

# MAPPING DER SELBSTSTÄNDIGKEIT IN DER KUNSTVERMITTLUNG

Eine Untersuchung anhand von vier Beispielen aus der Schweiz, Österreich und Deutschland  
von Joline Pütz



Zürcher Hochschule der Künste (ZhdK) | Master-Thesis MA in Art Education |  
Vertiefung ausstellen & vermitteln Frühjahrssemester 2012 | Mentorin: Carmen  
Mörsch | Verfasserin: Joline Pütz | [jolinepuetz@gmail.com](mailto:jolinepuetz@gmail.com) | 18. Mai 2012

# DANKE

(in nicht hierarchisierender Reihenfolge und willkürlicher paarweiser Zusammensetzung)

**trafo.K, eck\_ik, Arthur Berlin, les-beaux-arts**

**Carmen & Doris**

**Jo & Ingeborg**

**Natalie & Janine**

**Julia & Amanda**

**René & Alex**

**Mins & Amelly**

**Marianne & Olivier**

**Doris Prenn**

**&**

**alle die ich um halb vier Uhr nachts vergass zu erwähnen**

# MAPPING DER SELBSTSTÄNDIGKEIT IN DER KUNSTVERMITTLUNG

## Eine Untersuchung anhand von vier Beispielen aus der Schweiz, Österreich und Deutschland

### INHALT

	Seite		Seite
<b>1. Einleitung</b>	4	3.2 Case Study eck_ik – Büro für Arbeit mit Kunst	23
<b>2. Dienstleistungsverständnis trifft auf kritische Haltung – Positionen und Praktiken im Arbeitsfeld Selbstständige Vermittlung</b>	6	3.2.1 Kurzbeschreibung	23
2.1 Zum Vermittlungsbegriff	6	3.2.2 Selbstverständnis und Vermittlungsbegriff	24
2.1.1 Kunstvermittlung als Begriff	6	3.2.3 Arbeitsweisen und Inhalte	25
2.1.2 Kunstvermittlung in Abgrenzung zu Kulturvermittlung und anderen Begriffen	7	3.2.4 Struktur und Ökonomie	27
2.2 Vermittlung als Praxis(feld)	8	3.3. Case Study Arthur Berlin	33
2.3 VermittlerInnen zwischen Kreativwirtschaft und Kritik der Kreativität - Aspekte der Selbstständigkeit im Kulturbereich	8	3.3.1. Kurzbeschreibung	33
2.3.1 Konzepte und Bereiche der Kreativwirtschaft	10	3.3.2 Selbstverständnis und Vermittlungsbegriffe	34
2.3.2 Zum Kreativwirtschaftsverständnis im deutschsprachigen Raum - „Kunst/Kultur als Branche“	13	3.3.3. Arbeitsweisen und Inhalte	35
2.3.3 Kritik der Kreativität als Gegenposition zu Kreativwirtschaft		3.3.4. Struktur und Ökonomie	34
2.4 Selbstständige VermittlerInnen als AkteurInnen der Kreativszene	14	3.4. Case Study les-beaux-arts – Agentur für Kunstvermittlung, Beratung, Organisation	42
<b>3. Vier Fallstudien – Zusammenfassung der empirischen Untersuchung</b>	15	3.4.1 Kurzbeschreibung	42
3.1 Case Study Büro trafo.K	15	3.4.2 Selbstverständnis und Vermittlungsbegriff	42
3.1.1 Kurzbeschreibung	15	3.4.3. Arbeitsweisen und Inhalte	43
3.1.2 Vermittlungsbegriffe und Verständnis von Vermittlung	16	3.4.4 Struktur und Ökonomie	
3.1.3 Arbeitsweisen und Inhalte	17	<b>4. Fazit</b>	46
3.1.4 Struktur und Ökonomie	19	<b>Literaturverzeichnis</b>	
		<b>Anhang</b>	

## 1. Einleitung

Die Idee, sich mit der Selbstständigkeit im Arbeitsfeld der Kunstvermittlung zu beschäftigen, entstand während eines Projekts im Rahmen meines Masterstudiums MAE ausstellen & vermitteln an der Zürcher Hochschule der Künste. Dabei galt es, in einer Gruppenarbeit ein fiktives, aber durchführbares Ausstellungs- und Vermittlungsprojekt zu konzipieren. Meine Gruppe entwarf dafür das Szenario einer Themenausstellung im öffentlichen Raum, die von einem Team freier Ausstellungsmacherinnen und Vermittlerinnen gemeinsam erdacht und mit mehreren Kooperationspartnerschaften durchgeführt werden sollte.

An diesem Ausstellungsprojekt gefiel mir neben der Idee der Selbstständigkeit im Team besonders gut, dass es Elemente von kritischer Vermittlung<sup>1</sup> und kuratorischer Arbeit miteinander verknüpfte und beides gleichwertig gewichtete. Dabei sah ich meinen Interessenschwerpunkt im Besonderen darin, die Vermittlung zu kuratieren. Dies liess in mir die Vorstellung aufkommen, wie es tatsächlich wäre, als freie Vermittlerin in einem Team zu arbeiten, das solche Projekte macht.

Der Gedanke an die Selbstständigkeit begleitete mich bereits seit den Anfangstagen meines Bachelorstudiums in Kultur- und Freizeitmanagement. Mit der Selbstständigkeit verband ich die Vorstellung, ich könne den Botschaften, die mir wichtig sind, zu einer öffentlichen Plattform verhelfen und meine Ideen von Anfang bis Ende verfolgen und durchdenken. Mit meiner Masterausbildung richtete sich mein Fokus auf „ausstellen & vermitteln“.

Darüber hinaus lernte ich durch meine beiden Vorgesetzten<sup>2</sup> in einer Assistenzstelle im Weiterbildungsstudiengang Bilden – Künste – Gesellschaft an der ZHdK ein gutes Beispiel für ein funktionierendes Arbeitsmodell der Selbstständigkeit in der Kunstvermittlung kennen.

Dieses positive Beispiel aus meinem direkten Umfeld stärkte zwar mein Interesse an dem Arbeitsfeld der selbstständigen Kunstvermittlung, dennoch hege ich Zweifel in Bezug auf die Chancen, von der Tätigkeit als selbstständige Vermittlerin zu leben.

Meine Grundannahme war, dass es vor allem für VermittlerInnen mit einem kritischen Arbeitsansatz wirtschaftlich schwierig sein könnte, als Selbstständige zu arbeiten. Dieser Eindruck entstand aus der Annahme, dass die Unangepasstheit und

<sup>1</sup> Der Begriff der kritischen Vermittlung wird im Kapitel 2 „Dienstleistungsverständnis trifft auf kritische Haltung – Positionen und Praktiken im Arbeitsfeld Selbstständige Vermittlung“ detailliert erläutert.

<sup>2</sup> Marianne Guarino-Huet und Olivier Desvoignes, welche gemeinsam das Kunstvermittlungskollektiv microsillons bilden und als solches auch die Studiengangsleitung des MAS/CAS Bilden – Künste – Gesellschaft an der ZHdK innehaben.

Eigenwilligkeit der Vermittlungsformate dieser Selbstständigen eine Hürde bei der Vergabe von Aufträgen darstellen könnte.

Dienstleistungsorientierte VermittlerInnen hätten es im Gegensatz zu kritischen VermittlerInnen möglicherweise leichter, da sie sich von vornherein an den Bedürfnissen ihrer AuftraggeberInnen orientieren und somit die Voraussetzungen für wirtschaftlichen Erfolg besser sind.

Mein persönliches Dilemma bestand also darin, dass ich mich einerseits inhaltlich auf der Seite der unangepassten VermittlerInnen sehe, insbesondere weil ich davon überzeugt bin, dass es mehr Freude bereitet, an der Produktion von kritischer Vermittlung beteiligt zu sein, anstatt eine fremdbestimmte Dienstleistung in Festanstellung anzubieten. Andererseits stellt es für mich auch bei selbstständiger Tätigkeit eine absolute Priorität dar, von dieser Arbeit auch leben zu können.

Vor diesem Hintergrund erscheint es mir an der Zeit, konkrete Überlegungen und Nachforschungen anzustellen, um herauszufinden, ob die Arbeit als selbstständige Vermittlerin<sup>3</sup> unter diesen Voraussetzungen meine berufliche Zukunft darstellen könnte. Um herauszufinden, inwiefern die von mir getroffenen Annahmen zur selbstständigen Vermittlungsarbeit in der Realität Bestand haben, mache ich die Frage nach den Arbeitsrealitäten selbstständiger KunstvermittlerInnen zur zentralen Thematik meiner Masterarbeit. So soll nicht nur mein persönliches Erkenntnisinteresse verfolgt werden, sondern auch Inhalte und Erfahrungen aus dem Bachelorstudium in Kulturmanagement mit dem Masterstudium in ausstellen & vermitteln verbunden werden.

Die wissenschaftliche Relevanz dieser Thematik sehe ich vor allem in zwei Punkten: Zum einen stellt die Selbstständigkeit im Bereich der Kunst- und Kulturvermittlung im Verhältnis zur institutionellen Kunstvermittlung ein bisher wenig erforschtes Gebiet dar, obwohl das klassische Arbeitsmodell der Vollzeitfestanstellung im Arbeitsfeld Vermittlung relativ selten anzutreffen ist. Zum anderen finden sich im Bereich der Kreativ- und Kulturwirtschaftsforschung im deutschsprachigen Raum kaum Publikationen, die sich spezifisch mit der Situation von selbstständigen Kunst- und KulturvermittlerInnen als ExistenzgründerInnen und UnternehmerInnen beschäftigen. Gleichzeitig gibt es aber auf dem Gebiet der Vermittlung von Kunst und Kultur ein wachsendes Ausbildungsangebot und somit auch eine steigende Anzahl zukünftiger VermittlerInnen. Für sie wäre es von Interesse und von Vorteil, wenn mehr Informationen zu Formen, Möglichkeiten und Unmöglichkeiten der Selbstständigkeit in der Kunst- und Kulturvermittlung zur Verfügung ständen.

<sup>3</sup> In meinem Fall mit einem Schwerpunkt auf Ausstellungsvermittlung.

Diese Masterarbeit ist der Versuch, ein „Mapping der Selbstständigkeit in der Vermittlung“ zu erstellen. Dazu habe ich das Selbstverständnis und die Arbeitsweisen von selbstständig tätigen Kunst- und KulturvermittlerInnen aus Österreich, der Schweiz und Deutschland anhand von vier leitfadenbasierten ExpertInneninterviews erforscht. Hier ging es im Kern darum, die jeweiligen Arbeitsrealitäten zu erfragen und abzubilden, um so kritische, problematische oder anderweitig interessante Aspekte herauszuarbeiten und zu diskutieren.

Bei der Auswahl der befragten VermittlerInnen bemühte ich mich um eine möglichst kontrastierende Bandbreite an Arbeitsansätzen: von eher dienstleistungsorientierten Konzepten über künstlerische Vermittlungsarbeit bis hin zum kritischen Vermittlungsbegriff sollten verschiedene Selbstverständnisse von selbstständigen VermittlerInnen vertreten sein.

Das gemeinsame Auswahlkriterium war dabei die Professionalität der Selbstpräsentation im Internet. Die durch die Webseiten der Befragten zur Verfügung stehende Informationsbasis sollte gemeinsam mit den von mir durchgeführten ExpertInneninterviews ein möglichst umfassendes Bild über das Selbstverständnis und Arbeitsrealitäten der selbstständigen VermittlerInnen bilden/herstellen.

Die Arbeit gliedert sich in drei Teile. Der erste Teil stellt einen Überblick über verschiedene theoretische Positionen und aktuelle Entwicklungen zur Thematik der selbstständigen Vermittlung dar. Hierbei werden die Arbeitsfelder „Vermittlung“ und „Selbstständigkeit im Kulturbereich“ einer näheren Betrachtung unterzogen. Um den Kontext für die Ergebnisse aus der empirischen Untersuchung im zweiten Teil der Arbeit herzustellen, werden in der theoretischen Auseinandersetzung je zwei entgegengesetzte Positionen aus den beiden Arbeitsfeldern „Vermittlung als Dienstleistung“ und „Vermittlung als kritische Praxis“ sowie „Kreativwirtschaft“ und „Kritik der Kreativität“ fokussiert.

Der zweite Teil der Arbeit besteht aus vier Fallstudien, die auf den ExpertInneninterviews mit selbstständigen VermittlerInnen in Kombination mit Informationen von deren Internetseiten beruhen. Die Fallstudien gehen sowohl auf inhaltlich-konzeptionelle als auch auf unternehmerische Aspekte der Arbeit von selbstständigen Kunst- und KulturvermittlerInnen ein.

In Bezug auf die Inhalte ging es in den Befragungen einerseits um das jeweilige Selbstverständnis, die Motivation und den Vermittlungsbegriff. Andererseits wurden die Vermittlungskonzepte, die Bandbreite der Arbeit und die konkreten Projekte der VermittlerInnen näher betrachtet. Hinsichtlich der unternehmerischen Perspektive waren insbesondere spezifische Standortgegebenheiten struktureller, politischer und wirtschaftlicher Art, der organisatorische Aufbau der Arbeit, der Umgang mit Auf-

traggeberInnen und WettbewerberInnen sowie Aufbau und Pflege von Partnerschaften und Netzwerken von zentralem Interesse.

Kontextbegriffe, welche die Arbeits- und Lebensweisen der VermittlerInnen wiedergeben, erlauben einen Zusammenhang mit den im ersten Teil besprochenen Theorienpositionen herzustellen.

Danach folgt in der Form des Fazits die Diskussion/Interpretation der verschiedenen Arbeitsansätze. Sie werden verglichen, um bestehende Zusammenhänge und Wechselwirkungen sichtbar zu machen und zu reflektieren. Die daraus resultierenden Schlussfolgerungen und Erkenntnisse sollen zu möglichen Antworten auf die eingangs formulierten Annahmen und Fragen zu den Arbeitsrealitäten selbstständiger KunstvermittlerInnen führen.

## 2. Dienstleistungsverständnis trifft auf kritische Haltung – Positionen und Praktiken im Arbeitsfeld Selbstständige Vermittlung

Die Beschäftigung mit der Thematik der „selbstständigen Kunstvermittlung“ bringt eine nähere Betrachtung der Felder „Vermittlung“ und „Selbstständigkeit im Kulturbereich“ mit sich. Auf beiden Arbeitsfeldern werden zwei Diskurse fokussiert, die entgegengesetzte Positionen vertreten und so auch ein Stück weit die Grenzen des jeweiligen Feldes abstecken. Innerhalb der Vermittlung sind das die Positionen „Vermittlung als Dienstleistung“ und „Vermittlung als kritische Praxis“. Die Selbstständigkeit im Kulturbereich betreffend, existieren dazu Parallelen in den Diskursen um „Kreativwirtschaft“ und „Kritik der Kreativität“.<sup>4</sup> Diese Begriffe bilden deshalb auch den Kontext der folgenden Theorieauslegeordnung für diese Arbeit.<sup>5</sup>

### 2.1 Zum Vermittlungsbegriff

Vermittlung ist ein Begriff, der von verschiedensten wissenschaftlichen Disziplinen und gesellschaftlichen Bereichen (bspw. von der Theologie bis zur Telekommunikation) unterschiedlich gebraucht und besetzt wurde und wird. Eine für viele dieser Disziplinen zutreffende Aussage ist, dass Vermittlung Aktivitäten bezeichnet, die Personen, Güter und Informationen zugänglich machen.<sup>6</sup> Des Weiteren bezeichnet „Vermittlung“ im Sinne von Mediation auch die Befriedung von Konflikten oder den Vergleich unterschiedlicher Interessen.

Wenn in der vorliegenden Arbeit von Vermittlung die Rede ist, bezieht sich der Begriff aber jeweils auf Kunst- und/oder Kulturvermittlung und allenfalls noch verwandte Konzepte und Kontexte. Trotz dieser Einschränkung bleibt noch ausreichend Klärungsbedarf, denn Kunst- oder Kulturvermittlung meint im deutschsprachigen Raum wie in den meisten europäischen Ländern ein weites Praxisfeld:

*„Die Aspekte reichen je nach Verständnis von institutioneller Bildungsarbeit, über Ar-*

<sup>4</sup> Dem entspricht auch die kontrastierende Auswahl der Befragten in Bezug auf das jeweilige Selbstverständnis und den Vermittlungsbegriff.

<sup>5</sup> Dabei beziehe ich mich auf den deutschsprachigen Raum. Eventuell vorhandene Sprach- und Länderunterschiede bleiben, soweit sie nicht von essentieller Bedeutung sind, unbeachtet, um den Rahmen dieser Arbeit nicht zu sprengen.

<sup>6</sup> Vgl. dazu die in Entstehung begriffene Doktorarbeit von: Henschel, Alexander: „Was heißt hier ‚Vermittlung‘? Eine Verortung des Vermittlungsbegriffs im Spannungsfeld zwischen Kunst und ihrem Publikum“, Abstract, Zürich, 2012 (noch nicht publiziert).

<http://iae.zhdk.ch/iae/deutsch/forschung-entwicklung/forschungskoooperation-doktoratsprogramm/doktoratsprogramm-art-education/> (letzter Zugriff am 13.05.2012).

Und auch: Gruber, Marion R.: im Blogbeitrag vom Freitag, 27. März 2009, Kunst- und Kulturvermittlung – Eine Definition, <http://up2kukuk.blogspot.com/2009/03/eine-definition-von-kunst-und.html> (letzter Zugriff am 11.05.2012).

*tists-in-Schools Aktivitäten über Kulturvermittlungsprojekte im öffentlichen und/oder sozialen Raum bis hin zu Diskussionen über die Rolle und Ausbildung von Künstlern, Kulturschaffenden und LehrerInnen als VermittlerInnen.“<sup>7</sup>*

Klärungsbedarf sehe ich<sup>8</sup> zum einen bei der Frage, wie die Begriffe Kunstvermittlung und Kulturvermittlung zueinander stehen, inwiefern und wo sie sich in Bedeutung und Verwendung unterscheiden oder auch überschneiden, und inwiefern weitere Begriffe wie Museumspädagogik, Kulturpädagogik und das Konzept der kulturellen Bildung dazu in Beziehung gesetzt werden können. Zum anderen möchte ich die unterschiedlichen Auffassungen von „Vermittlung als Dienstleistung“ und „Vermittlung als kritische Praxis“ kurz vorstellen und so die Praktiken und Haltungen zu und das Verständnis von Kunst- und Kulturvermittlung, die für diese Arbeit relevant sind, umreißen.

### 2.1.1 Kunstvermittlung als Begriff

Kunstvermittlung (und meist auch ihre AkteurInnen) galt die längste Zeit ihres Bestehens aus Sicht der Kunstwelt als wenig interessant und wichtig. Sie befand sich am Rande des Kunst-, Kultur- oder Ausstellungsbetriebs. Das hat sich mittlerweile geändert, bzw. je nach Standpunkt und Perspektive ist es im Begriff, sich zu ändern. Kunstvermittlung und der Beruf der Kunstvermittlerin/des Kunstvermittlers in ihren heutigen Erscheinungsformen sind noch relativ neu<sup>9</sup> und befinden sich zurzeit in einem Etablierungsprozess. Kunstvermittlung als Begriff ist weder endgültig definiert oder definierbar noch ist es eine geschützte Berufsbezeichnung<sup>10</sup>. Das bedeutet, dass sich unterschiedlichste Ansichten, Praktiken und AkteurInnen darunter versammelt finden.<sup>11</sup>

<sup>7</sup> Vgl. Giessner, Ulrike: „Ansätze der Kunst- und Kulturvermittlung in Österreich“, S. 84, in Mandel: Kulturvermittlung – eine Profession mit Zukunft, transcript, Bielefeld 2005.

<sup>8</sup> Für den Kontext/Rahmen dieser Arbeit.

<sup>9</sup> Vgl. Sturm, Eva: „Woher kommen die KunstvermittlerInnen“, in Sturm/Rollig (Hg.): Dürfen die das?, Turia + Kant, Wien, 2002.

<sup>10</sup> Vgl. hierzu den Verband der KulturvermittlerInnen in Österreich, der seit einigen Jahren versucht, den Begriff KulturvermittlerIn mittels Vergabe eines Qualitäts- und Leistungsnachweises in Form einer Zertifizierung als professionelle Berufsbezeichnung zu etablieren und zu schützen, [www.kulturvermittlerInnen.at](http://www.kulturvermittlerInnen.at) (letzter Zugriff am 19.10.2011).

<sup>11</sup> Die AkteurInnen betreffend bezieht sich diese Arbeit nur auf professionelle selbstständige VermittlerInnen. Kunstvermittlung wird in dieser Arbeit auf diesen reduzierten Kontext bezogen betrachtet und in diesem Kapitel im Folgenden dargelegt.

## 2.1.2 Kunstvermittlung in Abgrenzung zu Kulturvermittlung und anderen Begriffen

### Kulturelle Bildung

Unter Kultureller Bildung verstehen die (deutsche) Bundesvereinigung Kulturelle Jugendbildung und der Deutsche Kulturrat<sup>12</sup> Allgemeinbildung, die mit Methoden der Kultur- und Kunstvermittlung bzw. der Kulturpädagogik vermittelt bzw. erworben und erarbeitet wird.<sup>13</sup>

### Museumspädagogik und Kulturpädagogik

Mit Museumspädagogik ist laut dem deutschen Bundesverband Museumspädagogik Bildungs- und Vermittlungsarbeit in Museen gemeint<sup>14</sup>. Unter Kunstvermittlung fällt Museumspädagogik strenggenommen dann, wenn die Vermittlung in Kunstmuseen stattfindet.<sup>15</sup> Ebenso verhält es sich mit dem Begriff der Kulturpädagogik. AutorInnen, die von einem sehr breiten Kunst- und Kulturvermittlungsbegriff ausgehen, scheinen „Kulturpädagogik“ im Sinne von „professioneller, aber unkommerzieller, öffentlicher Kulturvermittlung für Kinder und Jugendliche“ zu verwenden, um diese Art der Vermittlung vom weiteren Feld abzugrenzen.<sup>16</sup> Generell impliziert der Pädagogikbegriff einen Bezug zu Schule und/oder Erziehung, die dem Vermittlungsbegriff weniger stark anhaftet. Der Fokus liegt stärker darauf, dass Erwachsene Kindern und/oder Jugendlichen etwas beibringen<sup>17</sup>, wohingegen der Begriff der Vermittlung an sich zunächst keine Vorprägung auf eine Richtung und kein altersspezifisches Publikum kennt.

In der Praxis gibt es allerdings nicht wenige VermittlerInnen, die mit einem pädagogischen Ausbildungshintergrund und einem ebensolchen Verständnis von Vermittlung arbeiten. Dies hängt auch damit zusammen, dass die professionelle Ausbildung in Kunst- und Kulturvermittlung noch im Aufbau befindlich ist.

<sup>12</sup> Bildung wird hier oft nicht nur als Wissensvermittlung sondern auch als „Selbstbildungsprozess“ verstanden.

<sup>13</sup> Die Bundesvereinigung Kulturelle Jugendbildung und der Deutsche Kulturrat kamen 2004 zu diesem Schluss. Diese allgemein gehaltene Definition von offizieller Seite, unter der sich eine riesige Bandbreite von Kulturvermittlungsprojekten im weitesten Sinne versammeln lässt, erklärt vielleicht ein Stück weit die derzeitige Popularität dieses Begriffs in vielen Förderprogrammen und seine damit verbundene inflationäre Verwendung. Vgl. Stellungnahme zur öffentlichen Expertenanhörung der Enquete-Kommission „Kultur in Deutschland“ des Deutschen Bundestags zur kulturellen Bildung vom 8. März 2004 unter [www.bkj.de](http://www.bkj.de) (letzter Zugriff am 19.10.2011).

<sup>14</sup> Vgl. Kunz-Ott, Hannelore: Vortrag am Österreichischen Museumstag 2007, in: Bundesverband Museumspädagogik – Struktur – Arbeitsweise – Ziele, Salzburg, 2007, PDF, [www.kulturvermittlerinnen.at](http://www.kulturvermittlerinnen.at) (letzter Zugriff am 19.10.2011).

<sup>15</sup> Ich werde in dieser Arbeit den Begriff Museumspädagogik nicht verwenden, da dieser bereits durch die Begriffe Kunst- oder Kulturvermittlung abgedeckt wird.

<sup>16</sup> Vgl. Zacharias, Wolfgang: „Kunst und Kultur bilden – und wie?“, S. 99, in: Mandel, Birgit, „Kulturvermittlung – eine Profession mit Zukunft“, transcript, Bielefeld, 2005.

<sup>17</sup> Eine Ausnahme bildet hier die Alternative und Freie Pädagogik, vgl. bspw. Paulo Freire.

### Kunstvermittlung in Abgrenzung zu Kulturvermittlung

Kulturvermittlung ist als Begriff noch breiter gefasst als Kunstvermittlung (wie auch Kultur der breitere Begriff ist als Kunst, mit Kulturbereich und Kunstbereich verhält es sich ähnlich), da der zwingende Bezug zur und die Einschränkung auf die Kunst fehlt. Unter Kulturvermittlung versteht beispielsweise die Schweizer Kulturstiftung Pro Helvetia sinnngemäss Aktivitäten (initiiert durch VermittlerInnen), die den Zugang zur Kultur erleichtern und Raum für die Auseinandersetzung zwischen Publikum (oder besser: verschiedenen Gruppen von Menschen) und Kunst schaffen.<sup>18</sup>

So gesehen wäre Kunstvermittlung in Kulturvermittlung enthalten und man könnte auch im Bezug auf Kunstvermittlung immer dann von Kulturvermittlung sprechen, wenn Kunst- und Kulturvermittlung gleichzeitig gemeint sind. Beim Blick in die Fachliteratur bestätigt sich diese Interpretation vom ineinander übergehenden (undogmatischen?) Umgang mit den Begriffen.<sup>19</sup> Beobachtet man den Sprachgebrauch in öffentlichen Institutionen, der Presse und der Kulturpolitik, verstärkt sich diese Annahme. Gleichzeitig stelle ich fest, dass beide Begriffe teilweise unterschiedlich konnotiert sind. Unter „Kulturvermittlung“ versammeln sich auch viele Konzepte und Angebote, bei denen es um Verkaufs-, Konsum- und Marketingaspekte geht. Der Bereich des Kulturmanagements (und teilweise auch des Kulturtourismus) verwendet den Begriff „Kulturvermittlung“ ebenfalls, um die eigene Tätigkeit zu umschreiben und zu bewerben, auch wenn dies nicht den oben formulierten Definitionsansätzen entspricht.<sup>20</sup>

Den Begriff „Kunstvermittlung“ betrifft dies weniger. Es gibt jedoch mit den KuratorInnen und den GaleristInnen zwei weitere Berufsgruppen, die sich insbesondere in der Schweiz auch als „KunstvermittlerInnen“ verstehen und als solche auch von einer relativ breiten Öffentlichkeit wahrgenommen werden. Bei den GaleristInnen besteht die Vermittlungsleistung vornehmlich im Beraten, Beschaffen und Verkaufen von Kunst für und an Personen, die es sich leisten können, Kunstwerke als Eigentum zu erwerben.

So, wie es KuratorInnen gibt, die das Kuratieren als Kunst verstehen, existiert auch die Sichtweise, die das Kuratieren einer Ausstellung an sich bereits als Kunst- oder Kulturvermittlung ansieht, aus dem Grund, da sie Kunst oder kulturelle Objekte öf-

<sup>18</sup> Vgl. <http://www.prohelvetia.ch/Kulturvermittlung.814.0.html> (letzter Zugriff am 19.10.2011).

<sup>19</sup> Vgl. bspw. Mandel, Birgit: „Kulturvermittlung – zwischen kultureller Bildung und Kulturmarketing – Eine Profession mit Zukunft“, transcript, Bielefeld, 2005. Diese Publikation umfasst Beiträge mit so unterschiedlichen Themen wie „Kulturvermittlung als Dienstleistung“ und „KünstlerInnen in der Kunstvermittlung“.

<sup>20</sup> Dies war eine der ersten Lektionen in meinem Kulturmanagementstudium.

fentlich zugänglich macht.<sup>21</sup> Der/die „klassische“ KuratorIn<sup>22</sup> entspricht dem Berufsbild der Vermittlerin/des Vermittlers, wie es sich in dieser Arbeit abzeichnet und verstanden wird, aber nicht, da die Expertise auf dem Feld der Pädagogik fehlt.<sup>23</sup>

## 2.2 Vermittlung<sup>24</sup> als Praxis(feld)

Der vielseitigen Verwendung des Vermittlungsbegriffs liegen verschiedene Vorstellungen und ein unterschiedliches Verständnis von Vermittlung (von ihren Formen, Inhalten und Funktionen) zugrunde, aus denen sich unterschiedliche Herangehens- und Umgangsweisen mit Vermittlung in der Arbeitspraxis ergeben. Einig sind sich die mir bekannten Positionen<sup>25</sup> letztlich darin, dass das Arbeitsfeld Vermittlung lange marginalisiert wurde, seit Ende der 1990er Jahre aber einen kulturpolitischen Aufschwung erlebt und, mit Carmen Mörsch gesprochen, „(...) vermehrt in den Blick kulturpolitischer und institutioneller EntscheiderInnen (...)“ gerät. Dafür spricht auch die Entwicklung, dass sich die „öffentliche Finanzierung von Kunstinstitutionen“ seitdem zunehmend an „das Vorhalten umfassender Bildungsprogramme knüpfte. Kunstvermittlung wurde so zum relevanten arbeitsmarkt- und bildungspolitischen Faktor“<sup>26</sup>.

Wie damit umzugehen ist, wo Möglichkeiten und Gefahren (Chancen und Risiken) liegen und in welche Richtung(en) Vermittlung sich weiterentwickeln soll, dazu gibt es sehr unterschiedliche Ansichten, die in den Entwürfen von „Vermittlung als

Dienstleistung“ und „Vermittlung als kritische Praxis“ kulminieren.

Tabelle 1 auf der folgenden Seite gibt einen modellhaften Überblick über einige wichtige Aspekte des Vermittlungsfelds, wie es sich aktuell darstellt. Es wird mit Carmen Mörsch eine Unterscheidung des Feldes in vier Diskurse der Vermittlung vorgenommen.<sup>27</sup> Von den Institutionen, an denen Vermittlung stattfindet, aus betrachtet, zeigt das Modell auf, wo und wie diese Diskurse im Vermittlungsfeld einzuordnen sind. Weiter geht es darum, welche Funktionen sie der Vermittlung jeweils zuordnen, welche Praktiken sie dabei anwenden und wer die jeweiligen AkteurInnen und AdressatInnen ihrer Arbeit sind. Zudem wird dargestellt, welcher Institutionsbegriff, welche Theoriebezüge, welche Vermittlungsverständnisse und Bildungsbegriffe den einzelnen Diskursen zugrunde liegen.<sup>28</sup>

Die im Arbeitsfeld Vermittlung am häufigsten vertretenen Diskurse stehen für die „affirmativen“ und „reproduktiven“ Potenziale von Vermittlung. Die Auffassung von „Vermittlung als Dienstleistung“ spiegelt sich in diesen Diskursen wieder. Die beiden (bisher) selteneren Diskurse, bezeichnen die „dekonstruktiven“ und „transformativen“ Potenziale von Vermittlung. Sie unterliegen den Entwürfen von „Vermittlung als kritischer Praxis“ oder schlicht „kritische Vermittlung“, innerhalb derer es auch zur Verwendung künstlerischer Verfahren kommen kann, im Sinne einer künstlerischen Vermittlung<sup>29</sup>.

Die momentane kulturpolitische Aufwertung der Kunstvermittlung, macht sie gesellschaftlich gesehen attraktiv und strategisch nutzbar und führt zu einem Boom des Begriffs. Dies hat neben erhöhter Aufmerksamkeit<sup>30</sup> zur Folge, dass der Druck auf künstlerische Leitungen von (Kunst)Institutionen steigt, je nach vorherigem Level: überhaupt, vermehrt oder qualitativ bessere Bildungsangebote anzubieten. Es entsteht also eine Tendenz zur „von aussen verordneten Vermittlung“ für die Institutionen. Der Druck von aussen kann bei den verantwortlichen Personen in den Institutionen (meist künstlerische Leitungen oder KuratorInnen) zu einer begründeten Skepsis gegenüber diesem vermeintlichen „Vermittlungsimperativ“<sup>31</sup> führen.

21 Vgl. hierzu das „Stipendium für Kunstvermittlung“ der Stadt Zürich, welches an KuratorInnen vergeben wird. [http://www.stadt-zuerich.ch/content/kultur/de/index/foerderung/bildende\\_kunst/stipendien/teilnahmebedingungen/teilnahmebedingungenstipendiumfuerkunstvermittlung.html](http://www.stadt-zuerich.ch/content/kultur/de/index/foerderung/bildende_kunst/stipendien/teilnahmebedingungen/teilnahmebedingungenstipendiumfuerkunstvermittlung.html) (letzter Zugriff am 11.05.2012). Ebenso der „Preis für Vermittlung visueller Kunst in der Schweiz“ vom Schweizer Kunstverein und dem Künstlerverband visarte oder der „Kulturpreis des Kantons Zürich“, um nur eine Beispielauswahl zu nennen.

22 Da es neue Ansätze zum Ausstellungsmachen gibt, welche die kuratorische und vermittlerische Arbeit gleichermaßen beachten, entsteht gegenwärtig möglicherweise ein Typus von AusstellungsmacherInnen mit Wissen über beide Bereiche. Es ist zu beobachten, dass KunstvermittlerInnen auch kuratorisch und künstlerisch tätig sind. Hierzu zählt auch das in dieser Arbeit untersuchte Büro trafo.K.

23 Vgl. Mörsch, Carmen: „Am Kreuzungspunkt von 4 Diskursen: Die documenta 12 Vermittlung zwischen Affirmation, Reproduktion, Dekonstruktion und Transformation“, S. 14, in: Kunstvermittlung 2. Zwischen kritischer Praxis und Dienstleistung auf der documenta 12, Berlin, 2009.

Vgl. auch die Definition des Berufsbilds der Kulturvermittlerin/des Kulturvermittlers des Österreichischen Verbands der KulturvermittlerInnen im Museums- und Ausstellungswesen. „Ein/e KulturvermittlerIn initiiert und gestaltet professionell eigeninitiativ und/oder auftragsorientiert Kommunikationsprozesse mit BesucherInnen über Objekte in Museen und Ausstellungen. Zielgruppen dieser Vermittlungsarbeit sind Menschen aller Altersstufen und aller sozialen und kulturellen Schichten.“ [www.kulturvermittlerInnen.at](http://www.kulturvermittlerInnen.at) (letzter Zugriff am 19.10.2011).

24 Im Folgenden werde ich in dieser Arbeit grundsätzlich nur die Begriffe „Vermittlung“ und „VermittlerInnen“ verwenden. Nur dort, wo die Unterscheidung zwischen Kultur- und Kunstvermittlung relevant wird bzw. die VermittlerInnen wörtlich zitiert werden und diese Unterscheidung machen, werde ich Kunstvermittlung und/oder Kulturvermittlung schreiben.

25 Vgl. Mörsch, Carmen: „Am Kreuzungspunkt von 4 Diskursen: Die documenta 12 Vermittlung zwischen Affirmation, Reproduktion, Dekonstruktion und Transformation“, S. 16, in: Kunstvermittlung 2. Zwischen kritischer Praxis und Dienstleistung auf der documenta 12, Berlin, 2009.

Weitere Beispiele: Zacharias, Wolfgang und Mandel, Birgit: „Kunst und Kultur bilden – und wie“, S. 99; in: Mandel Birgit (Hg.), Kulturvermittlung – eine Profession mit Zukunft, transcript, Bielefeld, 2005.

26 Vgl. Mörsch, Carmen: ebenda, S. 16.

27 Eine nicht tabellarische Zusammenfassung der vier Diskurse findet sich in Anhang 3. Diese erleichtert die Lesbarkeit, stellt aber die Bezüge zwischen Funktionen, Praktiken, AkteurInnen und AdressatInnen des Feldes weniger deutlich dar. Deswegen habe ich mich an dieser Stelle für die Tabellenform entschieden.

28 Vgl. Mörsch, Carmen: ebenda, S. 13, rechts unten.

Mit dieser Unterscheidung von vier Diskursen in der institutionell verankerten Kunstvermittlung schlägt Carmen Mörsch „einen Orientierungsrahmen vor, der angesichts des momentan zu verzeichnenden Booms dieser Praxis nützlich sein könnte“. Die tabellarische Darstellung beruht auf diesem Text. Sie ist eine Zusammenfassung in leichter Abwandlung der Thematik und erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Zu den vorgenommenen Änderungen: Der Überblickscharakter steht im Vordergrund. Es wurde versucht, den Fokus auf die reine Kunstvermittlung abzuschwächen, um das Modell auch für andere Bereiche der Vermittlung zu öffnen.

29 Vgl. dazu die Arbeiten der Gruppe kunstcoop. <http://www.kunstcoop.de/> (letzter Zugriff am 24.04.2012).

30 Von Seiten der Öffentlichkeit, in diesem Fall der Politik, den hauptsächlich öffentlichen Geldgebern.

31 Im Sinne von Zwang zur Vermittlung bzw. zu Einführung von Angeboten unter diesem Namen.

**Tabelle 1: Diskurse der Vermittlung – Überblick, Unterscheidung und Einordnung ins Praxisfeld Vermittlung (von den Institutionen aus betrachtet)**

Diskurse der Vermittlung	Funktion(en) der Vermittlung von der Institution aus gedacht	Praktiken Bsp Ausstellungsvermittlung	AkteurInnen VermittlerInnen	AdressatInnen/ Publikum	Institutionsbegriff Am Bsp. Museum	verwandte oder durch den Diskurs repräsentierte Begriffe	Bildungsbegriffe
Affirmativ Häufigster, dominanter Diskurs	Haltungen und Aufgaben der jeweiligen Institution effektiv nach aussen kommunizieren. <sup>32</sup> Bsp. Kunst: wird als spezialisierte Domäne begriffen, für die sich in erster Linie eine Fachöffentlichkeit interessiert.	Vorträge und andere Begleitveranstaltungen und -medien wie Filmreihen, ExpertInnenführungen oder Ausstellungskataloge.	Autorisierte SprecherInnen der Institution. Spezialisiert <sup>33</sup> und selbstmotiviert.	Ebenso spezialisierte und selbstmotivierte <sup>34</sup> , von vorneherein interessierte Öffentlichkeit.	Klassisch?	<b>Vermittlung als Dienstleistung</b> , auch Öffentlichkeitsarbeit?	Befragt Bildungsverständnis nicht auf seine Machtstrukturen, nicht selbstreflexiv, Bildungsangebote richten sich an Fachpublikum, Methoden der Bildungsarbeit aus dem konservativen Bildungskanon des akademischen Felds.
Reproduktiv Ebenfalls dominanter Diskurs	Publikum von morgen heranzubilden; Personen, die nicht von alleine kommen, an die Institution und ihre Thematik (bsp. Kunst) heranzuführen, Vermutete Schwellenängste abbauen, Institution und Kulturgut einem möglichst breiten Publikum zugänglich machen.	Schulclassenworkshops, Fortbildung für Lehrende, Angebote für Kinder, Familien, Menschen mit Behinderung; Ereignisorientierte Veranstaltungen wie lange Nacht und Museumstage. Inklusionsbegehren gegenüber den Gruppen.	Personen mit einer zumindest minimalen pädagogischen Expertise, MuseumspädagogInnen und VermittlerInnen.	Möglichst breites Publikum, Nachwuchs -Kinder und Jugendliche, Alle, die nicht von alleine kommen (können).	Institution macht wertvolles Kulturgut öffentlich zugänglich, ist aber mit hohen symbolischen Schwellen versehen. <sup>35</sup>	<b>Vermittlung als Dienstleistung</b> , auch Kulturmarketing? wohl der Diskurs, auf den sich Fachliteratur zu Museums-pädagogik und Kunstvermittlung am häufigsten bezieht.	Befragt Bildungsverständnis nicht auf seine Machtstrukturen, nicht selbstreflexiv Bildungsangebote an in der Institution Abwesende, Methoden des spielerischen Lernens abgeleitet aus Schule, Kindergarten und institutionalisierten Freizeitangeboten.
Dekonstruktiv Seltener, Vermittlung mit künstlerischen Merkmalen, paradigmatisch gesetzt	Die Institution, ihr Thema <sup>36</sup> und auch die Bildungs- und Kanonisierungsprozesse, die in diesem Kontext stattfinden, gemeinsam mit dem Publikum kritisch hinterfragen	Interventionen in Ausstellungen, Führungen, Schulclassenworkshops, Fortbildung für Lehrende, Angebote für Kinder, Familien, Menschen mit Behinderung; Institutionskritischer Anspruch dominiert.	KünstlerInnen und KunstvermittlerInnen die sich diesem Anspruch verpflichtet fühlen, Publikumswirkung teils intendiert.	Gruppen, die in Bezug auf die Institutionen als ausgeschlossen und benachteiligt gelten.	gesellschaftlich zurichtende und disziplinierende Dimension als Distinktions-, Exklusions- und Wahrheitsmaschinen.	Kritische Museologie <sup>37</sup> erkennt dekonstruktives Potenzial von Kunst an künstlerische Kunstvermittlung „von Kunst aus gedacht“, <b>Kritische Vermittlung</b> .	Selbstreflexives Bildungsverständnis, d.h. Bildung wird selbst dekonstruiert.
Transformativ Noch der seltenste Diskurs	Funktionen der Institution erweitern und sie politisch, als Akteurin gesellschaftlicher Mitgestaltung verzeichnen	Autonom vom Ausstellungsprogramm mit verschiedenen Interessensgruppen durchgeführte Projekte, durch spezifische gesellschaftliche AkteurInnen gestaltete Ausstellungen.	KunstvermittlerInnen, ExpertInnen die sich diesem Anspruch verpflichtet fühlen.	Verschiedene Interessensgruppen, spezifische gesellschaftliche AkteurInnen.	Veränderbare Organisationen, die an ihre Umgebung herangeführt werden müssen.	<b>Kritische Vermittlung</b> Arbeitet gegen kategoriale oder hierarchische Unterscheidung zwischen Kuratieren und Vermitteln.	Selbstreflexives Bildungsverständnis d.h. Bildung wird selbst transformiert.

