

**FORMWECHSEL UND KONTINUITÄT**  
CHANCEN UND RISIKEN FÜR DIE GESELLSCHAFT

# RÜCKKOPPLUNG NACH VORNE

## CARSTEN BROSDA

Dr. Carsten Brosda ist Senator für Kultur und Medien der Freien und Hansestadt Hamburg, Präsident des Deutschen Bühnenvereins, Vorsitzender des Kulturforums der Sozialdemokratie und Co-Vorsitzender der Medien- und Netzpolitischen Kommission des SPD-Parteivorstands. Zuvor war er in Hamburg Staatsrat für Kultur, Medien und Digitales und Bevollmächtigter des Senats für Medien.

Die Digitalisierung hat bei den Informations- und Kommunikationssystemen angefangen und ist nun bei der Durchdringung unseres Alltags mit digitaler Technologie angelangt. Was bedeutet das für die künstlerische Produktion, die Präsentation und die Rezeption von Kunst und Kultur?

U nser Denken muss konkret werden!“, hat der Schriftsteller Max Frisch einmal gefordert. „Man müsste sehen, was man denkt, und es dann ertragen oder seine Gedanken ändern, damit man sie denken darf.“<sup>1</sup> Das ist eine markante Forderung, die in Zeiten von Digitalisierung und Globalisierung eine zusätzliche Pikanterie erfährt. Informationen aus aller Welt sind permanent verfügbar und alles – oder nichts? – scheint uns etwas anzugehen. Zudem hat uns die Corona-Krise nur allzu deutlich wieder einmal vor Augen geführt, dass die wirtschaftlichen und politischen Verflechtungen enorm sind. Aber wie gehen wir um mit dieser Entgrenzung und dieser Komplexität? Wie kann uns die Rückkopplung des Abstrakten an die eigene Erfahrung gelingen und so sinnvolles Handeln ermöglichen? Denn darum geht es ja letztlich, weil Gesellschaft nicht nur theoretisch, sondern vor allem ganz praktisch im Miteinander gelingen muss.

Max Frisch wäre nicht Max Frisch, wenn er nicht auch einen Hinweis für uns hätte: Die Künste (aus seiner Sicht natürlich insbesondere die Literatur) könnten diesen Brückenschlag zwischen Abstraktion und Konkretion leisten. Kunst könne das Wesentliche, das Lebendige zum Ausdruck bringen und so das Abstrakte ins Anschauliche wenden. Dass dies gelingt, liegt paradoxerweise wohl gerade an ihrer Neigung zum Spekulativen, zum Anarchischen, zum Kritischen und zum Utopischen. In seiner New Yorker Poetikvorlesung formulierte Frisch es wie folgt: „Die Wahrheit kann man nicht beschreiben, nur erfinden.“<sup>2</sup>

Wenn Kunst und Kultur es vermögen, das Abstrakte konkret – im wahrsten Sinne des Wortes also anschaulich – zu machen, wie verhält es sich dann mit der Kunst und Kultur im Sinne einer eCulture? Das Medium beinhaltet zunächst einmal eine Abstraktion, wir haben es im Netz immer mit einer mittelbaren statt einer unmittelbaren Erfahrung zu tun. Die Orte, die wir uns dort ansehen, können wir nicht mit allen Sinnen und in der Zeit erleben; die Menschen, mit denen wir dort kommunizieren, können wir nicht anfassen und riechen; die Theaterstücke, die wir dort sehen, erleben wir allein vor dem Computer anstatt mit 500 anderen Menschen, die manchmal an anderen Stellen lachen als man selbst und manchmal an den selben. Gerade zu Beginn der Corona-Pandemie haben viele Kultureinrichtungen, Künstlerinnen und Künstler die Chancen des Digitalen genutzt, zum einen aus der Not, weil sonst nichts mehr möglich war, zum anderen aber auch aus Neugier. Sie haben herumexperimentiert und neue Formate entwickelt, um den Verlust der direkten Kunsterfahrung im Lockdown zu kompensieren. Bei aller lobenswerten Offenheit von Kulturschaffenden und Publikum, kann man wohl doch als Zwischenbilanz eine leichte Ermüdung feststellen. Dies hat vermutlich drei Gründe: erstens die ganz banale Tatsache, dass die meisten Menschen es als anstrengender empfinden, einem Konzert vor dem Bildschirm zu lauschen statt im Konzertsaal, zweitens die pragmatische Feststellung, dass sich bisher noch keine bewährten Bezahlmodelle für Kunstangebote im Netz etabliert haben und drittens der Umstand, dass die

