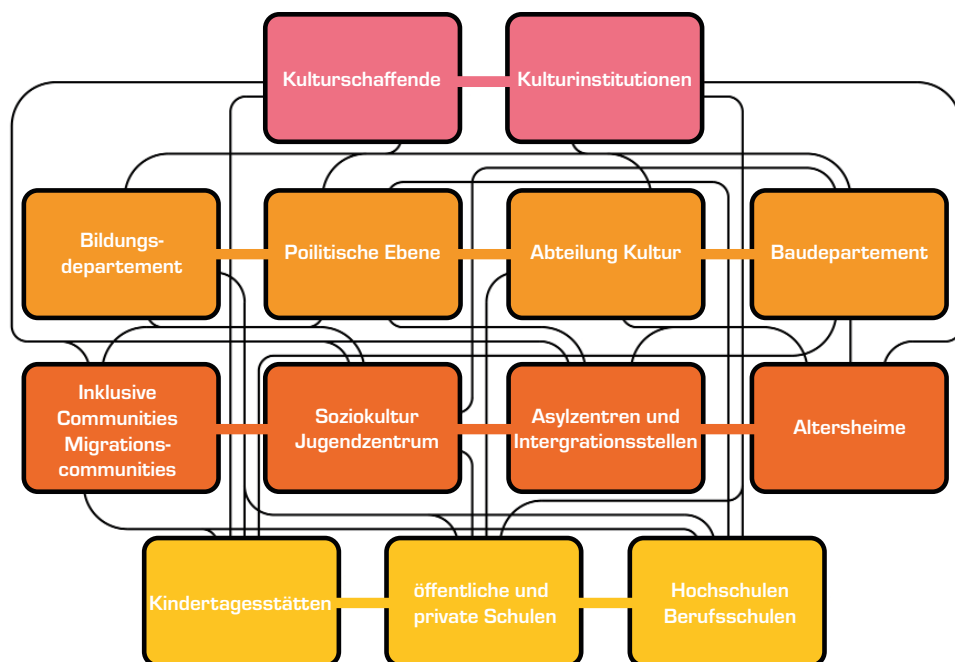


Abbildung 5: Netzwerkpartnerschaften (eigene Grafik)

Sechs Themenfelder aus den Interviews

Im Endeffekt läuft die Netzwerk­­tätigkeit über verlässliche **Netzwerkpartnerschaften** (siehe Abbildung 5). Dank des Netzwerks können geeignete Kultur­­vermittler:innen gefunden werden, die kreative Vermittlungsangebote für verschiedene Zielgruppen lancieren und diese zielgruppengerecht durchführen.

Einerseits sind regelmässige **Netzwerkveranstaltungen** eine Plattform für die Vernetzung der Anspruchsgruppen. Sie bieten die Möglichkeit voneinander zu **lernen**, gemeinsam über bestimmte Punkte zu diskutieren und die Chance der **Weiterentwicklung** für alle Beteiligten. Andererseits hat die Vernetzung das Ziel, eine treue **Stammkundschaft** aufzubauen, die die ausgeschriebenen Vermittlungsangebote wahrnimmt. Best-Practice Angebote zu kommunizieren, vermittelt Lust, selbst ein Wagnisprojekt zu realisieren und hilft, **Noch-Nicht-Kunden** zu gewinnen.

Kommunizieren

Gelungene Vernetzung bedingt sowohl eine gute interne wie externe Kommunikation, um die Zielgruppen mit den verschiedenen **Kommunikationskanälen** tatsächlich zu erreichen. Eine digitale Plattform, die sich schnell bewirtschaften lässt, ist dabei Kommunikationsmedium Nummer eins.

Als Fachstelle ist es zudem wichtig, sich **Zeit** zu nehmen, in den **Dialog** zu treten, **zuzuhören** sowie die Anspruchsgruppen in ihren **Bedürfnissen** und **Feedbacks** ernst zu nehmen.

Als zielführend hinsichtlich der Kommunikation im Schulumfeld nannten die Interview-Partner:innen mehrfach die Rolle von **Kulturverantwortlichen an Schulen**, welche die Vermittlungsangebote im Rahmen des Berufsauftrages direkt in die Schule einspeisen. Kulturvermittlung sollte heute über den «traditionellen» Besuch im Museum hinausgehen, an den Lehrplan 21 angebunden sein und die Schülerinnen und Schüler:innen aktivieren und animieren.