32 Bsp. Museum als Institution; durch die International Conference Of Museums (ICOM) festgelegte Aufgaben sind: Sammeln, Erforschen, Bewahren und Vermitteln von Kulturgut.

33 In ihrem Fachbereich, nicht unbedingt auf Vermittlung bezogen.

34 Ebenso spezialisiert und motiviert wie die VermittlungsakteurInnen.

35 Z.B. Museen und Ausstellungshäuser.

36 Z.B. Das Museum und die Kunst.

37 Wie sie sich seit den 1960ern entwickelte.

Welche Risiken dabei aus Sicht der kritischen (Kunst)Vermittlung drohen, bzw. was dem Aufbau einer kritischen (Kunst)Vermittlung entgegenlaufen kann, beschreibt Carmen Mörsch so: „Kunstvermittlung gerät dabei häufig zum – evaluierbaren – Legitimationsfaktor für die Existenz öffentlich subventionierter Einrichtungen und wird mit quantitativer Publikumserweiterung, mit einer unterkomplexen und eventorientierten Angebotsstruktur, die vermeintlich die ‚breiten Massen‘ erreichen kann, und mit Marketing gleichsetzt.“<sup>38</sup> Das wiederum ist eine zutreffende, wenn auch sehr kritische Kurzbeschreibung einiger erklärter Ziele und Programmpunkte eines Verständnisses von „Vermittlung als Dienstleistung“.

Teils führen die Reaktionen aber auch in Richtung einer kritischen Kunstvermittlung – dann, wenn neue Impulse entwickelt werden, um weniger elitär zu arbeiten. In diesem Fall „werden Kunstvermittlung und die mit ihr verbundenen dekonstruktiven und transformativen Potentiale zum Versprechen auf einen qualitativen Zugewinn und auf neue Sinnstiftung“.<sup>39</sup>

Damit scheint klar, weshalb die beiden Positionen in ihrer jeweiligen Extremform als gegenteilige Aussenposten des Vermittlungsfelds betrachtet werden können. Einige AkteurInnen des Arbeitsfeldes Vermittlung betrachten Kulturmarketing, Öffentlichkeitsarbeit und andere Aspekte des Kulturmanagements als legitime und notwendige Teile der Vermittlungsarbeit; andere nicht. Die Positionen innerhalb der beiden Lager gehen allerdings nicht konform, sondern kennen viele Abstufungen.

Wie und wo sich selbstständige VermittlerInnen im Feld positionieren, welchen Begriff und welches Verständnis von Vermittlung und von ihrem Beruf sie haben und wie sich das in ihrer vermittlerischen und unternehmerischen Praxis niederschlägt, ist Gegenstand des empirischen Teils dieser Arbeit.

### 2.3 VermittlerInnen zwischen Kreativwirtschaft und Kritik der Kreativität – Aspekte der Selbstständigkeit im Kulturbereich

In dieser Arbeit wird das Arbeitsfeld der Selbstständigkeit anhand jener Aspekte<sup>40</sup> der Diskurse zu „Kreativwirtschaft“ und „Kritik der Kreativität“ aufgezeigt und abgesteckt, die im Hinblick auf die Arbeitsrealitäten selbstständiger VermittlerInnen wichtig sind. Sie bilden eine theoretische Unterfütterung der Ergebnisse aus der empirischen Erhebung und helfen bei der Zuordnung des Selbstverständnisses der Befragten als Selbstständige.

38 Vgl. Mörsch, Carmen: „Am Kreuzungspunkt von 4 Diskursen: Die documenta 12 Vermittlung zwischen Affirmation, Reproduktion, Dekonstruktion und Transformation“, S. 13 unten/14 oben, in: „Kunstvermittlung 2. Zwischen kritischer Praxis und Dienstleistung auf der documenta 12. Berlin 2009.

39 Vgl. Mörsch, Carmen: ebenda, S. 14.

40 Bestimmte Debatten, Positionen, Theorien und Begriffe.

### 2.3.1 Konzepte und Bereiche der Kreativwirtschaft

„Mittlerweile kann Kreativwirtschaft vieles bedeuten zwischen den einzelnen Produkten und Dienstleistungen eines Künstlers und allen auf einem nicht näher bestimmten Kreativitätsbegriff basierenden Anteilen einer Volkswirtschaft.“<sup>41</sup>

„Auch die wissenschaftliche Auseinandersetzung kennzeichnet eine defintitorische Unschärfe, sodass bislang weniger von einem Konzept als von einem wirtschaftspolitischen Konstrukt Kreativwirtschaft ausgegangen werden muss.“<sup>42</sup>

Häufig werden im deutschen Sprachraum die englischen Begriffe „Creative Industries“ und „Cultural Industries“ gleichwertig mit „Kreativwirtschaft“ und „Kulturwirtschaft“ gebraucht. Eindeutige und vor allem allgemeingültige Definitionen was und wer genau mit Kreativwirtschaft oder Creative Industries und mit dem verwandten Begriff der Kulturwirtschaft oder Cultural Industries gemeint ist, sind kaum möglich, da die Begriffe seit ca. 15 Jahren zunehmend Verwendung finden und mittlerweile schon fast eine Begriffs-inflation festzustellen ist. Dementsprechend werden sie sehr unterschiedlich und immer wieder auch unreflektiert eingesetzt, teilweise für konträre Ziele und Zwecke und im Namen kaum verwandter Bereiche. Je nach Begriffsverständnis und Ansatz kursieren verschiedene uneinheitliche Zuschreibungen und Vorstellungen. Auch darüber, was die Funktionen und Potentiale von Kreativwirtschaft und Kulturwirtschaft sind bzw. sein sollen oder sein können (oder nicht), herrscht oftmals Uneinigkeit. Dies ist im deutschsprachigen Raum (bzw. in der Schweiz, Österreich und Deutschland) und auch in anderen europäischen Ländern, bspw. Grossbritannien, genauso wie in Kanada und den USA zu beobachten.<sup>43</sup>

#### Von Kulturindustrie über Kulturwirtschaft zu Kreativwirtschaft – zur Entwicklung der Begriffe

Die englischen Begriffe der Cultural Industries und Creative Industries entsprechen den deutschen Kulturwirtschaft und Kreativwirtschaft, wobei der direkte Bezug zur Industrie zumindest in der wörtlichen Bedeutung des Begriffs entfällt. Die englischen Versionen verweisen somit stärker als die deutschen auf ihren gemeinsamen Ursprungsbegriff der Kulturindustrie oder „The Culture Industry“.

41 Vgl. Weckerle, Christoph, Söndermann, Michael, Gehrig, Manfred (Hg.): „Kreativwirtschaft Schweiz“, Birkhäuser, Basel, 2008, S. 10.

42 Vgl. Merkel, Janet: „Kreativquartiere – Urbane Milieus zwischen Inspiration und Prekarität“, Edition Sigma, Berlin, 2008, S. 15.

43 Vgl. Wiesand, Andreas Joh.: „Götterdämmerung der Kulturpolitik? Anmerkungen zur Karriere der ‚Creative Industries‘“, S. 61–72, in: Wagner, Bernd (Hg), Jahrbuch für Kulturpolitik 2008, Band 8, Thema: Kulturwirtschaft und kreative Stadt, Institut für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft e.V., Bonn, Klartext, Essen, 2008.

Dieser Begriff wurde durch Horkheimer/Adorno (Frankfurter Schule) zuerst in den 1940ern<sup>44</sup> geprägt und war negativ assoziiert. Er steht bei ihnen für die Annahme, dass „Kultur“, hauptsächlich als Folge der „Pervertierung“ durch den Kapitalismus, die Kapazität und Fähigkeit zur utopischen Kritik (beinahe) verloren hat, da sie verkäuflich geworden ist.<sup>45</sup> Kultur und Industrie sollen in Horkheimers/Adornos Vorstellung als Gegensätze agieren. In modernen kapitalistisch geprägten Demokratien funktionierten sie aber zunehmend nicht mehr als solche, sie gehen eine Verflechtung ein.

Die bei Horkheimer/Adorno enthaltene Kritik wurde in der weiteren Verwendung und mit der fortschreitenden Verflechtung von Kultur und Industrie abgeschwächt und wandelte sich zu einem beschreibenden Begriff für einen Wirtschaftszweig. Im Französischen wurde dieser dabei Ende der 1960er-, Anfang der 1970er-Jahre zum Plural (Les Industries Culturelles)<sup>46</sup>, um der Tatsache gerecht zu werden, dass es nicht „die eine“ Kulturindustrie gibt, sondern eine Vielzahl verschiedener Ausprägungen und Formen. Im deutschen Sprachraum entspricht „Kulturwirtschaft“ auf der Bedeutungsebene den Industries Culturelles und den Cultural Industries.

In den 1970er-Jahren entwickelten sich in Europa und Kanada die Kultur- und Kreativwirtschaftsbegriffe, an welche die heutige Diskussion anschliesst. Die Entstehungsgeschichte des neueren Begriffs „Creative Industries“ ist politisch-pragmatisch.<sup>47</sup> In Grossbritannien benötigte „New Labour“ Andy Pratt zufolge nach dem Regierungswechsel 1997 einen unverbrauchten Begriff für ihre Förderpolitik, um sich von der alten Labour-Partei-Linie zu distanzieren. In der Folge legte man die Förderung der Kulturbranchen mit derjenigen der neuen Informations- und Kommunikationstechnologien zusammen und fasste sie fortan unter dem Begriff der „Creative Industries“ zusammen.<sup>48</sup>

Mit „Creative Industries“ wurden alle Wirtschaftszweige bezeichnet, „die ihren Ur-

44 1944 oder 1947, beide Jahreszahlen kommen in der Literatur vor.

45 Der u. a. durch Hegel geprägte Kulturbegriff von Horkheimer/Adorno ist ein eher ideeller bzw. impliziert einen idealen Anspruch an „Kultur“. Kultur ist im Sinne von Kunst oder exzeptioneller Kreativität zu verstehen und beinhaltet damit sowohl die Eigenschaft einer Kritikform des restlichen, „profanen“ Lebens als auch eine utopische Vision eines besseren Lebens. Darin schwingt auch eine latente Kritik an Populärkultur mit.

46 Hier vor allem Augustin Girard, der das Konzept der „Industries Culturelles“ aus der französischen Perspektive in seinem gleichnamigen Artikel aus der Taufe hob, erschienen 1972 in der Zeitschrift „Futuribles“ in Paris. Vgl. dazu: Girard, Augustin: „developpement culturelles“, UNESCO, Paris, 1972. Gelesen wurde die Besprechung dieser Publikation: Hassenforder, Jean in: Revue Française de Pédagogie, Ausgabe 22, Nr. 1, S. 52–54, 1973. [http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/rfp\\_0556-7807\\_1973\\_num\\_22\\_1\\_2040\\_t1\\_0052\\_0000\\_2](http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/rfp_0556-7807_1973_num_22_1_2040_t1_0052_0000_2) (letzter Zugriff am 14.05.2012).

47 Vgl. Pratt, Andy C.: S. 5 Artikel in: Hesmondhalgh, David und Pratt, Andy C, „Cultural Industries and Cultural Policy“, International Journal of Cultural Policy, 11(1), S. 1–14, 2005. Auszug daraus: [http://eprints.lse.ac.uk/15478/1/Cultural\\_industries\\_and\\_cultural\\_policy\\_%28LSERO%29.pdf](http://eprints.lse.ac.uk/15478/1/Cultural_industries_and_cultural_policy_%28LSERO%29.pdf) (letzter Zugriff am 14.05.2012).

48 Vgl. „Creative Industries Mapping Document“, Part 1, S.14-16, Department for Culture, Media and Sport, DCMS, UK, 2001, <http://webarchive.nationalarchives.gov.uk/+http://www.culture.gov.uk/NR/rdonlyres/338EFCBC-F706-4191-A1A4-CCB7EFF7EDAE/0/foreword.pdf> (letzter Zugriff am 14.05.2012).

*sprung in individueller Kreativität<sup>49</sup>, Fähigkeit und Talent haben und denen zugleich durch die Erzeugung und Verwertung von geistigem Eigentum ein Potential für das Schaffen von Wohlstand und Arbeitsplätzen innewohnt“.*<sup>50</sup>

Das heisst, die Entstehung dieses Kreativwirtschaftsbegriffs in Grossbritannien Mitte der 1990er-Jahre beruht im Grunde auf einem Politischen Konstrukt,<sup>51</sup> „in dem unterschiedliche Wirtschaftszweige zusammengefasst werden, die neue Wachstumsbranchen kennzeichnen sollen und deren Gemeinsamkeit in der Verwertung von geistigen Eigentumsrechten liegt.“<sup>52</sup> In diesen drei Punkten stimmen die meisten aktuellen Zugänge zu Kreativwirtschaft überein. Die Bezüge zur Kultur, die sie herstellen oder auf welchen sie beruhen, sind jedoch unterschiedlich, so wie auch ihre definitorische Auffassung hinsichtlich weiterer sogenannter kreativer Wirtschaftszweige und ihrer diesbezüglichen Zugehörigkeit unterschiedlich weit gefasst ist.

Tabelle 2 zeigt drei der vorherrschenden aktuellen Ansätze von Kreativwirtschaft<sup>53</sup>: „Kunst/Kultur als Branche“, „Kreativbranchen“ und „Kreativität in der Wirtschaft“. „Kunst/Kultur als Branche“ wird als der im deutschsprachigen Raum vorherrschende Ansatz im Anschluss daran nochmals aufgenommen<sup>54</sup> und auf selbstständige VermittlerInnen bezogen. Am Ende des Kapitels folgt mit der „Kritik der Kreativität“ die Darstellung einer Gegenposition zum Kreativwirtschaftskonzept.

49 Im Sinne eines Produktionsfaktors.

50 Vgl. Creative Industries Mapping Document“, ebenda, S. 5. Die Festlegung des britischen Ministeriums für Kultur, Medien und Sport 1998: „which have their origin in individual creativity, skill and talent and which have potential for wealth and job creation through the generation and exploitation of intellectual property“.

51 Vgl. Pratt, Andy C.: ebenda, 2005.

52 Vgl. Merkel, Janet: „Kreativquartiere – Urbane Milieus zwischen Inspiration und Prekarität“, S.19, Edition Sigma, Berlin, 2008.

53 Sie basieren auf Kreativwirtschaftsverständnissen, -begriffen und definitorischen Ansätzen von verschiedenen Staaten bzw. Sprach- und Kulturräumen und geografischen oder wirtschaftlichen Regionen sowie internationalen Organisationen.

Vgl. Weckerle et al. (Hg.) (2008), ebenda, S. 22, Tabelle 3 – drei unterschiedliche Ausrichtungen bei der Definition von Kreativwirtschaft.

54 Da diese in der Schweiz, Österreich und Deutschland tätige KulturproduzentInnen sind. Anmerkung: Dieser Ansatz bezieht sich auf die gesamte Schweiz (siehe unten) und schliesst somit auch die beiden französischsprachigen VermittlerInnen ein.

**Tabelle 2: Drei unterschiedliche Ausrichtungen bei der Definition von Kreativwirtschaft<sup>55</sup>**

Ausrichtung, Zugang	Ansatz Kunst/Kultur als Branche	Ansatz Kreativbranchen	Ansatz Kreativität in der Wirtschaft
<b>Verwendete Bezeichnung Kreativwirtschaft als:</b>	Kulturwirtschaft, (Art and Culture Industries, Industries Culturelles).	Kreativwirtschaft, Creative Industries, Industrie Créatives.	Creative Economy, Creative Class.
<b>Charakteristische Merkmale/Zentraler Fokus</b>	Nähe zur künstlerischen und kulturellen Produktion; Faktor „Kultur im weiten Sinne“.	Begriff des „Geistigen Eigentums“, In Bezug auf die Kulturellen Branchen, spricht man hier von „Core“ und „Peripher“ Cultural Industries. Je nachdem ob mit industriellen Produktions- und Distributionsmethoden gearbeitet wird oder nicht.	Allgemeiner Kreativitätsbegriff, oft undefiniert Theorien zum Verhalten der Creative Class und der Kreativwirtschaft als neues Erfolgsmodell für Wirtschaftswachstum mit Vorbildfunktion für künftige Entwicklungen in anderen Zweigen.
<b>Wer wird definiert? Bzw. Wen schliesst die Definition ein? bezeichnete AkteureInnen/Beteiligte</b>	Alle selbstständigen Personen und Unternehmen, deren Schwerpunkte in Herstellung, Verbreitung und Vermittlung von künstlerischen und kulturellen Produkten oder Dienstleistungen liegen <sup>56</sup> . Also auch selbstständige VermittlerInnen.	Weiter gefasst als kulturspezifischer Zugang; um-fasst auch Bereiche wie: Software- und Game Industrie, Werbung, Rundfunk, Fernsehen, Presse etc. Neuere Tendenzen schliessen den Kunst- und Kulturbezug sogar aus; beziehen sich nur auf den erweiterten Bereich.	Der Kreativbranchen Zugang bildet wiederum nur noch eine kleinen Teil dieser Definition, sie um-fasst Unternehmen aus beinahe allen Industrie-zweigen Neu auch Bereiche wie Pharmazie, Elektronik, IKT, Chemie, Raumfahrt, Auto.
<b>Welche Bereiche umfasst die Definition?</b>	„kulturnahe marktwirtschaftlich orientierte Bereiche“: Musik- und Filmwirtschaft, Buch- und Kunstmarkt, Darstellende Kunst, Design, Architektur.	Software, Computer, Design, Druck, Rundfunk, Film, Video, Kunst, Werbung, Architektur, Games, Mode, darstellende Kunst, Kunsthandwerk, Musik.	Copyright-Industrien im eigentlichen und weiteren Sinne, Patentindustrien, Trademark- und Designmusterindustrien.
<b>Was wird definiert? Was ist gemeint?<sup>57</sup></b>	Künstlerische und kulturelle Produkte und Dienstleistungen im eng definiertem Branchengerüst.	Produkte und Dienstleistungen mit bedeuten-der immaterieller Komponente in erweiterter Branchenabgrenzung.	Produkte und Dienstleistungen, basierend auf kreativer Leistung in der gesamten Wirtschaft.
<b>Leitthemen und -begriffe der Diskussion<sup>58</sup></b>	Beschäftigungsdynamik Wertschöpfung, Kreativität.	Beschäftigungsdynamik Wertschöpfung, Kreativität, Innovation.	Beschäftigungsdynamik Wertschöpfung, Kreativität, Innovation, immaterielle Komponenten.
<b>Typische Vertreter dieses Ansatzes</b>	Schweiz, Deutschland, (Österreich?), UNESCO,...	Grossbritannien, Dänemark,...	USA, WIPO, Neoliberalismus...
<b>Nach Autoren (Bsp.)</b>	Weckerle, Söndermann, Gehrig, Mandel.	Hesmondalgh, Pratt.	Florida, Horx.

<sup>55</sup> Vgl. Weckerle et al. (Hg.), (2008), ebenda, S. 22. Die hier abgebildete Tabelle basiert auf der Tabelle 3 aus dieser Publikation, wurde jedoch modifiziert und mit weiteren Angaben ergänzt.

<sup>56</sup> Ebenda. Genauer: Musikensembles, Tonstudios, Verlage und Tonträgerproduzenten, Buchhändler und Musikalienhändler, Kunsthändler und Galerien, Konzertagenturen, Filmschauspieler, Filmproduzenten und Kinos, Architekturbüros und Designerstudios, Künstlerateliers, Autoren und Journalistenbüros sowie Agenturbüros für kulturelle Dienstleistungen.

<sup>57</sup> Ebenda. Im Sinne eines „primären Definitionsfokus“.

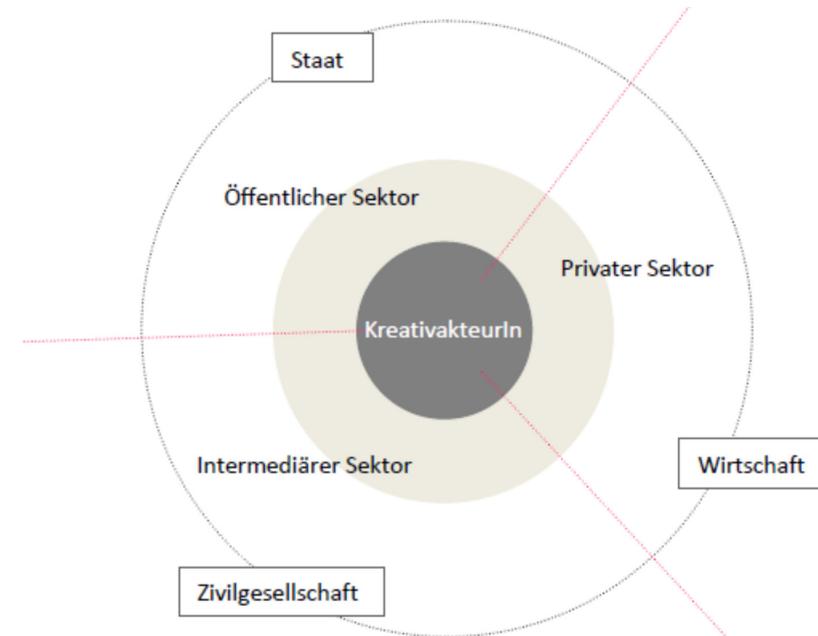
<sup>58</sup> Ebenda. Im Sinne eines „erweiterten Definitionsfokus“ Auch: Worin wird das Potenzial gesehen?

### 2.3.2 Zum Kreativwirtschaftsverständnis im deutschsprachigen Raum<sup>59</sup> – „Kunst/Kultur als Branche“

*Kreativwirtschaft als „vielfältiges Beziehungsgeflecht, welches durch seine Wirkungszusammenhänge unterschiedliche Funktionsfelder erfasst (...) sie ist eine sogenannte Querschnittsbranche, sie ist als Zusammenfassung von unterschiedlichen Wirtschaftszweigen aus dem Produktions- und Dienstleistungs- sowie dem Handelssektor zu verstehen.“<sup>60</sup>*

Der 2008 von Christoph Weckerle et al. herausgegebenen Publikation *Kreativwirtschaft* zufolge gelten „Kultur- und Kreativunternehmen, welche überwiegend erwerbswirtschaftlich orientiert sind und sich mit der Schaffung, Produktion, Verteilung und medialen Verbreitung von kulturellen und kreativen Gütern und Dienstleistungen befassen“<sup>61</sup> als der Kreativwirtschaft zugehörig. Sie werden dort als KreativakteurInnen<sup>62</sup> bezeichnet. Kreativwirtschaft wird hier als ein offenes System verstanden, das anhand eines 3-Sektoren-Modells vereinfacht dargestellt und erklärt werden kann. Ausgehend von der/dem einzelnen UnternehmerIn (KreativakteurIn genannt) gliedert sich der Kulturbereich (kultureller Sektor genannt) in drei Teilsektoren: den öffentlichen, den gemeinnützigen (genannt intermediären) und den privaten Sektor.

Nach diesem Verständnis ist nur der private Sektor kommerziell ausgerichtet und arbeitet gewinnorientiert (im wirtschaftlichen Sinne). Daher ist auch nur er mit „Kreativwirtschaft“ zu bezeichnen. Die anderen beiden Teilsektoren stehen für den Staat und die Zivilgesellschaft. Der öffentliche und der gemeinnützige (intermediäre) Sektor stehen allerdings mit dem privaten Sektor bzw. mit der Kreativwirtschaft im Austausch. Alle drei Sektoren sind miteinander verbunden und beeinflussen sich gegenseitig. So baut die Kreativwirtschaft „auch auf Kreativitätspotenzialen der öffentlichen und gemeinnützigen Teilsektoren auf und wirkt innovativ auf diese zurück – zumindest im Prinzip“<sup>63</sup>.



### 2.3.3 Kritik der Kreativität als Gegenposition zu Kreativwirtschaft

*„Ich bezweifle, dass es die sogenannten „Creative Industries“ bereits gibt. Was es allerdings gibt, ist ein internationaler Wille, sie möglichst bald zu realisieren und einen Diskurs über sie, an dem wir uns kritisch beteiligen, von dem wir also Teil sind.“<sup>64</sup>*

*„Kreativität zieht wieder (...), durch die Creative Industries erschallen die Anrufungen der Cultural Entrepreneurs; die Hypes der Creative Class und die Hochflüge der digitalen Boheme, sie formieren eine Renaissance des Schöpferischen.“<sup>65</sup>*

Die Debatte um die Kreativität bzw. die Kreativwirtschaft hat für die VertreterInnen der Kritik der Kreativität eine symbolische Funktion für „eine kulturalisierte Darstellung politischer, ökonomischer und sozialer Prozesse“.<sup>66</sup> Dementsprechend verwenden die KritikerInnen der Kreativität anstatt Kreativwirtschaft häufig den Begriff der

59 Vgl. Weckerle, Christoph, Söndermann, Michael und Gehrig, Manfred (Hg.): „Kreativwirtschaft Schweiz“, Birkhäuser, Basel, 2008. Stellvertretend für alle drei Länder wird hier eine Beschreibung zum Verständnis von Kreativwirtschaft in der Schweiz zugrunde gelegt. Einerseits, da die Schweiz auch, aber nicht ausschliesslich, zum deutschsprachigen Raum gehört. Zudem verfasse ich diese Arbeit in der Schweiz an einer Schweizer Hochschule. Andererseits, da die Verständnisse von Kreativwirtschaft in allen drei Ländern in etwa vergleichbar sind.

60 Vgl. Weckerle, Christoph, et al. (Hg.): „Kreativwirtschaft Schweiz“, Birkhäuser, Basel, 2008.

61 Ebenda.

62 Ebenda.

63 Ebenda.

64 Vgl. von Osten, Marion: „Unberechenbare Ausgänge“, S. 103, in: Raunig, Gerald, Wuggenig, Ulf, „Kritik der Kreativität“, Turia + Kant, 2007.

65 Raunig, Gerald, Wuggenig, Ulf: „Kritik der Kreativität“, Vorwort, S. 9, Turia + Kant, 2007.

66 Vgl. von Osten: ebenda, S. 103.

„Creative-Industries-Ideologie“.

Als Funktionen des Kreativitätsbegriffs<sup>67</sup> (wie sie von der Kreativwirtschaft verstanden werden) identifizieren und kritisieren die VertreterInnen der Kritik der Kreativität zum einen die Abgrenzung der „wahrhaft“ schöpferischen, gesellschaftlichen Akteure vom Rest der Gesellschaft dadurch, dass sie sich in der Lage wähnen, Innovationen zu generieren und durchzusetzen und zum anderen die Umkehrung und/oder Überführung von (ehemals) revolutionären kulturpolitischen Forderungen wie „Kultur von allen“ oder „jeder Mensch ein Künstler“ in eine Logik des totalen kreativen Imperativs durch mächtige populistische Impulse. In der Folge erscheinen Begriffe wie „Kunst“ und „künstlerisch“ obsolet und werden durch Begriffe wie „Kreativwirtschaft“ und „kreativ“ ersetzt.

Die Kulturalisierung der Ökonomie<sup>68</sup> bildet das Kernkonzept der Creative-Industries-Ideologie, sie „basiert auf euro-zentrischen Diskursen, die Privilegien sichern helfen sollen.“<sup>69</sup>

Dieses Konzept fusst auf einer Vorstellung von Ökonomie, die auf Talent und Eigeninitiative gründet. In diesem Rahmen werden zugleich „die Budgetkürzungen in den sozialen und kulturellen Feldern mit dem Paradigma der ‚Selbstverantwortung‘ und der ‚Selbst-Organisation‘ der KulturproduzentInnen als UnternehmerInnen legitimiert.“<sup>70</sup>

Kreativwirtschaft wird hier demnach als ein wirtschaftspolitisches Konstrukt angesehen, welches die Legitimation für den Abbau sozialstaatlicher Strukturen in der neoliberalen Gesellschaft ermöglicht. Somit legitimiert sie auch prekäre Arbeitsbedingungen und trägt zur Schaffung eines „neuen kreativen Prekariats“ bei, welches sich im Namen der „Kreativität“ teilweise freiwillig und teilweise gezwungenermaßen selbst ausbeutet und damit die „selbstgewählte Prekarisierung“<sup>71</sup> weiter vorantreibt. Die „Kritik der Kreativität“ steht sozusagen in Opposition zu dem Konstrukt Kreativwirtschaft und versucht, seinen Mechanismen entgegenzuwirken.

67 Vgl. Raunig et al.: ebenda.

68 Umgekehrt liesse sich auch von einer Ökonomisierung der Kultur sprechen, was von vielen KreativwirtschaftsvertreterInnen als positiver Aspekt für beide Bereiche, Kultur und Wirtschaft, betrachtet wird, da man hier die Überzeugung vertritt, dass beide sich gegenseitig befruchten.

69 Vgl. von Osten: ebenda, S. 104.

70 Vgl. von Osten: ebenda, S. 104.

71 Gemeint ist hier nicht allein Prekarisierung im Sinne von „Situationen potenzieller Armut, die an die Erosion des so genannten Normalarbeitsverhältnisses gebunden sind“, sondern auch mit Isabell Lorey im Sinne der „hegemonialen Funktion von Prekarisierung im Kontext neoliberaler Gouvernementalität“.

Vgl. Pelizari, Alessandro: zu Prekarisierung, in: Social Info, Wörterbuch der Sozialpolitik, <http://www.socialinfo.ch/cgi-bin/dicopossode/show.cfm?id=475> (letzter Zugriff am 11.05.2012).

Vgl. Lorey, Isabell: „Gouvernementalität und Selbst-Prekarisierung – Zur Normalisierung von KulturproduzentInnen“, 2006, <http://eipcp.net/transversa/1106/lorey/de> (letzter Zugriff am 11.05.2012).

## 2.4 Selbstständige VermittlerInnen als AkteurInnen der Kreativszene

Dem Ansatz „Kunst/Kultur als Branche“ zufolge gehören selbstständige VermittlerInnen zu den KulturproduzentInnen, die gewinnorientiert und freischaffend im kulturellen Bereich arbeiten. Sie sind Teil der sogenannten KreativakteurInnen in der Kulturwirtschaft.<sup>72</sup> Hier wiederum sind die meisten von ihnen der Kreativszene<sup>73</sup> zugehörig. Gewinnorientierung ist in diesem Fall nicht im Sinne der Gewinnmaximierung der Betriebswirtschaftslehre zu verstehen, sondern bezieht sich darauf mit der selbstständigen Tätigkeit den eigenen Lebensunterhalt zu verdienen.

AkteurInnen der Kreativszene arbeiten überwiegend in temporären Konstellationen wie z. B. Projektarbeit. Dazu gehört, dass Produktions- und Kommunikationsprozesse flexibel gehandhabt werden. Die Fixkosten bleiben auf diese Weise niedrig, die Ressourcen allerdings auch beschränkt. Die damit verbundene Unabhängigkeit ermöglicht Experimente und innovative Züge in der Arbeit. Es herrscht kein Zwang, ein Unternehmen im klassisch-rechtlichen Sinne zu sein oder eine Firma zu haben. Das trifft sowohl auf Freischaffende/FreiberuflerInnen wie auch auf KleinstunternehmerInnen mit einer Betriebsgrösse von meist ein bis drei Personen zu. Die Kreativszene kann also mit Weckerle et al. als Mikrowirtschaftsbereich der Kreativ- und Kulturwirtschaft gesehen werden.

Oft bewegen sich die Angehörigen der Kreativszene dabei am Existenzminimum und in prekären Arbeitsverhältnissen.<sup>74</sup> Dann sind sie Teil des von der „Kritik der Kreativität“ beschriebenen „neuen, kreativen Prekariats“. Dies ist zwar meist gut ausgebildet und auch vielbeschäftigt, verdient aber mit der (in diesem Falle selbstständigen) Berufstätigkeit trotzdem nicht genug, um finanziell (und damit auch sozial, gesundheitlich etc.) abgesichert zu sein. Das bedeutet auch, dass die Kreativszene (oder zumindest ein Grossteil davon) aus Sicht der Banken nicht kreditwürdig und aus Sicht von Finanzinvestoren uninteressant ist. Die AkteurInnen gelangen nicht oder nur schwer an fremdes Kapital. Hinzu kommt, dass die meisten KreativakteurInnen nur über wenig Eigenkapital verfügen, da sie nicht ausgesprochen marktorientiert arbeiten und es für ihre Angebote nicht immer einen leichten Marktzugang gibt. Teilweise müssen sie sich diese Märkte selbst schaffen. Trotzdem scheinen viele AkteurInnen der Kreativszene dieses Arbeitssetting bewusst zu wählen. „Es wird als ‚Paradox der Kreativwirtschaft‘ bezeichnet dass die Kreativszene sich in diesem aus Sicht der klassischen Wirtschaftsförderung wenig attraktiven Bereich bewusst positioniert.“<sup>75</sup>

72 Weitere dazu kursierende Begriffe sind: Culturepreneurs, Artpreneurs, Kulturunternehmer, Kreativunternehmer

73 Vgl. Weckerle et al. (Hg.): „Kreativwirtschaft Schweiz“, Birkhäuser, Basel, 2008.

74 Vgl. Ebenda.

75 Vgl. Ebenda

Die Kreativwirtschaftsforschung begründet dies mit verschiedenen Kompensationsmechanismen, welche der Kreativszene aus ihrer Sicht zur Verfügung stehen: Die finanzielle Unsicherheit durch den geringen persönlichen Verdienst (wenig Eigenkapital) wird demzufolge durch symbolisches Kapital (tun was man gern tut, persönliche Freiheit, soziales Netzwerk, individuelle Nische, eigene Aufwertung durch Zugehörigkeit zur Kunst- und Kulturszene etc.) wenn schon nicht ausgeglichen, so doch immerhin abgemildert. Es bleibt die Frage, inwieweit diese Zuschreibungen tatsächlich allgemein zutreffen. Das fehlende Fremdkapital könnte durch öffentliche Fördermassnahmen oder durch sogenannte „mehrspurige Anstellungsprofile“ ausgeglichen werden. Mit letzterem sind bspw. Anstellungen im öffentlichen Sektor gemeint. Letzteres ist insofern interessant, als es die Frage nach Mischformen zwischen Selbstständigkeit und angestellter Arbeit (im öffentlichen oder privaten Sektor) aufwirft.

Welche Handlungsfelder den befragten VermittlerInnen zur Selbstständigkeit nun wirklich offenstehen, wie sie sich selbst darin positionieren und als wer und was sie sich dabei verstehen, darüber sollen die im nächsten Kapitel folgenden Fallbeispiele Aufschluss geben.

### 3. Vier Fallstudien – Zusammenfassung der empirischen Untersuchung

#### 3.1 Case Study Büro trafo.K

##### 3.1.1 Kurzbeschreibung



*„Büro trafo.K arbeitet an Forschungs- und Vermittlungsprojekten an der Schnittstelle von Bildung und Wissensproduktion. Dazu gehören Medien- und Jugendprojekte, künstlerische Interventionen, wissenschaftliche Studien, Schulungen, Workshops und Consulting für Museen und Ausstellungen sowie Projekte im öffentlichen Raum. Schwerpunkte sind zeitgenössische Kunst, Wissenschaftsvermittlung und Zeitgeschichte.“<sup>76</sup>*

Büro trafo.K wurde 1999 in Wien<sup>77</sup> von den Kunsthistorikerinnen Renate Höllwart und Elke Smodics-Kuscher und der Philosophin Nora Sternfeld gegründet. Die beiden letzteren haben mit dem Lehrgang Educating Curating Managing an der Universität für angewandte Kunst Wien eine vermittlungsspezifische Ausbildung abgeschlossen und sind heute dort in der Lehre tätig.<sup>78</sup>

<sup>76</sup> www.trafo-k.at Zitat von Startansicht der Webseite (letzter Zugriff am 12.10.2011).

<sup>77</sup> trafo.K arbeiten aber auch an anderen Orten in Österreich (z. B. Linz und Graz) und teils auch in der Schweiz und Deutschland

<sup>78</sup> <http://ecm.ac.at> ECM – ehemals: Lehrgang zur Kommunikationskuratorin für Ausstellungen (letzter Zugriff am 05.05.2012).

trafo.K kennen sich aus der gemeinsamen Studienzeit und über die Tätigkeit als freie Kunstvermittlerinnen an der Kunsthalle Wien, wo sie nach dem Studium erstmals zusammenarbeiteten.

Das Anliegen, eigenständig, autonom und ausserhalb einer Institution Projekte in verschiedenen Praxisfeldern machen zu wollen, führte zur Bürogründung in Form eines Vereins.<sup>79</sup> Diese Rechtsform bietet in Österreich die besten Bedingungen zur Förderung mit öffentlichen Geldern, welche wiederum den Grossteil der Finanzierung der Projektarbeit von trafo.K ausmacht.

Das Interview wurde mit Renate Höllwart und Elke Smodics-Kuscher geführt.

### 3.1.2 Vermittlungsbegriffe und Verständnis von Vermittlung

Büro trafo.K machen Vermittlungsarbeit, weil sie dadurch auf verschiedenen Ebenen Veränderungen erreichen möchten, beispielsweise im Arbeits- und Forschungsfeld Vermittlung selbst. Der Wunsch, durch die eigene Arbeit Einfluss zu nehmen, kommt bei ihnen stark zum Ausdruck. Vermittlung sehen sie als ein Arbeitsfeld, das sie prägen können. *„Es impliziert kein fertiges Berufsbild, ist ein Feld, das mit vielen Themen verhandelt, inhaltlich oder ästhetisch, sei es das Kunst- oder Ausstellungsfeld.“*<sup>80</sup>

Ein Ansporn für die Gründung eines Vermittlungsbüros war das Interesse an kollaborativer Arbeit.

