

FRANKFURT



2 0 2 1

INHALT

Vorwort	4
Hallo Frankfurt: Klappe, die Erste! Virtueller Stadtrundgang mit Verena Röse	6
Things Change: Entwicklung einer Stadt Ein Gespräch mit Kulturdezernentin Dr. Ina Hartwig (SPD)	7
It's all about the Money: Fundraising für die Alte Oper Frankfurt Ein Gespräch mit Heinke Poulsen, Leiterin der Abteilung Development	8
Gemeinsam sind wir stärker: Clubkultur in Frankfurt Ein Gespräch mit Klaus Bossert, Clubs am Main e.V.	10
Mousonturm: Publikumsgewinnung und -bindung im Online-Raum Ein Gespräch mit Gabriele Müller, Leitung Presse- und Öffentlichkeitsarbeit	12
Städel Museum: Wie funktioniert ein Bürgermuseum digital? Ein Gespräch mit Chantal Eschenfelder, Leitung Digitale Strategie	14

Let's get involved: Partizipationsarbeit am Historischen Museum 17

Virtuelle Führung und Gespräch mit Susanne Gesser, Leitung Stadtlabor und Junges Museum

Überleben neben Leuchttürmen: Koalition der Freien Szene 19

Ein Gespräch mit Haike Rausch und Jan Deck

Buchmesse in digitalen Zeiten? 21

Ein Gespräch mit Juergen Boos und Karin Schmidt-Friderichs

Bonusmaterial 23

Sun Salutation: Der perfekte Start in den Tag mit einer Yoga-Praxis
Foto-Challenges & Abschlussfeier

Man begegnet sich immer zweimal 25

Eindrücke der Exkursion vor Ort

Impressum 26

Vorwort

Im vergangenen Sommersemester verschlug es die 19 angehenden Kulturmanager*innen des Jahrgangs 2020/21 in eine der bedeutendsten Kulturmetropolen Deutschlands: Frankfurt am Main. Zumindest virtuell. Wie es die Corona-Pandemie wollte, fand die Exkursionswoche im Mai 2021 zunächst in digitaler Form über Zoom statt. Die Aufgeschlossenheit, die Expertise und die Auskunftsbereitschaft der eingeladenen Expert*innen standen einem Besuch vor Ort aber in nichts nach.

Der erste Tag startete mit einem abwechslungsreichen, virtuellen Stadtrundgang, welcher von der freien Gästeführerin Verena Röse mit sichtlichem Elan und Leidenschaft geführt wurde. So wurden den Studierenden die wichtigsten historischen Hintergründe zur Stadt, sowie die beliebtesten Sehenswürdigkeiten und ihre Geschichte nähergebracht. Anschließend wurde es politisch: Ina Hartwig, Kulturdezernentin der Stadt Frankfurt war zum Gespräch über die aktuelle Stadtentwicklung eingeladen. Zum Abschluss des ersten Tages bekamen die Teilnehmenden der Exkursion Einblicke in die Fundraising Arbeit der Alten Oper, eines der wichtigsten Wahrzeichen der Stadt.

Der zweite Tag war der Frankfurter Clubkultur und dem Verein "Clubs am Main e.V.", welcher der Vertretung der gemeinsamen Interessen der Szene dient, sowie dem Künstlerhaus Mousonturm gewidmet. Die Studierenden kamen dabei in den Genuss der digitalen Vorstellung "A Room of Our Own" des feministischen Performance-Kollektives "Swoosh Lieu" zuschauen und lauschen zu dürfen. Am dritten Tag standen zwei große Museen von Frankfurt im Zentrum: das Städel Museum, sowie das Historische Museum. Das Städel Museum nimmt im Bereich der digitalen Entwicklung in der Museumslandschaft eine absolute Vorreiterrolle ein. Von Chantal Eschenfelder, welche für die digitale Strategie des Städel Museums verantwortlich ist, konnten die Studierenden in diesem Bereich viel lernen. Das Historische Museum stellte, als Spezialist in diesem Bereich, vielseitige, partizipative Projekte zur Integration der Frankfurter Stadtgesellschaft im Museum vor.

Den Abschluss der virtuellen Exkursion bildeten ein Gespräch mit Mitgliedern der "Koalition der freien Szene" Frankfurt, sowie die Thematik der Digitalisierung der Frankfurter Buchmesse, zwei Expert*innen für Fragen rund um die Buchmesse zur Verfügung.

Im November 2021 war es dann schließlich so weit: die Studierenden durften die Stadt Frankfurt endlich auch vor Ort kennenlernen. Im Rahmen eines zweitägigen Ausflugs wurde den Teilnehmenden dabei ebenfalls ein vielfältiges Kulturprogramm geboten. Von einer Stadtführung, über den Besuch des Jüdischen Museums, des Historischen Museums und des Filmmuseums, bis hin zu einem Konzert in der Alten Oper und weiterer Programmpunkte war alles dabei.

Nun wünschen wir viel Vergnügen mit den Eindrücken der Exkursion 2021!

Euer Redaktionsteam



Hallo Frankfurt: Klappe, die Erste!

Virtueller Stadtrundgang mit Verena Röse

Der virtuelle Stadtrundgang mit der Frankfurter Stadtführerin Verena Röse bildete den Auftakt der Exkursion. Die Studierenden wurden dabei virtuell in die Welt von Frankfurt entführt. Für den geschichtlichen Hintergrund wurden Bilder zum früheren Aufbau und Stadtbild von Frankfurt, sowie wichtige Statuen und Gemälde vorgestellt. Für die grobe Orientierung wurde der Aufbau der Stadt aus der Vogelperspektive gezeigt und die Studierenden so von Spot zu Spot "geführt". Verena Röse hat dabei die Möglichkeiten der virtuellen Exkursion voll ausgeschöpft. So wurden Live-Videos und Eindrücke von verschiedenen Orten und Sehenswürdigkeiten gezeigt, die man auf einem Stadtrundgang innerhalb einer Stunde niemals erreicht hätte.