Sechs Themenfelder aus den Interviews

Kulturverantwortlichen ist bewusst, dass Kulturschaffende und Lehrpersonen **unterschiedlich kommunizieren** oder verschiedene Vorgehensweisen bevorzugen. Hier können sie **Übersetzungsarbeit** leisten und vorgängig Goodwill bei beteiligten Lehrpersonen schaffen, da das prozesshafte Arbeiten von Kulturschaffenden eine Lehrperson überfordern kann. Mehrere Student:innen der PH Zug gingen in schriftlichen Arbeiten der Frage nach einer Kulturverantwortlichen an Schulen auf den Grund. Sie kamen zum Ergebnis: Wie dies die Nachbarkantone Aargau und Luzern schon seit längerem kennen, ist das Etablieren von Kulturverantwortlichen an Schulen notwendig, damit die Kulturvermittlung stärker Eingang in den Schulalltag findet.

3.1.5 Themenfeld 5: Zielgruppenspezifisch vermitteln

Zentral sind **Kulturvermittlungsangebote**, die für die jeweilige Zielgruppe zugeschnitten sind. Dies fängt bei der **Auswahl der Angebote** durch die Fachstelle an, setzt sich mit einer **zielgruppengerechten Ausschreibung** beziehungsweise Durchführung des Vermittlungsformates fort und endet mit einer Evaluation.

Es braucht **verlässliche Strukturen** und ein kontinuierlich zur Verfügung stehendes Basisangebot mit einer breiten Auswahl, das sich **aus verschiedenen Sparten** zusammensetzt. Gefragt ist ein Mix aus «Klassikern» und «Ermunterung zum Experiment» – vom zweistündigen Besuch einer Institution bis hin zum mehrwöchigen Angebot.

Die Fachstelle orientiert sich bei der **Programmation** an den Interessen der Zielgruppen. Ideal ist es, wenn die Zielgruppen befragt und bei der Planung direkt miteinbezogen werden (z.B. Jugendparlament). Die Fachstelle **visioniert** alle Angebote, sichert damit die Qualität und erarbeitet sich längerfristig ein Qualitätslabel.

Sechs Themenfelder aus den Interviews

Für die Umsetzung braucht es kreative Kulturschaffende, Vermittelnde und Institutionen aller Sparten mit hohen künstlerischen Qualitäten, die mit ihrem pädagogischen Flair unterschiedliche Zielgruppen im Blickfeld haben und in der Lage sind, Kulturvermittlungsangebote zielgruppenspezifisch auszuschreiben und durchzuführen.

Für die Zielgruppe **Schule** gelten besondere Bedingungen. Ohne eine konkrete Anbindung an den Lehrplan lassen sich Kulturvermittlungsprojekte im Schulkontext nicht legitimieren, vor allem nicht über einen längeren Zeitraum. Vermittlungsangebote, die **an den Lehrplan 21 angebunden** sind, haben deshalb eine grössere Chance, von Lehrpersonen wahrgenommen und «gebucht» zu werden. Von den Interview-Partner:innen wurde konstatiert, dass der Lehrplan 21 sowohl die grösste Chance als auch die grösste Hürde bezüglich Kulturvermittlung im schulischen Kontext darstellt. Auch wenn im Lehrplan unter den Bildungszielen im Abschnitt «Schule als Gestaltungs-, Lehr- und Lebensraum» Musse ein wichtiger Wert darstellen mag, so kommt er im gesamten Lehrplan nur ein einziges Mal vor.

Im Endeffekt ist der Lehrplan 21 der «bildungspolitische legitimierte Auftrag der Gesellschaft an die Volksschule. Er legt die Ziele für den Unterricht aller Stufen der Volksschule fest und ist ein Planungsinstrument für Lehrpersonen, Schulen und Bildungsbehörden. Er orientiert Eltern und Erziehungsberechtigte, Schülerinnen und Schüler, die Abnehmer der Sekundarstufe II, die Pädagogischen Hochschulen und die Lehrmittelschaffenden über die in der Volksschule zu erreichenden Kompetenzen».³⁶

Gelingensbedingung für eine Kulturvermittlung an Schulen ist, dass sich die Kulturschaffenden mit dem Lehrplan 21 auskennen und die Kompetenzen des Lehrplans 21 in ihrer Ausschreibung kommunizieren.