Das heisst für trafo.K im Team und mit Menschen zu arbeiten und auch als Gruppe mit anderen Gruppen zu arbeiten. Alle Mitglieder von trafo.K waren bereits vor der Bürogründung als Einzelpersonen in der Vermittlung tätig. Das Bedürfnis, der Arbeit eine persönliche Bedeutung zu geben und eine eigene Positionierung zu vertreten sowie eine gewisse Autonomie innerhalb des Vermittlungsfeldes zu erreichen, führte zum Zusammenschluss und zur Gründung des Büros. In der gemeinsamen Selbstständigkeit sehen trafo.K die grösste Erfolgchance für ihre Zielsetzung. *„So haben wir uns in der Vermittlung wiedergefunden und haben versucht die unterschiedlichen Perspektiven zueinander zu stellen. Also Kunstgeschichte, Philosophie und Praxis in der Vermittlungsarbeit.“*<sup>81</sup> Renate Höllwart führt zudem an, dass sie ihr persönliches Interesse an zeitgenössischer Kunst und gesellschaftskritischen Themen, an Gesellschaftspolitik und an Ausstellungen mit der Vermittlungsarbeit gut verbinden kann, da diese verschiedenen Interessen hier zusammenkommen. Vermittlung ist für sie ein Feld, in dem sie Spielraum hat, die eigene Tätigkeit zu entwickeln. Elke Smo-

dics-Kuscher sieht in der Vermittlungsarbeit eine attraktive Anwendungsform für ihr Kunstgeschichtestudium, da sie weder in der Forschung noch in der klassischen Lehre tätig sein wollte. In ihren Augen ist Vermittlung eine Möglichkeit um zeitgenössische Kunst mit gesellschaftsrelevanten und -kritischen Themen zu verknüpfen.

**Selbstbezeichnungen:** trafo.K nennen sich Büro im Bereich der Kunst- und Kulturvermittlung. *„Wir sagen grundsätzlich, wir sind ein Vermittlungsbüro. Dann erst kommt die Spezifizierung. Das ist unsere Herangehensweise: Vermittlung mit was oder in was eigentlich? Mit welchen Themen oder welchen Methoden?“*<sup>82</sup> In der persönlichen Form bezeichnen sie sich als *„Kunst- und KulturvermittlerInnen, weder Kommunikationskuratorinnen noch Museumspädagoginnen“*.<sup>83</sup>

**Vermittlungsbegriff:** trafo.K bestätigen die Annahme, dass ihrer Arbeit ein kritischer Vermittlungsbegriff zugrunde liegt. Wörtlich sagen sie dazu: *„Wir stellen an uns den Anspruch, einen emanzipatorischen Vermittlungsbegriff zu vertreten und damit zu arbeiten. Wir verstehen Kunstvermittlung als kritische Praxis; mit Carmen Mörsch gesprochen haben wir einen kritischen Vermittlungsbegriff.“*<sup>84</sup> Darunter verstehen trafo.K einen Vermittlungsbegriff, der ständig im Wandel ist. Zu ihrem Vermittlungsverständnis gehört es, sich permanent zu überlegen, was Vermittlung sein kann, soll und will. Dies beinhaltet Institutionskritik, Überlegungen zur SprecherInnenrolle und zu möglichen Handlungsräumen, sowie die Reflektion der Rollen und des Handelns aller Beteiligten. *„Es geht darum, zu reflektieren, wer spricht wann, wo? Mit wem arbeitet man wann wo in welcher Situation wie zusammen?“*<sup>85</sup> Vermittlungsarbeit verstehen trafo.K als etwas, das alle Hierarchien und Rahmenbedingungen mit einschliesst. Dazu gehört, Konflikte zuzulassen und mit den Teilnehmerinnen und PartnerInnen gemeinsam daran zu arbeiten. trafo.K betrachten ihren Vermittlungsbegriff als breit ausgelegt. Was sie jedoch von sich weisen, ist ein affirmatives Verständnis von Vermittlung. Sie haben *„keinen Vermittlungsbegriff im Sinne von übersetzen, dirigieren oder Informationen weiterleiten, ohne die hierarchischen Strukturen weiterzugeben.“*<sup>86</sup>

### Referenzen zur Orientierung in der Arbeit (Gruppen, Projekte, Personen):

Für trafo.K waren Stimmung und Umfeld zur Zeit ihrer Bürogründung, Mitte bis Ende der 90er-Jahre, in Wien Orientierung und Inspiration. *„Zu dieser Zeit gab es in Wien viele kleine Vereine, Initiativen und selbstständige Gruppierungen, die in der Kunstvermittlung tätig waren. Es war auch eine Zeit, in der viel diskutiert wurde, was Vermittlung und was der Vermittlungsbegriff ist. Fragen wie ‚ist Kunstvermittlung eine*

79 Ein Verein als Körperschaftsform ist in Österreich eine übliche Praxis. Er stellt die einfachste Form einer Geschäftsgründung, die rechtlichen Rahmenbedingungen betreffend, dar. trafo.K. hat sich deshalb bewusst dafür entschieden.

80 Aus dem Interview mit trafo.K.

81 Ebenda, Renate Höllwart.

82 Ebenda.

83 Ebenda.

84 Ebenda.

85 Ebenda.

86 Ebenda.

*künstlerische Strategie, ist es Kunst oder nicht?’ wurden gestellt und verhandelt.*<sup>87</sup>

Die Gruppen Stördienst und Infrarot von und mit Heiderose Hildebrand spielten für trafo.K als „Ideengeber“ eine wichtige Rolle. Strukturell gesehen sei hingegen das „Büro für Kulturvermittlung“ wichtig gewesen als eine öffentliche Stelle, die nicht nur selbst Vermittlungsprojekte initiierte, sondern auch Förderung für innovative und experimentelle Konzepte vergab.

Eva Sturm und Heiderose Hildebrand sind für trafo.K die Ersten, die eine Methodendiskussion zur Vermittlung aufbrachten, beispielsweise zur Bedeutung von Kunstvermittlung. Als wichtigste Referenzen aus dem Theorie- und Forschungsfeld Kunstvermittlung nennen trafo.K Carmen Mörsch<sup>88</sup> und Eva Sturm<sup>89</sup>. Gleichzeitig werden trafo.K selbst von anderen Vermittlungsbüros als Text- und Theoriereferenz wahrgenommen.

### 3.1.3 Arbeitsweisen und Inhalte

Die Arbeitsweisen und Inhalte, die bei der Methodendiskussion zur Sprache kamen, sind vielfältig: kollaboratives Arbeiten, Einbinden von anderen Expertinnen, Vernetzung, Transdisziplinarität sowie Arbeit mit künstlerischen Strategien. Dabei wird jeweils ein Rahmen geschaffen, innerhalb dessen alle Teilnehmerinnen mitgestalten können.

**Methoden:** Die von trafo.K verwendeten Methoden hängen stark vom jeweiligen Projekt ab. Nachfolgend wird eine Auswahl dieser Projekte näher beschrieben, zunächst die Methode „Teambildung“. Damit ist die Vernetzung mit anderen Personen und Gruppen gemeint, um mit ihnen gemeinsam eine bestimmte Thematik oder Fragestellung inhaltlich zu bearbeiten und diese so in die Projektarbeit einzubinden. Darauf folgt die „Methode Rahmenbedingungen“. Wenn trafo.K für ein Projekt ein transdisziplinäres Team zusammenbringen (siehe Methode Teambildung), erarbeiten sie unabhängig von den Teilnehmerinnen (Schulgruppe, Lehrlinge, Frauengruppe etc.) für ein Projekt Rahmenbedingungen bzw. einen Themenrahmen. Innerhalb dieses Rahmens können alle Beteiligten die verschiedenen Themenstränge inhaltlich frei bearbeiten.

Durch das Zusammenspiel der beiden genannten Methoden sind trafo.K-Projekte oftmals Projekte mit offenem Ausgang. Sie sind stärker prozessbezogen als ergebnisorientiert. Ein Produkt entsteht erst im Projektprozess.

87 Ebenda.

88 Carmen Mörsch wird vor allem im Hinblick auf politische und kritische Aspekte in der Kunstvermittlung als Referenz genannt und für Theoriebildung und Forschung zur Kunstvermittlung als sehr wichtig angesehen. Im Zusammenhang mit der Nennung ihres Namens fällt sehr häufig das Stichwort „Kritische Kunstvermittlung“.

89 Eva Sturm wird sehr stark mit künstlerischer Kunstvermittlung und Praxisforschung identifiziert.

Die Methode „Künstlerische Strategien“ verwenden trafo.K für zeitgeschichtliche Projekte. Dazu laden sie Künstlerinnen ein<sup>90</sup>, die diese Strategien vorstellen und für das jeweilige Projekt anwenden und nutzen. trafo.K und die ProjektteilnehmerInnen erhalten so eine andere Perspektive auf das Projekt und seine Thematik und somit neue Recherchemöglichkeiten.

**Wichtige Inhalte:** Inhaltliche Schwerpunkte der Vermittlungsarbeit von trafo.K sind beispielsweise Feminismus, zeitgenössische Kunst und Philosophie. Sie arbeiten an der Schnittstelle von Wissenschaft, Zeitgeschichte, Geschichte, Zeitgenössischer Kunst und öffentlichem Raum.<sup>91</sup> Zu diesen Themensetzungen werden auch die Projekte erarbeitet, wofür alle Mitglieder von trafo.K ihre Fach- und Hauptinteressensgebiete einbringen.

**AdressatInnen:** „Da gibt es jetzt keine spezifische Zielgruppe.“<sup>92</sup> Trafo.K wenden sich in ihrer Arbeit häufig an Lehrlinge und Schülerinnen/Schulklassen, wie auch an Studierende und Weiterbildungsstudierende, sowie an Vermittlerinnen (Peers). In bestimmten Fällen werden auch auftraggebende Institutionen bzw. deren Vertreterinnen zu AdressatInnen der Arbeit von trafo.K. Weitere AdressatInnen werden im Interview nicht spezifisch genannt. In Alterskategorien gesprochen richten sich trafo.K also an Kinder, Jugendliche und junge Erwachsene sowie Erwachsene.

**Aufzählung zur Bandbreite der Arbeit:** Bei trafo.K ist die Bandbreite der Arbeit sehr gross, sie umfasst: Vermittlung konzipieren, Informationsräume und Begleitprogramme zu Ausstellungen entwickeln, Begleitende Printmedien erarbeiten, Ausstellungstexte schreiben, Interventionen im öffentlichen Raum, Ausstellungsgespräche, Thematische Rundgänge, Vermittlungsaktionen für alle Schulstufen, Informationsveranstaltungen für LehrerInnen, Materialien für den Unterricht, Workshops mit Kindern und Jugendlichen, Lehrlingsprojekte, Veranstaltungen von Jugendlichen für Jugendliche, Forschungsprojekte, Diskussionsveranstaltungen, Workshops und Seminare für Studierende, Schulungen für Vermittlerinnen, Kunst am Bau, kuratorische Konzepte, Consulting für Museen und Ausstellungen auf dem Gebiet der Vermittlung sowie Projektdokumentationen.<sup>93</sup>

**Beispielprojekte:** trafo.K veranschaulichen im Interview ihre vielfältige Arbeit anhand der beispielhaften Beschreibung ihrer Projekte „FlicFlac – ein PilotInnenmo-

90 Da sie sich selbst nicht als KünstlerInnen verstehen und selbst nicht künstlerisch arbeiten.

91 <http://www.trafo-k.at/trafo.php> (letzter Zugriff am 05.10.2011).

92 Aus dem Interview mit trafo.K.

93 Antworten aus dem Interview wurden mit Angaben von der Webseite zur möglichst vollständigen Aufzählung zusammengefasst

dell“ und „RebellInnen“. Zusammengefasst decken diese beiden Beispielprojekte viele wichtige Aspekte ihrer Arbeitsweisen ab. *„Diese Projekte haben sehr viele Dinge, die wir sonst auch betreiben und mit denen wir arbeiten, vereint. Bei „RebellInnen“ war das Thema des Projekts eher „Geschichte der Arbeit“, es deckt daher den (zeit)geschichtlichen Aspekt unserer Arbeit ab. „Flic-Flac“ deckt die Frage nach Schule und Bildung, oder Schul- und Bildungssystem ab, auch einer unserer wichtigen Arbeitsschwerpunkte.“*<sup>94</sup>

Das Projekt „FlicFlac – ein PilotInnenmodell“<sup>95</sup> ist eine Projektreihe zu Gender Studies, Geschlechterfragen und Geschlechtsidentitäten. Es beinhaltet Forschung, Workshops und Entwicklung von Unterrichtsmaterialien mit den Projekttiteln: feministische, queere Vermittlungsformen für die Schule und Feministische Materialien für die Berufsschule. Finanziert wurde es über öffentliche Förderung verschiedener Institutionen und Organisationen auf Antragsstellung von trafo.K. Die Umsetzung erfolgte in Zusammenarbeit mit verschiedenen Partnerinnen, die u. a. forschten, schrieben und publizierten. Das Projekt lief in mehreren Modulen über zweieinhalb Jahre, was jedoch nicht von Beginn an feststand. *„Es war Zufall, dass sich das von der Finanzierung her so glücklich ergeben hat und eine so umfangreiche, tiefgehende Projektarbeit möglich wurde.“*<sup>96</sup> „Flic-Flac“ ist für trafo.K auch deshalb ein wichtiges Projekt, weil es aufgreift, warum sie mit diesen Inhalten Vermittlungsarbeit machen. *„Es ist uns wichtig, diese Art von Reflektion und kritischem Potenzial in die Schulen hineinzutragen und dort zu verhandeln.“*<sup>97</sup>

Das zweite Beispielprojekt war ein Projekt für die Kulturhauptstadt Linz09 namens „RebellInnen! Geschichten erfahren mit dem Omnibus“ zum Thema „Was kommt in die Öffentlichkeit oder was wird im öffentlichen Raum präsent?“ Es ging dabei um Praxisforschung zum Thema Zeitgeschichte. Dafür wurden Themen wie soziale Kämpfe und Feministische Forderungen in Linz recherchiert. Die für das Projekt entwickelten Bustouren stellten eine Vermittlungsform dar, um diese marginalisierten Geschichten an die Öffentlichkeit zu bringen. Das Erarbeiten und Präsentieren dieser Geschichten erfolgte dann über andere Vermittlungsformen wie Performances, Interventionen, Installationen oder Lesungen und Performances (auch in Zusammenarbeit mit KünstlerInnen). Bei den Bustouren arbeiteten trafo.K mit sehr vielen unterschiedlichen AkteurInnen zusammen. Es war ebenfalls ein langfristiges Projekt, das auf mehr als zwei Jahre angelegt war.<sup>98</sup>

94 Aus dem Interview mit trafo.K.

95 Das Projekt ist auf der Webseite (siehe Verlinkung im Text) auch gut dokumentiert. Darauf verweisen die beiden immer wieder. <http://www.trafo-k.at/proauswahl.php> (letzter Zugriff am 14.05. 2012).

96 Aus dem Interview mit trafo.K, Elke Smodics-Kuscher.

97 Ebenda, Renate Höllwart.

98 . Die Vorbereitung ging bereits über ein Jahr, die Projektlaufzeit im Programm von Linz09 betrug nochmals über ein Jahr.

Das Projekt „FlicFlac“ entspräche für trafo.K von der Finanzierung her am ehesten dem Idealzustand, ist aber noch immer weit davon entfernt, ein ideales Projekt zu sein. Beide sind sich einig, dass einem idealen Projekt ausreichend Ressourcen, also viel Zeit und viel Geld zur Verfügung stehen. *„In der Praxis fehlt aber immer Ressource, also Zeit und Geld, deshalb gibt es keine idealen Projekte.“*<sup>99</sup>

### **Konfliktpotenziale – Differenzen zwischen eigenem Arbeitsanspruch und Arbeitsrealitäten:**

Schlechte oder erschwerte Arbeitserfahrungen hängen für trafo.K sowohl mit den Rahmenbedingungen als auch mit den eigenen Befindlichkeiten zusammen. Unterschiedliche Faktoren spielen dabei eine Rolle. trafo.K mögen nicht alle Projekte gleich gern, bisher konnten sie aber jedem ihrer Projekte etwas Positives abgewinnen. *„Manche Projekte sind mühsam, zäh und kompliziert. Zumindest phasenweise. Am Ende ist aber das Glücksgefühl da. Es gibt immer einen Moment, in dem man sagt, wow, es ist da, es ist schön.“*<sup>100</sup> Bisher wurden alle Projekte von trafo.K zu Ende gebracht, wenn auch unterschiedlich zufriedenstellend. Mehrere Projekte würden trafo.K so nicht noch einmal durchführen oder nicht mehr zu den damaligen Bedingungen annehmen.

Die weniger angenehmen Projekte sind für trafo.K diejenigen, bei denen sie wenig Spielraum haben, um autonom zu agieren. Je mehr Abhängigkeiten vorhanden sind, desto mehr erschwert sich ihre Arbeit. Solange diese eine kritische Auseinandersetzung zulassen, schätzen sie inhaltliche oder hierarchische Konflikte allerdings als produktiv und wichtig ein.

*„Wir machen seit Jahren Projekte und mit jedem verändert sich etwas, lernen wir dazu.“*<sup>101</sup> Als negativ erachten sie Situationen, in denen die äusserlichen Rahmenbedingungen dergestalt sind, dass sie in die Atmosphäre und inhaltliche Arbeit eines Projekts eindringen. *„Wenn es nicht möglich ist, mit der Gruppe in der gewünschten Form zusammenzuarbeiten, stört das auch die ganze Dynamik und den Verlauf (v. a. bei Workshops).“*<sup>102</sup>

Bei bestimmten Aufträgen und Projekten komme es vor, dass sich Interessenskonflikte zwischen den Rollen der inhaltlich interessierten Vermittlerin und der wirtschaftlich denkenden Selbstständigen bilden. Dies passiere wenn vorgegebene Rahmenbedingungen die Autonomie einschränken. *„Unterschiedliche Interessen bestehen immer, also gibt es immer Interessenskonflikte, das gehört zu den Realitäten.“*<sup>103</sup> Als

99 Aus dem Interview mit trafo.K.

100 Ebenda.

101 Aus dem Interview mit trafo.K ,Renate Höllwart, 00:57:39.

102 Ebenda, ca. 01:02.

103 Ebenda.

VermittlerInnen würden trafo.K diese Rahmenbedingungen gerne ändern bzw. auf diese Art der Arbeit verzichten, aber aus der wirtschaftlichen Perspektive der Selbstständigen heraus, die auch dem Bedürfnis nach finanzieller Sicherheit obliegt, ist dies nicht immer möglich. „Es gibt aber Dinge, die wir nicht gemacht haben, auch wenn sie wirtschaftlich oder finanziell lohnend gewesen wären.“<sup>104</sup>

Trafo.K beschreiben im Interview auch verschiedene Problematiken in der Zusammenarbeit mit AuftraggeberInnen und KooperationspartnerInnen. Teilweise stimmen die inhaltlichen Vorstellungen beider Parteien nicht überein oder die Institutionen möchten von vornherein wissen, welches Produkt als Ergebnis am Ende des Projekts stehen wird. Da Trafo.K prozessorientiert arbeiten können sie diese Information jedoch erst zu einem späteren Zeitpunkt im Projektprozess liefern, andernfalls müssten sie von der Arbeitsweise abrücken, die ihrer Überzeugung und ihrem Vermittlungsverständnis entspricht. In diesem Fall steht der kritische Vermittlungsbegriff gegen die Interessen der AuftraggeberInnen. Diese Art von Konflikten versuchen trafo.K in Verhandlungsgesprächen vorab zu klären.<sup>105</sup>

Andererseits gebe es auch Auftraggeber, die sich gerade aufgrund des prozessorientierten Arbeitens und der kritischen Kunstvermittlungspraxis für trafo.K interessieren und entscheiden. Dafür spiele es eine Rolle, dass es Büro trafo.K bereits seit zehn Jahren gibt. „Mit der zunehmenden Erfahrung wächst auch die Zahl der AuftraggeberInnen, die Vertrauen in unsere Arbeit haben.“<sup>106</sup>

Eine andere Variante des Konflikts entsteht, wenn AuftraggeberInnen das Geld fehlt, um ein Projekt mit dem gewünschten Umfang oder Anspruch durchzuführen oder wenn mehrere Institutionen ein Projekt gemeinsam in Auftrag geben und untereinander in Interessenskonflikte geraten.<sup>107</sup>

### 3.1.4 Struktur und Ökonomie

Auf meine diesbezügliche Nachfrage hin äussern trafo.K dass sie sich als Selbstständige, aber nicht als UnternehmerInnen verstehen. „Wir sind ein Verein, als solcher initiieren und machen wir selbstständig und institutionsunabhängig Vermittlungsprojekte.“<sup>108</sup> Für sie schliesst die Tatsache, ein Verein und Vermittlungsbüro zu sein, das Unternehmertum aus. „Wir haben kein Unternehmen, sondern ein Vermittlungsbüro. Wir

104 Ebenda.

105 „Da müssen wir Überzeugungsarbeit leisten.“ Zitat aus dem Interview mit trafo.K.

106 Ebenda.

107 Hierzu nennen trafo.K das Beispiel einer Buchmesse, von der sie einmal mit einer Arbeit beauftragt wurden. Ebenda, 01:06:59.

108 Ebenda.

verstehen uns nicht als UnternehmerInnen, die Frage stellt sich nicht.“<sup>109</sup>

**AuftraggeberInnen:** trafo.K arbeiten meist im Auftrag öffentlicher Institutionen. Teils agieren diese als Geldgeber von öffentlichen Fördermitteln oder als direkte AuftraggeberInnen. Gelegentlich werden trafo.K auch von privaten Institutionen beauftragt, z. B. Stiftungen, oder es ergibt sich ein gemischt finanziertes Projekt wie die Kulturhauptstadt Europas Linz09. Innerhalb ihrer Vermittlungsprojekte sind KünstlerInnen, SozialwissenschaftlerInnen, ForscherInnen aus anderen Gebieten und VermittlerInnen involviert.

**Zusammenarbeiten und Aufträge:** Um Aufträge von Institutionen und Finanzierungen für selbstinitiierte Projekte zu erhalten, schreiben trafo.K Anträge und Fördergesuche, reichen Wettbewerbskonzepte ein und nehmen an Ausschreibungen teil. Darüber hinaus erhalten sie aber auch direkte Aufträge, häufig kommen diese von Ausstellungsprojekten mit Direktanfragen zur Vermittlung. Ebenfalls erreichen trafo.K Anfragen über die Webseite. Diese WebInteressentInnen erkundigen sich vor allem nach Workshops aus Projekten, welche auf der Webseite dokumentiert sind, mit dem Ziel, ein Projekt oder einen Workshop dieser Art in Auftrag geben zu wollen. Durch die bereits langjährige Erfahrung im Bereich der Vermittlung ergeben sich für trafo.K auch viele Anfragen über Kontakte und Netzwerke. KooperationspartnerInnen und KollaborateurInnen wie etwa KünstlerInnen stellen an trafo.K Anfragen bezüglich neuer Projekte (oder umgekehrt). In der Folge werden gemeinsame Konzepte entwickelt, die sie schliesslich versuchen umzusetzen.

**Netzwerke:** Beim Netzwerken vermischen sich Arbeit und Privatleben für trafo.K. Sie beschreiben zwei Herangehensweisen an das Arbeiten mit Mitgliedern aus dem eigenen Netzwerk: Einerseits finden offizielle Arbeitstreffen mit der/dem oder den ebenfalls am Projekt interessierten KollegInnen statt, um sich speziell zum Projekt auszutauschen – private Motive kommen nicht oder nur am Rande zum Tragen. Andererseits gibt es Treffen aus privaten Anlässen, wobei berufliche Vorhaben und damit gemeinsame Projekte auch zur Sprache kommen. In beiden Fällen findet ein Austausch statt. trafo.K nennen ersteres „organisiertes Netzwerken“, zweiteres ist „das, was sich eben so ergibt“.<sup>110</sup>

**Arbeitsaufwand und Arbeitszeiten:** Als selbstständige VermittlerInnen sind sich trafo.K dessen bewusst, dass sie keinen „9-to-5-Job“ haben. Bereits zum Zeitpunkt der Bürogründung war ihnen klar, dass Selbstständigkeit ein hohes Engagement erfordert, was sich u. a. auch in unbezahlter Arbeitszeit niederschlägt. Dies macht sich insbesondere dann bemerkbar, wenn es keine/n AuftraggeberIn gibt und die Ziele

109 Ebenda.

110 Aus dem Interview mit trafo.K, Elke Smodics-Kuscher, 01:21:59.

selbst gesetzt werden. Die Möglichkeit der eigenständigen Arbeitseinteilung bringt Vor- und Nachteile mit sich, ein Phänomen, das Elke Smodics-Kuscher folgendermassen beschreibt: *„Wir fangen nicht vor 10 Uhr an zu arbeiten, was super ist, ausser wir arbeiten mit Schulklassen. Hin und wieder, wenn wir mit öffentlichen Stellen zusammenarbeiten, muss man sich an deren Arbeits- bzw. Bürozeiten halten. Da denke ich mir: Ich würde auch gerne um 15 Uhr meinen Bleistift hinlegen und gehen. Wir nehmen die Arbeit auch mit nach Hause.“*<sup>111</sup>

trafo.K versuchen permanent eine Arbeitsstruktur herzustellen, auch in Verhandlungen mit AuftraggeberInnen. Es geht ihnen darum, für sich selbst eine Transparenz herzustellen zwischen dem, was Arbeit ist, und was nicht: *„Wie kriegt man das Inhaltliche unter, was ja eigentlich der wichtigste Teil der Arbeit ist. Wegen der vielen organisatorischen Aufgaben ist es aber schwierig zu gewichten. Es ist immer ein arbeiten daran.“*<sup>112</sup>

trafo.K unterscheiden deutlich zwischen Arbeit und Freizeit. Probleme sehen sie bei der Planung und Strukturierung zu Beginn eines Projekts. In diesen Momenten sei es schwer festzulegen und vorherzusehen, wie viel Raum der Arbeit zukommt und wie viel für Freizeit bleibt. Sie versuchen der „Überarbeitung“ entgegenzuwirken, indem sie genau planen und sich Meilensteine setzen. *„Welchen Aufwand gibt es? In welchem Zeitrahmen muss es gemacht werden und wie erreiche ich welche Ziele?“*<sup>113</sup>

**Beschäftigungsgrad und Umsätze:** Da das Vermittlungsfeld nicht sehr lukrativ ist, können trafo.K nicht dauerhaft Festangestellte finanzieren. Sie finanzieren das Büro, also sich selbst, und eventuell temporär beteiligte ProjektpartnerInnen. Der Beschäftigungsgrad der drei VermittlerInnen ist immer wieder von (saisonalen) Schwankungen bestimmt. In der Regel wird Elke Smodic-Kuschers Arbeit zu 100 % über Büro trafo.K finanziert.<sup>114</sup> Renate Höllwart und Nora Sternfeld erwirtschaften gut zwei Drittel ihres Jahreseinkommens über trafo.K. Beide haben ausserdem Lehraufträge an der Akademie der bildenden Künste Wien im Fachbereich künstlerisches Lehramt<sup>115</sup> und sind ausserdem Mitglieder von „Schnittpunkt Ausstellungstheorie und -praxis“<sup>116</sup>, einem Netzwerk, das unter anderem auch den Educating-Curating-Managing-Lehrgang der Universität für angewandte Kunst Wien leitet. Alle drei leben also ausschliesslich von selbstständiger Arbeit im Vermittlungsfeld. Ihr Umsatz in Form von Tages- und Stundensätzen beläuft sich zurzeit auf 60 Euro pro Person und

111 Ebenda.

112 Ebenda, Renate Höllwart, 01:23:12.

113 Ebenda.

114 Vgl. Aussage aus dem Interview mit trafo.K, ca. 01:14:48.

115 Ebenda. Die Lehrtätigkeiten der beiden wirken sich sowohl inhaltlich als auch auf die Auftragslage betreffend fruchtbar auf das Büro aus.

116 <http://www.schnitt.org/> (letzter Zugriff am 15.05.2012).

Stunde bzw. auf 600 Euro pro Tag.<sup>117</sup> trafo.K erreichten bisher immer das benötigte Jahresbudget, dennoch führen (saisonale) Schwankungen zu unregelmässigen Honorarauszahlungen an die Mitglieder von Büro trafo.K.

**Angemessene Bezahlung:** trafo.K verweisen zunächst darauf, dass es für das Arbeitsfeld Vermittlung weder einen offiziellen festgelegten Honorar- oder Stundensatz noch eine Gewerkschaft<sup>118</sup> gebe. Generell orientiert sich die Bezahlung für selbstständige Vermittlungsarbeit in Österreich an der Branche der Kommunikationsdienstleister. trafo.K verlangen und erhalten als Honorar einen Tagessatz von 600 Euro oder 60 Euro pro Stunde, ohne Mehrwertsteuer<sup>119</sup>, was sie zumeist als angemessen erachten. *„Wir versuchen diesen Satz von 60 Euro einzuhalten. Meist ist das Budget von Seiten der Auftrags- oder Geldgeber vorgegeben. Wir richten unsere Konzeption so aus, dass es sich mit dem Budget ausgeht. Es liegt an uns, nicht mehr Arbeit zu investieren oder mehr Zeit aufzuwenden. Dem steht unser Hang zur Perfektion manchmal entgegen.“*<sup>120</sup> Dieser Honorarsatz liess sich nicht von Beginn der Selbstständigkeit an durchsetzen. trafo.K sind in den vergangenen 10 Jahren teurer geworden *„aber nicht der Inflationsrate entsprechend“*, haben im Vergleich zu KollegInnen aber immer schon auf „ordentliche“ Bezahlung bestanden. Wenn sie selbst in Projekten zu „ArbeitgeberInnen“ bzw. zu den BudgetverwalterInnen aller Beteiligten werden, bezahlen sie die gleich qualifizierten MitarbeiterInnen und ProjektpartnerInnen mit denselben Sätzen wie sich selbst, *„allerdings abzüglich der Fixkosten, die wir als Büro haben.“*<sup>121</sup>

**Selbstausschöpfung und Prekarisierung vermeiden:** Laut trafo.K besteht die Problematik der Selbstausschöpfung in jedem freiberuflichen Arbeitsfeld, sei es Architektur oder Kunstvermittlung. In ihrer eigenen Praxis gebe es auch immer wieder selbstausschöpfende Momente, um etwas zu erreichen. *„Wenn ich wirklich budgetorientiert arbeite, kommt vielleicht nicht das Ergebnis heraus, das ich mir wünsche. Das Ergebnis ist aber wiederum wichtig für den Ruf des Büros, den langfristigen beruflichen Erfolg, die persönliche Zufriedenheit.“*<sup>122</sup> trafo.K sagen, ein öffentlich vorweisbares, realisiertes Projekt im freiberuflichen Bereich stelle prinzipiell ein Kapital dar, quasi unabhängig von den Bedingungen zu denen es umgesetzt wurde. Damit erteilen sie sich eine Teilerlaubnis zur Selbstausschöpfung.

117 Vgl. dazu auch den nächsten Abschnitt „Angemessene Bezahlung“.

118 Diese legen in Österreich üblicherweise solche Sätze fest.

119 Aus dem Interview mit trafo.K, 01:26:44. *„Das wären dann 10 Stunden, ein langer Arbeitstag. Bei einem Konzeptauftrag ist die genaue Bezahlung auch davon abhängig, wie viel Recherche, wie viele inhaltliche Sitzungen, wie viele Kontakte es benötigt, um das Konzept zu erstellen. Aber über den Daumen kann man den 60-Euro-Stundensatz als Massstab nehmen.“*

120 Ebenda.

121 Ebenda, 01:27:30.

122 Ebenda.

Um diese, wo immer es geht, zu vermeiden, stehen trafo.K für die Wertigkeit der Vermittlungsarbeit ein, in dem sie angemessene Honorarsätze verlangen und diese in Verhandlungen auch verteidigen. Dass dies nötig sei, hänge mit dem Berufsbild und dem Bereich der Kunstvermittlung zusammen.

Ein Faktor sei dabei, dass Vermittlung eine überwiegend von Frauen gemachte Arbeit ist. Zudem gebe es in anderen Bereichen offizielle Vertretungen wie Gewerkschaften und feste Honorarsätze. *„Da stellt sich die Frage nach dem Wert der Arbeit dann gar nicht (mehr). Die kann man nachschauen und die stehen da schwarz auf weiss. Das gibt es für Vermittlung nicht. Wir sind also in keiner Gewerkschaft, weil es keine gibt, die auf unsere Arbeit passt.“*<sup>123</sup>

Der Verband der KulturvermittlerInnen Österreich, in dem auch trafo.K aktiv sind, engagiert sich für die Etablierung und Gleichstellung des Berufsbilds Vermittlung, auch auf der finanziellen Ebene. um die bestehende Lücke zu füllen, habe man eine Zeitlang vermehrt Honorarsätze in der Verbandszeitung veröffentlicht. Gemeinsam mit der Schweiz und Deutschland (bzw. den dortigen Verbänden) wurden Folder produziert, die das Berufsbild Vermittlung umreißen und Honorarsätze als Orientierung vorschlagen, um AuftraggeberInnen und VermittlerInnen einen Anhaltspunkt zu geben. AuftraggeberInnen hätten oftmals kein Vorstellungsvermögen von den Ressourcen, welche die Vermittlungsarbeit in Anspruch nimmt, dies sei ein Grund, *„warum die Überraschung über unsere Honorarforderungen und Budgetierungen jedes Mal so gross ist“*<sup>124</sup>.

Diesbezüglich herrsche nach wie vor grosse Unsicherheit, auch wenn sich einiges verändert habe. Zur Durchsetzung der Forderungen erachten trafo.K die Verbandsarbeit für das Arbeitsfeld Vermittlung als wichtig. Mittels Verbandsarbeit und Interessensvertretungen könnten im Praxisfeld tätige VermittlerInnen zeigen, dass sie auch die Theorieebene des Feldes reflektieren und mitverhandeln *„was Vermittlung sein und bedeuten kann und welche Wertschätzung sie kriegt“*.<sup>125</sup>

In Zusammenhang mit der Einforderung von angemessener Bezahlung stehen für trafo.K auch die Diskussionen über den Stellenwert der Vermittlung in der Museumslandschaft, die Wertigkeit der Arbeit sowie Honorarfestlegungen. trafo.K erinnern sich an Zeiten, als bezahlte Vermittlungsarbeit noch keine Selbstverständlichkeit war. *„In meinen Anfängen als freie Kunst- und Kulturvermittlerin bezahlte mich keiner für ein Konzept. (...) Dann kam die Forderung nach Bezahlung auf und wir begannen gemeinsam dafür zu kämpfen.“*<sup>126</sup> Schlechte oder nicht vorhandene Bezahlung kann in diesem Kontext als ausbeuterisches Zeichen gedeutet werden.

**Gründe für die Selbstständigkeit:** *„Das Anliegen, eigenständig Projekte zu machen, die autonom von einer Institution sind, hat uns dazu geführt, dass wir ein Büro gründeten. Seither versuchen wir als Verein in unterschiedlichen Praxisfeldern ausserhalb einer Institution unsere Vermittlungsarbeit zu machen.“*<sup>127</sup> trafo.K haben nie einen Businessplan erstellt, auch keinen Marketinglehrgang oder Ähnliches besucht. Die Teilnahme am ECM-Lehrgang (bzw. an dessen Vorgängermodellen) hat ihnen aber in dieser Hinsicht Sicherheit gegeben und ihr Interesse an der Selbstständigkeit geweckt bzw. Grundlagen gelegt. Die Situation in der Kunstvermittlung und die Diskussion um die Kunstvermittlung Mitte/Ende der 90er Jahre u. a. in Österreich haben dabei auch eine Rolle gespielt.

**Vor- und Nachteile der Selbstständigkeit:** Selbstständig zu arbeiten bedeutet für trafo.K auch, über die Jahre keine finanzielle und planerische Sicherheit zu haben. *„Es gibt Jahre mit mehr und solche mit weniger Projekten und Geldern. In der Beziehung funktionieren wir eigentlich, als wären wir individuell selbstständig. Man versucht Projekte einzureichen, zu initiieren, man hat gerade welche am Laufen und man versucht zu planen, wie die nächsten Jahre aussehen. Wir sind ein Büro, wir wissen auch nicht was in zwei Jahren ist.“*<sup>128</sup> Diese Unsicherheit ist ein Nachteil und wird dann problematisch, wenn sie Existenzängste aufkommen lässt. trafo.K versuchen dem entgegenzusteuern, indem sie sich um längerfristige Projekte bemühen, da diese Planungssicherheit und damit auch finanzielle Sicherheit bringen und Existenzängste mindern. Eine Strukturänderung, eine Ruhephase oder gar die Auflösung des Büros würden trafo.K nur gemeinsam beschliessen, allerdings fällt ihnen dazu kein möglicher Grund ein. *„Wir können uns diese Situation der Auflösung von trafo.K nicht so recht vorstellen. Die Frage steht nicht im Raum, ich möchte nicht darüber spekulieren. Wir sind jetzt elfeinhalb Jahre zusammen und haben das, was wir als trafo K. sind, gemeinsam aufgebaut.“*<sup>129</sup>

Gleichzeitig finden trafo.K aber auch, dass jede von ihnen die Freiheit haben muss, sich anderen Arbeitsfeldern und Interessen zu widmen. *„Wir haben keine Verpflichtung, über so und so viele Stunden pro Jahr an diesem und jenem zu arbeiten. Wir verhandeln das untereinander immer wieder neu aus. Wir stellen uns nicht ein und entlassen uns nicht.“*<sup>130</sup> Als unwahrscheinlich, aber nicht ausgeschlossen, sehen trafo.K eine Festanstellung im Sinne einer gebundenen Tätigkeit, auch von Büro trafo.K als Ganzes. *„Das müsste man ausverhandeln: Was sind Vor- und Nachteile, was wäre die finanzielle Bindung, wie stark wäre die institutionelle Bindung etc.? Wieso nicht als trafo.K die Vermittlung der documenta übernehmen? Um gigantomanische Träume*

123 Ebenda, 01:33:24.

124 Ebenda.

125 Aus dem Interview mit trafo.K, ca. 01:35.

126 Ebenda, ca.01:36.

127 Ebenda, ca. 01:37.

128 Ebenda, 01:37:48.

129 Ebenda, 01:40:57. *„Diese Frage stellt sich für mich nicht. Wir haben unsere Tätigkeit als trafo.K, unsere diversen Projekte und Aufgabenbereiche die unsere Tage, Wochen und Monate füllen.“*

130 Ebenda, 01:39:36.

kundzutun.<sup>131</sup>

**Berufliche Weiterentwicklung:** Zukunftsvisionen und Entwicklungsoptionen sehen trafo.K im Vorteil ihrer langjährigen Zusammenarbeit, was dem Büro eine gewisse Stabilität verschafft. Entwicklungspotential sehen sie darin, die bereits vorhandenen Handlungsräume noch weiter auszudehnen und die dazu notwendigen Ressourcen zu haben. Es gehe darum, Räume und Zeit zu haben, um inhaltlich zu arbeiten. Das betreffe die Projekte genauso wie auch die Arbeit an den Vermittlungsfragen, die sich trafo.K stellt. Damit eröffne sich auch mehr Raum, um zu agieren.

Einen weiteren Punkt stellt der Wunsch nach finanzieller Sicherheit dar. Dazu gehört auch, die in die Arbeit mit trafo.K involvierten Personen gut bezahlen zu können. Diese finanzielle Absicherung soll weniger mittels einer Vergrößerung des Büro trafo.K erfolgen, sondern über eine Umorganisation der Arbeitsprozesse. *„Im Zuge unserer Tätigkeit mussten wir lernen, dass man manche Dinge auslagern kann. Das sind Lernprozesse.“*<sup>132</sup> Um ihre Tätigkeit zu reflektieren, gehen trafo.K immer wieder gemeinsam in Klausur. Sie fragen sich, was gut funktionierte, und überlegen, wie damit weitergearbeitet werden kann. Beispielsweise seien die Arbeitsmaterialien für die Schule sehr populär, darum wäre es eine Überlegung, künftig mehr an solchen Dingen zu arbeiten.<sup>133</sup>

### Institutionsbegriffe

#### – institutionelle Vermittlung und eigene Institutionalisierungstendenzen<sup>134</sup>

Angestellte VermittlerInnen, sagen trafo.K, seien *„auf eine gewisse Art weisungsge-*

*bunden und sprechen aus der Institution heraus“.*<sup>135</sup> Dies sehen sie als grösste Unterschiede zu sich als freie VermittlerInnen. Falls trafo.K selbst stark in ein Institutionsprojekt eingebunden sind und als Externe zugleich mit einer Ausstellungsinstitution und ihrem Team zusammenarbeiten, ist es ihnen wichtig, gemeinsam zu kommunizieren, was sie vermitteln wollen.