digitale Kunsterfahrung überwiegend eher als Kompensation wahrgenommen wurde, denn als adäquater Ersatz. Das Konkrete des unmittelbaren Kunsterlebnisses entspricht den meisten Menschen offenbar mehr als das digitale Pendant. Interessanterweise hat sich dennoch, trotz mancher, teils auch berechtigter Vorbehalte, etwas in Bewegung gesetzt. Kultureinrichtungen verkaufen beispielsweise, zum Teil ergänzend zu analogen Veranstaltungen, begrenzte eTickets für Lesungen oder Theateraufführungen. Digitale Vorträge und Diskussionen werden vom Publikum gut angenommen und haben zudem den Vorteil, dass aufwendige Reisen erspart bleiben. Und ich bin sicher, dass auch genuin digitale Kunstprojekte zunehmend selbstverständlicher und raffinierter werden. Wir haben uns also auf den Weg gemacht, auch wenn wir noch nicht wissen, wohin die Reise führt.

Wir haben es bei der eCulture letztlich mit drei großen Bereichen zu tun. Der erste Bereich befasst sich mit den digitalen Möglichkeiten, Kulturangebote zur Verfügung zu stellen: die Archive, die Bestände in den Museen oder das Repertoire in den Theatern. Die Idee ist, all die kulturellen Schätze zu sichern und verfügbar zu machen. So bewahren wir unser kulturelles Erbe für die Zukunft und machen es weltweit zugänglich. In Hamburg investieren wir im Bereich der Museen in die Digitalisierung und Inventarisierung der Sammlungen, in der Hoffnung, im Jahr 2035 damit fertig zu sein. Entscheidend ist dabei, dass wir es als Stadt schaffen müssen, dass diese Vielzahl von Möglichkeiten nicht Einzelprojekte einzelner Institutionen bleiben, die auf zwei oder drei Jahre angelegt sind, sondern dass das systematisch in den Strukturen verankert wird.

Die Digitalisierung der Museumsbestände zeigt uns übrigens auch, dass sich manchmal Möglichkeiten eröffnen, über die man vorher gar nicht nachgedacht hat. Welche Bedeutung Digitalisate im Gegensatz zu analogen Karteikarten haben, wird in den aktuellen Bemühungen um die Provenienzforschung zu kolonialen Sammlungsbeständen als Voraussetzung und mitunter Initiierung von Restitutionen deutlich. Hintergrund ist, dass in den Herkunftsgesellschaften oftmals nicht mehr das Wissen darüber vorhanden ist, was einmal im eigenen Land war. Wenn wir digital offen legen, um welche Objekte es sich handelt, kann man leichter als zuvor prüfen, ob es unter Umständen restituiert werden oder im Rahmen einer Dauerleihgabe zurückgeführt werden sollte.

Der zweite große Bereich der eCulture befasst sich mit den Möglichkeiten digitaler Techniken, Bürgerinnen und Bürger darüber zu informieren, welche kulturellen Angebote in einer Stadt oder einer Gemeinde zur Verfügung stehen. Es geht also darum, die neuen kommunikativen Möglichkeiten für Kulturinstitutionen so nutzbar zu machen, dass man neben den bisherigen auch neue Besuchergruppen erreicht. Der Trailer zur Theaterpremiere oder ein virtueller Gang durch eine aktuelle Ausstellung können Appetit machen auf das Original. Dass das eine dem anderen keine Konkurrenz macht, hat uns die Übertragung von Fußballspielen im Fernsehen schon beispielhaft gezeigt. Als die in Mode kam, fürchteten manche auch, dass die Menschen dadurch nicht mehr ins Stadion gingen. Wir wissen heute, dass die Sorge unberechtigt war. Das analoge Erlebnis mit allen Sinnen ist nicht ersetzbar – wir können es aber kommunikativ vorbereiten und sinnvoll ergänzen.