³⁶ Direktion für Bildung und Kultur 2018

3.1.6 Themenfeld 6: Nachhaltig wirken

Kulturvermittlung für alle soll zur **Selbstverständlichkeit** werden. Im Sinne des lebenslangen Lernens erfährt jedes Kind bereits in frühen Lebensjahren, dass kulturelle Aktivitäten und Kulturbesuche zum Leben gehören. Weil die Interview-Partner:innen Kulturvermittlung für ein junges Publikum vor allem im schulischen Kontext verorten, bezogen sich alle Antworten auf diese Zielgruppe. Im Sinne des lebenslangen Lernens macht es Sinn, diese für alle Zielgruppen weiter zu denken. Deshalb sollte die Kulturvermittlung schon für die Kleinsten in Kitas und an öffentlichen sowie privaten Schulen **Teil des Curriculums** aller Klassen sein.

Ein Faktor für nachhaltiges Wirken ist **das Implementieren von Kulturverantwortlichen** in Schulen. Diese fungieren als Bindeglied zwischen Vermittlungsorganisation, Schule, Lehrpersonen, Kulturschaffenden und Institutionen. In ihrer Schule setzten sie sich bei der Erstellung des Jahresbudgets für ein Kulturbudget ein. Ihre Tätigkeit sollte innerhalb ihres Berufsauftrages abgegolten werden. Zusätzlich bekommen die Kulturverantwortlichen die Möglichkeit, regelmässig Weiterbildungen zu besuchen und an Netzwerktreffen teilzunehmen. Dank ihrer Kenntnisse der Kulturlandschaft leisten die Kulturverantwortlichen an Schulen einen nachhaltigen Beitrag zu einem vielfältigen und qualitativ hochstehenden Kulturangebot.

Als weiteres Kriterium für Nachhaltigkeit wurde bei den Interviews die Ausbildung der Lehrpersonen genannt. Dafür zuständig sind die **Pädagogischen Hochschulen** der Deutschschweiz, welche die Möglichkeit hätten, Kulturvermittlung im Rahmen des Lehrplan 21 in die **Basisausbildung** (noch mehr) zu integrieren. Auf diese Weise würde sichergestellt werden, dass alle angehenden Lehrpersonen nach Abschluss ihrer Ausbildung wissen, welchen Gewinn und welche Chance Vermittlungsangebote im Schulalltag darstellen. Denn Lehrpersonen, die die Bedeutung von kultureller Teilhabe erfahren

Sechs Themenfelder aus den Interviews

haben und ein Verständnis dafür mitbringen, werden sich dafür einsetzen, ihren Schülerinnen und Schülern Vermittlungsangebote zu ermöglichen. Kooperative und prozessorientierte Vermittlungsformate stärken den Klassenzusammenhalt, sind präventiv und tragen zur Resilienz von Schülerinnen und Schülern bei.

Für ein nachhaltiges und zielgruppengerechtes Programm braucht es eine sorgfältige Auswahl der Vermittlungsangebote. Dafür sind **Qualitätskriterien** zur **Qualitätssicherung** von Vorteil, damit die Programmgruppe oder unterschiedliche Arbeitsgruppen eine Handhabung haben. Im Zentrum stehen nachhaltige Programme und nicht aufpoppende Initiativen.

Von einer Interview-Partnerin wurden folgende Fragen für eine qualitative Überprüfung vorgeschlagen:

- Welche Kriterien erfüllt das Angebot?
- Welche Begegnung ermöglicht das Format?
- Bietet das Vermittlungsformat eine vertiefte Auseinandersetzung?
- Was ist der Partizipationsgrad?
- Was ist der Mehrwert des Vermittlungsformates?

Ebenso wird der **Evaluation** ein hoher Stellenwert beigemessen, da diese Erkenntnisse in die weitere Ausgestaltung des Angebots fließen. Dies sichert ein nachhaltiges Angebot, welches wiederum zu einer Steigerung der Nachfrage beitragen kann.

Sechs Themenfelder aus den Interviews

Kulturvermittlung nachhaltig für alle zu etablieren ist ein Langzeitprojekt. Ohne das Statement der Politik mit einem klaren «JA» ist die Umsetzung nicht möglich. Eine Vermittlungsorganisation sichert die Kulturelle Teilhabe aller. Alle Interview-Partner:innen waren sich einig, dass eine solche **an die Verwaltung anzubinden ist**. Dies hat mehr Gewicht und dadurch eine grössere Hebelwirkung. Als Vorteil für eine Anbindung an die Verwaltung wurden zudem die kurzen Wege zwischen den Departementen genannt. Mit Hilfe der **Leistungsvereinbarungen** lässt sich ausserdem zwischen der Verwaltung und den Institutionen oder Kulturschaffenden eine verlässliche nachhaltige Beziehung aufbauen.