Um nicht von der Institution vereinnahmt zu werden, müsse jedoch stets sichtbar bleiben, *„was von trafo.K stammt und was institutionseigene Vermittlungsarbeit ist“.*<sup>136</sup> *„Eine Infrastrukturförderung über die nächsten fünf Jahre beispielsweise würde uns sehr institutionalisieren. Da würde etwas mit uns passieren.“*<sup>137</sup> trafo.K sehen sich in dem Sinne als institutionalisiert, dass der Name trafo.K für gewisse Überzeugungen und Schwerpunkte stehe und dass dies auch in der Aussenwahrnehmung zum Tragen komme. Sie selbst würden angefragt oder abgelehnt, *„weil wir die Vermittlungsarbeit so machen wie wir sie machen.“*<sup>138</sup> Insofern sei trafo.K mit den Jahren auch zu einem Namen für eine bestimmte Form von Vermittlung geworden, so wie microsillons auch ein Name für eine bestimmte Form von Vermittlung sei. Dazu stelle sich die Frage, was die Institutionalisierung in diesem Rahmen bedeute und welche Rahmenbedingungen sie habe.<sup>139</sup>

**Kontextdiskussion zu Begriffen und Verwendungsstrategien:** *„Eine häufig an uns gerichtete Frage lautet: ‚Was macht ihr eigentlich?‘ Wir versuchen uns in unserer Arbeit von den sogenannten ‚Creative Industries‘ und von der damit verbundenen Verwertbarkeitslogik abzusetzen. Wir versuchen, eine kritische Praxis in der Kunstvermittlung. Wir versuchen, das was wir machen, auch in Bezug auf die Gesellschaft zu sehen und grenzen uns dadurch ab in Bezug auf die sogenannte Kreativwirtschaft. Wenn uns jemand fragt, der mit dem Feld nicht vertraut ist, erklären wir, dass es uns viel um Inhalt geht, um Gesellschaft, Prozesse, Kommunikation und Hierarchien.“*<sup>140</sup>

Häufig liege bei den Fragenden die Annahme zu Grunde, *„wir würden etwas wohin vermitteln oder etwas zusammenführen und dann präsentieren.“*<sup>141</sup> trafo.K geht es aber vor allem um den Prozess, was dadurch passiert und wer dadurch eine SprecherInnenrolle erhält. Dadurch grenzen sie sich ab von Begriffen wie Creative Industries oder Kreativwirtschaft und dem, wofür diese stehen.

131 Ebenda.

132 Ebenda, 01:59:07.

133 Ebenda, 02:00:04.

134 Der Institutionsbegriff kam in der Befragung ohne weitere Erwähnung und Definition seiner soziologischen oder Alltagssprachlichen Dimensionen zur Sprache. Ich dachte dabei aber durchaus an die Alltagssprachliche Verwendung, wo er fast synonym mit Organisation gebraucht wird. Die soziologischen Definitionsmöglichkeiten erschienen mir in Bezug auf die Frage, ob Vermittlungsbüros zu Institutionen werden können, kaum anwendbar. Deshalb eine Definition aus dem Weiterbildungsbereich:

Eine Institution *„bezeichnet offene oder geschlossene soziale Systeme, die struktur- und verfahrensbildende Sinnzusammenhänge und Erwartungsstrukturen in Leitideen und Werten herausbilden, mit denen sie das Handeln von individuellen oder kollektiven Subjekten be- und entgrenzen“.* Vgl. Kirchhöfer, D.: „Begriffliche Grundstrukturen des Programms ‚Lernen im sozialen Umfeld?‘. Diskussion unterschiedlicher Ansätze und Definitionsvorschläge.“, S. 56, In: Kompetenzentwicklung in außerbetrieblichen Strukturen – Begriffe und Zugänge. QUEM-report, Heft 56. Berlin 1998, S. 5–70

In den Interviews fragte ich explizit auch nach eigenen Institutionalisierungstendenzen und Elementen institutioneller Vermittlung in der Arbeit. Institutionell verstehe ich dabei im Sinne von *„in oder durch eine Institution organisiert“.* In den Institutionalisierungstendenzen schwingt für mich die Definition der Institutionalisierung nach Berger/Luckmann mit: *„Institutionalisierung bezeichnet den Vorgang der Generalisierung und Typisierung von gegenseitig auf einander bezogenen und stark habitualisierten Handlungen, so dass sich relativ konstante Handlungs- und Beziehungsmuster herausbilden.“*

Vgl. Berger, Luckmann: „Soziale Funktionen der Kultur“, Kapitel zur „Institutionalisierung“, 1970.

135 Aus dem Interview mit trafo.K, Renate Höllwart, 02:03:08.

136 Ebenda, 02:04:38.

137 Ebenda, Elke Smodics-Kuscher, 02:05:52.

138 Ebenda, Renate Höllwart, 02:08:10.

139 Ebenda.

140 Aus dem Interview mit trafo.K, Renate Höllwart, 01:44:36.

141 Ebenda.



Zosik war freie Künstlerin und stellte ihre Zeichnungen, Fotografien und Installationen aus. Zusätzlich arbeitete sie in verschiedenen Jobs, in Berlin beispielsweise im Hotel und bei Stilwerk, wo sie den Kunstpavillon gründete.<sup>151</sup> Freie Kunstvermittlerin wurde sie durch die Anfrage von Constanze Eckert, sie zu einem Workshop zu begleiten.

2008 gründeten beide gemeinsam „eck\_ik – Büro für Arbeit mit Kunst“, bisher noch ohne eingetragene Rechtsform.<sup>152</sup> Dementsprechend fühlen sich die beiden nicht als Unternehmerinnen, sondern als freischaffend oder Freiberuflerinnen. Sie bezeichnen sich selbst als „Kulturarbeiterinnen“. Neben der gemeinsamen Arbeit für eck\_ik verfolgen beide Frauen auch eigene Projekte.

Arbeitsschwerpunkte von Constanze Eckert sind unter anderem: Künstlerische Vermittlungsprojekte, Workshopleitung, Lehraufträge und Fortbildungen für LehrerInnen und KünstlerInnen sowie künstlerisch-wissenschaftliche Begleitforschung.

Arbeitsschwerpunkte von Anna Zosik sind unter anderem: partizipatorische Kunstprojekte, Projekte in der Kunstvermittlung, kuratorische Tätigkeit, Workshopleitung und Vorträge.

### 3.2.2 Selbstverständnis und Vermittlungsbegriff

**Warum Vermittlung?** Anna Zosik fand es unbefriedigend als Künstlerin alleine im Atelier zu arbeiten „(...) *das hat mir zu wenig gegeben*.“<sup>153</sup> Ihr geht es um die Wirkung des eigenen künstlerischen Schaffens („Tuns“) und wie sich dieses mit Menschen gemeinsam gestalten lässt. Sie fragt sich, an welcher Stelle diese Begegnung in der Kunst passiert und was sie durch solche Prozesse von den Menschen erfährt. Der Ausdruck, den sie dafür verwendet, ist „Intensität in der Arbeit“. Sie interessiert sich für den Austausch und dafür, ob dadurch eine Bereicherung oder „Vermehrung“ stattfindet. Constanze Eckert findet es spannend an gesellschaftlichen Themen zu arbeiten, die eine Relevanz für verschiedene Gruppen von Menschen haben.<sup>154</sup>

**Begriff und Verständnis von Vermittlung:** eck\_ik machen kritisch-künstlerische Kunstvermittlung, sowohl nach meiner Einschätzung ihres Webauftritts als auch nach eigener Aussage im Interview. Sie sehen beides, Vermittlungsbegriff und -verständnis aber auch in Abhängigkeit vom jeweiligen Beschreibungssystem. eck\_ik sind geprägt durch den Ansatz „von Kunst aus“ von Eva Sturm.<sup>155</sup> In ihrer Arbeit nehmen

sie Kunst als Anlass zur Öffnung für eine weitere kritische Auseinandersetzung mit Fragen wie *„Was nehme ich mit? Wo positioniere ich mich? Wie komme ich da hin?“*<sup>156</sup>

Vermittlung sehen sie als Teil der künstlerischen Arbeit. Dazu gehört für eck\_ik auch, die inhaltliche Arbeit zu variieren, nach dem eigenen Interesse auszuwählen und zu handeln, sowie den institutionellen Kontext und die Vermittlungssituation zu hinterfragen.<sup>157</sup> Ihnen ist wichtig, die Möglichkeit zu haben, je nach Situation auf unterschiedliche Aspekte zu fokussieren, z. B. in der einen Situation politisch zu agieren und in einer anderen themenspezifisch zu abstrakten Begriffen und der künstlerischen Auseinandersetzung mit diesen Begriffen zu arbeiten. Institutionen und Kunstwerke können Ausgangspunkt ihrer Arbeit sein, es kann aber auch ein Thema oder ein sozialer Kontext sein, der wiederum in einen Kunstkontext führen kann.

Ein Aspekt ihres Selbstverständnisses ist für eck\_ik auch der Blick nach aussen, z. B. auf das Selbstverständnis anderer Vermittler: Die Unterschiede zu und der Vergleich mit den anderen verdeutlichen und schärfen das eigene Selbstverständnis und den eigenen Vermittlungsbegriff: *„[...] was wir sind, was wir nach aussen darstellen, was wir tun, was nicht, können wir nur erkennen, indem wir das andere sehen. Zu hören, wie andere über sich bzw. über ihr Selbstverständnis sprechen, welchen Kunstvermittlungsbegriff jemand hat, welche Wörter und Begriffe er verwendet, ist spannend.“*<sup>158</sup>

Zu Beginn ihrer Arbeit nutzten eck\_ik die Doppelbezeichnung „Künstlerin und Kunstvermittlerin“ als Selbstbezeichnung. Sie störten sich aber an der Trennung, welche diese mit sich brachte.

Seit einiger Zeit nennen sie sich „Kunstarbeiterinnen“. Dieser Begriff trifft für sie sowohl auf den Bildungsbereich als auch auf den Kunstbereich zu und stellt so eine Verbindung zwischen den Feldern dar. Dies entspräche am ehesten ihrem Verständnis der eigenen Arbeit. *„Die (Kunstarbeiterin) kann Kunst herstellen oder künstlerisch forschen, kann aber auch weiterbilden, Aktionsforschung machen etc. unter dieser Bezeichnung kann ich mich an verschiedenen Feldern abarbeiten.“*<sup>159</sup> Kunstarbeiterin zu sein, heisst für sie, mit Menschen in verschiedenen Rollen und Funktionen mit und an Kunst zu arbeiten. Zugleich verstehen eck\_ik den Begriff auch als Präzisierung der eigenen Arbeit.

Der Kunstvermittlungsbegriff erscheint ihnen dazu als zu weit und zu gross. Sie fürchten, *„in einer Ecke zu landen, in der wir nicht sein wollen“*. Der nicht minder weite Begriff der Arbeit verweise darauf, dass ihre Tätigkeit *„nicht auf elitäre Rezeption*

151 *„Eine Designerplattform, wo ich in einem Team mit fünf Leuten junge Designer ausgewählt habe, die dort dann ihre Produktionen zeigen konnten.“* Aus dem Interview mit eck\_ik, Anna Zosik.

152 Damit gelten eck\_ik in Deutschland als Gesellschaft bürgerlichen Rechts (GbR).

153 Aus dem Interview mit eck\_ik, Anna Zosik, ca. 00:37.

154 Vgl. Aussage aus dem Interview mit eck\_ik, Constanze Eckert, ca 00:32.

155 *„Nicht nur hin zur Kunst, sondern von da aus“* Zitat aus dem Interview mit eck\_ik, Anna Zosik.

156 Aus dem Interview mit eck\_ik.

157 Allerdings nicht programmatisch, nicht ausschliesslich, nicht gezwungenermassen.

158 Aus dem Interview mit eck\_ik, Anna Zosik.

159 Vgl. Constanze Eckert im Interview mit eck\_ik, ca. 00:29. Sie suchten nach dieser Bezeichnung und recherchierten den Begriff, setzten sich mit seinem Kontext auseinander, bevor sie ihn in Gebrauch nahmen.

fokussiert ist, sondern mit Menschen zu tun hat, für Menschen gemacht ist.“<sup>160</sup>

#### **Für die Vermittlungsarbeit relevante Referenzen (Gruppen, Projekte und Personen):**

Eine wichtige Referenz für die Arbeit von eck\_ik ist die Arbeit von Eva Sturm. Beide besuchten ihr Seminar „Von Kunst aus“ im Rahmen des Studiums Kunst im Kontext. Es hat beide sehr geprägt und war der Beginn der eigenen Auseinandersetzung mit dem Kunstvermittlungsdiskurs und -begriff.

„Die Arbeit mit Eva (Sturm) und ihr Umgang ‚von Kunst aus‘ als eine Möglichkeit mit Leuten in Kommunikation zu treten und sehr offene Prozesse zu gestalten, fand ich sehr spannend.“<sup>161</sup>

„Für mich war das vor allem eine Begriffsarbeit. Schleifen an Begriffen, Reden, Schreiben, Sprechen über Kunst.“<sup>162</sup>

Zusammen mit Carmen Mörsch ist Eva Sturm für eck\_ik auch die wichtigste Referenz aus dem Theorie und Forschungsfeld Kunstvermittlung. Carmen Mörsch wird vor allem im Hinblick auf politische und kritische Aspekte in der Kunstvermittlung als Referenz betrachtet sowie für Theoriebildung und Forschung (in der oder) zur Kunstvermittlung als wichtig angesehen, während Eva Sturm stark mit künstlerischer Kunstvermittlung und Praxisforschung identifiziert wird. „Die Arbeit von und mit Carmen Mörsch ist noch stärker eine Begriffsarbeit, die ich mehr als theoretisierend empfunden habe und die Arbeit von Eva Sturm empfinde ich mehr als Praxisforschung.“<sup>163</sup>

Anna Zosik sagt, sie habe durch ihr Aufwachsen im sozialistischen Polen eine andere (als die westliche) Perspektive auf die Kunst erlebt, in der die Kunst als Alternative zum sozialistischen System gesehen wurde. Es gab z. B. keine Galerien und keinen Kunstmarkt. Als sie nach der Wende nach Berlin kam, wurde sie mit dem hiesigen Kunstmarkt konfrontiert. Diese Erfahrung löste bei ihr eine Suche danach aus, „was Kunst auch noch sein kann. Welche Bedeutung sie in der Gesellschaft haben kann“<sup>164</sup>. Constanze Eckert nennt ihr Kunsttherapiestudium als zusätzlichen Einfluss auf ihre vermittelnde Arbeit, wie auch ihre Tätigkeiten im Theaterbereich im Hinblick auf Improvisation und kollektives Arbeiten und ihre zeitweise intensive Auseinandersetzung mit Arbeiten von Joseph Beuys.

160 Aus dem Interview mit eck\_ik, Anna Zosik, ca. 00:29. Kunstarbeit sei kein geschützter, diskursreifer Begriff, daher werde er sehr unterschiedlich verwendet, tendenziell aber eher von KünstlerInnen.

161 Ebenda, 00:09:15.

162 Ebenda, Constanze Eckert, 00:09:45. „Kontextkunst und partizipatorische Kunstprojekte waren zwar Thema bei Kunst im Kontext, aber der Begriff der Kunstvermittlung eigentlich nicht.“

163 Ebenda.

164 Ebenda, Anna Zosik, ca. 00:09:15.

### **3.2.3 Arbeitsweisen und Inhalte**

**AdressatInnen:** eck\_ik haben kein spezielles AdressatInnen- oder Zielgruppen-Programm.<sup>165</sup> Es gibt aber Punkte, die ihnen wichtig sind. „Das kann auf verschiedene Art und Weise passieren, programmatisch sehen wir das nicht.“<sup>166</sup> Vielmehr sehen eck\_ik die AdressatInnen ihrer Arbeit in Abhängigkeit vom jeweiligen Auftraggeber und der Dauer des Engagements, des Projekts. Beide äussern Präferenzen bezüglich der Gruppen, mit denen sie arbeiten. Anna Zosik arbeitet lieber und entsprechend häufiger mit Erwachsenen und jungen Erwachsenen, nicht mit Kindern.<sup>167</sup> Constanze Eckert arbeitete früher mehr mit Kindern, bspw. an Kunstschulen. Mittlerweile nimmt die Arbeit mit Kindern für sie weniger Raum ein, da sie sowohl in ihrer Zeit als einzelne Vermittlerin als auch mit eck\_ik zunehmend mit Erwachsenen arbeitete. Erwachsenenbildung ist für sie Multiplikatorenarbeit, die sie gern macht. „Auch weil es toll ist, was ich da zum Thema Erfahrungsbackground und Wissensbestände für mich herausziehen kann.“<sup>168</sup> Sie möchte Kinder als AdressatInnen aber nicht ausschliessen. Stattdessen plädiert sie für Abwechslung.<sup>169</sup>

Gesellschaftlich gesehen arbeiten eck\_ik „lieber mit Menschen von den Rändern der Gesellschaft als mit Bildungsbürgern“, sie finden es spannend mit Menschen zu arbeiten, für welche die eigene Arbeit kein „zusätzliches Sahnehäubchen, sondern etwas Wesentliches ist“.<sup>170</sup> Anna Zosik hofft, dass diejenigen, die an ihren Vermittlungssettings teilnehmen, eine Erfahrung und ein Erlebnis mitnehmen. Ihr geht es bei der Frage nach den AdressatInnen ihrer Arbeit auch darum, wo und wie sich die von ihr in der Arbeit angestrebte Nachhaltigkeit und Intensität in der Zusammenarbeit mit bestimmten Menschen her- und einstellt.<sup>171</sup> Häufig sei die Auswahl der tatsächlichen TeilnehmerInnen auch von den Kontaktpersonen abhängig. Constanze Eckert nennt als Beispiel engagierte LehrerInnen und ihre SchülerInnen. „Dann macht die Arbeit dreimal mehr Spass. Mit denen möchte ich wieder arbeiten.“<sup>172</sup>

**Methoden:** Bei einer häufig gebrauchten Methode geben eck\_ik einen thematischen Rahmen vor, innerhalb dessen die ProjektteilnehmerInnen frei entscheiden können, was und wie sie mit dieser Thematik arbeiten möchten. eck\_ik stehen ihnen dabei be-

165 Zielgruppe ist der Begriff, den Constanze Eckert hier verwendet.

166 Zitat aus dem Interview mit eck\_ik, 00:44:48.

167 Vgl. Aussage aus dem Interview mit eck\_ik, Anna Zosik 00:41:43.

168 Zitat aus dem Interview Constanze Eckert, 00:42:23.

169 Vgl. Aussage aus dem Interview, Constanze Eckert.

170 Zitate aus dem Interview, Constanze Eckert, 00:46:20.

171 Zitat aus dem Interview, Anna Zosik, 00:41:09. „Z. B., wie ‚strapazierbar‘ sind die Menschen für die Kunst? Wir haben gemerkt, dass viele Leute, mit denen wir arbeiten, mit Kunst, aus Eigeninteresse nicht sehr viel zu tun haben. Das heisst, wir laden sie ein, sie entwickeln Interesse und kommen. Aber wir können sie nicht überstrapazieren, sie brauchen auch Abstand von uns.“

172 Zitat aus dem Interview mit eck\_ik.

gleitend oder assistierend zur Seite und übernehmen das Gesamtsetting der Projekte, in welche sie die Arbeiten der TeilnehmerInnen einfügen.<sup>173</sup> Zu den Arbeitsweisen von eck\_ik gehören auch künstlerische Methoden wie selbstproduzierte filmische Arbeiten, die als Projektdokumentation oder -begleitung und als Projektergebnisse und „kunsthafte Momente“ fungieren. Weitere Methoden sind transdisziplinäre Kooperationen, beispielsweise mit WissenschaftlerInnen oder KünstlerInnen sowie Begleitforschung und Reflexion.

**Inhalte und Programm der Vermittlerinnen:** Generell kennen eck\_ik keine „Lieblingseinhalte“, sie möchten aber auch nicht zu jedem Inhalt arbeiten müssen. Inhalte sind für sie sehr stark themen- und kontextabhängig. Je nachdem, wie der Auftrag formuliert ist, stellt sich die Frage, welche Inhalte es zu bearbeiten gilt. eck\_ik versuchen, darauf flexibel zu reagieren. Die Inhalte ergeben sich aus dem jeweiligen Setting, sie kommen aber auch aus den Menschen mit denen eck\_ik arbeiten. *„Ist es ein Bildungs- oder ein Kunstkontext, in dem wir agieren? Was für eine Ausstellung ist es? Wie ist das Setting? In diesem Sinne sind es nicht bestimmte Inhalte, die wir besonders wichtig finden oder vermitteln wollen, es ist eher eine Offenheit, vielleicht eine Situation, die das Entstehen von Kommunikation ermöglicht. Das wäre der erwünschte Inhalt.“*<sup>174</sup> eck\_ik wählen die Inhalte, zu denen sie arbeiten, auch in Abhängigkeit zu ihren aktuellen Interessen. Sie möchten sich die Inhalte ihrer Arbeit möglichst offen halten und *„ein auf bestimmte Inhalte geschärftes Profil, eine Inhaltsnische“* vermeiden.

Das Thema „Erinnerungskultur“ ist beispielsweise ein wichtiger Schwerpunkt in eck\_iks derzeitiger Arbeit, ihnen wäre aber langweilig *„wenn ich nur noch Projekte zu ‚Zeit‘ und ‚Erinnerungskultur‘ machen kann. Geschichtskontexte finde ich spannend, aber ich möchte mich nicht nur darauf einlassen oder beschränken. Ich möchte auch ein Projekt machen können, das nichts mit Erinnerungskultur, und Geschichte zu tun hat. Ich freue mich, wenn ich, wie jetzt zu ‚Glück und Erfolg‘ arbeiten kann.“*<sup>175</sup>

**Angebotsbandbreite:** eck\_ik machen partizipatorische Kunstprojekte, künstlerische Kunstvermittlung, Workshops und Weiterbildungstätigkeiten, Begleit- oder Auftragsforschung zu Vermittlungsprojekten.<sup>176</sup> Darüber hinaus hat jede auch eigene Projekte. Zum Beispiel betreut Anna Zosik ein Zeichenfestival in Oldenburg. Constanze Eckert ist in der Lehre tätig und kuratiert Bildungsprojekte.

173 Ebenda, Anna Zosik, 00:57:26. *„Das ist so ungefähr, wie es bei vielen unserer Projekte läuft. Aber auch nicht immer.“*

174 Ebenda, Anna Zosik, 01:07:48.

175 Ebenda, Constanze Eckert, 01:09:18.

176 Die letzten Arbeiten dieser Art waren die Begleitforschungspublikation mit Carmen Mörsch zu Schnittstelle Kunstvermittlung und die Arbeit an der Umfrage „Was geht mich das an“.

Meist lassen sich Projekte und Tätigkeiten von eck\_ik nicht einfach einem Bereich zuordnen, sondern sind „genreübergreifend“. *„Das alles hat keine scharfen Konturen. Ausser der Weiterbildung, die in sehr klaren Settings ist, und manchmal auch in sehr klaren Rahmen. Da kann man benennen und trennen. Weiterbildung läuft nicht wie ein partizipatorisches Projekt.“*<sup>177</sup>

Begleitforschung oder „Begleiten und Beraten“, wie es die beiden auch nennen, ist für eck\_ik Reflexionsarbeit, dazu gehört auch die Textproduktion. Beides macht nur einen kleinen Teil der Gesamtarbeit aus, wird von den beiden aber als wichtig betrachtet. Das Schreiben hat eine begleitende, teils auch dokumentarische Funktion zur praktischen Arbeit und dient nicht der Theorieproduktion.<sup>178</sup>

Mit der Aufforderung „Beschreibt ein Projekt beispielhaft, dass ihr wichtig findet“ tun eck\_ik sich schwer, da sie alle ihre Projekte wichtig finden. Sie finden nicht, (wie trafo.K) dass ihr aktuelles Projekt automatisch das jeweils wichtigste ist, messen der Aktualität aber Bedeutung zu. *„Wir haben viele Projekte gemacht. Da wir komplett darin eintauchen, ist jedes einzelne Projekt wichtig.“*<sup>179</sup>

An der Frage nach dem Traumprojekt hatten eck\_ik viel Spass. Ihre nicht ganz ernst gemeinte erste Antwort darauf lautet denn auch *„die Tate Modern unter Kollaboration der Anwohner in die Luft zu sprengen und mit ihnen gemeinsam aus den Trümmern eine Collage zu machen.“*<sup>180</sup> Im ernsteren Tonfall fügt Anna Zosik hinzu: *„Alle unsere bisherigen Projekte haben auch etwas Ideales. Natürlich sind sie nicht vollkommen. Für mich sind sie ganz klare, abgeschlossene Sachen, zu denen ich 100% stehe, zu jedem, mit allem, was nicht gut gelaufen ist. Insofern ist ‚ideal‘ eher eine Art, wie es weitergehen soll. Nicht im Sinne des ‚Idealen‘. Der Anspruch darauf existiert nicht.“*<sup>181</sup>

**Konfliktpotentiale zwischen Vermittlerin/Künstlerin und Selbstständigkeit:** eck\_ik konnten bisher alle von ihnen begonnenen Projekte beenden, beschreiben aber Konfliktsituationen. Constanze Eckert musste z. B. einmal eine Projektzusammenarbeit aufgrund eines schwierigen Settings abbrechen, um sich nicht zu sehr darin aufzureiben. Es handelte sich um ein Forschungsprojekt und war kein eigenes eck\_ik-Projekt. Sie hatte dort die Projektleitung übernommen. Der Abbruch brachte die Verantwortlichen des Forschungsprojekts dazu, nötige strukturelle Änderungen vorzunehmen.<sup>182</sup>

In Nordhorn war einmal das Teilprojekt „Publikumspreis“ *„knapp davor, abgebrochen*

177 Aus dem Interview mit eck\_ik, Anna Zosik, 02:19:48.

178 Vgl. Aussage ebenda.

179 Ebenda, Anna Zosik

180 Ebenda, Anna Zosik und Constanze Eckert, (lachen) 02:25:54.

181 Ebenda, Anna Zosik: *„Wir sind dabei, uns ranzutasten“* und Constanze Eckert: *„Wir sind immer am Visieren gucken“*.

182 Vgl. Aussage ebenda, Constanze Eckert.

zu werden, oder nicht stattzufinden“.<sup>183</sup> Zwei der Kuratoren waren dagegen, und wollten das Projekt kippen. eck\_ik konnten sich jedoch mit Hilfe der dritten, mit ihnen befreundeten Kuratorin durchsetzen, so dass es doch stattfand. „Das war sehr konfliktreich.“ „Es hat gebraucht, bis die Stimmung wieder gut war.“<sup>184</sup>

### 3.2.4 Struktur und Ökonomie

**Selbstverständnis in Bezug auf die Selbstständigkeit:** In Bezug auf Selbstständigkeit verstehen eck\_ik sich als FreiberuflerInnen. „Wir leben von unserer Arbeit als selbstständige VermittlerInnen. Das tun Freiberufler auch, also sind wir Freiberufler.“<sup>185</sup> Die Begriffe „Unternehmer“ bzw. „Unternehmertum“ erwähnen sie zwar im Interview, sie verwenden diese aber in Abgrenzung zu ihrer Tätigkeit und ihrem Selbstverständnis, nicht zur Beschreibung des eigenen Tuns. Bei UnternehmerInnen erscheint eck\_ik der Expansionsgedanken als signifikant, bei FreiberuflerInnen die Flexibilität. „Unternehmen heisst Angestellte, Verantwortung und gesteigerte Abhängigkeit, deshalb wollen wir keine Unternehmer sein, kein Unternehmen werden.“<sup>186</sup>

**Auftraggeber und Kooperationspartner:** Diese sind bei eck\_ik beinahe ausschließlich öffentliche Institutionen oder Stiftungen. Aus der Privatwirtschaft erhalten eck\_ik kaum Aufträge. „Niemanden. Wirtschaft ist wirklich sehr selten.“ Als es einmal dazu kam, handelte es sich um einen Workshop mit Managern und Professoren, in Zusammenarbeit mit einer dritten Person, die ebenfalls aus der Wirtschaft kam. Obwohl im Anschluss daran die Nachfrage bestand, die Zusammenarbeit weiterzuführen und als ein Angebotsprofil auszubauen, stellten eck\_ik diese Tätigkeit nach diesem ersten Versuch wieder ein, da sie Unsicherheit und Unbehagen im Umgang mit der Branche verspürten. „Wir wussten nicht, wie es wird. Plötzlich kam eine Anfrage von ausserhalb eines vertrauten Felds wie dem Bildungs- oder dem Kunstbereich. Es war etwas, das sehr fremd erschien. Wir waren uns nicht sicher, ob das gut ist. Wie fühlt sich das an? Was machen wir da? Wir haben es trotzdem ausprobiert. Es war nicht schlecht, sogar ganz lustig. Aber es blieb eine Unsicherheit bei uns. Vielleicht wäre es einfacher gewesen, wären wir nur zu zweit gewesen, vielleicht hätten wir dann dort weitergemacht.“<sup>187</sup>

**Zusammenarbeiten:** Sie entstehen zumeist über Anfragen dieser Institutionen an eck\_ik. Gezielte Werbung oder Akquise betreiben sie. „Unsere Zusammenarbeit mit Institutionen ist selten so, dass wir enge Rahmen bekommen. Wir haben meist sehr viel

Freiheit bei der Gestaltung unserer Projekte (...) Es ist auch sehr wichtig für uns, dass wir nicht als Dienstleister geholt werden.“<sup>188</sup>

Die Zusammenarbeit der beiden untereinander besteht aus viel Teamarbeit. Projektkonzepte schreiben eck\_ik häufig zusammen, in bestimmten Bereichen existiert auch Aufgabenteilung.<sup>189</sup>

**Netzwerkarbeit:** Über Netzwerkarbeit halten eck\_ik sich „ständig im Gespräch“. Sie ist ebenfalls ein häufiger Ausgangspunkt von Zusammenarbeiten. „Alles was ich in Berlin zu tun habe, ergibt sich letztendlich über Netzwerke. Zum Beispiel über Kunst im Kontext.“<sup>190</sup>

eck\_ik beschreiben dies am Beispiel des Modellprojekts Vermittlung des Landes Niedersachsen für die dortigen Kunstvereine. Veronika Olbrich, die mit eck\_ik befreundete Kuratorin des Kunstvereins Nordhorn, war vor ein paar Jahren in einem Kunstvermittlungsnetzwerk in dem eck\_ik auch sind. Sie waren darüber bereits lose miteinander bekannt. Ebenfalls Teil dieses Netzwerks ist eine mit eck\_ik befreundete Künstlerin, die damals am Kunstverein Nordhorn ausstellte und den direkten Kontakt zwischen eck\_ik und Veronika Olbrich vermittelte. „Zusammen mit Veronika Olbrich stellten wir den Förderantrag und entwarfen ‚Ortsgespräch‘ als Format für das Projekt. Nachdem die Bewilligung unseres Antrags da war, fingen wir an hier zu arbeiten.“<sup>191</sup> Dass Zusammenarbeiten wie im Beispiel Nordhorn über Netzwerkkontakte zustande komme, sei häufig der Fall.

**Netzwerke:** Sie spielen für eck\_ik sowohl beruflich wie auch privat eine Rolle. Constanze Eckert ist seit Jahren engage-Mitglied. „Das ist für mich ein Informationsnetzwerk.“ Sie beschreibt die engage-Publikationen und -Tagungen als hilfreich und für die Arbeit wertvoll. Vor allem die Teilnahme an den Tagungen, andere Leute zu treffen und zu erleben ist für sie Netzwerkarbeit. Darüber ergeben sich auch viele Kontakte. „engage ist eine Organisation, ein offizielles Netzwerk, zu dem ich stehe, das sich ‚lohnt‘. Aber unsere anderen Netzwerke sind eher inoffiziell.“<sup>192</sup> In Berufsverbänden wie dem Verband der MuseumspädagogInnen beispielsweise sind eck\_ik nicht involviert.

**Eigeninitiative:** Eigeninitiative bringt eck\_ik ebenfalls Aufträge ein: „Im letzten Jahr hörte ich von einem Weiterbildungsprojekt, das ich interessant fand und von dem ich glaubte, dass ich es machen könnte. Ich rief dort an und fragte nach und lag damit genau

183 Zitat aus dem Interview mit eck\_ik, Anna Zosik. „Wo es auch ein bisschen darum ging, das kuratorische Konzept der Glück und Erfolg Ausstellung zu hinterfragen“.

184 Ebenda.

185 Aus dem Interview mit eck\_ik.

186 Ebenda, Constanze Eckert.

187 Ebenda, Anna Zosik, 01:37:42.

188 Ebenda, Anna Zosik, 01:54:15.

189 Ebenda, Constanze Eckert.

190 Ebenda, Anna Zosik..

191 Aus dem Interview mit eck\_ik, Constanze Eckert, 01:47:50. Veronika Olbrich ist die Leiterin der Städtischen Galerie Nordhorn, wo das Vermittlungsprojekt Ortsgespräch angesiedelt ist. [http://staedtische-galerie.nordhorn.de/index.php?option=com\\_content&view=article&id=5&Itemid=7](http://staedtische-galerie.nordhorn.de/index.php?option=com_content&view=article&id=5&Itemid=7) (letzter Zugriff am 15.05.2012)

192 Aus dem Interview mit eck\_ik, Constanze Eckert, 01:53:00.

richtig. Aber das war eine Ausnahme. Meist ist es so, dass es sich ergibt.“<sup>193</sup> eck\_ik initiieren auch eigene Projektideen. „Bei manchen Projekten haben wir keinen konkreten Kontext, sondern eine Idee. Dann gucken wir, wie sich die umsetzen liesse. Das möchten wir vermehrt machen, die Zeit zu haben, uns eigene Ideen zu überlegen (...).“<sup>194</sup>

**Arbeitsorte:** Auf die Frage, an welchen Orten ihre Arbeit stattfindet, antworten eck\_ik mir zuerst, dass sie „unheimlich viel Zeit im Büro verbringen“. Büro ist für sie in diesem Fall gleichbedeutend mit Schreibtischarbeit, „egal wo sie stattfindet“. Sie bezeichnen damit die Arbeitszeit, die sie meist am Computer verbringen, um beispielsweise Konzepte zu schreiben oder E-Mails zu beantworten. Der erste Arbeitsort von eck\_ik ist also das mobile Büro, der reisende Schreibtisch, der tragbare PC, das mobile Telefon.<sup>195</sup> Im Grunde genommen benennen die beiden damit mehr einen Teil ihrer Tätigkeit, als einen bestimmten Ort. Offizieller Standort von „eck\_ik – Büro für Arbeit mit Kunst“ ist Berlin. Es ist zugleich auch der Wohnort von Constanze Eckert und Anna Zosik. „Berlin ist absolut der Lebensort für uns. Das ist das wichtigste. Da gibt es tatsächlich einen Hauptschreibtisch.“<sup>196</sup> (lacht) eck\_iks Berliner Büro ist die gemeinsame Wohnung. Hier leben und arbeiten sie zusammen, letzteres allerdings in getrennten Arbeitsräumen.<sup>197</sup>

**Standortvorteil Berlin:** eck\_ik sind sich bewusst, dass sie davon profitieren, ein Berliner Büro zu sein. „Es ist in der Tat ein wichtiger Punkt für die Aussenwahrnehmung, dass wir ein „Berliner Büro“ sind.“<sup>198</sup> „Berlin hat ganz klar einen ‚Sexy Mythos‘. Das spielt auf jeden Fall eine Rolle.“<sup>199</sup> „Nicht, dass wir das böse strategisch so geplant haben. Wir leben in Berlin, das ist unser persönlicher Ausgangspunkt.“<sup>200</sup> Nach der Bürogründung stellten sie fest, dass „sich der Standort oder das Herkunftslabel Berlin positiv auswirkt, gerade wenn wir an kleineren Orten arbeiten. Das darf man nicht unterschätzen.“<sup>201</sup> „Kämen wir aus Oberhausen, wäre das nicht so einfach.“<sup>202</sup> Wie verhält es sich mit der Arbeitssituation in Berlin selbst? Hier erachten eck\_ik ihre starke Vernetzung und Verwurzelung in der lokalen Kunstvermittlungsszene, und den damit verbundenen Austausch als wichtigen Aspekt für die

eigene Arbeit und auch für den Arbeitserfolg. „Ganz vieles läuft über Kontakte.“<sup>203</sup> Berlin ist mit seinen vielfältigen Lebenswelten zugleich Inspirationsquelle.<sup>204</sup>

Die in Berlin herrschende Konkurrenzsituation, ist eck\_ik dabei präsent. „Wo du gehst und stehst, gibt es Leute, die denken ‚wieso machst du das, und nicht ich?‘“ Immer wenn ich in Berlin bin, hab ich das Gefühl, ich muss darin irgendwie bestehen.“<sup>205</sup> Sie bezeichnen die Stadt als „Konkurrenzpflaster“ und „Ellbogenstadt“, da entsprechend ihrem momentanen Ruf hier viele Kreative versammelt seien. „Die Dichte an Kreativität hier findest du fast nirgendwo.“<sup>206</sup> Nach wie vor sei im Verhältnis aber nicht viel Geld vorhanden. „Das heisst, die Löhne sind zum Teil komplett im Keller.“<sup>207</sup> eck\_ik verspüren einen gewissen Druck sich zu dieser Konkurrenz zu positionieren, können dem aber standhalten, da sie schon lange vor Ort sind und dadurch viele Kontakte haben. „Es ist nicht so, dass wir uns Sorgen machen müssen.“ Gründe für ihre gute Auftragslage sehen eck\_ik einerseits in Kontakten und Netzwerken, andererseits in ihren qualitativ hochwertigen Arbeiten. Die Konkurrenzsituation bezeichnen sie halb im Spass auch als Antreiber: „Bei der Konkurrenz muss man ja gut sein.“<sup>208</sup>

**Finanzielle Situation und Auftragslage:** eck\_ik können von ihrer selbstständigen Tätigkeit derzeit gut leben und müssen sich nicht durch zusätzliche Arbeiten querfinanzieren.<sup>209</sup> Constanze Eckert war zur Zeit der eck\_ik Gründung aber in der Existenzgründungsförderung der Agentur für Arbeit. Über zwei bis drei Jahre erhielt sie einen Gründungszuschuss in Form monatlicher Zahlungen, ähnlich einem Grundgehalt. Dieser lief im Jahr 2010 aus. Seither gab es keine weitere Querfinanzierung. Wie lange dies so bleiben wird, lässt sich schwer sagen. „Ich weiss nicht, wie es auf Dauer weitergeht. Aber im Moment stehen wir ganz gut da.“<sup>210</sup> Ein Ziel von eck\_ik ist es, von ihrer Arbeit auf Dauer weiterhin gut leben zu können und im Verhältnis zum Arbeitsaufwand noch mehr gut bezahlte Aufträge zu haben. „Wir machen das nicht ehrenamtlich und auch nicht als Sahnehäubchen obendrauf, wir leben von unserer Arbeit als Freiberufler.“ „(...) ich könnte anders und besser bezahlt arbeiten.“<sup>211</sup> Nachdem sie im letzten Jahr (2010), die Arbeitsauslastung betreffend, an die Belastbarkeitsgrenze stiessen – „Ich könnte nicht mehr arbeiten als im letzten Jahr“<sup>212</sup> – rechnen eck\_ik für 2011 mit „nicht zu viel Arbeit, aber auch nicht zu wenig.“ Sie sind also auf

193 Ebenda, Constanze Eckert 01:48:56.

194 Ebenda, Anna Zosik, 01:50:26.

195 Zitate in diesem Abschnitt: aus dem Interview mit eck\_ik, Constanze Eckert und Anna Zosik., ca. 01:25.

196 Ebenda, Anna Zosik, 01:25:09.

197 Aus dem Interview mit eck\_ik, Constanze Eckert. „Jede hat da ihren eigenen Arbeitsraum, das müssen wir auch trennen. Wenn du auch noch immer zusammen am Schreibtisch hockst, drehst du durch.“ Die Thematik der fehlenden Abgrenzung von Arbeit und Privatleben wird im Abschnitt „wie, wer, was ist das, Privatleben?“ aufgegriffen.