Things Change: Entwicklung einer Stadt

Ein Gespräch mit Kulturdezernentin Dr. Ina Hartwig (SPD)

Gleich zu Beginn der digitalen Exkursion nach Frankfurt am Main bot sich die Möglichkeit eines Gesprächs mit der amtierenden Kulturdezernentin Dr. Ina Hartwig zu aktuellen kulturpolitischen Themen sowie der Rolle der Kultur in der Frankfurter Stadtentwicklung. Anfangs schilderte Frau Hartwig ihren Weg ins Frankfurter Kulturdezernat, bot dabei Einblicke in ihren persönlichen Lebenslauf und ihre Karriere. Vor ihrer politischen Tätigkeit arbeitete sie zwei Jahrzehnte als Journalistin und Literaturkritikerin für verschiedene namhafte deutsche Zeitungen (z.B. als verantwortliche Literaturredakteurin der Frankfurter Rundschau).

Anlass ihrer beruflichen Umorientierung war die gefühlte Demokratiekrise und der Anstieg der rechten Bewegungen sowie der Einzug der AfD in mehrere Landesparlamente. Somit wollte sie diese gesellschaftlichen Herausforderungen nicht mehr nur journalistisch analysieren, sondern sich stattdessen mit politischer Arbeit für eine „Kultur für alle“ engagieren. Sie stellte außerdem Besonderheiten des Lebens in Frankfurt heraus, etwa die wirtschaftsliberale Haltung der Frankfurter Stadtgesellschaft, welche durch den US-amerikanischen Einfluss nach dem zweiten Weltkrieg entstand.

Zu Beginn ihrer Amtszeit stellte sich ihr eine große Herausforderung: Die Sanierung bzw. der Neubau der Städtischen Bühnen, da das Gebäude am Willy-Brandt-Platz marode war. Das „Erbe“ des Großprojekts der Städtischen Bühnen rückte die Kultur in den Fokus der Stadtentwicklungsprozesse Frankfurts. Dr. Hartwig betonte dabei auch die Wichtigkeit Frankfurter Bürger*innen sowie die Kulturbranche in Stadtentwicklungsprozesse mit einzubeziehen.

Des Weiteren sei ein Kulturentwicklungsplan, wie ihn schon Städte wie Köln, Wiesbaden oder Hannover haben, nun auch für Frankfurt in Planung. Dieser soll auch im Koalitionsvertrag der neuen Regierungsparteien Grüne, SPD, Volt und FDP, Berücksichtigung finden.

It's all about the Money: Fundraising für die Alte Oper Frankfurt

Ein Gespräch mit Heinke Poulsen, Leiterin der Abteilung Development

Die Alte Oper hat als Konzert- und Kongresszentrum jährlich circa 490 Veranstaltungen im Programm, von denen etwas weniger als die Hälfte Eigenveranstaltungen sind. Auch wenn die Stadt Frankfurt als alleinige Gesellschafterin der Alte Oper Frankfurt Konzert- und Kongresszentrum GmbH einen jährlichen Betriebszuschuss gewährleistet, deckt dieser nur etwa ein Drittel der Gesamtkosten. Neben Betriebseinnahmen, zu denen auch die Vermietung der Räumlichkeiten zählt, spielt die Akquise von Drittmitteln eine entscheidende Rolle in der Finanzierung. Etwa 10% der anderen zwei Drittel der Gesamtkosten werden so von Sponsor*innen gedeckt

Für die Drittmittelakquise ist die Abteilung Development zuständig. Stephan Pauly, der Vorgänger des aktuellen Intendanten Markus Fein, erkannte, dass die Alte Oper eine nachhaltige Drittmittelstrategie benötigt. Die Möglichkeit für eine mittel- und langfristige Planung im Fundraising ist jedoch nur mit einem festen Team möglich, sodass zunächst die freie Arbeitsstelle in eine Assistenzstelle umgewandelt und schließlich eine eigene Abteilung entwickelt wurde. Heinke Poulsen und Anne Tecklenburg arbeiten in direktem Kontakt mit der Geschäftsleitung.

Grundsätzlich gilt: Akquise im Unternehmensbereich ist eine schwierige Angelegenheit. Das bedeutet unter anderem, dass im Fundraising eine gewisse Agilität notwendig ist, um die Wünsche der aktuellen und möglichen Sponsoren erfüllen zu können. Dabei punktet die Alte Oper in erster Linie mit ihren Inhalten, nicht mit einer vertriebsorientierten Sponsoring-Strategie. Es erfordert jedoch eine intensive Beschäftigung mit den Unternehmen um deren Präferenzen zu erkennen und individuelle Angebote machen zu können. Die Development-Abteilung der Alten Oper arbeitet mit einem Portfolio an Angeboten, die für den/die jeweiligen Sponsor*in nach intensiven Gesprächen über Wünsche und Vorstellungen individuell zusammengesetzt werden. Besonders entscheidend ist dabei der Fokus der Sponsoring-Vereinbarung. So können sich die Gegenleistungen für das Sponsoring beispielsweise an die VIP-Kund*innen des Unternehmens richten, aber auch an seine Mitarbeiter*innen. Stehen die Mitarbeitenden eines Unternehmens im Mittelpunkt, bietet die Alte Oper beispielsweise einen exklusiven Empfang vor oder nach dem Konzert an oder la-

den ein, einen Blick hinter die Kulissen zu werfen und dabei zum Beispiel die Arbeit eines Inspizienten kennenzulernen. Die Angebote für ein Unternehmen mit anspruchsvollen Kund*innen beinhalten beispielsweise einen Konzertbesuch in der ersten Reihe mit Sekt-empfang im Salon, als besonderes Extra kombiniert mit einem Nachgespräch mit Künstler*innen und Intendanz. Es gilt also in erster Linie darum, Leistungen anzubieten, die nicht frei verfügbar oder käuflich erwerbbar sind, um so Exklusivität zu schaffen.

Die Coronapandemie erforderte auf beiden Seiten die Bereitschaft zu Flexibilität. Es wurden mit allen Förderern, egal ob Stiftung oder Unternehmen, individuelle Absprache getroffen und konkrete Lösungen erarbeitet. Sponsoring bedeutet in seiner Grundidee, dass kein Geldfluss ohne Gegenleistung stattfindet. Sowohl die Fördersumme als auch die Gegenleistung werden in einem Vertrag festgehalten. Als im Frühjahr 2020 die Alte Oper auf unbestimmte Zeit den Betrieb einstellen musste, galt es, die Inhalte der Sponsoring-Verträge zu überprüfen und festzustellen, inwieweit Teile der vereinbarten Leistungen bereits erbracht wurden und wie mit den noch ausstehenden Leistungen umzugehen ist. So wurden beispielsweise Ehrenkarten-Kontingente auf zukünftige Konzerte verlegt. Grundsätzlich zeigten sich alle Sponsor*innen verständnisvoll und kooperationsbereit, sodass Lösungen gefunden werden konnten, mit denen alle Beteiligten zufrieden waren.