3.2 Schlussfolgerungen für die Praxis

Die Interviews haben deutlich gezeigt, dass die Anbindung der Vermittlung an die Verwaltung mehr Resonanz und Wirkung entfalten kann. Grund dafür ist, dass die Kulturvermittlung sich als Querschnittsaufgabe über verschiedene Bereiche erstreckt und neben dem interprofessionellen Charakter, der Netzwerktätigkeit eine zentrale Bedeutung zukommt. Die Verwaltung ist sich gewohnt zwischen unterschiedlichen Anspruchsgruppen Übersetzungsarbeit zu leisten und Zwischenräume zu bewirtschaften. Die integrativen Fähigkeiten helfen ihr, auf die verschiedenen Anspruchsgruppen einzugehen und zueinander in Beziehung zu setzen. Sie kann über Förderbeiträge und Leistungsvereinbarungen Impulse setzen und damit nachhaltig Wirkung erzielen.

**Schlussfolgerungen
für die Praxis**

Aussenstehende spezialisierte Organisationen im Auftragsverhältnis haben die Schwierigkeit, dass sie kaum politisch abgestützt sind und die Netzwerke erst fundamental aufbauen müssen. Eine digitale Plattform allein genügt nicht um die Zielgruppen zu erreichen. Das Unterhalten eines Netzwerkes in der Verwaltung ist wegen der kurzen Dienstwege effizienter. Zentral ist der direkte Austausch über die Departemente, namentlich mit oder zwischen den Abteilungen des Bildungsdepartementes und jenen der Kultur.

Die sechs Themenfelder, welche sich aufgrund der Aussagen der Interviews ergeben haben, sind der Kern dieser Publikation. Wie die Abbildung 6 zeigt, sind die einzelnen Themenfelder miteinander verhängt und stehen in Wechselwirkung zueinander.

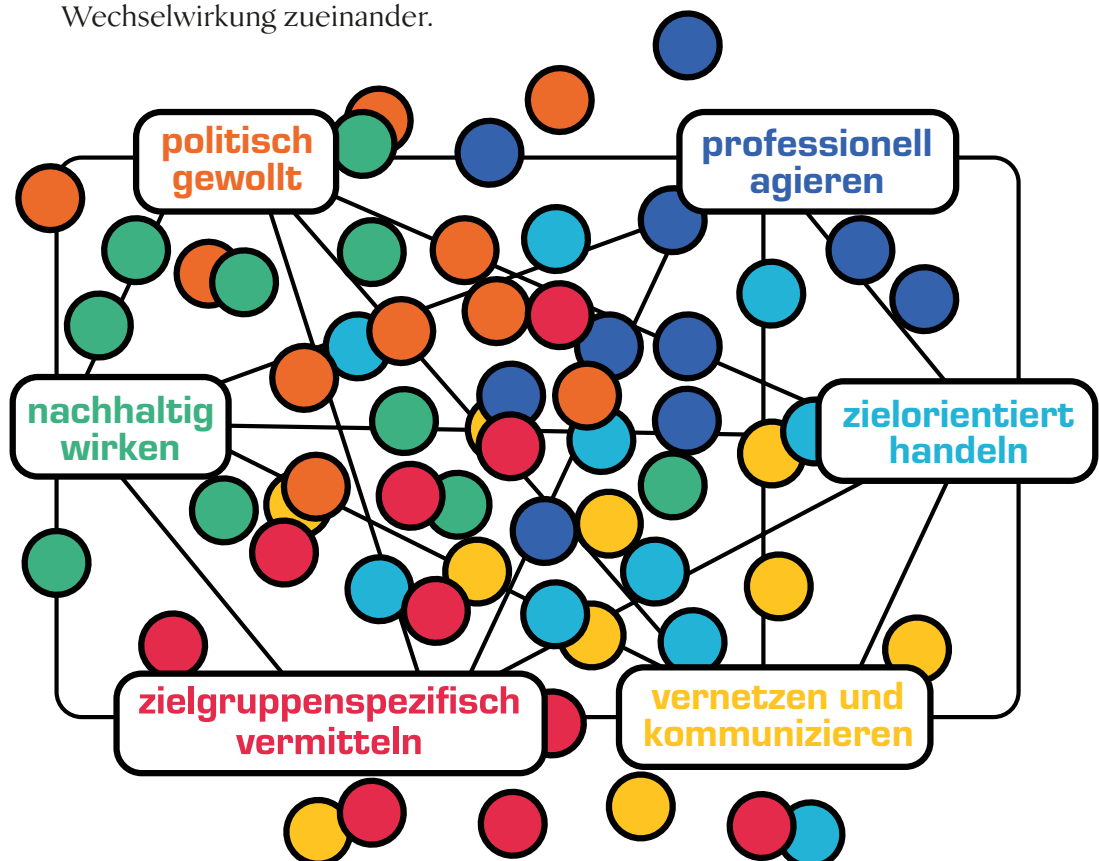


Abbildung 6: Vernetzung der sechs Themenfelder (eigene Grafik)