198 Zitat aus dem Interview mit eck\_ik, Anna Zosik, 01:26:27.

199 Ebenda, Constanze Eckert, 01:25:49.

200 Ebenda, Anna Zosik.

201 Ebenda, Anna Zosik.

202 Aus dem Interview mit eck\_ik, Anna Zosik. „Nicht weil ich denke, dass die Leute in Oberhausen schlechtere Arbeit machen. Gerade weil wir selbst viel in der Provinz sind, wissen wir, wie gut die Leute hier arbeiten.“

203 Ebenda, Anna Zosik. „In Berlin haben wir wichtige Netzwerke, einen Kunstvermittlungsstammtisch und kennen viele Leute“. Berlin bedeutet wichtigen Austausch und Inspiration, die eck\_ik nicht missen wollen.

204 Aus dem Interview mit eck\_ik, 01:27:13.

205 Zitate in diesem Abschnitt, aus dem Interview mit eck\_ik.

206 Ebenda.

207 Ebenda.

208 Aussage zur guten Auftragslage aus dem Interview mit eck\_ik, Anna Zosik 01:29:02.

209 Vgl. Aussage ebenda, 01:56:13.

210 Aus dem Interview mit eck\_ik, 01:56:54.

211 Ebenda, 01:13:07.

212 Ebenda.

dem Weg ihr Ziel, die Arbeitsbelastung zu reduzieren und ihre finanzielle Sicherheit zu verbessern, zu erreichen.

**Verdienstmöglichkeiten:** eck\_ik erachten den Verdienst innerhalb der sogenannten Kreativwirtschaft eck\_ik als begrenzt. Vor allem im Vergleich zur Wirtschaftsbranche erscheint ihnen dies ungerechtfertigt. Verglichen mit anderen VermittlerInnen schätzen eck\_ik ihren finanziellen Verdienst jedoch als relativ hoch, ihre Bezahlung als gut ein.<sup>213</sup> Das freut sie umso mehr, als sie dafür „relativ wenig Kompromisse machen. Wir machen das, was wir machen wollen“.<sup>214</sup> Bei anderen VermittlerInnen gehe es prekärer zu.<sup>215</sup> Wermutstropfen ist für eck\_ik dabei ihr hoher Arbeitsaufwand.

**Umsätze:** Die Beträge die Anna Zosik und Constanze Eckert unter dem Namen eck\_ik erwirtschaften, nahmen seit Beginn der gemeinsamen selbstständigen Arbeit im Jahr 2008 stets zu. Zur Höhe dieser Umsätze wurden keine näheren Angaben gemacht. Aus dem Interview geht jedoch hervor, dass eck\_ik im Jahr 2010 mehr als 17 500 Euro pro Person und Jahr umsetzten. Sie leben in letzter Zeit deutlich über dem Existenzminimum und könnten theoretisch für ein bis drei Monate mit der Arbeit pausieren.<sup>216</sup> Das erlaubt ihnen „selbst zu entscheiden, was ich mache und was nicht“<sup>217</sup> und gibt ihnen die Freiheit, ihre Aufträge auszuwählen und die Höhe des Honorars der Grösse und finanziellen Situation der Institution sowie ihrem inhaltlichem Interesse an einem Projekt anzupassen. Laut Constanze Eckert hat dabei „der Gründungszuschuss sehr geholfen. Da ich eigentlich von meiner Arbeit leben konnte, kam dieser Betrag wie ein Extra obendrauf.“<sup>218</sup> Ein Ziel von eck\_ik wäre es, genug zu verdienen, um ihre Rücklagen so weit ausbauen zu können, dass sie für ein ganzes Jahr ohne Aufträge ausreichen. eck\_ik beobachten, dass sie in letzter Zeit generell mehr, aber vor allem mehr gut bezahlte Aufträge erhalten, und vermuten einen Zusammenhang mit der Gelassenheit, die ihnen die neu gewonnene Unabhängigkeit durch die relative finanzielle Sicherheit gibt. „Es ist als ob sich das bedingt. (...) Man hat eine andere Verhandlungsstärke, weil man nicht darauf angewiesen ist.“<sup>219</sup>

**Angemessene Bezahlung und ihre Durchsetzung:** Da im Vermittlungsfeld kaum offizielle Honorarvorgaben oder -empfehlungen existieren, führt der Weg zur angemessenen Bezahlung für eck\_ik über persönliche Erfahrungswerte. „Wir wissen inzwischen, was wir können und was uns das wert ist.“<sup>220</sup> Ausgehend vom zur Verfü-

213 Vgl. Aussage ebenda, ca. 02:11.

214 Ebenda, ca. 02:11.

215 Ebenda.

216 Vgl. Aussage im Interview mit eck\_ik, 02:00:40.

217 Aus dem Interview mit eck\_ik., 02:00:40.

218 Ebenda.

219 Ebenda.

220 Aus dem Interview mit eck\_ik, Anna Zosik, 01:43:43.

gung stehenden Gesamtbudget eines Projekts, den zu erwartenden Kosten und dem vermuteten Arbeitsaufwand veranschlagen eck\_ik ihre Honorare. Was angemessen ist, sehen sie auch in Abhängigkeit von der eigenen Befindlichkeit in der jeweiligen Situation und insbesondere in Abhängigkeit von den AuftraggeberInnen. Manchmal arbeiten sie auch unter ihrem eigentlichen Wert. Sie passen aber gegenseitig auf, dass es nicht überhandnimmt. „Vielleicht ist es bei der jeweils anderen leichter zu erkennen, dass sie unter ihrem Wert arbeitet.“<sup>221</sup> Die finanzielle Eigenrechnung ergibt sich aus Fragen wie: „Wie viel Geld braucht ein Projekt? Für wie viel bin ich bereit etwas zu machen? Wie viel Zeit verbringe ich damit?“<sup>222</sup>

Die eigene Arbeit unterteilen eck\_ik für die Abrechnung in Vorbereitung, Durchführung und Nachbereitung. Diese Dreiteilung ist für sie ein wichtiges Werkzeug um Unterbezahlung vorzubeugen, da von AuftraggeberInnen und auch von unerfahrenen VermittlerInnen häufig vergessen wird, die Vor- und Nachbereitungszeit, wie auch andere Posten wie bspw. Buchhaltung und Anfahrtswege in die Arbeitszeit und die Endabrechnung einzukalkulieren. Als Folge bleiben diese Zeiten und Arbeiten unbezahlt und tragen zur Prekarisierung (der Arbeitsbedingungen) der VermittlerInnen bei. eck\_ik sind der Meinung, dass „Künstler generell dazu neigen, sich Vorbereitung und Nachbereitung nicht berechnen zu lassen.“<sup>223</sup> Sich selbst nehmen sie davon nicht aus „(...) das ist ein Lernprozess. Früher, habe ich An- und Abfahrtstage zwar mitgedacht, aber ich habe sie nicht in Rechnung gestellt.“<sup>224</sup>

eck\_ik verweisen darauf, dass die wenigen offiziell existierenden Stundensätze für Vermittlung zu niedrig angesetzt sind. „In Berlin gibt es z.B. einen Satz für Vermittlung von 25 Euro pro Stunde.“<sup>225</sup> VermittlerInnen, die zu diesen Sätzen lediglich die Durchführungsstunden veranschlagen und umgebende Aufgaben wie Vor- und Nachbereitung ausser Acht liessen, kämen niemals auf einen ausreichenden, geschweige denn angemessenen Verdienst. Der Anteil der VermittlerInnen, die so wirtschaften, ohne die strukturelle und organisatorische Arbeit mitzudenken, ist laut eck\_ik recht hoch. Sie selbst berechnen alle umgebenden Arbeiten umso genauer, je niedriger der Stunden- oder Tagessatz ist, um doch noch ordentlich bezahlt zu werden.<sup>226</sup>

Es kommt vor, dass Auftraggeber eine bestimmte Summe Geld für ein Projekt zur Verfügung haben und eck\_ik fragen, was sie dafür bekommen können. Diese entscheiden dann, welche Leistungen in diesem Rahmen möglich sind. Andere Auf-

221 Ebenda, 02:01:41.

222 Ebenda, Anna Zosik..

223 Ebenda, Constanze Eckert.

224 Ebenda, Constanze Eckert.

225 Ebenda, Constanze Eckert. Dieser Satz bezieht sich auf Projektanträge an den Berliner Kulturprojektfonds.

226 Ebenda.

traggeber stellen lediglich eine Aufwandsentschädigung für eine Antragsstellung zur Verfügung. Falls der von eck\_ik eingereichte Antrag angenommen wird, können sie das Projekt umsetzen. Falls nicht, ist der Auftrag damit bereits schon wieder vorbei. Im ersten Fall setzen eck\_ik den Finanzplan des Projekts und damit auch ihr eigenes Honorar, selbst fest. Das bedeutet, je weniger Stunden sie in das Projekt investieren, je effizienter sie also arbeiten, desto besser ist ihr Verdienst pro Stunde. Oder, wie sie selbst es ausdrücken: *„Perfektionismus und der eigene Anspruch, stehen einem verdiensttechnisch gesehen im Weg.“*<sup>227</sup>

Im Weiterbildungsbereich haben eck\_ik Aufträge, die sehr gut bezahlt sind. In der Regel wird aber die von eck\_ik als wichtig erachtete Reflexions- und Theoriearbeit nicht gefördert oder bezahlt. Den Raum und auch das Geld dafür müssen sie sich selbst (be)schaffen. Sind sie dazu in der Lage, zeigt das für eck\_ik, dass sie finanziell gut aufgestellt sind. Die übrige Arbeit war gut und angemessen bezahlt *„wenn wir uns erlauben können, 3 Monate nur Reflexion oder Theorie zu machen“*.

eck\_ik verweisen im Interview mehrfach auf die begrenzten Verdienstmöglichkeiten im kulturellen Bereich, die sie als ärgerlich und ausbeuterisch empfinden. Besonders eklatant erscheint ihnen der Unterschied zum Arbeitsfeld der Wirtschaft: *„Wir verdienen nicht so gut wie Leute in der Wirtschaft. Das Verhältnis von Arbeitsaufwand zu Bezahlung ist dort ein ganz anderes als bei uns. In der Vermittlung ist es unter aller Sau“*<sup>228</sup> *„Im kulturellen Bereich gibt es Grenzen. Bestimmte Sachen bekommt man nicht bezahlt. Wenn Leute aus der Wirtschaft von ihren Tagessätzen erzählen, weiss ich, da komme ich niemals hin. Ich glaube, das ist wichtig zu wissen, wenn man sich auf das Gebiet einlässt.“*<sup>229</sup>

Am schlechtesten bezahlt sei ein Lehrauftrag an der Universität, also im Hochschulbildungsbereich. *„Das würde man vielleicht nicht vermuten, aber es ist die Uni, gerade die Lehraufträge.“* Sie berichten von anderen, die Lehraufträge praktisch ohne Bezahlung übernehmen, nur um der Erfahrung oder um des Prestiges willen. Diese Form der Selbstprekarisierung empört sie, wie sie auch die schlechte Bezahlung durch die Universität als Ausbeutung bezeichnet.

**„wie, wer, was ist das, Privatleben?“** (lacht)<sup>230</sup> Für eck\_ik existieren keine Grenzen zwischen Beruf und Privatleben, da sie sowohl eine Arbeits- wie auch eine Lebensgemeinschaft bilden. Die beiden sind nur dann getrennt, wenn sie zur selben Zeit an unterschiedlichen Orten arbeiten, die übrige Zeit verbringen sie gemeinsam. Bei

227 Aus dem Interview mit eck\_ik, Anna Zosik.

228 Ebenda, Anna Zosik.

229 Ebenda, Constanze Eckert.

230 Ebenda, Anna Zosik 01:30:45.

dieser symbiotischen Verbindung sind es meist Freizeit und Privatleben, die zugunsten der Arbeit eingeschränkt werden. eck\_ik finden die Überschneidung einerseits schön: *„Ich glaube, es war mein Wunsch, dass es diese Grenzen in meinem Leben nicht gibt.“*<sup>231</sup> Sie sehen aber andererseits, dass die Allgegenwärtigkeit der Arbeit andere Lebensbereiche belastet. *„(...)wir müssen daran arbeiten, dass wir nicht nur mit Leuten aus dem Feld zu tun haben und miteinander nicht nur über die Arbeit kommunizieren.“* Eine Lösungsmöglichkeit wäre, einen separaten Büroraum ausserhalb der gemeinsamen Wohnung zu mieten. Da eck\_ik jedoch häufig für längere Zeit ausserhalb Berlins arbeiten und dort auch weitere Wohnungen unterhalten, wäre ein zusätzliches Einzelbüro in Berlin ökonomisch und strukturell nicht sinnvoll. Mit anderen Freischaffen-den künftig eine Bürogemeinschaft zu bilden erscheint ihnen als praktikabelstes Modell um eine deutlichere Trennung von Arbeit und Privatem zu erreichen. Dies zählt zu ihren Zukunftsvorhaben für die Weiterentwicklung von eck\_ik – Büro für Arbeit mit Kunst.<sup>232</sup> Bisher waren gemeinsame Ferien die einzigen längeren Phasen, in denen eck\_ik miteinander Zeit verbrachten ohne zu arbeiten.

**Vor- und Nachteile der Selbstständigkeit:** eck\_ik empfinden ihre Selbstständigkeit weniger als ein „gemacht“ als ein „War schon (immer) so“. Anna Zosik war freischaffende Künstlerin. Constanze Eckert arbeitete schon in ihrem ersten Studium nebenbei immer wieder als Freiberuflerin, z.B. gab sie Workshops. Beide waren auch immer wieder nebenbei in Anstellung beschäftigt, jedoch nicht in der Vermittlung. eck\_ik nennen sich zwar Büro für Arbeit mit Kunst<sup>233</sup>, haben aber keine offizielle Rechtsform, sie haben nie eine Firma gegründet. Damit gelten sie in Deutschland als GbR. Das bedeutet, sie machen alle Abrechnungen als Einzelpersonen und haben auch kein offizielles Firmenkonto. Falls ein Projekt es verlangt, weil beispielsweise Projektgelder verwaltet und verteilt werden müssen, richtet eine der beiden auf ihren Namen ein offizielles Projektkonto ein. Die Abrechnung wird dann an eine Steuerberaterin übergeben.<sup>234</sup>

Ihre Rechtsformverweigerung begründen eck\_ik damit, dass sie als Firma anders agieren müssten als bisher. *„Wir sind mehr Künstler und Freiberufler und das Büro ist auch so gemeint, als das wir ein Büro im Sinne einer Firma sind.“*<sup>235</sup> Eine offizielle Firmengründung war zwar immer wieder Thema, aber bisher favorisieren eck\_ik es,

231 Ebenda, Anna Zosik.

232 Vgl. dazu auch den Abschnitt zur „zur beruflichen Weiterentwicklung“ weiter unten im Text.

233 Aus dem Interview, Constanze Eckert, 01:22:45.

234 Ebenda, Constanze Eckert, 01:21:40. *„Wir arbeiten manchmal auch einzeln. Jede hat eigene Bereiche. Wenn wir zusammen arbeiten, teilen wir das Geld zur Hälfte auf. Wenn eine mehr zu tun hat und die andere weniger, teilen wir dementsprechend. Das ist ein Thema, da sind wir noch auf der Suche nach den besten Vorgehensweisen. Die Umsatzsteuer, oder die eine gibt der anderen ein Gehalt, diese Dinge können kompliziert sein. Hier in Nordhorn ist das bspw. kein Problem, hier haben wir jedes Mal einzelne Honorarverträge. Das heisst, die eine muss der anderen nichts auszahlen, jede rechnet direkt beim Auftraggeber ab.“*

235 Ebenda, Constanze Eckert.

keine Firma zu sein. Auch weil dann, bei ihrer bisherigen Arbeitsweise, eine weitere Steuererklärung fällig wäre, so dass die Steuerberaterin bisher davon abriet eine offizielle Firma zu gründen, sollten sie nicht auch ihre Arbeitsweise umstellen. eck\_ik bereiteten sich nicht speziell auf die Selbstständigkeit vor. Mittlerweile lassen sie sich aber coachen im Hinblick auf die weitere Entwicklung ihrer Tätigkeiten und denken über eine offizielle Firmengründung nach.

eck\_ik könnten sich zwar vorstellen, vorübergehend weitere Personen in ihr „Büro für Arbeit mit Kunst“ aufzunehmen, grundsätzlich steht für sie jedoch fest: „eck\_ik sagt eigentlich schon Eckert und Zosik, wir sind zu zweit“.<sup>236</sup> Der Auftritt zu zweit ist für sie ein Stabilisierungs- und Machtfaktor. Vor allem in Hinblick auf Konflikte mit AuftraggeberInnen, bspw. aufgrund ihrer institutionskritischen Arbeitsweise, ist dies wichtig und hilfreich. Die Zweierkonstellation ermöglicht Dinge, die eine allein nicht tun könnte<sup>237</sup>, beispielsweise gegenseitiges Feedback und Coaching. Zudem erleichtert sie die inhaltliche Reflexion der eigenen Arbeit, worauf eck\_ik Wert legen. „Warum ist das so, warum finden wir es wichtig darüber zu sprechen, etc.? Es gibt einen intensiven inhaltlichen Austausch, das ist gut.“<sup>238</sup> Zweisamkeit gebe auch emotionale Stärke, man habe ein größeres körperliches Volumen und die Stimme sei lauter, man könne sich gegenseitig den Rücken stärken. „Sich zusammentun, hat wirklich Vorteile, weil jede Verschiedenes mitbringt. Wir ergänzen uns in unserer Arbeit.“ „Andererseits dauert alles länger wenn wir zu zweit sind. So wie dieses Interview.“<sup>239</sup>

„Eine Anstellung ist nicht ausgeschlossen“<sup>240</sup> Der Hauptgrund, der aus eck\_iks Sicht gegen die Selbstständigkeit spricht, ist die Unsicherheit die sie mit sich bringt. Anna Zosik beleuchtet diesen Aspekt auf unterschiedlichen Ebenen. „Wir wissen nicht, was 2012 passiert. Das ist eine ständige Unsicherheit, in der wir sind.“ Ihrer Meinung nach entwickelt sich mit der Erfahrung in der Selbstständigkeit nicht nur Gelassenheit, sondern auch eine wachsende Unsicherheit, die Zukunft betreffend. Sie rechnet damit, dass ihre Kraftkapazitäten mit zunehmendem Alter schwinden, sie also ab einem bestimmten Zeitpunkt nicht mehr so viel arbeiten können wie bisher. Mit Blick auf den Markt im Arbeitsfeld Vermittlung äussert sie die Überzeugung, dass sich dieser stark weiterentwickeln wird und somit die Konkurrenz weiter anwächst. Beide diskutieren immer wieder die möglichen Vorteile einer Teilzeitanstellung neben der eck\_ik Arbeit. Einerseits geht es dabei um die Sicherheit, die eine Anstellung mit sich brächte. eck\_ik sehen darin aber noch weitere positive Möglichkeiten, wie Verantwortung zu übernehmen und gestalten zu können, sowie Neues auszuprobieren:

236 Ebenda, Constanze Eckert, 02:06:49. „eck\_ik - Büro für Arbeit mit Kunst, das ist ein Büro, nicht nur eine Person. Das ist eck\_ik, das sind zwei und das ändert etwas.“

237 Für Dinge, die sie auch zu zweit nicht können, holen eck\_ik sich Hilfe von aussen.

238 Aus dem Interview mit eck\_ik, Anna Zosik.

239 Aus dem Interview mit eck\_ik, Constanze Eckert 01:17:51.

240 Ebenda, Anna Zosik.

ren: „wenn es eine Stelle ist, bei der man etwas bewegen und ausprobieren kann, die andere Rahmenbedingungen bietet, die mir etwas erlauben, was mir meine Selbstständigkeit nicht erlaubt.“ „Eine Institution als ein grösserer Körper hat auch eine andere Ausstrahlung, dadurch kann man dort auch andere Sachen machen. Wenn mich die Institution und ihr Angebot interessieren würden, dann, ja, warum nicht?“<sup>241</sup>

In Anstellung zu arbeiten wäre für eck\_ik jedoch nur unter bestimmten Bedingungen vorstellbar. Es müsste in Teilzeit sein und die Laufzeit sollte nach Möglichkeit von vorneherein zeitlich begrenzt sein „Es heisst nicht, nie wieder festangestellt, aber nur in Teilzeit und/oder temporär angestellt, denn ganz gebunden sein engt mich zu sehr ein. Für ein Projekt oder ein paar Jahre, etwas aufzubauen, würde aber gehen.“<sup>242</sup> Ihre Freiheit in der Arbeitsgestaltung möchten eck\_ik für eine Anstellung nicht aufgeben, das wäre eine Voraussetzung. „Es gibt Stellen, die dir deine Freiheit lassen.“<sup>243</sup>

Ein weiterer Anreiz für eine Anstellung wäre die Herausforderung eines Rollenwechsels, zum Beispiel von der Förderantragstellerin zur Programmleiterin für Fördermittel zu werden. „So etwas entscheiden dürfen, ist auch eine Art von politischer Arbeit, eine andere Ebene, die mich reizen würde.“<sup>244</sup>

Zudem machen eck\_ik gern Reflexionsarbeit wie beispielsweise Aktionsforschung.<sup>245</sup> Im Forschungsbereich gibt es ihrer Erfahrung nach aber kaum Selbstständige. Das könnte auch Grund für eine Anstellung werden. Constanze Eckert äussert sich weiter zu Forschung und Selbstständigkeit „Freiberufliche ForscherIn zu sein ist schwierig. Solche Sachen laufen immer über Hochschulen und andere Institutionen, das bekommst du fast nur über Festanstellung. Die Finanzierung von Forschungsprojekten ist ein Problem am selbstständigen Arbeiten, aber nicht nur das. An Institutionen, in angestellten Verhältnissen kann man generell besser Finanzierung planen und Förderung erhalten.“<sup>246</sup>

Zugleich gebe es auch Institutionen und Angestellte, die mit widrigen Arbeitsbedingungen wie knappen Budgets, niedrigen Löhnen und anderem Ressourcenmangel zu kämpfen haben. Verglichen mit ihnen arbeiten eck\_ik „auf einem luxuriösen Level“<sup>247</sup>. Ihre obige Aussage betreffe hauptsächlich Forschungskreise. eck\_ik sind sich einig, dass man Forschung besser im institutionellen Rahmen betreibt und nicht als Frei-

241 Aus dem Interview mit eck\_ik, Anna Zosik.

242 Ebenda, Constanze Eckert.

243 Ebenda, Constanze Eckert.

244 Ebenda, Constanze Eckert.

245 Ebenda, Constanze Eckert. „Dieses mich zurücklehnen und bei anderen gucken was für eine Arbeit sie machen“.

246 Ebenda, Constanze Eckert.

247 Ebenda, Anna Zosik. „Z.B. Daniela Bistron vom Hamburger Bahnhof (in Berlin), die ist Angestellte, aber sie röhelt so, dass sie an der Grenze der Belastbarkeit ist. Einfach nur, damit sie das operative Geschäft auf die Beine kriegt“.

beruflerIn. Die Praxisarbeit betreffend, sind sie der Meinung, dass Selbst-ständige es nicht schlechter haben als Angestellte.

**Institution und Institutionalisierung:** eck\_ik nehmen sich selbst als Kleininstitution war, sie „treten auch so nach aussen auf und werden so von aussen wahrgenommen“. Dies sei so, da sie zu zweit seien und sich Büro nennen. „Insofern sind wir als eck\_ik eine kleine Institution. Das gefällt uns.“ Der Name eck\_ik steht für diese Institution im Sinne einer Marke. „Das ist eine wichtige Aussenwahrnehmung für viele Leute. Es ist ein Moment indem sich aus uns eine Marke schafft.“<sup>248</sup> „Wir sind noch dabei die Marke eck\_ik zu profilieren, um mit der Sprache unserer Coachin zu sprechen.“<sup>249</sup> eck\_ik verstehen unter Institution also eine Marke und einen Namen, die für etwas Bestimmtes stehen. Zum „Institution sein“ gehöre auch, eigene Methoden und Strategien aus der eigenen künstlerischen Arbeit entwickelt zu haben, die man für sich als selbstverständlich empfinde.

**Zur beruflichen Weiterentwicklung:** „Man fragt sich wie man bestehen kann, als eine Kleinstinstitution, wie wir sie darstellen.“<sup>250</sup> Die Frage zur beruflichen Weiterentwicklung beschäftigt eck\_ik stark. Im Interview beziehen sie die Thematik zunächst auf ihr Alter. „Wir sind jetzt langsam in diesem Alter, um die 40, wo man die Frage nach der Zukunft wirklich genau anschaut.“ „Wie können wir weitermachen? Wie viel Kraft haben wir? Sehr lange haben wir sehr unbekümmert einfach Projekte gemacht, je spannendere, desto besser.“<sup>251</sup> Das bisherige Arbeitspensum liesse sich auf Dauer nicht durchhalten. Ein Aspekt, der sie in diesem Zusammenhang besorgt, sind die begrenzten Verdienstmöglichkeiten im Arbeitsfeld Kunstvermittlung. „Das ist kein Wirtschaftsfeld, in dem wir arbeiten. Die Grenzen nach oben, für die Bezahlung der Arbeit, sind ganz schnell erreicht.“<sup>252</sup>

Gleichzeitig stellen eck\_ik fest, dass sich das Arbeitsfeld Kunstvermittlung stark professionalisiert. Mit dieser Entwicklung verknüpfe sich „ein starker theoretischen Diskurs zum Feld der Kunstvermittlung“<sup>253</sup> und steigende Konkurrenz auf diesem Markt. „Das ist eine Tatsache, nichts böses, aber Tatsache.“<sup>254</sup> Was ihnen dabei schwerfällt, ist sich „plötzlich als Unternehmen zu denken, da sind sehr viele Aversionen vorhanden.“ eck\_ik stellen sich nun die Frage, wie sie mit diesen Entwicklungen und Bedingungen

248 Ebenda, Anna Zosik. 02:07:15. „Wir werden auch deswegen zu Veranstaltungen eingeladen, weil eck\_ik ein lustiger Name ist, weil wir so eck\_ik sind. Man lädt damit so etwas wie eine Marke ein. Die ein wenig bunter ist als ein einzelner Mensch.“

249 Ebenda, Constanze Eckert.

250 Aus dem Interview mit eck\_ik, Anna Zosik, ca. 01:17.

251 Ebenda, Anna Zosik..

252 Ebenda.

253 Ebenda.

254 Ebenda.

in Zukunft umgehen werden. Diese und andere Fragen bearbeiten sie seit Ende 2010 in regelmässigen Coachingsessions. „Wie geht es weiter?“ sehen eck\_ik auch als eine Unternehmerfrage im Sinne von „Wie entwickle ich mein Unternehmen weiter?“ Sie können diese allerdings noch nicht beantworten.

Zum Zeitpunkt des Interviews Anfang 2011 sind eck\_ik erschöpft, da 2010 ein sehr arbeitsreiches Jahr an der Grenze zu Machbarkeit war und ihnen kaum Zeit zur Reflexion blieb. „Wir haben viel gemacht, haben uns viel aufgebaut aber uns auch ausgelaugt bis hierher. So haben wir es geschafft, das wir relativ gut von unserer Arbeit leben können.“<sup>255</sup> eck\_ik beschäftigen sich nun damit, wie es weitergeht. 2011 wird vermutlich auch recht arbeitsintensiv, allerdings weniger als im letzten Jahr. 2012 soll dann eine Zeit mit weniger extremer Arbeitsbelastung werden. Beispielsweise gibt es ab jetzt weniger Gelder und damit auch weniger Arbeit für das Projekt Ortsgespräch in Nordhorn. sind darüber unter anderem auch froh, da sie „nicht wie im letzten Jahr weiter durchziehen könnten“ und so mehr Zeit zur Reflexion und Weiterentwicklung der Arbeit haben werden.

Eine Aufgabe, die sich eck\_ik für das nächste Jahr stellen, ist an ihrem Selbstverständnis weiter-zuarbeiten: „was wir sind, was wir nach aussen darstellen, was wir tun, was nicht usw. Das können wir nur erkennen, indem wir das Andere sehen“<sup>256</sup>. Ein weiteres Anliegen für 2012 ist, mehr eigene Projekte zu planen „da wir nicht immer auf Auftrag arbeiten wollen“. Sie möchten sich überlegen können, was sie wollen und wo es inhaltlich langgehen soll. Sie möchten Andere anfragen was sie von diesen Ideen halten und „loslegen, wenn die Leute sagen, ja, das ist interessant.“<sup>257</sup>

Um der so häufig zu kurzkommenden **Reflexionsarbeit und Theoretisierung** den benötigten Raum zu geben, planen eck\_ik „Phasen, die einen rausnehmen aus dem Aktivismus.“<sup>258</sup> Im Jahr 2011 soll eine erste Dokumentationsphase stattfinden, was sie als Luxusprojekt im positiven Sinn betrachten. Die Finanzierung dafür war zum Zeitpunkt des Interviews noch nicht gesichert.

Als weiteres Entwicklungsprojekt denken eck\_ik über die Zusammenarbeit mit anderen Freischaffenden als Bürogemeinschaft und generell über neue Unternehmens- und Arbeitsformen nach. Sie beschreiben ihre Vorstellung von der Entwicklung einer

255 Aus dem Interview mit eck\_ik, Anna Zosik. „Letztes Jahr, war es auch viel Glück. Wir konnten ein Projekt nach dem anderen abarbeiten. Da waren aber auch keine Freiräume mehr, um sich hinsetzen und zu überlegen, was man machen könnte weil man nur am abarbeiten der Sachen war. Das war superintensiv. Jetzt kommt eine Zeit, wo sich auch genug Arbeit abzeichnet, wo es aber auch Phasen geben könnte, in denen man sich sagt: was hätte ich Lust zu machen. Ich finde es spannend, selbst zu überlegen, wozu man Lust hat.“

256 Aus dem Interview mit eck\_ik, Constanze Eckert und Anna Zosik.

257 Alle Zitate in diesem Abschnitt: aus dem Interview mit eck\_ik, 02:27:14

258 Aus dem Interview mit eck\_ik, Constanze Eckert.

Bürogemeinschaft mit „netzwerkartiger“ Arbeitsweise, in der je nach Bedarf, für sich oder miteinander gearbeitet wird, falls ein Projekt das erfordert. Darin sehen sie verschiedene Vorteile ihrer jetzigen Arbeitsstruktur mit einigen positiven Aspekten eines Unternehmens vereint. Die Tatsache, dass auch andere schon auf diese oder eine ähnliche Idee kamen, sehen eck\_ik als Bestätigung der Machbarkeit solcher Gemeinschaften. Dieses Arbeitsmodell einer Community, die sich projektweise zusammenschließt und wieder auseinandergeht, wo jeder seine Selbstständigkeit bewahrt, verbreitet sich stark in Berlin, in allen grossen Städten.<sup>259</sup> In Frage käme auch, einmal ein Grossprojekt zu machen und für die Dauer dieses Projekts mit ein oder zwei Angestellten zu arbeiten, solange dies temporär bleibt.

**Erfolg** definieren eck\_ik folgendermassen: „Gute Projekte machen zu können und dafür angemessen bezahlt zu werden, das wäre Erfolg. Intensität<sup>260</sup> ist für mich Erfolg. Eine Begegnung bei der alle Beteiligten das Gefühl haben, es passiert etwas, es entsteht etwas, das man (so) nicht erwartet hat.“ „Erfolg ist Bestätigung. Die Beständigkeit oder der Nachhall von einem Projekt hat mit Erfolg zu tun. Zu merken, ein Projekt hat längerfristig etwas bewegt, ist ein Erfolg.“<sup>261</sup>

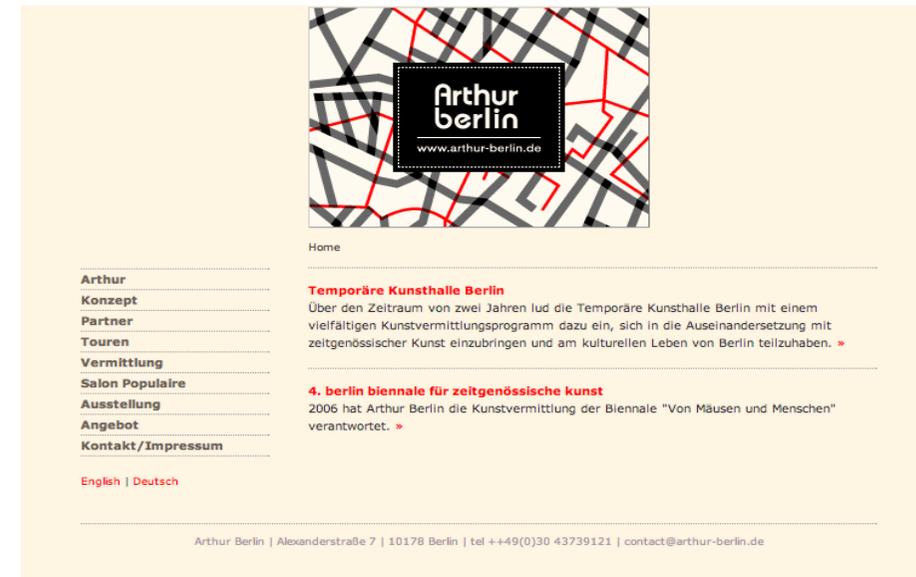
259 Aus dem Interview mit eck\_ik, Anna Zosik, 02:32:15.

260 Ebenda, „Ja ich glaube das Wort Intensität ist für mich sehr wichtig in meiner Arbeit.“

261 Ebenda, Constanze Eckert, 02:33:0: „Bei der ganzen Flexibilität haben wir an einer Stelle etwas geschaffen. Das ist dann auch die Frage nach Institution. Das ist auch eine Altersfrage, an einen Punkt zu kommen und zu sagen: hier baue ich etwas, das auch längerfristig Bestand hat. Temporäre, kurzfristige Projekte haben Vorteile aber strukturell veränderst du damit nichts.“

### 3.3. Case Study Arthur Berlin

#### 3.3.1. Kurzbeschreibung



„Arthur arbeitet in der Berliner Kunstszene und agiert dabei innerhalb wie außerhalb des institutionellen Rahmens. Wir bewegen uns bewusst zwischen verschiedenen Disziplinen und Orten, Prozessen und Formaten.

Unser Schwerpunkt liegt in der Vermittlung von zeitgenössischer Kunst und aktuellen Kulturproduktionen sowie den damit verbundenen Fragen und Auseinandersetzungen. Mit Arthur verwirklichen wir unsere Vorstellungen einer zeitgemässen Kunstvermittlung, die der Komplexität künstlerischer Arbeit gerecht wird.“<sup>262</sup>

Arthur Berlin besteht seit 2003 in Berlin. Bis heute ist die Rechtsform eine eingetragene GbR.<sup>263</sup> Gründerinnen waren Tanja Schomaker und Lena Ziese.<sup>264</sup> Anne Krause kam nach einem halben Jahr hinzu. Tanja Schomaker und Anne Krause kennen sich aus Hildesheim, wo sie Kulturwissenschaften und Ästhetische Praxis studierten.<sup>265</sup>

262 <http://www.arthur-berlin.de/index.php?id=10> (letzter Zugriff am 15.05.2012).

263 Gesellschaft bürgerlichen Rechts. Vgl. aus dem Interview mit Arthur Berlin, Tanja Schomaker, 02:15:58: „Dabei wird es auch bleiben: kein Firmenkapital, keine GmbH.“

264 Lena Ziese verliess Arthur Berlin nach kurzer Zeit wieder.

265 Anne Krause hatte die Schwerpunkte Bildende Kunst und Medien und studierte ausserdem an der John Moores University Liverpool. Tanja Schomaker studierte ausserdem in Hannover und an der Universität der Künste in Berlin bildende Kunst.

Vor der Arthur Gründung haben beide in verschiedenen Jobs und Funktionen zunächst im Kunst- und später auch im Vermittlungsbereich gearbeitet.

Die Grundidee von Arthur Berlin war, in Berlin Führungen zu Kunst zu machen, eine inhaltliche Auseinandersetzung damit, wo die Kunst sich im Alltag (exemplarisch in Berlin) zeigt und verortet.<sup>266</sup>

Das auf der Website dargestellte Angebot von Arthur Berlin umfasst thematische Touren (oben erwähnte Führungen), Studiobesuche und Gespräche mit Künstler/innen in Berlin, Begleitung für den kulturellen Teil eines Berlin-Aufenthalts von Touristen, Touren oder mehrtägige Programme für StudentInnen auf Berlinbesuch, Konzeption und Realisation von Besucherdiensten sowie Vermittlungsangebote in Kooperation mit öffentlichen Institutionen und privaten Sammlungen.<sup>267</sup>

Die im Interview erwähnten und beschriebenen Projekte, welche tatsächlich stattfanden

beschränken sich auf die letzten beiden Punkte „Besucherdienste und Vermittlungsangebote in Kooperation“.

Seit 2007 arbeiten Tanja Schomaker und Anne Krause überwiegend unabhängig voneinander an unterschiedlichen Projekten. Anne Krause zumeist als Einzelperson, Tanja Schomaker teilweise weiterhin als Arthur Berlin, das trotz dieser „Ruhephasen“ weiterhin besteht und von beiden Vermittlerinnen betrieben wird, die sich einander weiter verbunden fühlen und künftige Zusammenarbeiten nicht ausschliessen.

### 3.3.2 Selbstverständnis und Vermittlungsbegriffe

**Berufliche Selbstbezeichnung:** Arthur Berlin erwähnen die Selbstständigkeit ohne separates Nach-fragen, die Selbstbezeichnungen der beiden Vermittlerinnen unterscheiden sich. Tanja Schomaker versteht sich als Selbstständige und Unternehmerin. Die Vermittlung betreffend, äussert sie im Interview ein Unbehagen, sich einzuordnen. Sie versuche dies zu umgehen, indem sie sich weder Kunstvermittlerin noch Kulturwissenschaftlerin nenne. Im Gegensatz zu Anne Krause, die sich nicht als Unternehmerin, sondern als Selbstständige, freie Kunstvermittlerin und Kulturwissenschaftlerin sieht. Die beiden bezeichnen sich weder als Künstlerinnen, noch als Dienstleisterinnen.

<sup>266</sup> „Arthur bringt Fragen der Kunst näher, indem diese mit Themen anderer Disziplinen oder beispielhaft mit der vielfältigen Geschichte Berlins verschränkt werden. Wir bauen Brücken zwischen der Kunst und alltäglichen Erfahrungen.“

<sup>267</sup> <http://www.arthur-berlin.de/index.php?id=3> (letzter Zugriff am 15.05.2012).