Zusammenfassend lässt sich festhalten: Beim Fundraising geht es nicht nur um Geld. Es geht um Beziehungen, Inhalte und Menschen und darum gemeinsam etwas auf die Beine zu stellen.



Gemeinsam sind wir stärker: Clubkultur in Frankfurt

Ein Gespräch mit Klaus Bossert, Clubs am Main e.V.

Im Gespräch mit Klaus Bossert, Gründer von Clubs am Main e. V. wurde die aktuelle und bundesweite Situation der Clubs diskutiert. Dabei wurden diverse sozioökonomische und politische Probleme identifiziert, die sich im Zuge der Corona-Pandemie intensiviert haben. Einen der Hauptgründe dafür sieht Bossert in der Tatsache, dass Clubs in den Kreisen der politischen Entscheidungsträger*innen überwiegend als Vergnügungsstätten eingeordnet werden. Diese Auffassung bestätigte sich in einer intern durchgeführten mündlichen Umfrage der Teilnehmer*innen des Exkurses. Als Gegenposition wurde ein Statement von Pamela Schobeß (Vorsitzende der Club-Commission Berlin) gezeigt, in dem sie skizzierte, dass es viele Parallelen zwischen Theatern und Clubs gibt. Clubs entwickeln aufwändig gestaltete Programme, für die angesehene Künstler*innen bzw. Musiker*innen gebucht werden, denen eine Bühne und Plattform geboten wird. Gleichmaßen bieten Clubs einen geschützten Raum für viele Communities und betreiben intensiv Nachwuchsförderung.

Die von Klaus Bossart genannten Probleme, mit denen sich Clubs aktuell konfrontiert sehen beinhalten den Lärmschutz, die Verdrängung der Clubs durch heranrückende Wohnbebauung, das Tanzverbot (ländergeregeltes Verbot öffentlicher Tanzveranstaltungen an den sogenannten stillen Tagen z. B. Karfreitag oder Volkstrauertag), sowie der steigende Kostendruck. Die stetig steigenden Gewerbemieten, sowie gestaffelte Mietverträge (halbjährliche Erhöhungen, um Investor*innen Vorrang zu bieten) zwingen die Clubs ihre Eintrittspreise zu erhöhen.

Der Verein Clubs am Main e. V. versucht diesen Entwicklungen durch verschiedene Leistungen entgegenzuwirken. Zum einen bietet der Club ein Netzwerk für die gesamte Veranstaltungs- und Clubkultur in Frankfurt und der Rhein-Main-Region für seine Mitglieder an. Es werden seit 2012 die Interessen der regionalen Clubbetreiber*innen, Veranstalter*innen, DJs und Künstler*innen vertreten, sowohl auf politischer Ebene als auch im gesamten öffentlichen Raum. Der Verein bietet seinen Mitgliedern zudem rechtliche Beratung zu den Themen Plakatierung, Lärmschutz, Tanzverbotsgesetze und Gema-Tarife. Der Verein Clubs am Main e.V. gehört zu einem bundesweiten Netzwerk und hat damit deutschlandweit Beziehungen.

Zur besseren Einordnung der politischen Lage sind zwei Beschlüsse relevant: Am 25. November 2020 hat die Rot-rot-grüne Regierungskoalition Berlins den Beschluss verfasst, Clubs und Livemusik-Locations nicht mehr als Vergnügungs-, sondern als Kulturstätten anzuerkennen. Damit wurde eine Gleichsetzung mit Saunen und Bordellen aufgehoben und die Bedeutung, die Clubs und Livemusik-Locations für die Lebensqualität haben, anerkannt. Der Zugang zu Kultur ist im Grundgesetz verankert, weshalb somit auch der Zugang zu Clubs allen Menschen möglich gemacht werden muss. Zudem wurde am 7. Mai 2021 vom Deutschen Bundestag beschlossen, dass die Baunutzungsverordnung angepasst wird. Clubs und Livespielstätten mit nachweisbarem kulturellem Bezug sollen ab sofort nicht mehr als Vergnügungsstätten, sondern als Anlagen für kulturelle Zwecke definiert werden. Die Auswirkungen sind hier ähnlich wie im davor beschlossenen Gesetz und festigen die gesetzliche Grundlage.



Clubs am Main – Regionales Netzwerk für
Veranstaltungs- und Clubkultur
in Frankfurt/Rhein-Main

Mousonturm: Publikumsgewinnung und -bindung im Online-Raum

Ein Gespräch mit Gabriele Müller, Leitung Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Das Künstlerhaus Mousonturm ist ein freies Produktionszentrum ohne festes schauspielerisches Ensemble, das mit internationalen freien Gruppen zusammenarbeitet. Das Programm des Mousonturms reicht von Tanz und Theater über Musik, Performance, Bildende Kunst, Medienkunst, Literatur, Film, Installation, Hörspiel bis hin zur Club Art. Das Haus sieht sich als Förderer von Künstler*innen und Ensembles und ist Teil vom Bündnis internationaler Produktionshäuser (BIP). Je nach Aufführungsformat erreicht der Mousonturm ein sehr unterschiedliches Publikum – von Kindern über Studierende bis hin zu Rentner*innen. Mit Gabriele Müller haben wir uns zum Thema „Möglichkeiten und Grenzen des digitalen Raums“ ausgetauscht. Sie ist seit drei Intendanzen im Künstlerhaus Mousonturm die Leitung für Presse, Öffentlichkeitsarbeit und Marketing. Gemeinsam mit drei Kolleg*innen ist sie verantwortlich für die Kommunikation mit Presse und Partner*innen, für Korrekturen, Plakate, Programmhefte, Flyer, Website, Insta, Facebook, Twitter, Vimeo, Sound Cloud und weitere Plattformen.