4

Fazit

Ziel der Recherche war es, die Faktoren herauszuarbeiten, die zum Gelingen von Kulturvermittlung für alle beitragen.

Die Autorinnen sind überzeugt, dass diese sechs Themenfelder für alle Kulturvermittlungsorganisationen relevant sind. Den Fokus auf die Themenfelder zu legen, ermöglicht einer etablierten Organisation die eigene Struktur aus einem anderen Blickwinkel zu betrachten, um neues Potenzial auszuloten.

Gleichzeitig unterstützen diese Erkenntnisse eine Organisation im Bereich der Kulturvermittlung und geben bereits in der Pionierphase wichtige Hinweise zur Strukturierung. Die konzeptionellen und theoretischen Grundlagen sowie die sechs definierten Themenfelder mit ihren Gelingensfaktoren liefern ausserdem zahlreiche Argumente für die Aushandlungsprozesse bezüglich Vermittlungsstrategie mit der politischen Ebene.

Kreativitätsfördernde Kulturvermittlungsangebote begeistert Menschen unabhängig ihres Alters. Diese basieren auf einem Austausch auf Augenhöhen zwischen den Kulturakteuren sowie den rezipierenden Personen. Kulturvermittlung zeichnet sich durch eine kreative Auseinandersetzung mit den ephemeren oder materiellen Kulturgütern aus. Ästhetische Erlebnisse führen zu einer Erweiterung des Horizontes – sei es im haptischen, gestalterischen, performativen oder intellektuellen Sinne. Dabei spielt das Alter, die Herkunft, das Geschlecht oder die Sozialisation des einzelnen Menschen keine Rolle. Kulturvermittlung für alle lautet das Credo, denn damit lässt sich die vom Bund formulierte Handlungsachse der Kulturellen Teilhabe umsetzen.

Die derzeit noch omnipräsente Pandemie wurde bis anhin nicht berücksichtigt. Gerade im Hinblick auf Corona wurde deutlich, wie wichtig der Zugang zu Kultur für alle ist. Viele Menschen vermissten die im Lockdown geschlossenen Kulturinstitutionen und abgesagten Vermittlungsangebote. Die Krise hat ebenfalls aufgezeigt, dass vielen der Zugang zur Kultur fehlt oder sie sich nicht willkommen fühlen. Die vorübergehenden Schliessungen, Zutrittseinschränkungen sowie die allgegenwärtige Ansteckungsgefahr haben gleichzeitig dazu geführt, dass sich das Publikum anderweitig orientiert hat.

Fazit

Viele Menschen haben sich wegen der Corona-Pandemie digitalen Medien zugewendet, was zu neuen Kulturgewohnheiten geführt hat. Die Personen wieder zu früheren Gepflogenheiten zurückzubringen wird nur teilweise möglich sein. Auf Grund dieser Ausgangslage sieht sich die Kultur derzeit gezwungen, sein Publikum mit unterschiedlichsten Massnahmen «zurückzuerobern». Eine interessante Methode fürs Community-Building und Audience Development ist aus Sicht der Autorinnen das Bespielen von Zwischenräumen sowie das Definieren von Zielgruppen. Hierbei sei kritisch angemerkt, dass die Terminologie «Zielgruppe» als erfolgreiches Schlüsselwort beim Produkte-Marketing angewendet wird und deshalb in Kulturkreisen teilweise auf Ablehnung stossen könnte. Die Vorstellung der Hochkultur, dass das künstlerische Werk sich selbst zu genügen hat, von sich aus interessieren soll und deshalb keine Kulturvermittlung benötigt, ist immer noch verbreitet. Zielgruppen zu definieren braucht Sensibilität. Die Autorinnen weisen deshalb darauf hin, dass durch den Versuch, Benachteiligung und Ausgrenzung zu bekämpfen, eine Zuteilung zwangsläufig wertend ist und somit möglicherweise eine Form von Diskriminierung darstellt. Die ursprüngliche Motivation, Zugangsgerechtigkeit schaffen zu wollen, ist in sich selbst widersprüchlich.

