

Hör Tipp: Radiofeature über die Ökonomisierung der Kunst

Die Orchidee auf dem Misthaufen

„Radikal“, „gesellschaftskritisch“ und „anarchistisch“ waren noch vor gar nicht allzu langer Zeit Zuschreibungen für Vollblut-Regisseure wie Rainer Werner Fassbinder, die weder Schauspieler, Publikum noch sich selbst schonten, um kompromisslos ihre Kunst zu leben. Auf einen kommerziellen Werbespot von Fassbinder hätte man lange warten können.

Doch heutzutage macht die Ökonomisierung der Gesellschaft auch vor den Kulturschaffenden nicht mehr halt.

In dem Radiofeature mit dem Titel „Kreativ aber günstig. Der Künstler als ideales Arbeitsmodell westlicher Ökonomien?“ (**Bayern 2, Samstag, 14.06.2014 von 13.05 bis 14 Uhr und Sonntag ab 21.05 Uhr**) versucht Autorin Gesche Piening die Vereinnahmung künstlerischer Kreativität für die Wirtschaftswelt und die Folgen für die Botschaft der Künstler aufzuzeigen.

Selbst Absolventin der renommierten Falckenberg-Schule in München, kennt die freiberufliche Schauspielerin, Regisseurin, Dozentin und Trainerin den Spagat zwischen Kunst und Kommerz aus eigener Anschauung – und verarbeitet ihn in eigenen Projekten. In der 2012 konzipierten, bundesweit zu sehenden Wanderausstellung „brenne und sei dankbar“ setzte sich Piening zusammen mit Ralph Drechsel mit den oftmals prekären Arbeits- und Lebensbedingungen vieler freiberuflicher Künstlerinnen und Künstler auseinander.

In dem von ihr verfassten Theaterstück vom „Zauber der Nachfrage“, welches seine Premiere im Dezember 2013 im i-camp in der Au feiern konnte, spielt Gesche Piening die Folgen einer konsequenten Ökonomisierung am Beispiel einer Theatertruppe durch. Einige dieser dort vorkommenden

Texte sind nun auch in dem Radiofeature zu hören.

Zusätzlich hat die Autorin eine Reihe von Interviews mit Vertretern aus Wirtschaft und Kulturwelt geführt, die sich zu einem bunten Stimmenreigen zusammenfügen.

So umreißt Ulf Schmidt, Theaterautor, Blogger, Digitalberater und wie er sich selbst nennt, Theaternachdenker, das erwachende Interesse der Wirtschaft am Künstler:

„Offensichtlich scheinen Unternehmen entdeckt zu haben, dass diese Form von – nennen wir es mal Flexibilität – die gepaart ist mit einer hohen Eigenmotivation, nämlich sich auch außerhalb der Arbeitszeiten oder am Wochenende aus Leidenschaft an Dinge zu setzen, etwas ist, was man sich auch in klassischen Unternehmen wünscht, und man versucht, die Antriebe und Arbeitsweisen, die man mit Künstlern assoziiert, in die Unternehmen hineinzukopieren.“

Für Florian Fischer, Regiestudent der Otto-Falckenberg-Schule, ist die Vielseitigkeit einer künstlerischen Betätigung Trumpf: „Ich finde es ja ganz großartig, viele verschiedene Dinge gleichzeitig machen zu können, es ist ein absoluter Alptraum für mich(...), dass man so monoton dahinlebt“.

Einfach ein bißchen mehr Mut erhofft sich Agostino Cisco, Personalentwickler eines global agierenden Unternehmens: „Da gibt es ganz, ganz viele banale Beispiele im Alltag, wo Mitarbeiter sich zu wenig trauen, einen Prozess oder eine Aufgabe auch mal selbst zu gestalten, obwohl sie die Vorstellung dazu hätten, (...) Und der Künstler ist die Figur, die sich das traut“.

Dass Kunst und Unternehmertum zusammenpassen können, will Jürgen Enninger, regionaler Ansprechpartner im Kompetenzzentrum für Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes für Bayern unter Beweis stellen:

„Was ist ein Kreativ-Unternehmer? (...) Sie müssen sich das so vorstellen, genauso wenig wie sie als Künstler nicht künstlerisch aktiv sein können, können sie als Mensch nicht nicht unternehmerisch aktiv sein, wenn sie Freiberufler sind, das heißt, wir versuchen diese Aspekte, die eher so nebenher abgewickelt werden, bewusst zu machen, um einfach diese Unternehmerpersönlichkeit, die ja auch in einer freiberuflichen Karriere angelegt ist, mit zu unterstützen. Dabei geht es uns nicht darum, künstlerisches Schaffen zu verwässern, möchte ich ganz deutlich sagen, sondern das, was



© Gesche Piening

Theaterregisseurin Gesche Piening ist Autorin des Radiofeatures „Kreativ aber günstig“ auf Bayern 2.

aus dem künstlerischen Schaffen entsteht, dafür ein Bewusstsein zu schaffen, dass es einfach auch einen Wert hat.“

So entwickelt die Autorin einen spannenden Diskurs aus Interviewstimmen und dramatischem Text, der viele Fragen aufwirft:

Kann es eine fruchtbare Zusammenarbeit zwischen Kunst und Kommerz geben, oder ist die Kunst eine Kulturtechnik, ein demokratisches Instrument, das nicht dazu da ist, Geld zu verdienen?

Macht eine Fototapete einen Betrieb zum kreativen Unternehmen?

Schafft sich das deutsche Theater gerade selbst ab, weil es sein Publikum nicht mehr erreicht? Ist die Kunst nur die Orchidee auf dem Misthaufen der Wirtschaft?

Dies und noch einiges mehr erwartet den interessierten Hörer bei „Kreativ aber günstig“.

Die Musik und die Soundsignale des Features sind von Wolfgang Petters, Hausmusik. Redaktion: Katja Huber.

Bayern 2, Samstag, 14.06.2014 von 13.05 bis 14 Uhr und Sonntag ab 21.05 Uhr

Markus Wagner