Im März 2020 reagierte das Künstlerhaus sehr schnell auf die Coronapandemie und die durch sie ausgelösten Lockdown-Maßnahmen mit dem „Digitaler Mousonturm“ (DMT). Ziel der Intendanz und Dramaturgie war von vornherein den Kontakt zum Publikum zu halten und den freien Künstler*innen weiterhin ihre Arbeit zu ermöglichen. Schnell bemerkte das Künstlerhaus, dass „einfache“ Reproduktionen der Aufführungen vom analogen in den digitalen Raum nicht geeignet sind, neue Formate mussten entwickelt werden. Trotz Unsicherheiten, kurzfristiger Planung und neuen, weniger direkten Kommunikationswegen gelang dem Team gemeinsam, das Beste aus der Situation zu machen.

Um die Besonderheit im Theater, die Einmaligkeit der Aufführungen und den Austausch des Publikums im digitalen Raum nicht zu verlieren, wurden im DMT die Uraufführungsformate beibehalten. Außerdem sollen die Streams nur zu bestimmten Zeiten abgerufen werden können. Gemeinsame Workouts, einführende Gespräche vor den Aufführungen, sowie Gespräche und Diskussionen mit den Künstler*innen ermöglichten den Austausch und Kontakt zum Publikum. Die Angst vor störenden Personen im digitalen Raum war unberechtigt und die Angebote wurden bisher überraschend gut angenommen.

Über das Nutzungsverhalten des Publikums im digitalen Raum können zwar viele Daten erhoben werden, es ist aber teilweise sehr schwierig, diese zu interpretieren und daraus Schlüsse zu ziehen. Beispielsweise können die Klickzahlen für einen Trailer festgehalten werden, ob diese Personen daraufhin aber auch die Aufführung anschauen, kann nicht nachvollzogen werden. Die größte Veränderung des Publikums im digitalen Raum zeigte sich durch Internationalität. Das lag insbesondere daran, dass die internationalen Künstler*innen auch Freunde und Bekannte aus ihren Herkunftsländern einladen konnten.

Zu Beginn des DMT waren alle Aufführungen kostenlos, was den Vorteil hatte, dass neugierige Zuschauer*innen unverbindlich in das digitale Format hineinschauen konnten. Um auch größere Produktionen im digitalen Raum umsetzen zu können, hat sich das Künstlerhaus dazu entschieden, auch für digitale Formate Eintritt zu verlangen. Um trotzdem eine möglichst preisgünstige Teilnahme zu ermöglichen, wurde ein solidarisches Preissystem entwickelt. Dieses Preissystem, bei dem selbst entschieden werden kann, welcher Preis bezahlt wird, hat sich bisher gut bewährt und lässt sich im Durchschnitt mit den Einnahmen, die vorher bezahlt wurden vergleichen.

Mit Blick in die Zukunft fasst Gabriele Müller zusammen, dass die digitalen Formate zwar viele neue Möglichkeiten bieten, aber trotz allem nicht das Erlebnis im Theater vor Ort mit gemeinsamen Applaus und dem Gefühl ersetzen. Um Aufführungsangebote parallel in analoger und digitaler Form anbieten zu können, wären weitere personelle und finanzielle Ressourcen nötig. Deshalb kann, sobald das analoge Programm wieder stattfindet, der DMT vermutlich nicht mehr in dem Ausmaß bespielt werden wie jetzt.



Städel Museum: Wie funktioniert ein Bürgermuseum digital?

Ein Gespräch mit Chantal Eschenfelder, Leitung Digitale Strategie

Das Städel Museum in Frankfurt am Main wurde im Jahr 1815 als bürgerliche Stiftung von Johann Friedrich Städel, einem Bankier und Kaufmann, errichtet, und zählt somit zu einer der ältesten Museumsstiftungen Deutschlands. Chantal Eschenfelder, seit 2007 Leiterin der Abteilung Bildung & Vermittlung sowie Digitale Sammlung am Städel Museum, arbeitet an der stetigen Weiterentwicklung der digitalen Strategie des Hauses. Im Gespräch mit Chantal Eschenfelder wurden die Hintergründe der digitalen Strategie und die digitale Transformation der Institution sowie des Kulturbereichs generell thematisiert.

Die gesamte digitale Strategie des Städel orientiert sich maßgeblich am Stiftergedanken des Museums. Diese wurde somit aus dem Leitgedanken des Hauses herausgebildet, indem der Gründungszweck, die Sammlung den Bürger*innen Frankfurts zur Bildung zu hinterlassen, in den digitalen Raum erweitert wurde. Ein zentrales Ziel der Strategie ist es, den Bildungsauftrag der Institution in den digitalen Raum zu erweitern, sowie neue Zugänge zur Sammlung zu schaffen, da nur rund ein Prozent tatsächlich ausgestellt werden kann. Eschenfelder betonte, dass die Digitalisierung in allen Bereichen als Chance genutzt werden muss und stellte zusätzlich die Schwierigkeit heraus, dass das „Produkt“ für ein unbekanntes Endgerät konzipiert wird und es somit wichtig ist, dass die Nutzer*innen früh in den Produktionsprozess mit einbezogen werden.

Die digitale Arbeitsgruppe des Städel bildet die „Task Force“ für alle Ideen zu neuen Projekten. Diese werden anschließend anhand der digitalen Strategie auf ihre Passgenauigkeit, der finanziellen und personellen Ressourcen bewertet und mit der Geschäftsleitung abgestimmt, bevor eine neue Projekt-AG gegründet wird. Eschenfelder beschreibt die digitale Transformation des Städels als ganzheitlichen Prozess. Die Digitalisierung wurde dabei nicht für jede Abteilung unabhängig vorgenommen, sondern abteilungsübergreifend umgesetzt. Sie betont ebenso, dass dafür ein interdisziplinärer Blick hilfreich war und wie sich das Städel an großen Unternehmen und deren digitalen Umstellung anhand der Scrum-Methode orientierte. Hierfür wurden für jedes digitale Projekt alle betroffenen Abteilungen, die damit in Verbindung stehen, zusammengerufen und in eine Projekt-Arbeitsgruppe zusammengestellt. Somit wurde sowohl für eine effizientere als auch

transparentere Arbeitsweise gesorgt, da beispielsweise die technische Abteilung mit der Vermittlung zusammenarbeitet. Als häufigen Fehler der Kulturbetriebe nennt Eschenfelder die externe Beauftragung von Agenturen für digitale Projekte, da diese die Zielsetzung der Kulturinstitution meistens nicht kennen und somit nicht die Leitidee des jeweiligen Hauses verwirklichen. Somit sollten externe Expert*innen Teil der Arbeitsgruppen sein und zudem müssen sich alle Mitarbeitenden des Betriebs digital fortbilden, um mit diesen eine gemeinsame Sprache zu sprechen.