Die Vision, dass sich die Vermittlungsstellen in der Schweiz nicht nur im schulischen Bereich, sondern gemäss dem Trend des lebenslangen Lernens engagieren, ist noch ein weiter Weg. Die Stärkung der Kulturvermittlung für alle stellt für Kulturschaffende ein vielseitiges Arbeitsumfeld dar.

Eine Chance für die Kulturvermittelnden ist der bewusste Umgang mit den Besonderheiten dieses Arbeitsumfeldes. Die Interprofessionalität, die Vernetzung zwischen verschiedenen Akteuren und die Gestaltung der vorhandenen Zwischenräume ermöglicht es, sich neue Räume, Teilnehmende und Netzwerke zu erschliessen.

Sinnvoll ist, wenn eine Fachstelle für Kulturvermittlung für alle institutionalisiert wird und direkt an die Verwaltung angebunden ist. Die Verwal-

Fazit

tung profitiert dabei von ihrem Netzwerk und kann so der Verbreitung der Idee des Lebenslangen Lernens und der Kreativitätsförderung ermöglichen. Die Erweiterung der Vermittlungsaufgaben auf das lebenslange Lernen stellt eine Herausforderung dar, welche ein schrittweises Vorgehen empfiehlt. Die Vermutung der Autorinnen ist, dass die Umsetzung für Städte – wegen ihrer Übersichtlichkeit – einfacher zu meistern sein wird. Wer mutig – im Sinn eines Labors – die Kulturvermittlung für alle an die Verwaltung anbindet, könnte zum Vorbild werden. Die Stadt Zug stellt sich derzeit dieser Herausforderung. Der Inhalt der ursprünglichen Masterarbeit schafft dafür die Grundlage, denn die Konzeptionierung und Umsetzung des Aktionsfeldes «Kulturelle Teilhabe für alle» stützt sich auf diese Recherche und Erkenntnisse.

Kulturvermittlung öffnet Begegnungs- und Erfahrungsräumen und stärkt im Endeffekt das kulturelle Kapital aller Menschen. Indem wir allen Gruppierungen Zugang zur Kulturvermittlung ermöglichen und partnerschaftlich in einen Dialog treten, setzen wir die Kulturelle Teilhabe aktiv um. Denn Teilhabe ist Teilnahme, Partizipation, Ko-Konstruktion, Kooperation, Mitsprache und Mitbestimmung.

5

Über die Autorinnen



Carola Berendts

Carola Berendts ist Theaterpädagogin, Kulturvermittlerin, Kulturmanagerin und ehemalige Primarlehrerin.

Seit 2020 arbeitet sie als Verantwortliche für Theater und Schule / Theaterpädagogik am Theater Kanton Zürich in Winterthur. Zudem leitet sie Weiterbildungen für Kulturschaffende, welche ihre Vermittlungsprojekte mit Bezügen zum Lehrplan 21 anreichern wollen. Alle zwei Jahre inszeniert sie als Teil eines künstlerischen Leitungsteams ein Musical mit Laiendarsteller:innen.

Partizipative Projekte hatten es Carola Berendts bereits als Primarlehrerin angetan. Nach dem Erwerb des MAS in Theaterpädagogik (2013) verschob sich ihre Arbeitstätigkeit. Sie unterstützte vermehrt Schulen bei der Realisierung von Projektwochen oder beriet Lehrpersonen bei der Umsetzung eigener Theaterprojekte. Es folgten mehrere Jahre als freischaffende und selbstständige Theaterpädagogin im Jungen Schauspielhaus Zürich, fürs Schulamt der Stadt Zürich, Musikkonservatorium Zürich sowie Schule+Kultur.

Im Rahmen des Reformationsjubiläums leitete sie für letztgenannte sowie den Verein 500 Jahre Zürcher Reformation «Hund Zwilch Girly» - das partizipative Kunstprojekt des Künstlers Hanswalter Graf. Die vielfältige Arbeitstätigkeit motivierte sie, sich für den MAS Kulturmanagement einzuschreiben, den sie 2021 in Basel abschloss.

Über die Autorinnen



Iris Weder

Iris Weder leitet seit 2020 die Abteilung Kultur der Stadt Zug.