**Begriff und Verständnis von Vermittlung:** Arthur Berlin sind von ihrem Web-auftritt her dem dienstleisterischen Vermittlungsansatz zuzuordnen. Sie scheinen sich selbst jedoch nicht in diesem Sinne einzuordnen. Im Interview kritisieren sie teilweise die marktorientierte Haltung anderer und widersprechen einigen dienstleisterischen Aspekten. Sie nennen ihren Vermittlungs-begriff und ihr Verständnis von Vermittlung als „von der Kunst ausgehend“. Allerdings sprechen sie hier nicht mit Eva Sturm im Sinne künstlerischer Kunstvermittlung oder Kunstvermittlung als Dekonstruktion,<sup>268</sup> sondern verbleiben in einer affirmativ-reproduktiven Funktion der Vermittlung. „Wir denken zuerst an die Kunst; finden die Fragestellungen, die da verhandelt werden, interessant. Aber wir interessieren uns auch dafür, diese zu öffnen und anderen zugänglich zu machen.“<sup>269</sup>

Wie auch die anderen Befragten, bezeichnen sie ihre Arbeit und ihren Vermittlungsbegriff weder explizit als „dienstleistungsorientiert“ noch sprechen sie wörtlich von „Vermittlung als Dienstleistung“. Wie alle Befragten äussern sie auch Kritik an der „vorherrschenden Sichtweise von Vermittlung“. Über den Vergleich mit Grossbritannien sprechen sie die Punkte an, welche sie bei den hiesigen Verhältnissen (Berlin, Deutschland) im Arbeitsfeld Vermittlung als problematisch oder verbesserungswürdig erachten.<sup>270</sup>

**Warum Vermittlung?** „Vermittlung ist für mich die logische Schnittstelle von Theorie und Praxis.“<sup>271</sup> Der Einstieg in die Vermittlung hat sich für Arthur Berlin zunächst eher zufällig und spontan entwickelt. Vermittlung war nicht von vorneherein ein relevantes oder interessantes Arbeitsfeld, aber es ernährt sie, und sie können der Vermittlungsarbeit einige positive Aspekte abgewinnen, mehr als anderen möglichen Arbeitsfeldern. Sie empfinden Vermittlung als die mit ihrer Ausbildung und ihren persönlichen Vorlieben am besten korrespondierende Arbeit. Das spricht für eine pragmatische Einstellung zur Berufswahl.<sup>272</sup>

Die Attraktivität der Vermittlungsarbeit besteht für sie darin, dass sie sich grösstenteils mit den persönlichen Interessensfeldern Kunst und Ausstellen deckt und Kontakt mit verschiedenen Menschen bringt, also eine soziale und gesellige Komponente hat. Sie bietet ihnen die Möglichkeit verschiedene und vielfältige Inhalte zusammenzubringen, sich immer wieder in unterschiedliche Formate und Konstellationen hineinzu-

<sup>268</sup> Vgl. Sturm, Eva: „Vom Schiessen und vom Getroffen-Werden. Kunstpädagogik und Kunstvermittlung Von Kunst aus“, in: Karl-Josef Pazzini u.a. (Hg.), Kunstpädagogische Positionen 7, Hamburg 2005. Vgl. auch Sturm, Eva: Im Engpass der Worte, Berlin, 1996.

<sup>269</sup> Aus dem Interview mit Arthur Berlin, 00:50:30.

<sup>270</sup> Vgl. dazu auch den übernächsten Abschnitt „Referenzen“.

<sup>271</sup> Aus dem Interview mit Arthur Berlin.

<sup>272</sup> Vgl. Aussagen aus dem Interview mit Arthur Berlin, Tanja Schomaker und Anne Krause, ca. 00:37 – bis 00:40.

begeben und in der Auseinandersetzung damit die akademische Ebene zu verlassen. Vermittlung ist für sie, auch aufgrund der Möglichkeit zur eigenen Autorenschaft, eine interessante Form der kulturellen Produktion. Dazu kommen die Vielseitigkeit und die Unvorhersehbarkeit der Zusammenarbeit mit unterschiedlichen Menschen, sowie die Möglichkeit selbst dazuzulernen und neue Erkenntnisse zu gewinnen, die so nur mit der Gruppe möglich sind. Eine intensivere Auseinandersetzung mit Ausstellungen gebe es in keiner anderen Position.<sup>273</sup>

#### **Für die Vermittlungsarbeit relevante Referenzen (Gruppen, Projekte und Personen):**

Basis, Ausgangspunkt und Orientierungsgeber ihrer Vermittlungsarbeit ist für Arthur Berlin ihr Studium. Es war auch der Ort des gegenseitigen Kennenlernens und die „erste explizite Begegnung und Beginn der eigenen Auseinandersetzung mit dem Kunstvermittlungsdiskurs und -begriff“<sup>274</sup>.

Für Tanja Schomaker war ihre Mitarbeit im Führungsteam der Documenta 11 im Jahr 2002 „die erste Tätigkeit auf und Berührung mit dem Feld der Vermittlung“<sup>275</sup>, die ihre Arbeit bis heute beeinflusst. „Die Vermittlung der Documenta 11 ging von einem institutions- und kulturkritischen Ansatz aus. Hier wurde die Rolle der Vermittlung in der Reflektion gesehen, was für mich sehr prägend war.“<sup>276</sup> Anne Krause arbeitete 2007 für die Vermittlung der Documenta 12. Im Interview wird nicht klar, inwieweit dies für sie eine Orientierung in Richtung kritischer Vermittlungspraxis war.

Eine wichtige Text- und Theoriereferenz aus dem Bereich der Philosophie, die auch verschiedene Fragen zur Vermittlung anspricht, ist für Arthur Berlin Jacques Rancière. Vor allem die Publikation „Der Emanzipierte Zuschauer“<sup>277</sup>, mit der dazugehörigen Frage „Welche unterschiedlichen Formen von Wissen und Hierarchien treffen (in der Vermittlungsarbeit) aufeinander?“<sup>278</sup>

Für Arthur Berlin gibt es weitere Fragestellungen, an welchen sie sich in ihrer Arbeit orientieren. Zum einen die Frage nach der künstlerischen Produktion an sich, da sie die beiden als Vermittlerinnen stark beschäftigt<sup>279</sup> und zum anderen die Frage „Wie ist das Feld aufgestellt?“ Diese beinhaltet auch den Blick in andere Länder bezüglich der Positionierung und Reflektion der Vermittlung dort.<sup>280</sup> Dabei erscheint ihnen im Vergleich zu Berlin, Deutschland vor allem London, Grossbritannien als

Vorbild. Dort sei das vermittlerische Selbstverständnis ein anderes, die Institutionen seien interessanter, die institutionelle Vielfalt grösser und die ProtagonistInnen des Vermittlungsfelds ebenfalls vielfältiger, der gesellschaftliche Stellenwert höher und die institutionelle Verankerung des Vermittlungsfelds stärker. Vermittlung sei als notwendiger Teil der Kunst-, Museums-, Ausstellungs- und Bildungswelt anerkannt. Die Frage „gibt es Vermittlung oder keine?“ müsse nicht mehr gestellt werden. Die Strukturen seien in Grossbritannien ebenfalls anders; zwar komme das (Förder)Geld aus anderen Kanälen, sei aber zumindest vorhanden. Vermittlung sei dort weniger klischeebehaftet als in Berlin.

#### **3.3.3. Arbeitsweisen und Inhalte**

Da Tanja Schomaker und Anne Krause seit 2008 nicht mehr gemeinsam als Arthur Berlin arbeiteten; und mittlerweile auch in der Art und Weise unterschiedlich arbeiten finden sie es „schwierig, das zu beantworten“. Sie einigen sich darauf, ihre Arbeitsweisen am Beispiel von Führungen darzustellen, die sie als gemeinsamen Nenner ansehen „da arbeiten wir gleich“. Beide führten in den letzten Jahren Führungen nur noch vereinzelt selbst durch. Im Gegensatz zu Tanja Schomaker ist sich Anne Krause nicht sicher ob sie dazu mittlerweile anders arbeiten würde.<sup>281</sup>

**Methoden und Werkzeuge:** Nach ihren Arbeitsweisen und häufig gebrauchten Methoden gefragt, geben Arthur Berlin an, konzeptionell, komplex und dialogisch aber weder performativ noch szenisch zu arbeiten. Mit der Einschränkung, dass es in einer Führung nicht möglich sei, nicht-performativ zu agieren. Arthur Berlin betrachten den Dialog als ihr Werkzeug. Diesen könne man auch spielen, inszenieren oder performativ vorführen.

„Das, von dem ich möchte, dass es jemand anderes sagt, kann ich so auch selbst sagen. Beispielsweise mit: Neulich in der Führung, hat hier jemand dies und das gesagt.(...) und meine Besucher gehen ihn in Gedanken mit. Da sind wir wieder bei Rancière und der Frage: Ist jemand nur aktiv, weil er jetzt noch Kärtchen kriegt und etwas getan hat? Garantiert mir das, dass er mehr reflektiert hat, wahrgenommen hat, gedacht hat weil er aktiv war? Oder ist das Ganze nicht auch komplexer?“<sup>282</sup> Werkzeuge wie Fragekarten für TeilnehmerInnen verwenden sie nicht.<sup>283</sup>

Innerhalb einer Führung soll möglichst viel der Bandbreite der Felder und Diskurse auftauchen, soll mit den verschiedenen Ebenen gearbeitet werden, welche sich in einer Ausstellung bieten. Inhaltlich beziehen Arthur Berlin sich auf die Kunst und an sie angrenzende Diskurse. „Wir fragen uns: Was können wir exemplarisch von diesen

273 Aus dem Interview mit Arthur Berlin, 00:41:20.

274 Aus dem Interview mit Arthur Berlin, Anne Krause.

275 Ebenda, Tanja Schomaker.

276 Ebenda.

277 Vgl. Rancière, Jacques: „Der Emanzipierte Zuschauer“, Passagen, Wien, 2010.

278 Aus dem Interview mit Arthur Berlin.

279 Vgl. Aussage ebenda, Anne Krause, ca. 00:30:15.

280 Zu diesem Zweck reisten Arthur Berlin einmal nach London, wo sie sich mit Vermittlerinnen verschiedener Institutionen trafen.

281 Vgl. Aussagen aus dem Interview mit Arthur Berlin, ca. 01:21:49.

282 Aus dem Interview mit Arthur Berlin, Tanja Schomaker, ca. 01:22:47-01:24:00.

283 Ebenda, Anne Krause, 01:21:01.

*Dingen innerhalb einer, anderthalb, oder zweier Stunden der Führung unterbringen?“ Was ist das Thema der Ausstellung? Was haben die Kuratoren damit gewollt? Was sagt die Presse dazu? Was finden wir? Was haben andere schon dazu gesagt?“<sup>284</sup>*

Eine wichtige Arbeitsmethode von Arthur Berlin ist die strukturierte Herangehensweise an Führungen. Zuerst legen sie eine klare Dramaturgie durch die Ausstellung an. Dann werden inhaltliche Schwerpunkte, die auf jeden Fall in der Führung vorkommen sollen, festgelegt. Weiter geht es mit der Auswahl der künstlerischen Arbeiten, z.B. im Hinblick auf unterschiedliche Aspekte und Perspektiven, die das Ausstellungsthema widerspiegeln. *„Da wir nicht alle Ebenen und Aspekte an einem Objekt durch deklinieren können, suchen wir uns dafür jeweils ein Exponat. Wir stellen zwischen allen Aspekten Verbindungen her, damit die Leute, wenn sie allein durch die Ausstellung gehen, möglichst viele Spuren haben, denen sie weiterfolgen können.“<sup>285</sup>* Aspekte die Arthur Berlin dabei als wichtig erachten sind beispielsweise das Geschlechterverhältnis in der Kunst oder in Ausstellungen aber auch Dinge wie Medienvielfalt und das räumliche Funktionieren einer Führung. Arthur Berlin legen Wert darauf, die TeilnehmerInnen als emanzipierte Wesen wahrzunehmen und entsprechend zu behandeln. Dazu gehöre auch, sich zu Beginn einer Führung vorzustellen, das eigene Vorhaben als Vermittlerin transparent zu machen und zumindest ein Stück weit zur Disposition zu stellen. *„Das ist eine Form des Respekts gegenüber den Leuten, mit denen du die Zeit verbringst.“<sup>286</sup>*

Tanja Schomaker denkt sich als Teilnehmerin einer Vermittlungssituation. Zu Recherchezwecken nimmt sie auch an Führungen anderer VermittlerInnen teil.<sup>287</sup> Sie sammelt die Aspekte, die ihr nicht gefallen oder fehlen und macht daraus eine Art „Negativ-Leitfaden“, um es in ihren eigenen Führung-en besser zu machen. *„Was ich nicht will, dass es mit mir jemand macht in einer Führung oder umgekehrt, was mir fehlte, in Führungen, die ich mitmachte, ist auch das, was ich als Leitfaden nehme, wie ich arbeite.“<sup>288</sup>* Für sie sei dies der authentischste Weg, Führungen zu konzipieren.

Anne Krause sagt, sie bemerke erst im Nachhinein, was an ihrer Arbeit auf bewusste konzeptuelle

Entscheidungen zurückzuführen sei. Im Moment des Tuns erschienen sie ihr nicht als solche. Rückblickend habe sie vieles aus einem Gefühl des „das macht man doch so“ heraus getan. Erst zu einem späteren Zeitpunkt stellte sie fest, dass nicht alle auf die gleiche Weise arbeiten wie sie.

284 Ebenda.

285 Ebenda.

286 Ebenda, Anne Krause, 01:27:05.

287 „Jetzt habe ich das allerdings auch schon länger nicht mehr gemacht“ Zitat aus dem Interview mit Arthur Berlin, Tanja Schomaker.

288 Aus dem Interview mit Arthur Berlin, Tanja Schomaker, 1:22:32.

In der Zusammenarbeit mit freien MitarbeiterInnen ist es Arthur Berlin wichtig, dass diese *„unsere interdisziplinäre Arbeitsweise und unser spezifisches dramaturgisches Prinzip übernehmen. Gefüllt mit ihren eigenen Interessen und Inhalten“<sup>289</sup>.*

Dramaturgisches Prinzip und die interdisziplinäre Arbeitsweise sind für Tanja Schomaker und Anne Krause *„etwas, was unsere Arbeit besonders macht und uns auszeichnet“<sup>290</sup>*. Diese sind für sie Qualitätsmerkmale ihrer Arbeit, und in dieser Funktion mitentscheidend, ob *„eine Führung eine gute Führung ist oder die Arbeit eine gut gemachte Arbeit ist“<sup>291</sup>.*

Arthur Berlin sehen Kunst und ihr Interesse an der Auseinandersetzung mit ihr als wichtigste Inhalte und Ausgangspunkte ihres Programms als Vermittlerin. Sie möchten ein Bewusstsein dafür schaffen, dass zeitgenössische Kunst ein wichtiger Beitrag zu Kultur und kultureller Produktion ist und auf verschiedenen Ebenen der Gesellschaft angemessen integriert und honoriert werden sollte, sowohl was KünstlerInnen anbelangt, als auch in Bezug auf die gesellschaftliche Wahrnehmung.<sup>292</sup>

**AdressatInnen:** Die Frage nach den AdressatInnen ihrer Vermittlungsarbeit finden die beiden schwer zu beantworten, da beide mittlerweile in unterschiedlichen Konstellationen arbeiten. Das ursprüngliche Konzept von Arthur Berlin richtete sich an eine breite Masse, wie sie auch bei einer Documenta anzutreffen ist, dies betrachten die beiden mittlerweile allerdings als naiv. Tanja Schomaker sagt, sie habe in letzter Zeit viel mit Kunst- und KunstgeschichtestudentInnen gearbeitet, auch mit verschiedenen Gruppen von Erwachsenen und jungen Erwachsenen, nicht mit Kindern, dies könne sie nicht.

**Bandbreite der Arbeit:** Anne Krause war 2007 Vermittlerin auf der documenta 12. Von 2008 bis 2011 arbeitete sie, zunächst gemeinsam mit Claudia Hummel, später mit einer weiteren Kollegin, am Projekt „Lokale Liaison – Kunstvermittlung im Kunstverein Wolfsburg“. Finanziert wurde „Lokale Liaison“ durch das Modellprojekt „Kunstvermittlung an Niedersächsischen Kunstvereinen“ des niedersächsischen „Ministerium für Wissenschaft und Kultur“ (MWK).<sup>293</sup> Seit Anfang 2010 begleitete sie das Modellprojekt im Auftrag des MWK.<sup>294</sup> Parallel zu diesen Projekten arbeitete sie bis 2011 im Begleitforschungsteam des Projekts ZOOM Patenschaften in Berlin. Elf Patenschaften oder Zusammenarbeiten zwischen verschiedenen Berliner Kunst- und Kulturinstitutionen und Schulen sind für dieses Projekt entstanden. Jede dieser

289 Ebenda.

290 Ebenda, Anne Krause, 01:24:51.

291 Ebenda, Tanja Schomaker, 01:24:580.

292 Aus dem Interview mit Arthur Berlin, Tanja Schomaker, ca. 01:30.

293 Es handelt sich dabei um das Modellprojekt, welches auch eck\_iks „Ortsgespräch“ Projekt in Nordhorn finanzierte.

294 Es geht darum, die jeweiligen Projektverantwortlichen im Projektprozess zu begleiten und zwei Tagungen zu veranstalten.

Patenschaften hat eine/n BegleiterIn zur Seite gestellt bekommen. Anne Krause begleitete die Patenschaft zwischen dem Hamburger Bahnhof und einer Oberschule in Pankow. Dazwischen bewarben sich Tanja Schomaker und Anne Krause gemeinsam als Arthur Berlin für das Besucherprogramm der 6. Berlin-Biennale im Jahr 2010. Sie wurden jedoch nicht ausgewählt. Auf Ende 2010 / Anfang 2011 zog Anne Krause sich aus den Projekten in Wolfsburg / Niedersachsen zurück. Auch ihr Engagement für das Zoom Projekt endete. *„Das ist mein beruflicher Werdegang seit 2007. Ich habe, an mehreren Stellen viele unterschiedliche Erfahrungen gemacht. Auch in verschiedenen Positionen, was das Feld der Vermittlung angeht. Jetzt wäre ein Zeitpunkt, zu schauen, in welche Richtung es weitergehen soll mit mir und meiner Arbeit.“*<sup>295</sup>

Tanja Schomaker war ab 2007/2008 bis August 2010 hauptsächlich für die Vermittlungsarbeit an der Temporären Kunsthalle in Berlin zuständig, wofür sie sich zuvor gemeinsam mit Anne Krause als Arthur Berlin erfolgreich beworben und auch bereits ein erstes Konzept entwickelt hatte. Ihre Aufgabe dort war das Vermittlungskonzept für die temporäre Kunsthalle zu entwickeln und teilweise auch durchzuführen, sowie Gelder zur Finanzierung aufzutreiben, da es kein Budget für die Vermittlung gab, was die Umsetzung der Konzepte deutlich schmälerte. Neben klassischen Führungen umfasste das Vermittlungsprogramm der Kunsthalle ein Hochschulkoooperationsprojekt mit Seminaren und StudentInnen als vermittelnden Ausstellungsaufsichten (siehe Beschreibung des Beispielprojekts „Artful Guards“) und Workshops für SchülerInnen (Kinder und Jugendliche), darunter ein Sommercamp. Ausserdem begleitende Veranstaltungen wie Talks und Screenings und die „Montagsbar“, ein wöchentliches Barformat. Gegen Ende der temporären Kunsthallenzeit<sup>296</sup> begann Tanja Schomaker gemeinsam mit der freien Kuratorin Ellen Blumenstein<sup>297</sup> ein neues Projekt, den „Salon Populaire“.<sup>298</sup> *„Ein Projekt, das Raum für Gespräche über Kunst und angrenzende Themengebiete schafft. Es ist kein Ausstellungsraum, es geht darum, dass man sich gemeinsam inhaltlich auseinandersetzt.“*<sup>299</sup>

**Beispielprojekte** Anne Krauses Projekt „Lokale Liaison – Kunstvermittlung im Kunstverein Wolfsburg“ suchte nach *„Verbindungen zwischen den im Kunstverein verhandelten Themen und dem Wolfsburger Alltag“*. Von Interesse waren dabei *„Verknüpfungen von Fachwissen, Alltagswissen und persönlichen Assoziationen“*. In Zusammenarbeit mit WolfsburgerInnen wollte es herausfinden, *„was zeitgenössische Kunstvermittlung im spezifischen Kontext von Wolfsburg für wen bedeuten kann und*

295 Aus dem Interview mit Arthur Berlin, Anne Krause, 01:44:12.

296 Die temporäre Kunsthalle existierte von September 2008 bis 31. August 2010. [www.kunsthalle-berlin.com](http://www.kunsthalle-berlin.com) (letzter Zugriff am 03.10.2011).

297 Ellen Blumenstein ist freischaffende Kuratorin. Vgl. [www.theoffice.li](http://www.theoffice.li) und <http://artnews.org/ellenblumenstein/?s=4> (letzter Zugriff am 03.10.2011).

298 [www.salonpopulaire.de](http://www.salonpopulaire.de) (letzter Zugriff am 03.10.2011).

299 Zitat aus dem Interview, Tanja Schomaker.

*wie man diese Prozesse dokumentiert und reflektiert“*.<sup>300</sup>

*„Das Projekt „Lokale Liaison“ war wichtig für mich und meine Arbeit, da ich hier zum ersten Mal, andere Formate als Führungen realisierte und mit anderen Vermittlerinnen zusammen arbeitete.“*<sup>301</sup> Neue und wichtige Erfahrungen waren für Anne Krause auch, spezifische Gruppen von AdressatInnen für ein Projekt anzusprechen sowie eine Dokumentationspublikation zu produzieren.<sup>302</sup> Die Arbeit für „Lokale Liaison“ unterschied sich deutlich von der, die sie zuvor mit Tanja Schomaker als Arthur Berlin machte. Zu jeder Ausstellung gab es ein selbstständiges Vermittlungsprojekt, manche Projekte waren ausstellungsübergreifend. Die Unterschiede ziehen sich durch die Finanzstrukturen weiter. Durch die öffentlichen Fördergelder war die finanzielle Situation ebenfalls eine andere und sicherere als mit Arthur Berlin. Die Ausschreibung als Modellprojekt ermöglichte Anne Krause auch experimentell zu arbeiten, Dinge auszuprobieren. Ein gewisser Erfolgsdruck bestand zwar auch bei diesem privilegierten Projekt, die Arbeit war teils *„anstrengend und selbstausbeuterisch, aber es war doch ein anderes Arbeiten, ein anderes Setting als bisher gekannt“*<sup>303</sup>. Anne Krause konnte im dortigen Rahmen beruflich das tun, was sie gerne tun wollte. Die Arbeit für das Ministerium im Jahr 2010 empfand sie diesbezüglich nochmals als Weiterentwicklung, da sie einen Perspektivenwechsel auf eine andere Beobachtungsebene ermöglichte.

Tanja Schomaker nennt die Hochschulkooperationen „Artful Guards“ als ihr liebstes Projekt während der zweijährigen Vermittlungsarbeit für die temporäre Kunsthalle Berlin.<sup>304</sup> *„Das Format der Artful Guards (dt. schlaue Aufsichten) bot Berliner Studierenden der Kunstgeschichte und Bildenden Kunst (im Wechsel) jeweils ein Semester lang die Möglichkeit, an der Schnittstelle von Theorie und Praxis umfassende Einblicke in eine junge Kunstinstitution zu bekommen.“*<sup>305</sup>

Sie hielt mit den Studierenden Blockseminare ab, in denen sie mit ihnen inhaltlich zur Kunst arbeitete. Die so in die Thematik eingeführten StudentInnen bildeten das Aufsichtsteam der aktuellen Ausstellungen in der temporären Kunsthalle.<sup>306</sup> Alle Aufsichten sollten aus der Hochschulkooperation kommen und durch die inhaltlichen Seminare entsprechend geschult sein. So sollten sie in der Lage sein, in der

300 [http://www.kunstverein-wolfsburg.de/lokale\\_liaison/](http://www.kunstverein-wolfsburg.de/lokale_liaison/) (letzter Zugriff am 03.10.2011).

301 Aus dem Interview mit Arthur Berlin, Anne Krause.

302 Lokale Liaison 2008-2009, Kunstvermittlung im Kunstverein Wolfsburg.

303 Aus dem Interview mit Arthur Berlin, Anne Krause.

304 *„Das war etwas, was Anne und ich uns noch zusammen überlegt hatten, das wir machen wollten, auch weil wir das zuvor noch nie gemacht hatten.“* Aus dem Interview mit Arthur Berlin, Tanja Schomaker, 01:46:56.

305 <http://www.kunsthalle-berlin.com/de/node/324> (letzter Zugriff am 03.10.2011).

306 Bis auf wenige Ausnahmen, aufgrund logistischer Probleme. Vgl. Aussage aus dem Interview mit Arthur Berlin, 01:47:20.

Ausstellung die Doppelfunktion als Aufsicht und VermittlerIn auszufüllen. Sie sollten auf die Arbeiten aufpassen, sich aber auch mit BesucherInnen und deren Fragen auseinandersetzen,<sup>307</sup> damit die „schlaun Aufsichten“ mit den Besuchern zusammen über eine Form von Fragestellung an die Auseinandersetzungen kommen, die in der Kunst geführt werden.

Tanja Schomaker mochte die Arbeit an „Artful Guards“ einerseits, da sie an der Schnittstelle von Theorie und Praxis angesiedelt war, andererseits gefiel es ihr, mit den StudentInnen zu arbeiten.

*„Für die Kunstgeschichtestudenten war es eine praktische Erfahrung, für die Kunststudenten eine theoretische. Die unterschiedlichen Bereiche kamen zusammen. Ich habe über die Arbeit mit den Studierenden meine eigene Arbeit reflektiert und etwas darüber rausgefunden, wie wir Führungen machen.“*<sup>308</sup>

**Projektideale:** Für Tanja Schomaker wäre das ideale Projekt eine Institution, „in welcher die Bereiche Kuratieren bzw. Ausstellen und Vermitteln zusammenarbeiten“<sup>309</sup>. Ihre ideale Arbeitsform wäre, dass „kuratorische Arbeit und vermittelnde Arbeit Hand in Hand gehen. Gemeinsam legt man die Inhalte und Themen für das Jahr fest. Der Job des Kurators wäre, die Ausstellung zu machen und mein Job wäre, mir die dazugehörigen Projekte zu überlegen, das Rahmenprogramm. In der jeweiligen Arbeit dürften sich beide austauschen. Das wäre das Traumprojekt.“<sup>310</sup>

Anne Krause stimmt Tanja Schomaker in dieser Hinsicht zu. „An einer Institution zu arbeiten, wo man schon viel früher konzeptionell eingebunden ist, bzw. die Ausstellungs- und Vermittlungsarbeit im Team entwickelt und ein spezielles Profil herausarbeitet“ entspräche auch ihrer Traumarbeit.<sup>311</sup>

**Differenzen und Konfliktpotenzial in den Arbeitsweisen:** Konfliktpotenzial mit ihrer Arbeit sehen Arthur Berlin in demotivierenden Aspekten der (selbstständigen) Vermittlungstätigkeit – dies seien vor allem die mangelnde Anerkennung und die niedrige „Rangordnung“ von Vermittlung in den Hierarchien. Sie sehen sich jedoch nicht in einem Grundsatzkonflikt mit ihrem Beruf: „Ich bin keine verkappte oder gescheiterte Kuratorin oder Kunstkritikerin. Ich habe nie gedacht, eigentlich möchte ich lieber die Ausstellungen machen und nicht die Vermittlung.“<sup>312</sup>

307 „Dass die Aufsichten die Schlaun sind, die service-orientiert, effizient Fragen beantworten Der Projektleitfaden war eine Mischung aus Lenken und Alleine lassen der Studierenden. Sie mussten selbst Erfahrungen machen, angenehme wie unangenehme. Die Aufsichten sollen nicht automatisch mit einer Erklärung antworten, sondern zurückfragen. Man ist über den ersten Impuls, den man einer Arbeit gegenüber hat, schon auf dem richtigen Weg zur Auseinandersetzung.“ Vgl. Interview mit Arthur Berlin, Tanja Schomaker, 01:50:17.

308 Aus dem Interview mit Arthur Berlin, Tanja Schomaker, 01:55:15.

309 Ebenda.

310 Ebenda.

311 Ebenda, Anne Krause, 01:57:49.

312 Ebenda.

Kritik üben Arthur Berlin im Besonderen an der fehlenden Anerkennung der eigenen Autorenschaft von VermittlerInnen, sowie die geringe Wertschätzung der Vermittlungsarbeit auf finanzieller Ebene, durch die kooperierenden Institutionen. Dies beschreiben Arthur Berlin im Interview als Hauptkonflikt mit ihren AuftraggeberInnen.<sup>313</sup> Aus Sicht der VermittlerIn gedacht seien Aufträge oft inhaltlich interessant, aber aus unternehmerischer Perspektive sei es eigentlich unsinnig für so wenig Geld zu arbeiten.

Im Fall der temporären Kunsthalle Berlin führte ein zu geringes oder nicht vorhandenes Budget teils zu grossen Abweichungen zwischen Konzeption und Realisation der Projekte. Einige Projekte konnten gar nicht durchgeführt werden, da das Geld dazu fehlte. Zugleich bestand aber der Wunsch der Institution, das Programm nach aussen möglichst gross und vielfältig darzustellen. Für Tanja Schomaker als verantwortliche Vermittlerin entstand eine gewisse Repräsentationsproblematik, daraus resultierte, dass es keine Dokumentation des Vermittlungsprogramms gab.<sup>314</sup>

In der Zusammenarbeit Arthur Berlins mit anderen Institutionen war die finanzielle Ausstattung der Vermittlungsprogramme ebenfalls unzureichend. Die Institutionen versprachen zu Beginn jeweils eine längerfristige Zusammenarbeit oder wiederkehrende Aufträge, verknüpft mit einer Aufstockung des Vermittlungsbudgets. Das war für Arthur Berlin der Anreiz, zuzusagen. Zu den in Aussicht gestellten Aufstockungen und Folgekooperationen kam es nicht.<sup>315</sup>

Als schlimme Veranstaltung im Sinne eines Ausverkaufs von Vermittlung und Kunst betrachten Arthur Berlin „ein öffentliches Event für ein Unternehmen, das anfragt: würden Sie noch etwas mit Kultur dazu machen?“. Sie wurden jedoch „nie für kommerzielle Aufträge angefragt“, da sie „nie lange auf dem „freien“ Markt waren“<sup>316</sup>.

### 3.3.4. Struktur und Ökonomie

**AuftraggeberInnen und Kooperationen:** „Hauptsächlich hatten wir öffentliche Auftraggeber und Kooperationen. Ab und zu Private aus dem freien Markt, aber deutlich weniger.“<sup>317</sup> AuftraggeberInnen und KooperationspartnerInnen von Anne Krause und Tanja Schomaker als Arthur Berlin und als Einzelpersonen sind überwiegend

313 Gemeint sind unzureichende oder nicht vorhandene Vermittlungsbudgets wie auch die niedrige Bezahlung der VermittlerInnen.

314 Vgl. Aussage aus dem Interview mit Arthur Berlin, Tanja Schomaker.

315 Vgl. Aussage aus dem Interview mit Arthur Berlin: Anne Krause. Weiter „Die Vermittlung für die Kultur Werke und für die Berlin Biennale, war als langfristige Kooperation angesetzt. Weil es hiess „wir entwickeln das schrittweise weiter und beim nächsten Mal ist das Budget grösser“ haben wir uns darauf eingelassen. Die Institutionen haben uns die Zusammenarbeit als „ausbaufähig“ verkauft.“

316 Aus dem Interview mit Arthur Berlin, Tanja Schomaker und Anne Krause, ca. 02:19.

317 Ebenda.

öffentliche, teils auch private Kunstinstitutionen wie Museen, Kunsthallen, Kunstvereine, Kunstmessen oder die Documenta. Finanziert werden die meisten Projekte über öffentliche Trägerschaften. Beispielsweise die Stadt bzw. das Land Berlin über den Berliner Projektfonds Kulturelle Bildung, das Land Niedersachsen über Modellprojekte, sowie andere Förderprogramme für kulturelle Bildung. Zu einem kleinen Anteil kommen Aufträge auch von Firmen aus der Privatwirtschaft. Teils gehen die beiden auch Kooperationen mit anderen selbstständigen VermittlerInnen und Kunst- und Kulturschaffenden ein. Ein Beispiel dafür ist das Projekt „Salon Populaire“.

**Zusammenarbeiten:** An Aufträge und Kooperationen gelangen Arthur Berlin über Initiativbewerbungen aus welchen sich Folgeaufträge ergeben, sowie über Netzwerke oder persönliche Kontakte. Über die Gründe für den geringen Anteil freier Kunden und Unternehmen an ihren Auftraggebern mutmassen die beiden einerseits, dass sie eine „Marketingoffensive von Arthur Berlin für die Privatwirtschaft nicht sehr stringent verfolgten“. Andererseits denken sie, dass Aufträge in „gehobenen Kreisen und in diesem „Creative Segment“ nicht über eine Marketingkampagne sondern nur über Kontakte“<sup>318</sup> zu bekommen sind, welche wiederum spezielle Pflege benötigen, die Arthur Berlin nicht leisten konnte. Ihre gemeinsame Zusammenarbeit beschreiben Tanja Schomaker und Anne Krause als „etwas sehr Konstantes“. Sie sei eine solide Basis. In der Zusammenarbeit mit anderen gebe es das so nicht, dort trafen sie immer wieder auf grössere Unterschiede im Denken und Arbeiten.<sup>319</sup>

**Finanzielle Situation und Auftragslage:** In Bezug auf Arthur Berlin sagen Tanja Schomaker und Anne Krause „wir sind eher Co-Finanziert, als das es uns finanziert“<sup>320</sup>. Anne Krause bezog, seit sie 2007 für die Documenta 12 arbeitete, keine Einkünfte mehr über Arthur Berlin. Sie lebt von ihren vorwiegend längeren Engagements (verschiedene Projektaufträge wie z.B. die Arbeit für das Modellprojekt in Niedersachsen) als selbstständige Vermittlerin und rechnet diese als Freiberuflerin ab. Anders als noch zur Arthur Berlin Zeit, reicht ihre Selbstständigkeit heute aus, um ihr Leben zu finanzieren, anderen Tätigkeiten geht sie nicht nach. Tanja Schomaker bezog ihr Haupteinkommen während dreier Jahre (Nov.2008-Okt.2011) über eine von der Agentur für Arbeit geförderte Stelle. Für dieses Programm konnten sich Institutionen und Einzelpersonen bewerben, die zusammenarbeiten wollten. „Die Förderung geht über drei Jahre, in meinem Fall bis Ende Oktober 2011. Man musste dafür mindestens ein Jahr im Arbeitslosengeld 2 Bezug sein und seit 2 Jahren nicht in einem festen Arbeitsverhältnis.“<sup>321</sup> Freie Projektarbeiten, welche sie ausserhalb des Rahmens der Förderstelle mache, rechnete sie bisher über Arthur

318 Ebenda.

319 Ebenda, Tanja Schomaker.

320 Ebenda, 02:22:25.

321 Aus dem Interview mit Arthur Berlin, Tanja Schomaker.

Berlin ab. Für 2011 weiss sie noch nicht, wie es sein wird. Mittels der staatlichen Förderung wurde ihre Arbeit für die temporäre Kunsthalle Berlin erst möglich.<sup>322</sup> Nach der Schliessung der temporären Kunsthalle im August 2010 (nach 2 Jahren) arbeitete sie über die Förderstelle zuerst drei Monate für eine Stiftung im Kunstbereich, im Anschluss für ein Artists in Residence Programm, beides in Berlin.<sup>323</sup> „Deswegen fühle ich mich als Unternehmerin und Freischaffende obwohl ich Geld vom Staat bekomme.“<sup>324</sup>

**Umsätze:** Zu den Umsätzen, die Arthur Berlin erwirtschaftete, gibt es keine konkrete Angabe.

Anne Krause ist im Jahr 2011 erstmalig umsatzsteuerpflichtig geworden. Das bedeutet, dass ihr Umsatz, nicht ihr Gewinn, im Jahr 2010 über 17500 Euro lag. „Trotzdem mein Umsatz gestiegen ist, habe ich nicht das Gefühl, dass ich viel Geld verdiene.“ „Ich weiss von meinem Freund, der in einer Art Unternehmensberatung für Markenbranding arbeitet, was höhergestellte Kräfte dort als Tagessätze haben. Da kippe ich echt hintenüber.“<sup>325</sup> Tanja Schomaker macht zu ihrem Jahresumsatz keine Angabe. Ihre Äusserung legen nahe, dass sie zwischen 1300 und 2500 Euro im Monat verdient.

**Angemessene Bezahlung und ausbeuterischen Arbeitssituationen:** Laut Arthur Berlin könnte selbst-ständige Vermittlungsarbeit ein „ein luxuriöser Job“ sein, wenn sie zeitlich und finanziell auch entsprechend honoriert würde. Dies ist ihrer Erfahrung nach kaum der Fall. Es ist ihnen wichtig zu sagen, dass „Vermittlungsarbeit auch die Arbeit vor und nach der eigentlichen Vermittlungsaktion ist“.<sup>326</sup> Das sei die Basis für die Durchführung der Vermittlungsaktionen. Sie konstatieren die mangelnde Bereitschaft auftraggebender Institutionen, Vor- und Nachbereitung als der Vermittlungsarbeit zugehörige Arbeitszeit anzuerkennen und entsprechend zu bezahlen. Diese gingen davon aus, dass nur die in der Institution sichtbare Vermittlungsarbeit zu honorieren sei. 30 Euro für eine Führung seien aber „nicht in der Bandbreite des Tätigkeitsfeldes gedacht“, da die Einarbeitungsphase sich auf die Durchführungszeit aufaddiert, was, je nach Aufwand, zu einem realen Stundenlohn von vielleicht noch 5 – 10 Euro führt.<sup>327</sup> In Berlin existiert ein Richtwert, der besagt, der Stundenlohn

322 Ebenda. „Wir haben es für die temporäre Kunsthalle beantragt, damit ich dort die Vermittlung machen konnte (da die Kunsthalle selbst dafür kein Budget hatte). Die Eröffnung der Kunsthalle war im September 2008. Ich war ab November 2008 in diese Förderung. Davor habe ich dank Hartz IV mit der Kunsthalle zusammenge- arbeitet. Also macht der Staat dann auch eine Zusammenarbeit möglich. Das ist eine der Fördermöglichkeiten, die es glaube ich, in Niedersachsen nicht gibt.“ (lachen).

323 Aktueller Stand zum Zeitpunkt des Interviews im Februar 2011.

324 Aus dem Interview mit Arthur Berlin, Tanja Schomaker.

325 Aus dem Interview mit Arthur Berlin, Anne Krause 02:27:02.

326 Ebenda.

327 Vgl. Aussagen aus dem Interview mit Arthur Berlin, 00:53:06.

für Vermittlung solle mindestens 25 Euro brutto pro Stunde betragen.<sup>328</sup> Hier werden Vor- und Nachbereitungszeit als der Vermittlungsarbeit zugehörig gerechnet, was Arthur Berlin als Fortschritt werten und gutheissen. 25 Euro brutto seien für eine selbstständige Tätigkeit aber ein zu geringer Stundenlohn. Zumindest nach zehn oder mehr Jahren Berufserfahrung. Tanja Schomaker findet mindestens 2500 Euro netto im Monat für eine 40 Stundenwoche wären eine angemessene Bezahlung ihrer Arbeit. Das entspräche einer Vollzeitstelle ab 30 000 Euro Nettoverdienst pro Jahr.<sup>329</sup> Bisher ist ein Verdienst in dieser Höhe noch nicht Realität. Von Anne Krause gestellte Förderanträge für personelle Vermittlungsprojekte wurden von bestimmten Stiftungen teilweise mit der Begründung abgelehnt, dass die Personalkosten zu hoch seien. Sie findet es „*absurd, in Bezug auf Vermittlung von zu hohen Personalkosten zu reden*“.<sup>330</sup> Für sie ist das der falsche Ansatz und kommt einer Missachtung der Vermittlungsarbeit gleich. Sie fühle sich dann ausgebeutet und verkannt in dem, was sie tue. Weil Vermittlung auch stark von Einzelpersonen abhängt, sei sie in Abhängigkeit von deren Engagement zu betrachten.<sup>331</sup>

**Arbeitspensen und Arbeitsorte:** Für Tanja Schomaker fließen Arbeit und Freizeit ineinander. „*Bei mir lässt sich das gar nicht trennen*.“ Das hat für sie zwei Seiten. Negativ sei, dass sie teils 80 Stunden pro Woche arbeite. Als positiv betrachtet sie, dass die Arbeit „*auch noch eine Qualität hat, die im Freizeitbereich liegt*“. Zurzeit befindet sich ihr Büroarbeitsplatz in ihrer Wohnung, was sie jedoch nicht stört. Das Arthur Berlin Büro hatte sie zunächst noch weitergeführt, den Raum aber vor anderthalb Jahren aufgegeben. Danach arbeitete sie vermehrt in den Räumlichkeiten der Häuser, an denen sie jeweils gerade beschäftigt war. Anne Krause hingegen versucht mittlerweile Arbeit und Freizeit stärker zu trennen, da sie zunehmend das Bedürfnis hat „*ab und zu einen Cut machen zu können*“. Früher arbeitete auch sie viel von zu Hause aus. Nun hat sie vorläufig einen externen Arbeitsplatz. Diese räumliche Trennung von Arbeits- und Privatleben empfindet sie als angenehm. Als nicht erstrebenswert erscheint ihr „*wenn alles ineinander übergeht*“. Eine Arbeit bei der sie „*nur darauf aus ist, sie sofort zu beenden, um wieder etwas anderes tun zu können*“ möchte sie auch nicht. Es ist ihr wichtig sagen zu können „*So, jetzt ist hier mal Schluss*“.<sup>332</sup>

**Vor- und Nachteile der Selbstständigkeit:** Arthur Berlin sah 2003 nach dem Studium und ersten Vermittlungserfahrungen in der selbstständigen Vermittlungsarbeit eine gute Möglichkeit, Geld zu verdienen. Die Bürogründung bereiteten sie unter anderem

328 Für Anträge, die beim Berliner Projektfonds kulturelle Bildung gestellt werden. Angesiedelt bei der Kulturprojekte Berlin GmbH vgl. hierzu auch die entsprechende Aussage von eck\_ik <http://projektfonds.kulturprojekte-berlin.de/login/?next=/projekte/> (letzter Zugriff am 12.01.2012).