Während der Coronapandemie verzeichnete das Städelmuseum bei seinen Online-Angeboten eine deutliche Nutzungszunahme. Zwar wurden die digitalen Angebote, wie beispielsweise die digitale Sammlung, bereits zuvor stark genutzt, jedoch gab es pandemiebedingt im Jahr 2020 einen enormen Anstieg. Gerade im Bereich der digitalen Sammlung haben sich die Nutzerzahlen verdoppelt. Als weiteres Beispiel führte Frau Eschenfelder den Online-Kurs zur modernen Kunst an. Dieser existiert bereits seit 2016 und wurde bereits bei seiner Einführung stark genutzt, sodass pro Woche rund 100 Neuanmeldungen verzeichnet werden konnten. Durch die Pandemie kam es zu einer Verzehnfachung der Online-Anmeldungen, sodass pro Woche 1.000 Neuanmeldungen eintrafen. Und das, ohne dafür erneut zu werben. Auch die App-Downloads zu den Sonderausstellungen sind um das vier- bis achtfache gestiegen.

Neben diesen bestehenden Angeboten wurden auch explizite Corona-Formate entwickelt, wie beispielsweise „Ask an Artwork“. Hier entwickelte eine Mitarbeiterin aus dem Home-Office heraus kleine Filme, in denen je ein Werk aus der Sammlung im Fokus steht. Auch bei der Nutzer*innenstruktur stellte das Städel Museum während der Coronapandemie Veränderungen fest. Mit den digitalen Angeboten erreichte das Museum deutlich mehr Männer als mit den analogen Angeboten, sodass der Anteil von Frauen und Männern hier 50:50 betrug. Zudem hatte das Museum bereits vor der Pandemie festgestellt, dass es bei den Onlineangeboten eine hohe Nutzung in hohen Altersklassen hat.

Frau Eschenfelder diagnostizierte für die Zukunft ein unermessliches Wachstum im digitalen Bereich und weist darauf hin, dass wir uns erst am Anfang befinden. Ihrer Meinung nach entwickeln sich in der Zukunft vor allem hybride Formen, da digital und analog getrennt zu denken schon heute nicht mehr besonders realitätsnah ist. Die meisten Menschen haben die Vorzüge, sowohl des digitalen als auch des analogen Raums begriffen und Ängste, wie ein Besucher*innenverlust im analogen Bereich durch

digitale Angebote, haben sich nicht bewahrheitet. Im Gegenteil: durch die digitalen Angebote des Städel Museums wurden viele bisherigen Nicht- Besucher*innen auf die Institution aufmerksam und konnten so als neue Zielgruppe erschlossen werden. Gerade auch im Bereich der digitalen Bildung sieht Frau Eschenfelder ein großes Potenzial für Kultureinrichtungen, neue Methoden des digitalen Lernens zu entwickeln.



Let's get involved: Partizipationsarbeit am Historischen Museum

Virtuelle Führung und Gespräch mit Susanne Gesser, Leitung Stadtlabor und Junges Museum

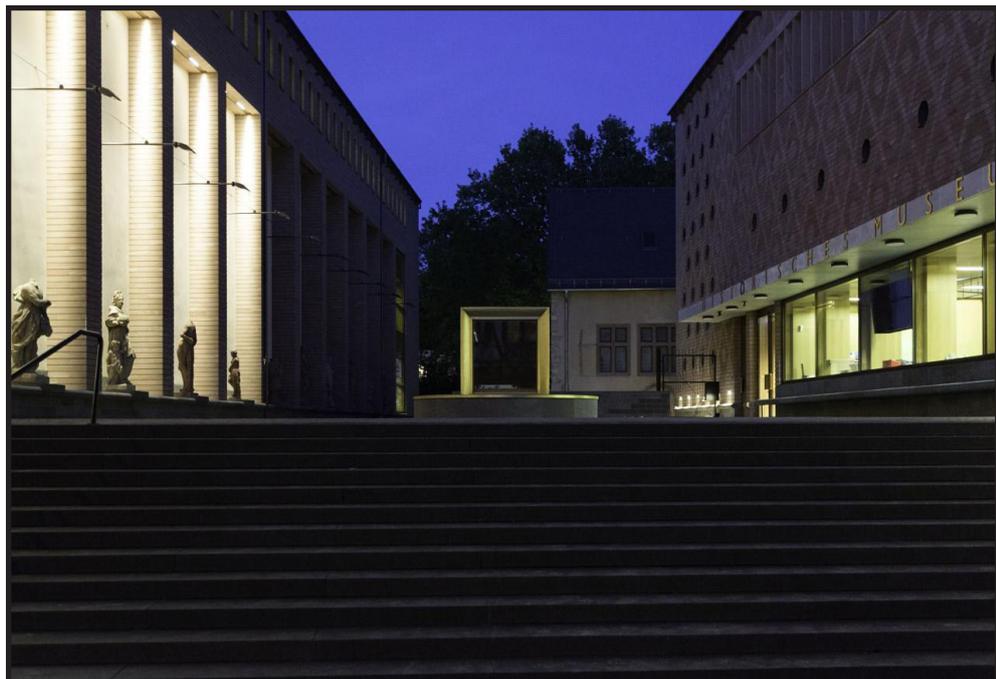
Das Historische Museum Frankfurt ist das älteste Museum der Stadt. Es sammelt, bewahrt, erforscht, vermittelt und stellt das kulturelle Erbe Frankfurts aus. Neben den Dauerausstellungen „Frankfurt Einst?“ und „Frankfurt Jetzt!“ sind im Museum wechselnde Stadtlabor Ausstellungen zu sehen, die mit den Frankfurter*innen gemeinsam erarbeitet werden. Wir sprechen mit Susanne Gesser, Leiterin des Stadtlabors und des Jungen Museums, und Katharina Böttger, freiberufliche Kuratorin und Stadtforscherin.