Die Tanz- und Bewegungspädagogin absolvierte eine Theaterausbildung in Paris. Mit ihrer eigenen Compagnie realisierte sie zahlreiche Tanz-Theater Produktionen und Vermittlungsprojekte an internationalen Festivals, Theaterbühnen und Schulen.

An den Universitäten Genf/Lausanne erwarb sie 2001 ein Diplom in «Gestion Culturelle» und an der Universität Basel 2021 den Master in «Kulturmanagement».

Ihre breite Erfahrung im Bereich Kultur hat Iris Weder unter anderem als Organisatorin und Leiterin von Festivals wie dem Internationalen Figuren Theater Festival Basel gesammelt. Des Weiteren hat sie für Schulen des Kantons Bern ein zweisprachiges Netzwerk für professionelles Kinder- und Jugendtheater aufgebaut und dieses mehr als 16 Jahre geführt.

Von 2014 bis 2019 leitete sie das Kulturzentrum «Zeughauskultur» Brig und wurde erste Kulturdelegierte der Stadtgemeinde Brig-Glis. Mit ihrer Tätigkeit gelang es ihr das professionelle Kulturschaffen in der Region zu stärken sowie das Kulturzentrum national und international zu vernetzen. Ihr spartenübergreifendes zeitgenössisches Kulturprogramm für die ganz Kleinen und ihre erwachsenen Begleitpersonen «KinderKulturTreff» gewann mehrere Auszeichnungen.

6

Literaturverzeichnis und Abbildungsverzeichnis

6.1 Literaturverzeichnis

Arbeitsstelle Kulturelle Bildung NRW. 2020. «Kommunale Gesamtkonzepte für kulturelle Bildung. Kulturelle Bildung braucht Vernetzung!» Themenheft. Remscheid.

Bennett, Nathan und James Lemonie. 2014. «What VUCA Really Means for You.» *Harvard Business Review*, Vol. 92 (No. 1/2), 1.
SSRN: <https://ssrn.com/abstract=2389563>.

Bourdieu, Pierre. 1983. «Ökonomisches Kapital, kulturelles Kapital, soziales Kapital.» In *Soziale Welt. Sonderband 2. Soziale Ungleichheiten*. Hrsg. v. Reinhard Kreckel, 183–198. Göttingen: Otto Schwartz & Co.

Braun, Daniela, Astrid Boll und Sascha Krause. 2019. *Handbuch Kreativitätsförderung: Didaktik und Methodik in der Frühpädagogik*. Freiburg Basel Wien: Herder.

Bundesamt für Kultur BAK. 2020. *Botschaft zur Förderung der Kultur in den Jahren 2021-2024 (Kulturbotschaft 2021-2024)*, Pub. L. No. 20.030, 148.

Bundesgesetz über die Kulturförderung (KFG). Artikel 9a. 19. Juni 2015, in Kraft seit 1. Januar 2016. Pub. L. No. 442.1.

Direktion für Bildung und Kultur Kanton Zug, Hrsg. 2018. *Lehrplan Volksschule: Gesamtausgabe*. Lehrplan für die Volksschule des Kantons Zug vom Bildungsrat des Kantons Zug am 7. März 2018 erlassen auf der Grundlage des Lehrplans 21 vom 29. Februar 2016. Zug: Direktion für Bildung und Kultur Kanton Zug. zg.lehrplan.ch

Literaturverzeichnis und Abbildungsverzeichnis

Literaturverzeichnis

Eidgenössisches Departement des Innern EDI. Bundesamt für Kultur BAK. 2016. *Kulturelle Teilhabe. Positionspapier der Arbeitsgruppe Kulturelle Teilhabe des nationalen Kulturdialogs*. Bern.

Föhl, Patrick und Gernot Wolfram. 2020. «Meisterinnen der Zwischenräume - zehn Thesen für eine Kulturarbeit in neuen Räumen». Kultur25.ch. Zugriff: 16. Oktober 2022. [2020.ch/2020/07/04/meisterinnen-der-zwischenraeume-zehn-thesen-fuer-eine-kulturarbeit-in-neuen-raeumen](https://www.kultur25.ch/2020/07/04/meisterinnen-der-zwischenraeume-zehn-thesen-fuer-eine-kulturarbeit-in-neuen-raeumen).

Fuchs, Max. 2008. *Kulturelle Bildung: Grundlagen, Praxis, Politik*. München: kopaed.