329 Aus dem Interview mit Arthur Berlin, Tanja Schomaker.

330 Aus dem Interview mit Arthur Berlin, Anne Krause, 02:32:36.

331 Vgl. Aussagen aus dem Interview mit Arthur Berlin, ca. 02:32.

332 Alle Zitate in diesem Absatz: aus dem Interview mit Arthur Berlin, Tanja Schomaker und Anne Krause.

mit einer Businessplanrecherche vor. Dies vor allem, da so an Gründungszuschüsse zu kommen war. Der Standort Berlin erschien ihnen naheliegend, weil er bereits ihr Wohnort war und ein breites Angebot an kulturellen Angeboten bietet, sowie viele potenzielle Kunst- und Kulturinteressierte. Die Grundidee von Arthur Berlin war es Führungen als inhaltliche Auseinandersetzung mit den Verortungen von Kunst im Alltag anzubieten. Nach der Gründung gingen Arthur Berlin jedoch relativ schnell Kooperationen mit Institutionen ein, für welche sie die Vermittlungsprogramme (auch Besucherdienste genannt, bestehend hauptsächlich aus Führungen) konzipierten und ausführten. „*Was gut war, weil uns das die Credits gibt, um auch andere Sachen zu machen*“.<sup>333</sup>

Für Anne Krause und Tanja Schomaker war die Gründung von Arthur Berlin eine wichtige Voraussetzung für die übrige berufliche Tätigkeit. Sie können sich nicht vorstellen, dass sich dieselben Aufträge und Projekte für sie als einzelne freie Vermittlerin ergeben hätten.<sup>334</sup> Die Arbeit mit Arthur Berlin ist in ihren Augen die Basis, durch die ihre derzeitigen Tätigkeiten möglich wurden. „*Es hat das Konzept von Arthur Berlin und auch ‚die Marke‘, ‚den Namen‘ gebraucht, um das was wir tun, möglich zu machen*“.<sup>335</sup>

**Selbstständigkeit vs. Anstellung:** Finanzielle Sicherheit zu haben wäre für Anne Krause ein Grund von der Selbstständigkeit in eine Anstellung zu wechseln. „*Nicht immer schauen zu müssen, dass am Ende noch genug übrig bleibt*“.<sup>336</sup> Die finanzielle Unsicherheit, welche die Selbstständigkeit mit sich bringt bedeutet für sie Stress. Da sie jedoch noch nie festangestellt arbeitete, ist sie unsicher ob es die bessere Alternative wäre „*Es kann auch sein, dass ich mich da nicht einfügen kann, oder ich fühle mich da total eingeschränkt. Das wäre das Gegenargument*“.<sup>337</sup> Tanja Schomaker sieht die Thematik sehr pragmatisch: „*Ob das Geld über freie Arbeit hereinkommt oder über eine Stelle ist mir egal*“.<sup>338</sup>

**Berufliche Weiterentwicklung:** Anne Krause und Tanja Schomaker sehen sich 2011 in der Situation, dass sie sich jeweils unabhängig von Arthur Berlin fragen: „*Wo will ich hin und was tue ich oder sollte ich tun um dahin zu kommen? Das sind Fragen, die wir uns gerade stellen; ohne dass wir schon sagen könnten wo und was das sein kann*“.<sup>339</sup> Tanja Schomaker sieht die Möglichkeit inhaltlich zu arbeiten und sich mit Kunst zu beschäftigen auch als einen Luxus an, der aber einen hohen Preis habe. „*Man kann das nicht gegenrechnen aber ich kann das so gegeneinander stehen lassen*“.<sup>340</sup> Sie ver-

333 Aus dem Interview mit Arthur Berlin, Tanja Schomaker 00:43:10

334 Ebenda. „*Ich hätte nicht für KW gearbeitet und ich als individuelle Person würde keine Lehraufträge gehabt haben*“.

335 Ebenda, Tanja Schomaker.

336 Ebenda, Anne Krause, 02:26:09.

337 Ebenda, Anne Krause.

338 Ebenda, Tanja Schomaker.

339 Aus dem Interview mit Arthur Berlin, Tanja Schomaker.

340 Ebenda, Tanja Schomaker.

gleich ihre Arbeit als selbstständige Vermittlerin mit einer Anstellung in einer Agentur. In ihrer Vorstellung würde sie dann als Teil der Kreativwirtschaft ihre Kreativität zur Verkaufsförderung bestimmter Produkte einsetzen, was inhaltlich gesehen für sie ein Rückschritt wäre, zum Ausgleich würde sie aber besser bezahlt als jetzt. Sie stellt sich die Frage, ob sie das eine gegen das andere eintauschen möchte, lässt die Antwort aber offen.<sup>341</sup> Anne Krause verweist auf die grosse Flexibilität die von ihnen als selbstständigen VermittlerInnen verlangt wird. *„Es ist nicht so, dass man sich etwas überlegt und es wird so passieren. Man muss immer eine gute Mischung finden. Ich habe meinen eigenen Plan, bin aber auch flexibel, wenn jemand auf mich zukommt, oder sich bestimmte Möglichkeiten ergeben.“*<sup>342</sup>

**Beobachtungen im Arbeitsfeld Vermittlung:** Arthur Berlin beobachten einen Anstieg des allgemeinen Interesses am gesamten kulturellen Bereich, *„seien es Künstler, Kuratoren oder Vermittler“*, in Verbindung mit einer breiteren öffentlichen Unterstützung. Diese gesellschaftliche Aufwertung auch des Vermittlungsbereichs und die dazugehörige erhöhte Aufmerksamkeit, habe vor allem damit zu tun, *„dass Kunst jetzt der neueste Shit“* sei. Wobei hier die Frage bleibe *„Wer meint was, wenn er die Begriffe (Kunst, Kunstvermittlung, kulturelle Bildung) im Munde führt“*<sup>343</sup>. Dieser Interessensboom schlage sich nicht unbedingt wirtschaftlich nieder, dafür zeige er sich am Anstieg der Ausbildungsangebote für KulturproduzentInnen, was wiederum zur Attraktivität beitrage.

Letzteres sehen Arthur Berlin auch kritisch. Sie bezweifeln, dass es für die AbsolventInnen dieser Ausbildungen ausreichend entsprechende Arbeitsplätze gibt. *„Die können nicht alle in Festanstellung am Museum arbeiten.“*<sup>344</sup> Womit sich, durch den vermehrten Nachwuchs, wiederum die Konkurrenzsituation für sie selbst verschärfen könnte. Beispielsweise stellen Arthur Berlin fest, dass die Anzahl der Webseiten, die Kunstspaziergänge anbieten, seit ihrer Gründungszeit sehr zugenommen hat. Auch wenn man über die jeweilige Webseite nicht einschätzen könne, *„welches Angebot wirklich funktioniert und wo es in etwa so läuft wie bei uns.“* Sie vermuten, *„dass die Anzahl der Leute, die dabei als selbstständige Vermittler praktizieren und davon leben können“* minimal sei.<sup>345</sup>

Zum Teil profitiere die nachwachsende Generation davon, dass bereits eine verstärkte Diskussion stattfand, die zu einer grösseren Aufmerksamkeit für das Feld der

Vermittlung führte, auch wenn noch immer keine Wunschsituation vorherrsche.<sup>346</sup> Diese VermittlerInnen sehen Arthur Berlin als die dritte Generation im Feld. Sich selbst ordnen sie der zweiten Generation von VermittlerInnen zu. Anna Zosik und Constanze Eckert von eck\_ik wie auch Carmen Mörsch zählen sie hingegen *„fast zu einer ersten Generation von KunstvermittlerInnen.“*<sup>347</sup> Dies erscheint insofern verwunderlich, da diese nur wenig älter sind als sie selbst und eck\_ik fünf Jahre nach Arthur Berlin gegründet wurde.

Negativ konnotiert sind für Arthur Berlin Entwicklungen wie der zunehmende Einfluss der „Kreativ-wirtschaftisierung“ des Arbeitsfeldes, prekäre Arbeitsbedingungen und schlechte Bezahlung. Sie konstatieren eine unzureichende Anerkennung oder Ungleichbehandlung der Vermittlung durch Kunstbetrieb, Kuratoren und Gesellschaft sowie die ebenfalls noch ausbaufähige Selbstverständlichkeit im Umgang mit Kunstvermittlung bzw. ob der Notwendigkeit von Kunstvermittlung.

**Erfolg:** Ihren Erfolg messen Arthur Berlin unter anderem daran, *„dass sich ein Projekt aus dem anderen ergibt“*, oder sie neue Qualitäten und Weiterentwicklungen an sich entdecken können.<sup>348</sup>

Sie sehen ihre inhaltliche Arbeit, auch als Einzelpersonen, als stabile Arbeitsbasis und als eigenen Weg, was sie auch als Erfolg betrachten. *„Ich kann für mich finden, dass es erfolgreich ist. Wie die Aussenwelt das sieht, wissen wir eigentlich nicht so genau.“*<sup>349</sup> Sie bemerken aber einen gewissen Bekanntheitsgrad von Arthur Berlin. Jenseits davon könne das Gefühl, gute Arbeit zu machen, unabhängig von der Aussenwirkung eines Projekts, eine Form von Erfolg sein. Wenn der Erfolg sich finanziell nicht niederschlage, werde es jedoch schwer, die eigene Weiterentwicklung zu sehen. Dann entstehe ein Konflikt mit gängigen Parametern zur Erfolgsdefinition. Das Projekt „Salon Populaire“ beispielsweise sei sehr erfolgreich, obwohl dabei kein Geld fliesse. Da von Beginn an feststand, dass damit kein Geld zu erwirtschaften sei, gebe es in dieser Hinsicht keine Enttäuschung.<sup>350</sup> Auf finanzieller Ebene fände Tanja Schomaker *„angemessene Bezahlung einen Erfolg“*.

Zum wirtschaftlichen Erfolg äussern Arthur Berlin sich zwiespältig. Als Unternehmen sei Arthur Berlin darauf angelegt, dass man damit Geld erwirtschaftete. *„Das haben wir nicht wirklich geschafft. Wirtschaftlich gesehen ist Arthur Berlin erfolglos. Aber wenn es Arthur Berlin nicht gegeben hätte, wären wir beruflich gesehen nicht dort wo*

341 Ebenda, Tanja Schomaker 02:42.

342 Aus dem Interview mit Arthur Berlin, Anne Krause.

343 Vgl. Aussagen und Zitate aus dem Interview mit Arthur Berlin, 02:11:58.

344 Ebenda, Tanja Schomaker.

345 Ebenda, Tanja Schomaker.

346 Anne Krause gibt ein Beispiel: *„Auch die Kollegin, mit der ich in Wolfsburg zusammengearbeitet habe, ist jünger als ich und diejenige, die sie wiederum dazu geholt hat, weil ich gehe, ebenfalls. So dass ich den Eindruck habe, es gibt jetzt mehr Nachwuchs.“*

347 Aus dem Interview mit Arthur Berlin, Anne Krause, 02:11:17. Weiter vermutet sie: *„Vielleicht ist es für die VertreterInnen dieser „ersten Generation“, nochmal offensichtlicher, wie sich das Feld verbreitert hat.“*

348 Vgl. Aussage aus dem Interview mit Arthur Berlin, Anne Krause, 02:34:13.

349 Aus dem Interview mit Arthur Berlin, Tanja Schomaker, ca. 02:35.

350 Vgl. Aussage aus dem Interview mit Arthur Berlin, Tanja Schomaker.

wir jetzt sind.<sup>351</sup> „Man könnte also sagen, es ist ein erfolgreiches Scheiterprojekt, erfolgreich und erfolglos zugleich. Das schliesst sich leider nicht aus.“<sup>352</sup>

### 3.4. Case Study les-beaux-arts – Agentur für Kunstvermittlung, Beratung, Organisation

#### 3.4.1 Kurzbeschreibung



„les-beaux-arts ermöglicht die Begegnung mit Kunst und Künstlern.“

les-beaux-arts begleitet Sie auf ihrer Entdeckungsreise durch die besten Museen der Schweiz, die spannendsten Ausstellungen, die wichtigsten Galerien, die Museen und Ausstellungen im Ausland.

les-beaux-arts diskutiert mit Ihnen über klassische Moderne, zeitgenössische Kunst und gesellschaftlich relevante Themen“

les-beaux-arts wurden 2008 in Zürich als GmbH<sup>353</sup> von Laurence Frey und Joy Neri in Zürich gegründet.<sup>354</sup> Die beiden lernten sich während ihres Studiums der Kunstgeschichte an der Universität Zürich kennen und waren bzw. sind in den letzten 20 Jahren in unterschiedlichen Funktionen im Kunstbereich, hauptsächlich an Museen und in Galerien tätig.<sup>355</sup> Beide haben sich im Lauf der Zeit auf Kunstvermittlung spezialisiert. Dabei sind ihnen die Aspekte der Wissensvermittlung und des gemeinsamen Austauschs mit den TeilnehmerInnen wichtig.<sup>356</sup>

les-beaux-arts unterteilen ihre Arbeit in Kunstvermittlung, Projekte und Kunstberatung.<sup>357</sup> Laurence Frey setzt im Interview die Schwerpunkte anders als auf der Webseite. Vermittlungsarbeit besteht für sie hauptsächlich aus privaten Führungen in Kunstmuseen und Galerien. Herzstück und Grund-idee bildet dabei das Projekt Kunstabonnement. les-beaux-arts organisieren und konzipieren eine Reihe von Führungen in der Kunstszene.<sup>358</sup>

Weiterhin nennen<sup>359</sup> les-beaux-arts folgende Tätigkeitsfelder: Planen von Firmenausstellungen, Organisation von Vorträgen und Lesungen, Konzipieren eines kulturellen Begleitprogramms zu speziellen Anlässen in verschiedenen Sprachen, Betreuen von Kunst-am-Bau-Projekten, Beratung bei Kunsteinkäufen und Begleitung beim Aufbau einer Sammlung. Seit 2010 konzipiert und organisiert les-beaux-arts geführte Kunstreisen zu speziellen Anlässen, z.B. an die Biennale in Venedig.

Das Interview wurde mit Laurence Frey geführt und hat einen recht starken, persönlichen Fokus.

#### 3.4.2 Selbstverständnis und Vermittlungsbegriff

**Berufliche Selbstbezeichnung:** Laurence Frey nennt sich im Interview Kunstvermittlerin und Unternehmerin. Auf der Website beziehen sich les-beaux-arts auf ihre Ausbildungen. Die für die organisatorischen und administrativen Belange zuständige Barbara Egli wird als „Ausgebildete Kulturmanagerin“ bezeichnet, Laurence Frey und Joy Neri, die für die Inhalte zuständig sind, als „Kunsthistorikerinnen mit lang-

353 Aus dem Interview, mit Laurence Frey: „kleine aber feine Firma“.

354 Dritte Partnerin bei les-beaux-arts ist die Kulturmanagerin Barbara Egli. Sie ist zuständig für Organisation und Administration

355 Laurence Frey beschreibt ihre Berufstätigkeit als „Tour d'Horizon in Sachen Kunst“.

356 „um die Begegnung mit der Kunst zu einem bereichernden und nachhaltigen Erlebnis zu machen“, www.les-beaux-arts.ch (Letzter Zugriff am 11.01.2012).

357 Ebenda.

358 In verschiedenen Museen, Galerien und teilweise auch Künstlerateliers und Kunstmessen überwiegend in der Schweiz aber auch im benachbarten Ausland.

359 Angaben aus dem Interview mit Laurence Frey und von der Webseite.

351 Ebenda, Anne Krause.

352 Ebenda.

jähriger Erfahrung in der Kunstvermittlung an diversen Museen“.<sup>360</sup>

**Warum Vermittlung?** Der Umgang mit Menschen ist Laurence Frey wichtig. Sich selbst bezeichnet sie weniger „als wissenschaftlichen Typ“ sondern mehr als „Netzwerker“.<sup>361</sup> Ihre Berufsfindung und Entwicklung zur Vermittlerin beschreibt sie als „Ausschlussverfahren“<sup>362</sup> in dem sie eine Tätigkeit zur nächsten führte und in selbstständiger Vermittlungsarbeit resultierte.

Eine Auswahl dieser Tätigkeiten und ihrer jeweiligen Nachteile zählt sie im Interview auf: Als freie Kuratorin Ausstellungen zu machen empfand sie als problematisch, da sie sich, ihre Ideen und die Ausstellung „immerzu an Andere verkaufen“ musste. Dieser Aspekt wäre weniger störend, hätte sie ihre eigene Galerie eröffnen können, dazu fehlten jedoch die finanziellen Mittel. Die Arbeit im Auktionshaus war auf Dauer zu hektisch. Die journalistische Arbeit, das Schreiben über Kunst und Ausstellungen empfand sie als inhaltlich sehr befriedigend, das Verhältnis von Aufwand zu Bezahlung sagte ihr jedoch weniger zu. Vermittlerin im Kunsthaus Zürich zu sein war diesbezüglich angenehmer, aber von den Inhalten und AdressatInnen stärker eingeschränkt, auch in Bezug auf das Angestelltenverhältnis. Als Konsequenz resultierte daraus die Tätigkeit als selbstständige Vermittlerin.

**Begriff und Verständnis von Vermittlung:** Nach ihrem Begriff und Verständnis von Vermittlung gefragt, antwortet Laurence Frey, sie verstehe Kunstvermittlung als Mittel zum Austausch und zur Diskussion. In einer weiteren Funktion soll Vermittlung ein „Schwellenangstabbauer“ sein. Dazu macht sie die Äusserung, dass Kunst nach wie vor ein Randgebiet sei, indem „aber doch eine kleine Demokratisierung stattgefunden“ habe.<sup>363</sup>

Diese Bemerkung, welche sie zunächst im Zusammenhang mit der schwellenabbauenden Funktion der Kunstvermittlung macht, bezieht sie im weiteren Gespräch übergangslos auch auf die wirtschaftlichen Entwicklungen im Kunstbereich und im Arbeitsfeld Vermittlung und deren Einfluss auf ihre Firma: „Unter anderem ist die ‚Kreativwirtschaft‘ entstanden und es gab einen kleinen Kunstboom. Davon hat unsere Firma profitiert. Das ist aber langsam schon wieder ausgereizt.“

Von allen InterviewpartnerInnen äussert sie am klarsten einen Vermittlungsbegriff der Vermittlung als Dienstleistung versteht und auf die affirmative und reproduktive Funktion von Vermittlung beschränkt ist. Dies entspricht dem affirmativen, auf

<sup>360</sup> www.les-beaux-arts.ch (letzter Zugriff am 12.01.2012).

<sup>361</sup> Beide Zitate aus dem Interview mit Laurence Frey.

<sup>362</sup> Ebenda.

<sup>363</sup> Ebenda.

der Vermittlung von ExpertInnenwissen beruhenden, Vermittlungskonzept von les-beaux-arts, wie es sich auf der Webseite darstellt.<sup>364</sup> Genau zu jenen Aspekten äussert Laurence Frey im Interview auch teilweise ihr Bedauern, ohne dies direkt mit dem eigenen Vermittlungsansatz in Verbindung zu bringen. Beispielsweise fehle ihr häufig der intellektuelle Austausch zur Kunst; die Kunstkritik oder Diskussion zur Kunst finden ihrer Meinung nach häufig nicht oder nicht mehr statt.

**Für die Vermittlungsarbeit relevante Referenzen (Gruppen, Projekte und Personen):**

„In den 80er Jahren war Kunstvermittlung in den Museen praktisch nicht vorhanden, das kam erst in den 90er Jahren stärker auf.“<sup>365</sup> Laurence Frey arbeitete damals oft mit einer Kollegin aus der Veranstaltungs- und Werbebranche zusammen.<sup>366</sup> In ihren Anfängen war ihr die Erfahrung mit Führungen als angestellte Vermittlerin im Kunsthaus Zürich eine Orientierung. Dies teilweise auch dahingehend „wie ich es nicht machen wollte.“<sup>367</sup> Weiter äussert sich Laurence Frey zu dieser Thematik nicht. Auf der Webseite finden sich auch keine Informationen. Möglicherweise existieren abgesehen von der Führungsarbeit in Museen keine Referenzen an denen les Beaux Arts sich in ihrer Arbeit orientieren.

### 3.4.3. Arbeitsweisen und Inhalte

Zum Themenblock Arbeitsweisen, Methoden und Inhalte der Arbeit liefert das Interview mit Laurence Frey nur wenige Informationen.

**Inhalte der Arbeit:** Eine vertiefte Auseinandersetzung mit Kunst zu erarbeiten ist für Laurence Frey der wichtigste Inhalt ihrer Arbeit. In der Auseinandersetzung mit den AdressatInnen und vor allem mit manchen AkteurInnen im Kunstfeld fragt sie sich ob Kunst „für einige Leute eine Ersatzreligion“<sup>368</sup> sei. Mit dieser Äusserung distanziert sie sich von AkteurInnen, die sich ganz mit dem Kunstsystem zu identifizieren scheinen.

**Arbeitsspektrum:** Im Vermittlungsbereich<sup>369</sup> konzipieren und realisieren les-beaux-arts private Führungen in verschiedenen Kunstinstitutionen. Dies ist der Hauptgeschäftszeit der Firma. Er besteht im Grunde genommen aus einem einzigen Projekt, dem Kunstabonnement, welches auch der Bürogründung zugrunde lag. Seit

<sup>364</sup> www.les-beaux-arts.ch (letzter Zugriff am 12.01.2012).

<sup>365</sup> Aus dem Interview mit Laurence Frey.

<sup>366</sup> Michelle Nicol von der Agentur „glamour engineering“ (heute Werbeagentur/Galerie „neutral“).

<sup>367</sup> Aus dem Interview mit Laurence Frey.

<sup>368</sup> Ebenda.

<sup>369</sup> les-beaux-arts offerieren noch weitere Dienstleistungen im Kunstbereich, die nicht alle der Vermittlung zuzuordnen sind und bisher nur einen geringen Teil der Tätigkeiten ausmachen. Aus diesen Gründen finden sie hier keine weitere Erwähnung.

2010 veranstalten les-beaux-arts zudem geführte Kunstreisen an spezielle Anlässe wie z.B. die Biennale in Venedig. Die weiteren Aussagen zu Projekten belaufen sich darauf, dass Laurence Frey keine Vorstellung eines persönlichen Traumprojekts hat. Des Weiteren waren sie oder ihre Partnerinnen bislang noch nie gezwungen, eines ihrer Projekte abzubrechen.

**Beispielprojekt Kunstabonnement:** Das bereits erwähnte Projekt Kunstabonnement orientiert sich im Aufbau an den bekannten Theaterabonnements. les-beaux-arts organisieren und konzipieren auf ein Jahr im Voraus eine Reihe von Führungen und teilweise auch Gespräche. Hauptsächlich finden diese in Museen und Galerien statt, teilweise werden alternative Kunstorte bspw. Künstlerateliers besucht, seltener Kunstmessen. All dies überwiegend in der Schweiz aber auch im benachbarten Ausland. Teilnehmen kann, wer ein 4er, 6er, 8er oder 12er Abonnement kauft, oder sich für eine einzelne Veranstaltung anmeldet.

Laurence Frey sagt dazu im Interview „Wir stellen ein heterogenes, ganzheitliches Programm zusammen, das einen Kunstüberblick ermöglicht“<sup>370</sup>. Dadurch liesse sich „Kontinuität aufbauen und Schwellenangst (vor bestimmten Kunstorten) abbauen.“<sup>371</sup> Sie finde es wichtig, dass sich die TeilnehmerInnen der Führungen auch einbrächten. Manche äusserten sich kritisch, die meisten aber sehr zustimmend. Hier offenbart sich nochmals der affirmativ-reproduktive Vermittlungsansatz.

**AdressatInnen:** Laurence Frey betrachtet im Grunde genommen alle, die sich die Preise der les-beaux-arts Angebote leisten können als ihre Zielgruppe.<sup>372</sup> Im Ergebnis sind die TeilnehmerInnen überwiegend gutverdienend oder anderweitig wohlhabend und zwischen 50 und 70 Jahren alt. Es nehmen mehr Frauen als Männer teil.

**Konfliktpotenzial in den Arbeitsweisen – Interessens- und Rollenkonflikte:** Laurence Frey äussert als Grundkonflikt, dass sie sich während der Arbeit nicht selten anders verhalte, als sie sich fühle. „Die Leute sind sehr nett, aber ich muss sich manchmal enthusiastischer geben als ich bin, da komme ich an eine Grenze.“<sup>373</sup> Ein Grossteil der les-beaux-arts KundInnen bevorzugen „die klassische, etablierte Kunst“; und haben relativ eng gefasste Vorstellungen und Erwartungen an die Vermittlungsformate. Hier entsteht ein Konflikt mit den Interessen von Laurence Frey, die gerne auch andere Formate und Themen ausprobieren würde und andere AdressatInnen ansprechen möchte. Beispielsweise möchte sie andere Beteiligte an

370 Aus dem Interview mit Laurence Frey.

371 Ebenda.

372 Sofern sie von ihren Kommunikationskanälen erreicht werden, es in ihrem Interesse ist und in ihrer Reichweite stattfindet. Diese Faktoren werden im Interview nicht erwähnt.

373 Aus dem Interview mit Laurence Frey.

les-beaux-arts Projekten, wie GaleristInnen und KünstlerInnen stärker mit einbeziehen. Darüber hinaus würde sie in Zukunft gerne eine „billigere Linie“ anbieten und mit jüngeren, weniger gut verdienenden Leuten zusammenarbeiten. Sie bezweifelt jedoch, dass dies möglich wäre, ohne ein Verlustgeschäft zu machen. Sie scheint zu glauben, dass diese anderen Arbeitsweisen nicht oder nur schwer finanzierbar und nur mit einem grösseren Arbeitseinsatz umsetzbar wären.

Das Haupthindernis bei der Umsetzung oder auch schon dem Weiterdenken dieser Projektideen scheinen jedoch ihre Partnerinnen bei les-beaux-arts zu sein. Barbara Egli und Joy Neri zeigen daran kein Interesse. Letztere auch deshalb, weil sie bisher noch in einem Museum für die Vermittlungsarbeit zuständig war<sup>374</sup> und neben dieser Arbeit, der Tätigkeit für les-beaux-arts und ihrer Familie keine freien Kapazitäten mehr sah um Neues zu entwickeln.

Laurence Frey sieht unter den gegebenen Umständen keine Möglichkeit, ihre diesbezüglichen Wünsche umzusetzen oder anzugehen; beispielsweise andere Gruppen anzusprechen, neue Kommunikationswege auszuprobieren, weitere Vermittlungsformate zu erdenken oder andere Finanzierungswege in Betracht zu ziehen. Die beschriebenen Konflikte beziehen sich also hauptsächlich auf innerbetriebliche Spannungen.

#### 3.4.4. Struktur und Ökonomie

**AuftraggeberInnen und KooperationspartnerInnen:** Öffentliche Institutionen als AuftraggeberInnen haben les-beaux-arts im Gegensatz zu den anderen Befragten nicht, da sie ihre Angebote wie die Kunstabonnementtouren und Reisen eigeninitiativ konzipieren und an ihre KundInnen bzw. TeilnehmerInnen verkaufen. Das Verständnis von AuftraggeberIn und AdressatIn/TeilnehmerIn fällt hier also ein Stück weit zusammen. Die Kooperationspartner von les-beaux-arts sind Galerien bzw. GaleristInnen, Museen bzw. deren VertreterInnen und teilweise auch KünstlerInnen.

**Zusammenarbeiten:** Laurence vermutet, dass das oben beschriebene KundInnenprofil aufgrund der hohen Preise der Angebote von „les-beaux-arts“ zustande kommt. Die Akquise der AdressatInnen wie auch das Finden der teilnehmenden Institutionen und KünstlerInnen erfolgt über Mund zu Mund Propaganda, über private und berufliche Netzwerke, sowie über direkte Anfragen von beiden Seiten. Zu bestimmten Themen finden auch Gespräche mit ExpertInnen statt. „Wenn ein anderer etwas besser kann, muss ich es nicht selbst machen“<sup>375</sup> bemerkt Laurence Frey dazu im Interview und bestätigt damit erneut das affirmative, auf der Vermittlung von ExpertInnenwissen basierende Vermittlungsverständnis, das der Arbeit von les-beaux-arts

374 Ebenfalls als Freiberuflerin, wenn auch mit relativ regelmässigen Pensen.

375 Aus dem Interview mit Laurence Frey.

zugrunde liegt. Die Zusammenarbeit mit den involvierten Institutionen und Personen bezeichnet sie als harmonisch, „*alle haben uns gern*“<sup>376</sup>. Sie äussert keine Konflikte aus diesem Arbeitsbereich.

**Arbeitsorte und Netzwerke:** In Zürich ist Laurence Frey, sind les-beaux-arts am besten vernetzt. Hier haben sie die meisten Kontakte, die geeigneten Institutionen für ihre Führungen und einen grossen potenziellen Kundenkreis. Laurence Frey bezeichnet sich als sehr gut vernetzt, sie sei „*von Natur aus Netzwerker*“ und ist seit sie 20 Jahre alt war in der Zürcher Kunstszene unterwegs und aktiv. Die Arbeit findet also nicht nur an den Orten der Führungen oder im Büro statt, sondern auch an Vernissagen und anderen Orten wo Kunstinteressierte zusammenkommen und Netzwerkarbeit stattfindet.

**Arbeitspensen:** Laurence Frey sagt, sie sei „*zum Glück*“ nicht auf einen 100% Verdienst angewiesen, da ihr Mann Vollzeit arbeite und gut verdiene. Sie arbeite Teilzeit und „*mache dafür mehr mit den Kindern*“.<sup>377</sup> Jede der drei Frauen arbeitet jeweils mit einem 20-30% Pensum für les-beaux-arts.<sup>378</sup>

**Verhältnis von Arbeit und Freizeit:** Da Laurence Frey Teilzeit arbeitet, hat sie nicht das Gefühl, die Arbeit ununterbrochen mit sich zu tragen. In der Zeit, die sie mit ihren Kindern verbringt, ist sie ihr am wenigsten präsent. In Bezug auf die Netzwerke, beispielsweise an Vernissagen, sind Arbeit und Freizeit dagegen nicht voneinander zu trennen. „*Arbeit und Freizeit haben sich da vermischt*“. Laurence Frey verzichtete, teilweise zugunsten der Arbeit, insbesondere der lokalen Vernetzung und Präsenz in Zürich, teilweise auch wegen der Kinder, auf ausgiebige Reisen.<sup>379</sup>

**Verdienst und Umsätze:** Die Firma erwirtschaftet in der Regel Umsätze, die für die Bezahlung von 100 Stellenprozent ausreichen. Zahlen nennt Laurence Frey im Interview nicht.<sup>380</sup> Ihre Preise bestimmen les-beaux-arts, indem sie zunächst die Höhe der Honorare veranschlagen, die sie für sich selbst benötigen. Verschieden Äusserungen, die Laurence im Interview macht, lassen vermuten, dass diese Honoraransprüche über dem in der Vermittlung üblichen liegen. Hinzu kommen die Honorare der VertreterInnen der besuchten Institutionen und der geladenen ExpertInnen sowie die Eintritte der jeweiligen Institutionen. Diese Posten plus eventuelle Verpflegungs- und

376 Ebenda.

377 Aus dem Interview mit Laurence Frey.

378 Ebenda.

379 Ebenda „*(...)dafür bin ich nicht viel gereist*“.

380 Die einzig bekannten Zahlen sind die Preise des Kunstabonnements. Zu anderen Projekten und Aufträgen wurden keine Angaben gemacht.: Im Jahr 2011 fanden 11 Anlässe statt., die Preise variieren. Ein 4er Abonnement kostet Fr. 200.-, ein 6er Abonnement Fr. 280.-, und ein 8er Abonnement Fr. 350.-, eine Einzelbuchung kostet Fr. 60.-. vgl. [www.les-beaux-arts.ch](http://www.les-beaux-arts.ch) (letzter Zugriff am 12.01.2012).

Reisekosten bilden die Preispolitik. Bürokosten und anderweitige Betriebskosten sind in dieser Rechnung nicht einkalkuliert.

**Vor- und Nachteile der Selbstständigkeit:** Laurence Frey sagt von sich, sie sei „*nicht die ideale Angestellte. Ich bin gerne mein eigener Boss*“<sup>381</sup>. Ihre Selbstständigkeit habe aber noch weitere Gründe. Für eine Vollzeitstellung in einem Museum oder einer anderen Institution zu arbeiten fehle ihr aufgrund ihrer vier Kinder die Zeit. Zudem empfand sie bereits die Teilzeitanstellung im Museum<sup>382</sup> als einengend. Laurence Frey wollte eigene Führungen konzipieren und durchführen, sie wollte mehr persönlichen Einfluss auf ihre Arbeit nehmen können und weniger Vorgaben von aussen. Beispielsweise bezüglich der Fragen wo, worüber und für wen sie Führungen macht. Thematische Vertiefung und kontinuierliche Auseinandersetzung mit den Inhalten sollten möglich sein.

„*Ich hatte den Wunsch, das Format der klassischen Führung zu öffnen, diskursiver zu arbeiten, in Dialog zu treten mit Kunst und TeilnehmerInnen. Das stand mehr im Vordergrund als das Geldverdienen. Aber dass es etwas Geld einbringt ist auch gut.*“<sup>383</sup> So kam ihr die Idee zum Projekt Kunstabonnement, was 2008 zur Gründung von les-beaux-arts als GmbH zusammen mit Joy Neri führte. Nach etwa einem halben Jahr stiess Barbara Egli dazu. Sie ist Kulturmanagerin und für Administration, Kundengewinnung und alle organisatorischen Aufgaben zuständig. Die drei sind Partnerinnen, es gibt keine Angestellten. Laurence Frey sagt im Interview: „*Wir sind eine kleine aber feine Firma.*“<sup>384</sup> Auf die Gründung haben sich les-beaux-arts nach eigener Aussage nicht speziell vorbereitet.

**Künftige Entwicklungen:** Im Interview sagt Laurence Frey, sie könne sich vorstellen die Tätigkeit wieder zu wechseln. Die Selbstständigkeit mit les-beaux-arts ist für sie kein endgültiger Zustand. Als Alternative käme für Laurence Frey ein „*richtiger, fester Job, z.B. als Lehrerin*“<sup>385</sup> in Frage, trotz ihrer Befürchtung, keine gute Angestellte zu sein. Als Gründe für eine Rückkehr in ein Angestelltenverhältnis nennt sie das Nachlassen von Naivität und Enthusiasmus, das sie an sich beobachtet.

**Nachbemerkung:** Diese Interviewaussagen wurden inzwischen durch die tatsächlichen Entwicklungen bestätigt. Im Frühjahr 2012 bestehen les-beaux-arts in der bisherigen Form nicht mehr. Die Firma hat sich per Ende 2011 aufgelöst, Laurence Frey ist ausgestiegen. Joy Neri, Barbara Egli und zwei weitere Frauen betreiben das

381 Aus dem Interview mit Laurence Frey.

382 Sie gab Führungen im Kunsthaus Zürich.

383 Aus dem Interview mit Laurence Frey.

384 Ebenda.

385 Aus dem Interview mit Laurence Frey.

Grundkonzept unter dem Namen „art\_works – Agentur für Kunstvermittlung und Sammlungsberatung“<sup>386</sup> weiter. Was Laurence Frey heute macht, ist mir nicht bekannt.

## 4. Fazit

In diesem abschliessenden Kapitel<sup>387</sup> lege ich den Schwerpunkt auf die Beantwortung der für mich zentralen Frage, wie die Chancen stehen, von der Tätigkeit als selbstständige VermittlerIn zu leben.

Meine diesbezüglichen Zweifel bildeten einen Teil meines persönlichen Erkenntnisinteresses an der Thematik. Vor den Interviews nahm ich an, dass dienstleistungsorientierte VermittlerInnen bessere Voraussetzungen haben, ihren Lebensunterhalt in Selbstständigkeit zu verdienen, als kritische. Ich dachte, sie hätten es leichter, an Aufträge zu kommen, weil sie die „Hürde“ der Eigenwilligkeit und eventuell den Ruf, schwierig zu sein, nicht erst überwinden müssen. Das wiederum verweist auf meine Annahme, dass in Selbstständigkeit betriebene, kritische Kunstvermittlung Spass macht, es aber schwierig sein könnte, sie zu verkaufen.

Auf die von mir befragten ExpertInnen treffen diese Annahmen jedoch nicht zu. Die Untersuchung zeigt, dass von zwei befragten dienstleistungsorientierten Vermittlungsbüros keines wirklich für die wirtschaftliche Existenz mehrerer Personen zu sorgen vermag und keines über mehrere Jahre steigende Umsätze verzeichnet.<sup>388</sup> Die beiden befragten Vermittlungsbüros mit kritischem Arbeitsansatz erfüllen diese Kriterien hingegen. Das heisst für mich, Dienstleistungs- und Marktorientierung sind im Arbeitsfeld Vermittlung nicht gleichbedeutend mit wirtschaftlichem Erfolg. Es scheint tendenziell eher umgekehrt. Meiner Meinung nach spielen dabei folgende Faktoren eine Rolle.

Die eher dienstleistungsorientierten Befragten scheinen sich mehr aus pragmatischen Motiven für die Vermittlung zu entscheiden. Die pragmatische Motivation in Verbindung mit dem dienstleistungsorientierten Vermittlungsverständnis und affirmativ-reproduktiven Vermittlungsbegriff liess mich annehmen, dass diese VermittlerInnen auf der inhaltlich-thematischen Ebene offen und flexibel sind.

Diese Annahme möchte ich nach der Befragung nicht revidieren, sie ist aber auch

---

<sup>387</sup> Aus Platzgründen verzichte ich im Fazit auf die Belegführung mittels Zitaten. Alle gewonnenen Erkenntnisse beziehen sich auf die im Empirieteil aufgeführten Aussagen und Angaben aus den Fallstudien, basierend auf den Informationen aus den Interviews mit den Befragten und von deren Webseiten oder auf die im Theorieteil angeführte Literatur. Sie können dort nachgelesen werden.

<sup>388</sup> Eines dieser Büros ist derzeit nicht in Betrieb. Zwar sind beide BetreiberInnen weiterhin als selbstständige VermittlerInnen tätig (mit Erfolg), dies jedoch als Einzelpersonen, dabei hat sich ihre Arbeit in verschiedene Richtungen weiterentwickelt. Das Vermittlungsbüro mit dem ursprünglich zugrunde liegenden dienstleistungsorientierten Führungskonzept lassen sie ruhen.