Katharina Böttger hat uns digital durch die Stadtlabor Ausstellung „Die Stadt und das Grün – Gärtnern Jetzt!“ geführt. Dabei stand die Frage „Wie entsteht eine partizipative Ausstellung?“ im Mittelpunkt. Die Ausstellung besteht aus 30 Beiträgen, die in Zusammenarbeit mit etwa 80 Gärtner*innen (=Laborant*innen) entstanden sind. Das Stadtlabor-Team arbeitet auf Basis der geteilten Expertise auf Augenhöhe mit den Laborant*innen zusammen.

Katharina Böttger brachte uns anhand der aktuellen Ausstellung näher, wie Beiträge für eine Stadtlabor Ausstellung generiert werden und wie aus den Einzelbeiträgen schlussendlich eine stimmige Ausstellung entsteht. In sechs Workshops wurden die Laborant*innen von der Ideenfindung bis zum konkreten Verfassen des Beitragstextes bei der Erstellung ihres Ausstellungsbeitrages begleitet. Zwischen den Workshops fanden kuratorische Einzelberatungen statt. Die individuellen Beiträge sollten sich einerseits in die Gesamtkonzeption einpassen, aber andererseits auch die inhaltlichen Vorstellungen der Laborant*innen präsentieren. Neben den Workshops wurde eine Feldforschungstour durchgeführt. Im Rahmen der sogenannten „Sommertour“ wurden 15 unterschiedliche Gartenprojekte besucht, wobei zusätzlich einige neue Laborant*innen gewonnen werden konnten. Das Ziel der Sommertour war es, möglichst viele Frankfurter*innen zu erreichen, die über die Kommunikationskanäle des Museums nicht erreicht werden können. Eine solche Sommertour findet nicht bei jeder Ausstellung statt.

Falls in der Ausstellung noch verschiedene Perspektiven und Vielfalt fehlen, werden Laborant*innen auch gezielt akquiriert. Außerdem wird versucht bei jeder Ausstellung ein

Künstler*innen Stipendium für die Produktion eines Beitrages zu vergeben. Die Themenbereichstexte für die vier erarbeiteten Ausstellungsbereiche wurden von den Mitarbeitenden des Museums geschrieben, um die Beiträge zu clustern. Außerdem fügt das Museum eine Kontextebene hinzu, um z.B. Zahlen, Statistiken und Hintergrundwissen einzubringen. Ein weiterer Beitrag des Museums ist eine Bilderwand, die die verschiedenen Stationen der Sommertour zeigt. So entsteht ein roter Faden durch die Ausstellung.



Überleben neben Leuchttürmen: Koalition der Freien Szene

Ein Gespräch mit Haike Rausch und Jan Deck

Die Koalition der Freien Szene arbeitet als selbstorganisierte politische Vertretung der freischaffenden Künstler*innen in Frankfurt und Umgebung. Die sich ihr angeschlossenen Künstler*innen, Initiativen und Institutionen stehen abseits der großen, öffentlich geförderten und beachteten Kultureinrichtungen, sind überparteilich und unabhängig von ökonomischen Partikularinteressen. Die Koalition will Kunst und Kultur aktiv in den öffentlichen Raum tragen und damit das gesellschaftspolitische Potenzial von Kunst und Kultur sichtbar machen.

Neben diesen Bestrebungen für eine zukunftsorientierte Kulturpolitik in Frankfurt versteht sich die Koalition der Freien Szene als Interessenvertretung der freien Künstler*innen in allgemeinpolitischen Belangen. Uns interessierten im Gespräch mit zwei Mitgliedern der Sprecher*innengruppe vor allem die Entwicklungen, die durch die Motivation der Koalition der Freien Szene entstanden und die Reaktionen seitens der Institutionen der Repräsentationskultur. Ein weiterer Schwerpunkt des Gesprächs lag auf den künstlerischen Arbeiten der verschiedenen Mitglieder der Koalition und wie sich die Projekte untereinander stützen und nach außen kooperieren.

Zu Beginn des Gesprächs hob Haike Rausch die Bedeutung des öffentlichen Raums für die Arbeit der freien Szene hervor. Er ist zentraler Ort der Begegnung, in dem gesellschaftliche Veränderungen sichtbar werden und in welchem deshalb auch Künstler*innen sichtbar sein müssen, um das gesellschaftlich-verändernde Potential der Kunst optimal zu nutzen. Deshalb sei es einer der Hauptmotivatoren der Künstler*innen der freien Szene, den öffentlichen Raum mit Kunst zu bespielen. Die Stadt Frankfurt am Main unterstütze diese Form der Arbeit sehr, Vertreter*innen des Kulturrates arbeiteten eng mit den Sprecher*innen der Szene zusammen und setzten sich dabei auch für die künstlerische Arbeit ein.

Die Frage nach aktiven Veränderungen und Eingriffen in die Freie Szene durch die Gründung der Koalition verneinten die beiden Gesprächspartner*innen entschieden. Die Koalitionsarbeit sei ein Engagement für die Verbesserung der Verhältnisse freischaffender Künstler*innen. Das jeweilige künstlerische Interesse und der Fokus der eigenen Arbeit

bleibe weiterhin den einzelnen teilhabenden Künstler*innen überlassen. Es lasse sich jedoch beobachten, dass sich die Künstler*innen in den verschiedenen Sparten seit der Gründung der Koalition untereinander stärker vernetzt haben. Der Koalition sei es wichtig, ohne Hierarchien miteinander zu arbeiten.

Die Mitglieder der Sprecher*innengruppe erleben es als große Bereicherung, wie gut solche Zusammenschlüsse, ohne feste Mitgliedschaften und bürokratische Strukturen, funktionieren können, und bezeichnen sie neben der politischen und künstlerischen Arbeit als essenziellen Bestandteil der Arbeit der Koalition der Freien Szene. Die Zusammenarbeit sowohl untereinander als auch mit der Stadt baut auf dem Gedanken auf, den Kulturbegriff zu öffnen und zu erweitern. Deswegen werden auch immer wieder Politiker*innen zu den Veranstaltungen eingeladen, um Öffentlichkeit zu schaffen, Austausch zwischen Ämtern und Künstler*innen anzuregen und Bedarfe aufzuzeigen. Es ist besonders notwendig bei den Entscheidungstragenden ein größeres Bewusstsein zu schaffen, warum und wofür finanzielle Mittel in der Freien Szene benötigt werden.

