



Autobiographische Reflexionen zum Kulturmanagement

Steffen Bruendel

Kulturförderung heißt, der Kultur Freiraum zur Entfaltung zu geben. Da Kulturveranstaltungen und kulturelle Projekte meist auf die Förderung durch staatliche und private Stellen angewiesen sind, muss der Kulturmanager die Balance wahren zwischen der Kunstfreiheit und den berechtigten Interessen der Geldgeber. Das ist eine spannende Aufgabe, die noch vor zehn Jahren gar nicht so einfach war, sich aber heute weitgehend entspannt hat, weil sich der Bereich des Kulturmanagements professionalisiert hat, verschiedene Kooperationen dazu geführt haben, die Kenntnis der Belange beider Seiten zu verbessern (also die Hemmschwelle auf beiden Seiten gesunken ist), und weil sich mittlerweile Regeln der Zusammenarbeit etabliert haben. Gleichwohl ist nach wie vor Fingerspitzengefühl geboten, vor allem dann, wenn der Kulturmanager nicht für eine Kultur- oder Wissenschaftseinrichtung, sondern für einen kommerziellen Betrieb tätig ist.

Denn Kulturmanager finden sich nicht nur in Museen, Galerien oder Mittlerorganisationen, sondern auch in Stiftungen oder Unternehmen. In großen Firmen ist die Funktion des Kulturmanagers häufig dem Bereich Corporate Responsibility (CR) oder Public Affairs zugeordnet ist. Insbesondere dann, wenn Unternehmen eigene Kunstsammlungen besitzen, ist eine professionelle Betreuung notwendig. Diese kann zwar extern „eingekauft“ werden, aber da auch Unternehmenssammlungen, wenn man sie ernst nimmt, in die Firmen eingebunden sein sollten – etwa durch Führungen für Mitarbeiter und Geschäftspartner – und somit mehr sein sollten als Büroschmuck, bietet es sich an, hierfür jemanden einzustellen, der den Kunstmarkt ebenso kennt wie die Kulturlandschaft am Standort und der zugleich in die Unternehmensstrukturen – etwa im Bereich Corporate Responsibility oder Corporate Collecting – eingebunden ist.

Bis zur Zusammenführung der E.ON-Kunstsammlungen im Herbst 2012 war ich selbst für die Pflege und Präsentation der aus rund 400 Objekte der Klassischen Moderne bestehenden Kunstsammlung der E.ON Ruhrgas sowie der unternehmenseigenen Sammlung historischer Gasplakate verantwortlich. Hierbei kam mir zugute, dass mir als Historiker nicht nur die neuere Kunstgeschichte, also die Kunst des 19. und 20. Jahrhunderts vertraut ist, sondern meine persönlichen Interessen auch auf diesem Gebiet liegen.

Meine Kenntnisse in zeitgenössischer Kunst konnte ich seit 2009 durch die Zusammenarbeit mit der Düsseldorfer Galerie von Fraunberg Art vertiefen und erweitern, welche auf Absolventen (Meisterschüler) der Düsseldorfer Kunstakademie spezialisiert ist. Der Galerie habe ich als Art Consultant Kunden vermittelt und Ausstellungseröffnungen durch von mir moderierte Künstlergespräche mitgestaltet. Zudem war der Arbeitskreis Kultursponsoring im Bundesverband der Deutschen Industrie (BDI), dem ich bis 2013 angehört habe, eine exzellente Plattform für den kollegialen Austausch von Kulturmanagerinnen und -managern, die für Unternehmen tätig sind.

Zu den Aufgabengebieten von Kulturmanagern gehört oft auch das Kultursponsoring. Ich selbst hatte die Freude, wichtige Veranstaltungen zu begleiten wie das Klavierfestival Ruhr, die Konzertreihe „Dezemberabende“ im Puschkin-Museum Moskau und den Auftritt des Folkwang Kammerorchesters in Algier 2010. Das gleiche gilt für große Kunstausstellungen, die anlässlich von Jahrestagen oder wichtiger Daten gesponsert wurden. Zu den Partnern, mit denen die Zusammenarbeit besonders intensiv war, gehörten das Munch Museum und das norwegische Nationalmuseum in Oslo sowie das Historische Museum in Moskau.

Das Forschungszentrum Historische Geisteswissenschaften der Goethe-Universität, das alle „historisch arbeitenden“ Disziplinen, also neben der Geschichte in all ihren Epochen auch die Kunstgeschichte umfasst, arbeitet eng mit wichtigen Frankfurter Museen zusammen: dem Städel-Museum, dem Museum für Moderne Kunst (MMK) und dem Deutschen Filmmuseum. Im Rahmen der „Studiengalerie 1.357“ des Forschungszentrums organisieren studentische Teams jeweils zwei kleinere Ausstellungen pro Semester. Zudem bietet die Goethe-Universität einen zweijährigen Master „Curatorial Studies“ an, der sich durch eine international einzigartige Verbindung von Universität, Kunstakademie und Museen auszeichnet. Zu den Partnern dieses Studiengangs gehören die Staatliche Hochschule für Bildende Künste – Städelschule – sowie das Städel Museum, das Liebighaus (Skulpturensammlung), das MMK – Museum für Moderne Kunst, das Historische Museum Frankfurt, das Weltkulturen Museum und der Portikus, eine Ausstellungshalle für zeitgenössische Kunst.

Wichtige Merkmale der Tätigkeit als Kulturmanager sind eine enge Kooperation mit Künstlerinnen und Künstlern, mit den Akteuren der Kultur- und Bildungspolitik sowie mit Museen, Galerien und Kultureinrichtungen.