Gibbs, Kirsten, Margherita Sani et al. Hrsg. 2010. *Museen und Lebenslanges Lernen - Ein europäisches Handbuch* (Erweiterte dt. Ausg. d. Orig.-Version). Berlin: Deutscher Museumsbund e.V., Prof. Dr. Michael Eissenhauer und Universität Hildesheim, PD Dr. Dorothea Ritter.

Institute for Art Education der Zürcher Hochschule der Künste (ZHdK), im Auftrag von Pro Helvetia, als Resultat der Begleitforschung des «Programms Kulturvermittlung» 2009-2012. Hrsg. 2013. *Zeit für Vermittlung*.

Moroni, Isabelle und Bianco Gaëlle. 2016. *Das Feld der kulturellen Teilhabe*. Kanton Wallis, Dienststelle für Kultur.

Nationaler Kulturdialog, Hrsg. 2021. *Förderung kultureller Teilhabe. Ein Leitfaden für Förderstellen*.

Netzwerk Kinderbetreuung Schweiz und Hochschule der Künste Bern HKB. Hrsg. 2017. *Fokuspublikation Ästhetische Bildung & kulturelle Teilhabe - von Anfang an! Aspekte und Bausteine einer gelingenden Kreativitätsförderung ab der frühen Kindheit: Impulse zum transdisziplinären Dialog. Eine thematische Vertiefung des Orientierungsrahmens für frühkindliche Bildung, Betreuung und Erziehung in der Schweiz*. Bern.

Literaturverzeichnis und Abbildungsverzeichnis

Literaturverzeichnis

Park, Anna, Roland Reichenbach und Franziska Schmidt. 2015. *Kulturvermittlung an und für Schulen: Qualitätskriterien und Empfehlungen*. kultur-vermittlung.ch/fileadmin/webmaster/Dokumente/160309_Studie_Deutsch.pdf. Zugriff: 16. Oktober 2022

Ruflin, Regula. 2017. *Interprofessionalität. Möglichkeiten, Grenzen, Praxisbeispiele. Kompetenz für die Unternehmen. Impulsveranstaltung «Interprofessionelle Zusammenarbeit»*. Kantone Nidwalden und Obwalden. socialdesign ag.

Socialdesign AG und Ricarda Ettlin. 2018. *Socius-Themenblatt. Vernetzung der Akteure. Mit praktischer Checkliste*. Hrsg. Programm Sozius. Ein Engagement der Age-Stiftung, Zürich.

UN Menschenrechtskommission. 2020 UN- Menschenrechte. Art. 27: Freiheit des Kulturlebens.

Weiss, Mario. 2020. «Netzwerke entwickeln. Über welche Stufen Netzwerke zu einer gemeinsamen Strategie kommen». Trigon, Zugriff: 16. Oktober 2022. trigon.at/artikel/netzwerke-entwickeln-2.

Zukunftsinstitut. «Megatrend Wissenskultur.» zukunftsinstitut.de/dossier/megatrend-wissenskultur/. Zugriff: 16. Oktober 2022

6.2 Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:

Eigenes Modell der Teilhabe in Anlehnung an die Grafik
«Bildung als Lebenskunst» von Max Fuchs

Abbildung 2:

Spektrum der Kulturellen Teilhabe Grafik aus Förderung Kultureller Teilhabe.
Ein Leitfaden für Förderstellen. Herausgegeben vom Nationalen Kulturdialog
(2021)

Abbildung 3:

Schnittstellen der Kulturellen Teilhabe zu anderen Förderbereichen
Grafik aus Förderung Kultureller Teilhabe. Ein Leitfaden für Förderstellen.
Herausgegeben vom Nationalen Kulturdialog (2021)

Abbildung 4:

Innovative Kulturvermittlungsangebote in Zwischenräumen für neue
Zielgruppen (eigene Grafik)

Abbildung 5:

Netzwerkpartnerschaften (eigene Grafik)

Abbildung 6:

Vernetzung der sechs Themenfelder (eigene Grafik)

6.3 Dank

Ein herzliches Dankeschön gilt den beiden Dozentinnen Dr. Franziska Breuning vom Studienangebot Kulturmanagement SKM der Universität Basel und Dr. Regula Ruffin.

Ein weiterer Dank geht an all jene Personen, die dazu beigetragen haben, dass diese Veröffentlichung realisiert werden konnte:

Aldo Caviezel, Gunhild Hamer, Maria Nännny, Prof. Henk Geuke, Barbara Gysel, Tiina Huber, Stefanie Kasper, Julia Reuter, Andrea Schelbert, Brigitte Schorn, Amadé Schnyder und Heinz Trinkler.