Haike Rausch vertritt die Überzeugung, dass ohne Kunst die Krisen dieser Welt nicht zu bewältigen seien. Kunst nähme auf eine bestimmte Weise Veränderungen wahr und könne diese ausdrücken und transportieren. Zu diesem Zweck würden Projekte der Freien Szene regelmäßig durch staatliche Fördermittel bezuschusst. Die Freie Szene arbeite generell viel dezentraler und unterstütze die Kunst und Kultur in der gesamten Stadt und nicht nur an Orten und in Räumen bekannter Institutionen. Seitens aller Mitglieder würden die Bestrebungen der Koalition nicht als negativ angesehen, sondern die stärkere Vernetzung begrüßt und als Anregung zum verstärkten Austausch angesehen.

Ausschlaggebend für das erfolgreiche Arbeiten der Freien Szene sei es, einen produktiven Dialog in alle möglichen Richtungen zu schaffen und aufrecht zu erhalten. Wichtig sind dafür vor allem die spartenbezogenen Vernetzungstreffen, bei denen die Bedürfnisse aus den einzelnen künstlerischen Sparten verhandelt werden. Die Koalition der Freien Szene hat einen großen ersten Meilenstein ihrer Arbeit vollbracht. Inwiefern die Umsetzung der Forderungen erfolgreich sein wird und welche entsprechenden Schritte die Koalition dann einleitet, wird sich in Zukunft zeigen.

Buchmesse in digitalen Zeiten?

Ein Gespräch mit Juergen Boos und Karin Schmidt-Friderichs,

Einmal im Jahr wird Frankfurt am Main zur Welthauptstadt der Ideen: zur Frankfurter Buchmesse. Wie das trotz der Pandemie-Einschränkungen möglich sein soll und was den Direktor der Frankfurter Buchmesse, Jürgen Boos, und die Vorsteherin des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels, Karin Schmidt-Friderichs, aktuell bewegt, haben sie uns in einem Gespräch verraten. Deutlich wurde dabei vor allem eins: Die Frankfurter Buchmesse ist im digitalen Zeitalter angekommen. Die Entwicklung wurde beschleunigt von den Herausforderungen der Coronapandemie, allerdings beschäftigt die Digitalisierung Boos und Schmidt-Friderichs schon lange. Digitale Produkte haben die Buchmesse schon durch E-Books frühzeitig berührt. Nun sind dank neuer Akteure wie Streamingdiensten neue Märkte entstanden, die auch für den Buchmarkt sehr relevant sind. Die Streamingdienste benötigen inhaltlichen Stoff zur Verfilmung und sind daher mittlerweile ebenfalls zahlreich auf der Buchmesse vertreten.

Die Pandemie stellte zunächst einen großen Schock für die gesamte Branche dar. Doch als die anfängliche Lähmung abgeschüttelt war, stellten Schmidt-Friderichs sowie viele Verleger*innen und Buchhändler*innen fest, dass die Branche digital besser aufgestellt war als bisher angenommen. „Viele Kund*innen haben erst jetzt entdeckt, dass ihr Lieblingsbuchladen einen Online-Shop besitzt“, sagt sie im Gespräch. Trotzdem hat die Krise Defizite und Probleme offengelegt und es wird viel Zeit und Arbeit nötig sein, bis sich die Buchbranche erholt hat.

Ähnlich ging es der Frankfurter Buchmesse. Der Höhepunkt des deutschen Literaturjahres und einer der wichtigsten Austauschorte für internationales gesellschaftspolitisches Geschehen musste ins Digitale verlagert werden. Herausfordernd dabei war nicht nur, dass der besondere Reiz der Messe vor Ort – der zufällige und informelle Austausch – nicht zu ersetzen war, so Boos. Auch Aussteller mussten überzeugt werden und das mit großem zeitlichem Vorlauf geplante Gastland Kanada vertröstet werden.

Jedoch hat die Krise auch Chancen aufgezeigt. Mit der Unterstützung des Programms NEU-START KULTUR der Bundesregierung wird die Buchmesse dieses Jahr in hybrider Form stattfinden. Vor allem Nischen-Formate haben sich bewährt und sollen weiter digital mög-

lich sein. Zudem soll die Frankfurter Buchmesse zukünftig ganzjährig relevant sein, allerdings weiterhin mit dem Messen-Highlight im Oktober das Interesse der Öffentlichkeit nach Frankfurt ziehen. Besonders am Markenversprechen der Buchmesse möchte Boos arbeiten und so weiterhin für seine Kund*innen relevant bleiben. Für ihn steht die Messe vor allem für Chancen, für Austausch und für gegenseitige Inspiration – „ein Jahrmarkt der Eitelkeiten sozusagen“, so Boos.

Mit Blick auf ihre Lebens- und Krisenerfahrungen gaben die beiden uns Studierenden aber vor allem einen Ratschlag mit auf den Weg: Wir dürfen nie aufhören zu lernen und müssen stets neugierig bleiben.



Bonusmaterial

Sun Salutation: Der perfekte Start in den Tag mit einer Yoga-Praxis

Bei einer virtuellen Exkursion sitzt man besonders viel und bewegt sich, anders als bei analogen Exkursionen, leider sehr wenig. Als kleiner Wachmacher und um den Körper fit zu halten haben sich alle Interessierten morgens zu einer kurzen Yoga-Praxis auf Zoom getroffen und sind ganz entspannt in den Tag gestartet. Dabei hatten wir besonders viel Spaß beim Ausprobieren der verschiedenen Praxis-Arten und starteten den Tag mal ganz kraftvoll mit einem abwechslungsreichen Vinyasa Flow, traditionell mit den Sonnengrüßen und auch mal ganz entspannt und sanft bei einer Hata Praxis.