Der dritte große Bereich ist vielleicht der anspruchsvollste: Wie werden digitale Techniken selber zu einem Modus der Kunst- und Kulturproduktion? Trotz unserer Erfahrungen mit

der Medienkunst stehen wir hier immer noch relativ weit am Anfang und wissen noch nicht so genau, wohin es uns führt. So scheint es beispielsweise nicht ausgeschlossen, dass Games im 21. Jahrhundert das sein werden, was im 20. Jahrhundert der klassische Film war. In den Games werden audiovisuelle Welten mit narrativen Strukturen erschaffen, die nicht nur technisch, sondern auch erzählerisch ein anspruchsvolles Niveau erreicht haben. Weil wir dabei aber statt als Betrachtende eines Films plötzlich als Teilnehmende solcher virtueller Welten selbst zum Akteur oder zur Akteurin werden, betrachten wir sie bisher mehr als Unterhaltung und nur sehr eingeschränkt als Kunst. Langsam setzt sich aber die Erkenntnis durch, dass auch die Games eine Kulturtechnik sind. Virtual und Augmented Reality öffnen als Formen digitalen Kunst- und Kulturschaffens wichtige neue Möglichkeiten. Die Faszination, virtuelle Räume mittels VR-Brille begehb- und erlebbar zu machen, könnte im Digitalen der Brückenschlag von der Präsentations- zur Kunsttechnik, vom Abstrakten zum Anschaulichen sein. So wie viele Jahre darüber diskutiert wurde, ob Fotografie Kunst ist oder nicht, diskutieren wir nun darüber, ob VR-Projekte Kunst sind oder nicht. Unabhängig davon, scheint die Verlockung von Filmemacher Dani Levi bis hin zum Bildenden Künstler Jonathan Meese jedoch groß zu sein – beide haben sich in dem Medium bereits versucht.

In allen drei Bereichen müssen wir kulturpolitische Akzente setzen. In der aktuellen Lage sind dabei vor allem die Vermittlungsfragen für die Kultureinrichtungen entscheidend und dringlich. Es ist inzwischen Konsens, dass Marketingaufgaben wie Audience Development und Customer Relationship zwei zentrale Aufgaben auch in der Kultur sind. „Kultur für alle!“ hieß der kulturpolitische Schlachtruf von Hilmar Hofmann in den 1970er Jahren – jetzt, über fünfzig Jahre später sagen immer noch viel zu viele: „Für mich nicht.“ Wir wissen von Nichtbesucherstudien, dass 50 Prozent der Bürgerinnen und Bürger keine öffentlich geförderten Kultureinrichtungen besuchen. Diese Studien legen auch nahe, dass viele Menschen nicht deshalb nicht in solche Kultureinrichtungen gehen, weil es sie nicht interessieren würde, sondern weil sie sich nicht gemeint oder im schlimmsten Falle sogar unerwünscht fühlen.

Deswegen spielt die Frage, wie man durch die Digitalisierung mit ganz unterschiedlichen und vor allem neuen Zielgruppen in Kontakt kommen kann, eine große Rolle. Sie bietet zahlreiche Möglichkeiten, Barrieren abzubauen und Interesse bei denen zu wecken, für die die Angebote bisher nicht plausibel erschienen. Aber auch beim bereits zugewandten Publikum werden die digitalen Wege immer wichtiger. Zum einen weil die tradierten journalistischen Mittler unworbener sind – die lokalen Tageszeitungen verkleinern ihre Kulturressorts und das Radio sendet weniger Wortbeiträge –, zum anderen weil sich das Informations- und Rezeptionsverhalten deutlich verändert hat. Viele haben ihr Smartphone immer bei sich, sie erledigen eine Vielzahl von Aufgaben und verbringen ihre Freizeit damit: Bankgeschäfte tätigen, Einkäufe erledigen, Hausaufgaben verschicken, Verabredungen treffen, Essen fotografieren oder Musik hören und Filme schauen. Vermutlich dauert es auch nicht mehr allzu lange, bis das Internet der Dinge eine Verknüpfung der realen und der virtuellen Welt erreicht. Auf all diese Entwicklungen sollten Kultureinrichtungen reagieren und digitale Präsenz zeigen. Kultureinrichtungen sollten