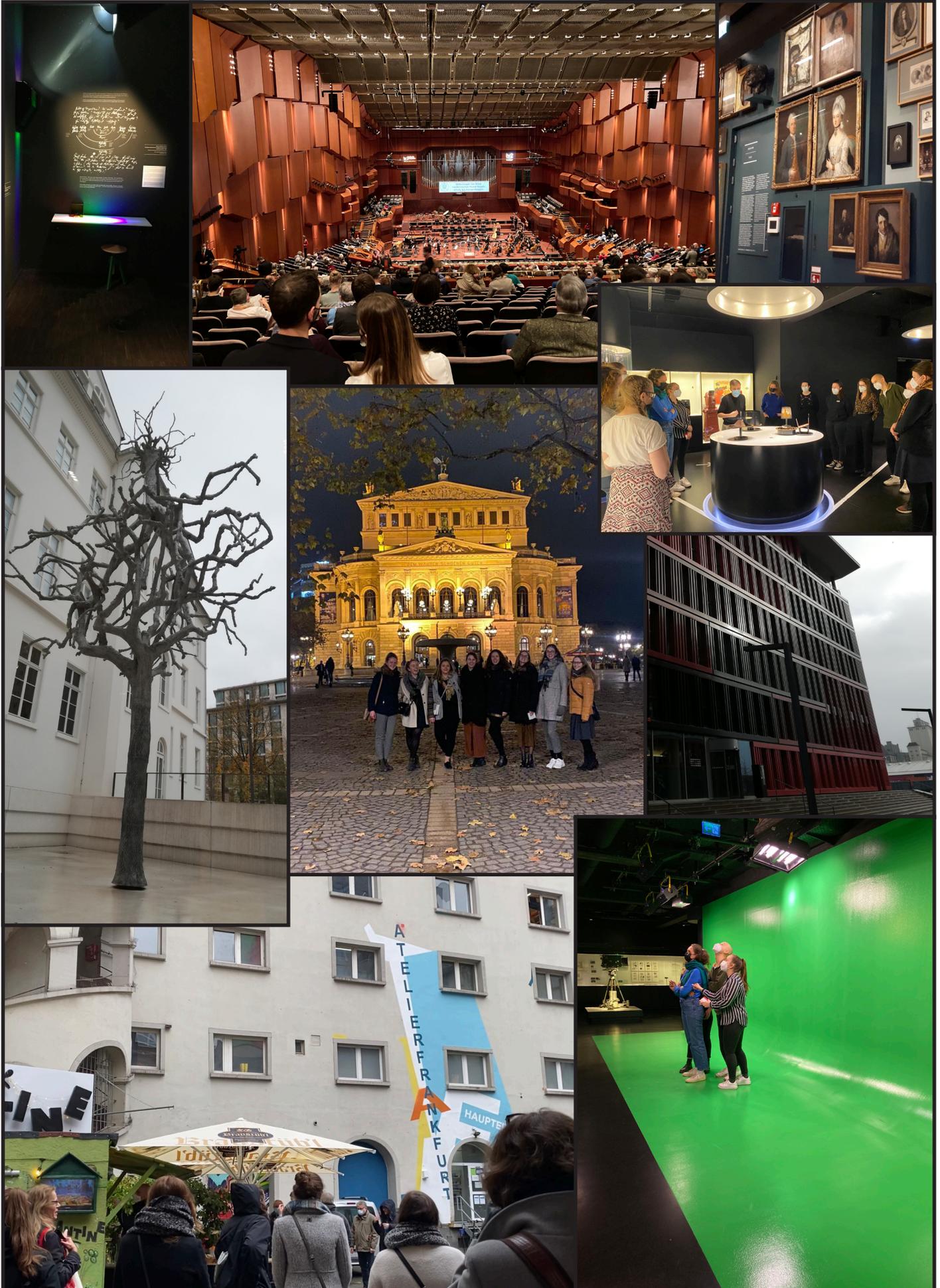
Foto-Challenge

Da wir keine gemeinsamen Bilder machen konnten, haben wir uns für jeden Tag Mini-Foto-Challenges überlegt. Alle Studierenden haben zuhause ein Bild von sich zu einem gemeinsamen Motto gemacht und die Einreichungen haben wir anschließend in Fotocollagen zusammengetragen. Da hieß es unter anderem: "Was ist euer Exkursions-Must have?" oder auch "Welche Snacks bringen euch durch den Tag?". Besonders spannend war das Thema "Exkursionslook". Hier sah man sehr schön, wer eher Team Minimalismus oder Team voll ausgestattet mit Kamera und Rucksack ist. Bei der letzten Challenge konnten dann alle zeigen, was sie beim Cocktail-Mixen so drauf haben. Gemeinsam ließen wir die digitale Exkursionswoche mit einer ebenso digitalen Party auf Zoom ausklingen. Cheers!



Man begegnet sich immer zweimal

Eindrücke der Exkursion vor Ort



IMPRESSUM



Teilnehmer*innen der Exkursion:

Dr. Christiane Dätsch, Natascha Häutle, Susanne Struth, Celine Stöckle,
Laura Lechner, Laura Klenk, Julia Stütze, Mia Jäger, Paulina Kapp,
Theresa Kolenics, Vera Schemmann, Loukia Florou, Laura Schuh,
Alexander Schöttle, Alexandra Grimm, Tessa Bürkle, Johanna Schwillle,
Mariam Tarkian, Madeleine Krummel, Vincent Wilke, Philip Kind
Sabrina Benz, Isabel Schleicher, Alina Janz, Konstantina Poulidis, Eva Amelio, Manja Mladek,
Natascha Reith, Tamara Buzdumovic, Silja Lenz, Muriel Gehringer, Larissa Bode

Ein besonderer Dank gilt all unseren Gesprächspartner:innen, die uns auf dieser Exkursion online und vor Ort interessante Einblicke in Ihre Arbeit und die vielfältige Kulturlandschaft der Stadt Frankfurt gewährt haben. Ebenso bedanken wir uns bei Dr. Christiane Dätsch und Natascha Häutle, M.A., deren Vorbereitungen in einem tollen und abwechslungsreichen Programm resultierten.

Lektorat: Susanne Struth und Laura Klenk **Layout:** Alexander Schöttle

Institut für Kulturmanagement
Pädagogische Hochschule Ludwigsburg
Reuteallee 46
71634 Ludwigsburg