Das zweite Büro beschäftigte bisher zwar drei Personen, deren Arbeit sich auch finanziell gesehen rentierte, allerdings nur solange, wie keine der drei mehr als 30 % arbeitet. Der Markt für das Nischenprodukt so klein, dass er nicht mehr als das Äquivalent einer 90-100 % Stelle erwirtschaftet. Es vermochte also nicht für ihre tatsächliche wirtschaftliche Unabhängigkeit, ihr wirtschaftliches Überleben zu sorgen. Allerdings waren die BetreiberInnen dieses Büros bisher nicht auf einen Vollverdienst aus ihrem Vermittlungsbüro angewiesen.

nicht ganz zutreffend. Ich stelle fest, dass dazu eine differenziertere Betrachtung nötig ist. Wo dieses zutrifft, wo also inhaltlich-thematische Flexibilität mit Dienstleistungsorientierung zusammenfällt, zeigt sich, dass das Programm der angepassten VermittlerInnen schnell Gefahr läuft, in Beliebigkeit zu kippen, was sie und ihre Position weniger herausragen lässt, sie weniger einzigartig erscheinen lässt, und zu erhöhtem Konkurrenzdruck führt.

In manchen Aspekten sind die Konzepte der betreffenden Büros durchaus festgelegt und selektiv, beispielsweise in Bezug auf die Vermittlungsformate (überwiegend Führungen) und die inhaltliche Grundthematik (zeitgenössische Kunst) und teilweise auch in Bezug auf die Angebotspreise. Dies verkleinert die Gruppe der möglichen AdressatInnen und so die Verdienstmöglichkeiten.

Im Fall des Berliner Büros stellte sich das Finden und Kontaktieren dieser Klientel als problematisch heraus, besonders in Kombination mit dem auf der Angebotsseite in Berlin herrschenden Konkurrenzdruck. Dies trug unter anderem dazu bei, dass die beiden BetreiberInnen dieses Büros mittlerweile stark auf andere Konzepte setzen. Im Fall des Zürcher Büros besteht und funktioniert der Kontakt zur Klientel und Konkurrenz scheint bisher kein Problem zu sein. Das Angebot ist allerdings so selektiv gestaltet, dass der vorhandene Markt sehr klein ist und zur Vollbeschäftigung der VermittlerInnen nicht ausreicht. Diese reagierten darauf, indem sie ihr „Sortiment“ um ein neues Angebot aus demselben Bereich erweiterten, um ihre vorhandene Zielgruppe/Markt noch besser zu nutzen und sich darüber hinaus möglicherweise weitere Kundschaft zu erschliessen.

Es scheint so, dass eine gute Systemkenntnis, die kritische Reflexion des Felds sowie der strategische Umgang mit seinen Begriffen und Mechanismen, wie ihn die befragten kritischen VermittlerInnen pflegen, zum wirtschaftlichen Erfolg beitragen. Neben der Systemkenntnis liegen dem strategischen Umgang mit dem Feld der Vermittlung und seinen Begrifflichkeiten eine klare Vorstellung des eigenen Vermittlungsbegriffs und des beruflichen Selbstverständnisses sowie die Fähigkeit zur Selbstreflexion zugrunde.

Die befragten kritischen VermittlerInnen verwenden beispielsweise die Begriffe zur Auftragsbeschaffung und Projektfinanzierung flexibel und abgekoppelt von ihrem eigenen Selbstverständnis und Vermittlungsbegriff und vergrössern so den Markt für die eigene Arbeit. Sie setzen die Begriffe also strategisch zur Vorteilsgewinnung für ihre Unternehmungen ein.

Die Grenzen dieser Flexibilität im Umgang mit den Begriffen verlaufen meist dort, wo die VermittlerInnen von vornherein keine Chancen für ihre Art der Arbeit sehen,

bzw. wo die begriffliche Flexibilität Einfluss auf die inhaltliche Arbeit nehmen könnte oder den persönlichen Überzeugungen zu stark entgegenläuft. Der Bewusstseitsgrad für das eigene Tun auf der strategischen Ebene variiert dabei unter den Befragten.

Was die kritischen VermittlerInnen weiterhin auszeichnet, ist, dass sie mit der Vermittlungsarbeit oftmals ein Anliegen verfolgen, welches über die rein persönliche Interessensebene hinausreicht und die Entscheidung für die Berufswahl Vermittlung wie auch Inhalte und Programmatik der Arbeit beeinflusst. Damit positionieren sie sich auch deutlich im Feld der Vermittlungsarbeit.

Die Kombination aus Systemkenntnis, Selbstverständnis, Reflexionsfähigkeit, Selbstpositionierung, Wille zur Einflussnahme auf gesellschaftliche Prozesse, Fokus auf Inhalte etc. ergibt in den Fällen der von mir befragten kritischen VermittlerInnen eine jeweils unverkennbare Mischung, die einer Marke, einem Brand, und auch einer Institution, (im Sinne eines Namens, der für eine bestimmte Art der Arbeit steht) gleichkommt. Kein anderer kann genau das bieten, was sie bieten. Sie haben sich durch Authentizität und Unverwechselbarkeit, man könnte auch sagen, mit ihrer Unangepasstheit, eine Nische geschaffen und sich erfolgreich auf dem Markt positioniert.

Die kritischen Künstler-KunstvermittlerInnen haben die zusätzliche Möglichkeit, sich über den Künstler-Faktor zu verkaufen, oder anders gesagt: Kritische Kunstvermittlung kann vom State-of-the-art-Status profitieren. Der „Künstler“-Faktor jener Vermittlungsbüros, die sich u. a. als KünstlerInnen und KunstvermittlerInnen bzw. KunstarbeiterInnen verstehen, ihre Vermittlungsarbeit also auch als ihre Art der Kunst betrachten, steigert deren Attraktivität für manche Institutionen. Diese versprechen sich, so folgere ich, von der Beauftragung dieser Künstler-VermittlerInnen zwei Produkte oder Leistungen zum Preis von einem zu erhalten, also eine Kunst- und eine Vermittlungsaktion zu bekommen.

Selbstpositionierung, eigenständiger Charakter, eigene Arbeitsweise, Unverwechselbarkeit und feste Prinzipien sind Eigenschaften, die in der Arbeit der Befragten, die Vermittlung als kritische Praxis betreiben, zum Tragen kommen. Es sind auch Eigenschaften, die im Marketing zum Aufbau einer Marke, zum Erreichen einer USP (Unique Selling Position) als wünschenswert gelten und zum Einsatz kommen können. In dieser punktuellen Parallelität besteht in meinen Augen eine Schnittmenge zwischen den oft als gegensätzlich interessiert geltenden Bereichen Vermittlung und Marketing. Diese könnten selbstständige VermittlerInnen im Sinne von „Synergieeffekten“ nutzen und für ihre Arbeit fruchtbar machen.

Ich habe mich auf den letzten Seiten und verstärkt im letzten Abschnitt immer wieder einer Sprache aus der Wirtschaft bedient. Dies hat mit meinem eigenen Hin-

tergrund im Kulturmanagement zu tun, der meine Perspektive prägt. Bei den Befragten dagegen war auffällig, dass ein Selbstverständnis als Künstlerin, Künstlerin/Kunstvermittlerin oder kritische Kunstvermittlerin den bewussten und strategischen Umgang mit den Begrifflichkeiten aus Kunst und Vermittlung zu erleichtern scheint, während es hingegen den Zugang zu und die Verwendung von Begriffen, welche die wirtschaftliche Seite der Selbstständigkeit betreffen, zu erschweren scheint.

Die betreffenden Befragten scheuen sich, diese Begriffe auf sich und ihre Tätigkeit zu beziehen. Sie verwenden sie nur in Abgrenzung zu ihrer Arbeit. Teilweise zeigt sich dabei eine regelrechte Aversion, beispielsweise den Unternehmensbegriff betreffend. Was der Welt der Ökonomie angehört oder was die kritischen VermittlerInnen ihr zuordnen, scheint in ihren Augen negativ konnotiert oder zumindest nicht wertfrei zu sein.

Im schlechtesten Fall führt dies dazu, dass die VermittlerInnen damit ihrem eigenen Erfolg im Weg stehen. Meinem Eindruck nach begründet sich diese ablehnende Haltung einerseits darin, dass das Feld der Wirtschaft den VermittlerInnen fremd ist. Anders als in den Feldern der Kunst und Kunstvermittlung fühlen sie sich hier nicht als ExpertInnen. Keine der Befragten absolvierte ein Studium der Wirtschaftswissenschaften oder eine vergleichbare Ausbildung oder sammelte Berufserfahrung im Wirtschaftsbereich. Auf der anderen Seite scheinen die Studienrichtungen Kunst, Kunstgeschichte, Kulturwissenschaften und Philosophie sowie die Verankerung in einem künstlerisch-alternativen (teils politischen) oder auch künstlerisch-bürgerlichen Milieu nicht unbedingt prädestiniert zu sein, um einen unvoreingenommenen und ungezwungenen Umgang mit dem Feld der Wirtschaft zu fördern.

Meiner Meinung nach besteht hier eine Art blinder Fleck im professionellen Blickfeld der kritischen VermittlerInnen. Mit einem unverkrampfteren Verhältnis zur Wirtschaftswelt könnten sie ihre zur Genüge bewiesenen strategischen Fähigkeiten auch auf diesem Gebiet für sich einsetzen und so möglicherweise zum Erreichen ihrer Zielsetzungen, beispielsweise bezüglich der besseren finanziellen Absicherung, beitragen. Dies alles aus der Perspektive der studierten Kulturmanagerin, auf dem Gebiet der selbstständigen Vermittlung aber Unerfahrenen, gesehen und gesprochen.

Ich kann jedoch nicht abschätzen, wie viel Annäherung an die Wirtschaft(-wissenschaften), wie viel Expansion und Optimierung die Arbeitsmodelle der selbstständigen kritischen VermittlerInnen vertragen würden, bevor das jeweilige System aus der Balance geriete und beispielsweise die oben beschriebene Unverkennbarkeit verlöre. Dieser Frage könnte ich in einer eigenen Praxis als selbstständige Vermittlerin und/oder forschende Vermittlerin nachgehen.

Die dienstleistungsorientierten VermittlerInnen verhalten sich diesbezüglich teilweise vergleichbar den kritischen, teilweise scheinen sie den Begriffen aus der Ökonomie eher positiv gegenüberzustehen, so als betrachteten sie diese als Möglichkeit, sich von den für sie unbefriedigenden Aspekten des Arbeitsfeldes Vermittlung abzusetzen.

Welche Gründe sehen die befragten VermittlerInnen selbst für ihren wirtschaftlichen Erfolg?

Alle Befragten geben an, dass sie qualitativ gute Arbeit leisten, gut vernetzt sind und ausserdem bereits seit einiger Zeit im Feld dabei, was neben den Netzwerkkontakten auch zu einem gewissen Bekanntheitsgrad führe. Die Vermittlungsbüros, die von mir aus der Untersuchung heraus als wirtschaftlich erfolgreich eingeschätzt werden, stellen einen Zusammenhang her zwischen ihrem Erfolg und dem Ruf, den sie sich im Feld als selbstständige VermittlerInnen erarbeitet haben. Sie stünden für eine bestimmte Art der Kunstvermittlung, im Sinne einer „Marke“ eines „Brands“ oder einer „Institution“.

Diese wirtschaftlich erfolgreichen kritischen VermittlerInnen beziehen auch die Arbeitsbedingungen im Feld der selbstständigen Vermittlung in ihre Überlegungen mit ein. Sie zeichnet aus, dass sie Missstände im Arbeitsfeld der Vermittlung nicht nur anklagen oder kritisieren, sondern aktiv werden, um diese zu ändern. Beispielsweise kämpfen sie über Verbandsarbeit für angemessene Bezahlung oder entwickeln eigene (teils subversive) Strategien, um die schlechten Bedingungen auszutricksen. Teils möchten sie so auch der Förderung der Prekarisierung<sup>389</sup> entgegenwirken. Andererseits nehmen sie immer wieder kurzfristig selbstausbeuterische Praktiken in Kauf, um längerfristig gesehen eine Verbesserung ihrer Gesamtsituation zu erreichen. Teils sahen sie sich zu Beginn ihrer Selbstständigkeit dazu gezwungen, zu prekären Bedingungen zu arbeiten, sei es, dass sie keine oder nur symbolische Bezahlung erhielten.

Die Arbeitsbedingungen der Befragten betreffend stellte sich in der Untersuchung die auf der finanziellen Ebene noch immer mangelnde Wertschätzung der Vermittlungsarbeit und damit verbunden den – je nach Perspektive – geringen oder nach oben beschränkten Verdienstmöglichkeiten als problematisch heraus. Dieser Eindruck verstärkt sich noch, bezieht man die überwiegend sehr hohen Arbeitspensen der Befragten sowie das von allen geäußerte Bedürfnis nach mehr finanzieller Sicherheit in die Überlegung mit ein. Hinzu kommt, dass sich alle Befragten im Vergleich mit anderen (selbstständig oder angestellt tätigen) VermittlerInnen als verhältnismässig gut bezahlt bezeichnen. Dies nehme ich als Hinweis, dass die wirtschaftliche Lage im

389 Gemeint ist hier nicht allein Prekarisierung im Sinne von „Situationen potenzieller Armut, die an die Erosion des so genannten Normalarbeitsverhältnisses gebunden sind“, Vgl. Allesandro Pelizari zu Prekarisierung in SocialInfo, Wörterbuch der Sozialpolitik. <http://www.socialinfo.ch/cgi-bin/dicopossode/show.cfm?id=475> (letzter Zugriff am 11.05.2012), sondern auch mit Isabell Lorey im Sinne der „hegemonialen Funktion von Prekarisierung im Kontext neoliberaler Gouvernementalität“.

Feld teils noch deutlich angespannter sein kann, als sie sich in meiner Untersuchung darstellt.

Aufgrund dieser Aussagen sehe ich die Problematik oder Gefahr der Selbstausbeutung im Arbeitsfeld Vermittlung als gegeben. Die Mehrheit der befragten VermittlerInnen betrachtet diese als einen für FreiberuflerInnen generell unvermeidlichen Begleitumstand und scheint ihn bis zu einem gewissen Grad zu akzeptieren. Neben der Untersuchung verweist auch die Literatur darauf, dass diese Problematik damit zusammenhängt, dass das Vermittlungsfeld erst seit kurzem etabliert ist, und Aufwertung erfährt, nachdem es zuvor lange marginalisiert wurde. Ein Stück weit ist dies vielleicht darauf zurückzuführen, dass in diesem Arbeitsfeld hauptsächlich Frauen tätig sind, welche bis heute im Schnitt schlechter bezahlt werden als Männer.<sup>390</sup> Leider war es mir im Rahmen dieser Arbeit nicht möglich, in Erfahrung zu bringen, ob männliche Vermittler im Schnitt auch mehr verdienen als ihre weiblichen Kolleginnen.

Der Frage, wie es kommt, dass dieses Feld noch immer so sehr mit schlechter Bezahlung zu kämpfen hat, und was Strategien sein könnten, dem entgegenzutreten, würde ich gerne noch weiterfolgen bzw. fände ich dies eine Frage, zu der es sich lohnen würde, weiter zu forschen.

Diese negativen Begleitumstände legen die Vermutung nahe, dass selbstständige VermittlerInnen neben dem Engagement für die inhaltliche Arbeit und der Überzeugung von der Wichtigkeit und Richtigkeit des eigenen Tuns, auch eine gewisse Bereitschaft zur selbst gewählten Prekarisierung mitbringen müssen, um längerfristig im Arbeitsfeld tätig zu sein.

Die kritischen Befragten erscheinen mir tendenziell empfänglicher für bestimmte Verhaltensweisen, die zur Selbst-Prekarisierung beitragen, als die dienstleistungsorientierten VermittlerInnen. Die Leidenschaft, mit der sie bei der Arbeit sind, kann neben allen positiven Effekten, beispielsweise auch dazu führen, dass mehr Zeit in ein Projekt investiert wird als – finanziell betrachtet – sinnvoll wäre. Andererseits schützt sie auch hier ihre Reflexionsfähigkeit. Gleichzeitig sind alle Befragten bestrebt, dem entgegenzuwirken, indem sie z. B. Stundensätze statt Pauschalhonorare berechnen.

Grundsätzlich lassen sich diese Problemstellungen der mangelnden monetären Wertschätzung und damit verbunden der Prekarisierungsgefahr nicht nach „kritisch“

390 In der Schweiz sind es derzeit beispielsweise im Schnitt 9 % Verdienstunterschied, bei gleichwertiger Qualifikation und Tätigkeit. Vgl. Schweizer Radio DRS Nachrichtenmeldung vom 12.05.2012.

Vgl. Becker-Schmidt, Regina, Knapp, Gudrun-Axeli: Feministische Theorien zur Einführung, Junius Hamburg 2007. V. a. Abschnitte: Relation, Konnexion im Geschlechterverhältnis, Zum Zusammenhang von Rechtsordnungen, Geschlechterordnungen und gesellschaftlicher Reproduktion sowie Relationalität und soziale Verhältnisse, S. 40-51.

und „dienstleistungsorientiert“ unterteilen. Die Tatsache, dass alle Befragten davon betroffen sind, legt vielmehr die Vermutung nahe, dass es sich um eine grundsätzliche Schieflage im Arbeitsfeld der selbstständigen Vermittlung bzw. in der Selbstständigkeit im Kunst- und Kulturbereich handelt, die auch auf gesamtgesellschaftlichen Normierungszwängen und dem Vormarsch eines neoliberalen Wirtschaftsverständnisses beruht. Ich sehe hier die Position der „Kritik der Kreativität“ bestätigt und muss zugeben, dass mir diese Umstände im Hinblick auf die Überlegung, selbst als selbstständige Vermittlerin zu arbeiten, zu denken geben.

Aus Literatur und Untersuchung heraus ist das Arbeitsfeld Vermittlung auch in der Selbstständigkeit im wirtschaftlichen Sinne kein freier Markt, sondern hauptsächlich aus öffentlicher Förderung und Drittmitteln finanziert. Deshalb ist es nicht korrekt, die Arbeit der VermittlerInnen mit rein wirtschaftlichen Massstäben zu betrachten. Es zeigt sich auch, dass die Erkenntnis, dass kritische Vermittlung sich am Markt behaupten kann, nur unter der Prämisse aufrechtzuerhalten ist, dass es eine öffentliche Kulturförderung gibt, die eine entsprechende Nachfrage erzeugt bzw. ermöglicht – ein Interesse des (subventionierten) künstlerischen Feldes an Kunstvermittlung.

In der Umkehrung könnte dies eine Erklärung für die angesprochenen Probleme sein, mit welchen die Konzepte der dienstleistungsorientierten VermittlerInnen teilweise zu kämpfen haben. Möglicherweise wurden diese in manchen Aspekten an den Realitäten des Arbeitsfeldes Vermittlung (kein freier Markt s.o.) vorbeigeplant. Beispielsweise sind einige Angebote dieser VermittlerInnen so konzipiert, dass sie sich ausschliesslich an zahlungskräftigen Personen oder Unternehmungen aus der Privatwirtschaft richten.

Wenn ich meine Erkenntnisse aus der Untersuchung auf das Arbeitsfeld Vermittlung beziehe, komme ich zu dem Schluss, dass die selbstständigen kritischen VermittlerInnen, die mit emanzipatorischen Ansätzen und zumindest in teilweiser Autonomie von Institutionen arbeiten, damit auch zur Entwicklung des Vermittlungsfeldes auf praktischer und theoretisch-reflexiver Ebene beitragen. Daher ist es nicht nur gut und wichtig, dass es sie gibt, es wäre auch wünschenswert und angebracht, dem Bereich der Selbstständigkeit in der Vermittlung und der Arbeit der selbstständigen VermittlerInnen vom Forschungsstandpunkt aus gesehen künftig mehr Aufmerksamkeit entgegenzubringen.

Am Departement Kulturanalysen und Vermittlung (DKV) der ZHdK böten sich dafür meiner Meinung nach gute Bedingungen, da hier mit dem IAE als Forschungsinstitut zur Kunstvermittlung und mit dem Institut für Theorie die geeigneten Forschungsstellen mit dem entsprechenden Know-how für die betreffenden Bereiche bereits vorhanden sind. Zudem war der Direktor des DKV, Christoph Weckerle

von 2002 bis 2007 Leiter der Creative Research Unit Culture & Creative Industries (RUCI) und somit Herausgeber von Publikationen wie der drei Kreativwirtschaftsberichte Schweiz.<sup>391</sup>

Für mich ist die Erkenntnis wichtig, dass in selbstständiger Tätigkeit ausgeübte kritische Vermittlung wirtschaftlich erfolgreich betrieben werden kann und somit eine reelle berufliche Möglichkeit darstellt. Wenn sich auch der Verdienst innerhalb eines relativ bescheidenen Rahmens bewegt. Dabei ist es wichtig zu sehen, dass dieser bescheidene Verdienstrahmen das Arbeitsfeld Vermittlung im gesamten und nicht die kritische Vermittlung im Speziellen zu betreffen scheint. Des Weiteren denke ich, dass diese Erkenntnisse nicht nur für mich, sondern auch für andere in Ausbildung befindliche VermittlerInnen von Interesse sind.

Aus der Untersuchung heraus und vor meinem kulturwirtschaftlichen Ausbildungshintergrund sehe ich auf der Ebene der einzelnen Vermittlungsbüros noch Potential, die Verdienstmöglichkeiten innerhalb eines gewissen Rahmens zu verbessern. Dies ändert jedoch nichts daran, dass die grundsätzliche Problematik der zu geringen monetären Wertschätzung für die Vermittlungsarbeit nicht auf der Ebene der einzelnen VermittlerInnen gelöst werden kann. Um hier Veränderungen herbeizuführen, braucht es auch Massnahmen auf kultur- und wirtschaftspolitischer Ebene, welche die beteiligten Institutionen, die Verbände aber auch die inoffiziellen Netzwerke der VermittlerInnen miteinbeziehen. Forschung zum Vermittlungsfeld, die sich mit dieser Thematik weiterführend auseinandersetzt, könnte dazu beitragen, solche Veränderungen anzustossen und solche Massnahmen wissenschaftlich begleiten.

Als möglicherweise praktikablen und hilfreichen Gegenentwurf zu prekären Arbeitsbedingungen und neoliberalen Zwängen, der sich jedoch nicht spezifisch auf das Feld der Vermittlung oder den Kulturbereich bezieht, sondern der als gesamtgesellschaftlicher Lösungsversuch, verstanden werden kann, kommt mir nur der politische Ansatz eines unabhängigen Grundeinkommens für alle in den Sinn. Bis dieser Ansatz jemals zum Einsatz kommen sollte, wird es noch geraume Zeit dauern und selbst dann ist nicht gewährleistet, dass er die erhofften Effekte erzielt.

In der Zwischenzeit könnte ich mir vorstellen, weitere Forschungen zum Arbeitsfeld selbstständiger Vermittlung anzustellen und damit zur Theoriebildung beizutragen sowie parallel selbst im Praxisfeld tätig zu sein (dies allerdings in meinem Fall nur im

Team) und meine eigenen Projekte durchzuführen. Dank dieser Arbeit weiss ich nun, dass es möglich ist. Womit ich am Ende und zugleich wieder beim Ausgangspunkt dieser Arbeit angekommen bin.

---

<sup>391</sup> Die Research Unit Creative Industries ist ein loser Verbund von Forschern an der ZHdK und ausserhalb, die sich projektbezogen mit dem Thema beschäftigen. Unter dem Label hat die ZHdK bspw. den Designpreis Schweiz gewonnen oder Eingang in die Papiere der Enquete-Kommission des deutschen Bundestages usw. gefunden. Es handelt sich um ein Netzwerk, nicht um eine fixe Struktur. Sie wurde von Christoph Weckerle um das Jahr 2000 aufgebaut, um das Thema der Creative Industries in der Schweiz diskussionsfähig zu machen. Quelle: Christoph Weckerle auf E-Mail-Anfrage, am 14.05.2012.

## **Eidesstattliche Erklärung**

Hiermit versichere ich, dass ich die Masterarbeit selbstständig verfasst und keine anderen als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel benutzt habe, alle Ausführungen, die anderen Schriften wörtlich oder sinngemäß entnommen wurden, kenntlich gemacht sind und die Arbeit in gleicher oder ähnlicher Fassung noch nicht Bestandteil einer Studien- oder Prüfungsleistung war.

# Bibliographie

## Printquellen

Atteslander, Peter: Methoden der empirischen Sozialforschung, Universität Bern, Sammlung Göschen Band 1229/1229a, Walter de Gruyter & Co Berlin 1969.

Baumann, Sabine, Baumann, Leonie (Hg.): Wo laufen S(s)ie denn hin?! Neue Formen der Kunstvermittlung fördern, Wolfenbüttler Akademie-Texte Band 22, Bundesakademie für kulturelle Bildung Wolfenbüttel 2006.

Becker-Schmidt, Regina, Knapp, Gudrun-Axeli: Feministische Theorien zur Einführung, Junius Hamburg 2007. V. a. Abschnitte: Relation, Konnexion im Geschlechterverhältnis, Zum Zusammenhang von Rechtsordnungen, Geschlechterordnungen und gesellschaftlicher Reproduktion sowie Relationalität und soziale Verhältnisse, S. 40-51.

Berger, Peter L. und Thomas Luckmann: Die gesellschaftliche Konstruktion der Wirklichkeit. Eine Theorie der Wissenssoziologie, Kapitel zur „Institutionalisierung“, S. Fischer Frankfurt am Main 1970.

Brunsiek, Sigrun, Schöppinger Forum der Kunstvermittlung (Hg.): Zum Stand der Kunstvermittlung heute. Ansätze Perspektiven Kritik, Transfer: Beiträge zur Kunstvermittlung Band 2, Verlag Stiftung Künstlerdorf Schöppingen 2003.

Buschmann, Renate, Marburger, Marcel R. und Weltzien, Friedrich (Hg.): Dazwischen die Vermittlung von Kunst, Festschrift für Antje von Graevenitz, Reimer Berlin 2005.

Colbert, François: Kultur- und Kunstmarketing ein Arbeitsbuch, Springer Wien 1999.

Flick, Uwe: Qualitative Sozialforschung – eine Einführung, Rowohlt's Enzyklopädie, Rowohlt Hamburg 2007.

Florida, Richard: Cities and the Creative Class, Routledge New York 2008.

Freire, Paulo: Pädagogik der Autonomie Notwendiges Wissen für die Bildungspraxis, Waxmann Münster 2008.

Giessner, Ulrike: „Ansätze der Kunst- und Kulturvermittlung in Österreich“ S. 84, in: Mandel (Hg.), Kulturvermittlung- eine Profession mit Zukunft, transcript Bielefeld 2005.

Girard, Augustin: „developpement culturelles“, UNESCO Paris 1972.

Grüner, Herbert, Kleine, Helene, Puchta, Dieter, Schulze, Klaus-P. (Hg.): Kreative gründen anders! – Existenzgründungen in der Kulturwirtschaft – Ein Handbuch, transcript, Bielefeld 2009.

Hagoort, Giep: Art Management Entrepreneurial Style, Eburon Utrecht School of the Arts Utrecht 2003.

Hamer, Gunhild (Hg.): Perspektiven der Kulturvermittlung, Hier Und Jetzt Baden 2010.

Hamer, Gunhild (Hg.): Kultur macht Schule Kulturvermittlung in der Praxis, Hier und Jetzt Baden 2009.

John, Hartmut, Dauschek Anja (Hg.): Museen neu denken- Perspektiven der Kulturvermittlung und Zielgruppenarbeit, transcript Bielefeld 2008.

Kirchhoff, Heike, Schmidt, Martin (Hg.): Das Magische Dreieck – die Museumsausstellung als Zusammenspiel von Kuratoren, Museumspädagogen und Gestaltern, Schriften des Bundesverbands freiberuflicher Kulturwissenschaftler Band 1, Reihe Kultur- und Museumsmanagement, transcript Bielefeld 2007.

Kirchhöfer, D.: „Begriffliche Grundstrukturen des Programms ‚Lernen im sozialen Umfeld?‘. Diskussion unterschiedlicher Ansätze und Definitionsvorschläge.“, S.56, in: Kompetenzentwicklung in außerbetrieblichen Strukturen – Begriffe und Zugänge. QUEM-report, Heft 56. Berlin 1998, S. 5-70.

Kittlausz, Viktor, Pauleit, Winfried (Hg.): Kunst - Museum – Kontexte. Perspektiven der Kunst- und Kulturvermittlung, transcript Bielefeld 2006.

Klandt, Heinz, Finke-Schürmann, Tanja: Existenzgründung für Hochschulabsolventen. So erstellen Sie einen überzeugenden Business Plan. Ideen bewerten, Kapitalgeber überzeugen, Eichborn Frankfurt am Main 1998.

Klaus, Philipp: Stadt, Kultur, Innovation. Kulturwirtschaft und kreative innovative Kleinunternehmen in der Stadt Zürich, Seismo-Verlag Zürich 2006.

Konrad, Elmar D. (Hg.): Aspekte erfolgreicher Unternehmensgründungen Hinweise – Vorgehen – Empfehlungen, Waxmann Münster 2005.

Krajewski, Markus (Hg.): Projektemacher, Kulturverlag Kadmos Berlin 2004.

Krause, Anne, Schomaker, Tanja und Ziese, Lena: Arthur Berlin – Eigene Wege gehen, S. 260-266, in: Mandel, Birgit, Die neuen Kulturunternehmer – Ihre Motive, Visionen und Erfolgsstrategien, Reihe Kultur- und Museumsmanagement, transcript Bielefeld 2007.

Lüth, Nanna, Mörsch, Carmen (Hg.): Kinder machen Kunst mit Medien Ein/e Arbeits-BDuVchD, kopaed München 2007.

Mandel, Birgit: Audience Development, Kulturmanagement, Kulturelle Bildung. Konzeptionen und Handlungsfelder der Kulturvermittlung, kopaed München 2008.

Mandel, Birgit: Die neuen Kulturunternehmer – Ihre Motive, Visionen und Erfolgsstrategien, Reihe Kultur- und Museumsmanagement, transcript Bielefeld 2007.

Mandel, Birgit: Kulturvermittlung - zwischen kultureller Bildung und Kulturmarketing. Eine Profession mit Zukunft, transcript Bielefeld 2005.

Merkel, Janet: „Kreativquartiere – Urbane Milieus zwischen Inspiration und Prekarität“, Edition Sigma Berlin 2008.

Mörsch, Carmen: „Am Kreuzungspunkt von 4 Diskursen: Die documenta 12. Vermittlung zwischen Affirmation, Reproduktion, Dekonstruktion und Transformation“, in: Kunstvermittlung 2. Zwischen kritischer Praxis und Dienstleistung auf der documenta 12, Berlin, 2009.

Mörsch, Carmen, Landesverband der Kunstschulen Niedersachsen (Hg.): Schnittstelle Kunstvermittlung, Reihe Kultur- und Museumsmanagement, transcript Bielefeld 2007.

Pratt, Andy C.: The Cultural Industries Sector: its definition and character from secondary sources on employment and trade, Britain 1984-91. Research Papers in Environmental and Spatial Analysis No. 41. Dep. Of Geography and Environment, London School of Economics, 1- 36, 1997.

Rancière, Jacques: Der Emanzipierte Zuschauer, Passagen Wien 2010.

Rancière Jacques: Der unwissende Lehrmeister, Passagen Wien 2007.

Raunig, Gerald, Wuggenig, Ulf (Hg.): Kritik der Kreativität, Turia und Kant, Wien 2007.

Reussner, Eva M.: Publikumsforschung für Museen internationale Erfolgsbeispiele, transcript Bielefeld 2010.

Sturm, Eva: Vom Schiessen und vom Getroffen-Werden. Kunstpädagogik und Kunstvermittlung ‚Von Kunst aus‘, in: Karl-Josef Pazzini et al. (Hg.), Kunstpädagogische Positionen 7, Hamburg 2005.

Sturm, Eva: Woher kommen die KunstvermittlerInnen, in Sturm/Rollig (Hg.), Dürfen die das?, Turia + Kant Wien 2002.

Sturm, Eva: Im Engpass der Worte, Reimer Berlin 1996.

Weckerle, Christoph, Söndermann, Michael, Gehrig, Manfred (Hg.): Kreativwirtschaft Schweiz – Daten. Modelle. Szene, Birkhäuser, Basel 2008.

Wiesand, Andreas Joh.: „Götterdämmerung der Kulturpolitik? Anmerkungen zur Karriere der ‚Creative Industries‘“, S. 61-72, in: Wagner, Bernd (Hg), Jahrbuch für Kulturpolitik 2008, Band 8, Thema: Kulturwirtschaft und kreative Stadt, Institut für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft e.V. Bonn, Klartext Essen 2008.

Zacharias, Wolfgang: „Kunst und Kultur bilden – und wie?“, S. 99, in: Mandel, „Kulturvermittlung – eine Profession mit Zukunft“, transcript Bielefeld, 2005.

Zarba Bordonni, Rosanna: Kulturvermittlung in der Berufsberatung, Diplomarbeit ZHAW 2005.

## Internetquellen

Agentur Artworks: <http://agenturartworks.ch/> (letzter Zugriff 12.05.2012).

Arthur Berlin: <http://www.arthur-berlin.de> (letzter Zugriff am 15.05.2012).

arttransponder e.V: <http://www.arttransponder.net/3.0.html> (letzter Zugriff am 14.05.2012).

Begriffsklärungen, das Arbeitsfeld Vermittlung betreffend:  
<http://iae.zhdk.ch/iae/deutsch/glossar/> (letzter Zugriff am 17.05.2012).

Berliner Projektfonds Kulturelle Bildung <http://projektfonds.kulturprojekte-berlin.de/login/?next=/projekte/> (letzter Zugriff am 16.05.2012).

Blumenstein, Ellen: <http://artnews.org/ellenblumenstein/?s=4> (letzter Zugriff am 03.10.2011).

Department for Culture, Media and Sport (DCMS): „Creative Industries Mapping Document“, Part 1, S.14-16, UK, 2001, <http://webarchive.nationalarchives.gov.uk/+http://www.culture.gov.uk/NR/rdonlyres/338EFCBC-F706-4191-A1A4-CCB7EFF7EDAE/0/foreword.pdf> (letzter Zugriff am 14.05.2012).

eck\_ik – Büro für Arbeit mit Kunst: [www.eckik.org](http://www.eckik.org) (letzter Zugriff am 14.05.2012).

ecm educating/curating/managing, Masterlehrgang für Ausstellungstheorie & Praxis an der Universität für angewandte Kunst Wien, <http://ecm.ac.at> (letzter Zugriff am 05.05.2012).

Enquete-Kommission „Kultur in Deutschland“ des Deutschen Bundestags zur kulturellen Bildung: Stellungnahme zur öffentlichen Expertenanhörung vom 8. März 2004, [www.bkj.de](http://www.bkj.de) (letzter Zugriff am 16.05.2012).

Martin-Brelot, Hélène, Grossetti, Michel, Gritsai, Olga und Kovács, Zsoltán:), Not So Mobile 'Creative Class': A European Perspective, GaWC Research Bulletin 306(A), Juni 2009, <http://www.lboro.ac.uk/gawc/rb/rb306.html> (letzter Zugriff am 17.05.2012).

Gruber, Marion R.: im Blogbeitrag vom Freitag, 27. März 2009, Kunst- und Kulturvermittlung - Eine Definition, <http://up2kukuk.blogspot.com/2009/03/eine-definition-von-kunst-und.html> (letzter Zugriff am 11.05.2012).

Hassenforder, Jean in: Revue Française de Pédagogie, Ausgabe 22, Nr. 1, S. 52-54, Paris 1973.  
[http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/rfp\\_0556-7807\\_1973\\_num\\_22\\_1\\_2040\\_t1\\_0052\\_0000\\_2](http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/rfp_0556-7807_1973_num_22_1_2040_t1_0052_0000_2) (letzter Zugriff am 14.05.2012).

Held, Thom, Kruse, Christian und Söndermann, Michael, Weckerle, Christoph: Zurich's Creative Industries Synthesis Report, On Behalf of the Economic Development Departments of the Canton and City of Zurich June 2005. <http://www.creativezurich.ch/kwzh.php> (letzter Zugriff am 17.05.2012).

Henschel, Alexander: „Was heißt hier „Vermittlung“? Eine Verortung des Vermittlungsbegriffs im Spannungsfeld zwischen Kunst und ihrem Publikum“, Zürich, 2012 (noch nicht publiziert).  
<http://iae.zhdk.ch/iae/deutsch/forschung-entwicklung/forschungskooperation-doktoratsprogramm/doktoratsprogramm-art-education/> (letzter Zugriff am 13.05.2012).

Hesmondhalgh, David und Pratt, Andy C.: „Cultural Industries and Cultural Policy“, International journal of cultural policy, 11(1), 2005, S. 1-14.  
[http://eprints.lse.ac.uk/15478/1/Cultural\\_industries\\_and\\_cultural\\_policy\\_%28LSERO%29.pdf](http://eprints.lse.ac.uk/15478/1/Cultural_industries_and_cultural_policy_%28LSERO%29.pdf) (letzter Zugriff am 14.05.2012).

Ihrenberger, Elisabeth: Schwer vermittelbar? Die Ausbildung für Kunst- und Kulturvermittlung in Österreich, in: Neues Museum. Die österreichische Museumszeitschrift, Nr. 3, Oktober 2007, S. 49 – 53.  
<http://kunstvermittlung.twoday.net/stories/4638261/> (letzter Zugriff am 17.05.2012).

Knell, John, Oakley, Kate: London's Creative Economy: An Accidental Success?, Provocation Series Volume 3 Number 3, The Work Foundation London 2007 <http://www.theworkfoundation.com/Reports/63/London39s-Creative-Economy-An-Accidental-Success> (letzter Zugriff am 17.05.2012).

Kunstcoop: <http://www.kunstcoop.de/> (letzter Zugriff am 24.04.2012).

Kunstverein Wolfsburg: [http://www.kunstverein-wolfsburg.de/lokale\\_liaison/](http://www.kunstverein-wolfsburg.de/lokale_liaison/) (letzter Zugriff am 03.10.2011).

Kunz-Ott, Hannelore, in: Bundesverband Museumspädagogik - Struktur – Arbeitsweise – Ziele, Vortrag am Österreichischen Museumstag 2007, Salzburg, PDF Download von [www.kulturvermittlerinnen.at](http://www.kulturvermittlerinnen.at) (letzter Zugriff 19.10.2011).

les-beaux-arts: [www.les-beaux-arts.ch](http://www.les-beaux-arts.ch) (letzter Zugriff am 12.05.2012).

Lorey, Isabell: Gouvernamentalität und Selbst-Prekarisierung – Zur Normalisierung von KulturproduzentInnen, 2006, <http://eipcp.net/transversal/1106/lorey/de> (letzter Zugriff am 11.05.2012).

Mörsch, Carmen: Alliances for Unlearning: On the Possibility of Future Collaborations Between Gallery Education and Institutions of Critique, in: Afterall Issue 26 Spring 2011, Central Saint Martins College of Art and Design University of the Arts London 2011, <http://www.afterall.org/journal/issue.26/alliances-for-unlearning-on-the-possibility-of-future-collaborations-between-gallery-educa> (letzter Zugriff am 17.05.2012).

Österreichischer Verband der KulturvermittlerInnen im Museums- und Ausstellungswesen: Kriterienpapier für das Berufsbild inklusive Definition für das Berufsbild (PDF) [www.kulturvermittlerInnen.at](http://www.kulturvermittlerInnen.at) (letzter Zugriff: 19.10.2011).

Pelizari, Alessandro: Prekarisierung, in: SocialInfo, Wörterbuch der Sozialpolitik, <http://www.socialinfo.ch/cgi-bin/dicopossode/show.cfm?id=475> (letzter Zugriff am 11.05.2012).

Pro Helvetia zur Kulturvermittlung: <http://www.prohelvetia.ch/Kulturvermittlung.814.0.html> (letzter Zugriff am 17.05.2012).

Research Unit Creative Industries (RUCI) [www.kulturwirtschaft.ch](http://www.kulturwirtschaft.ch) (letzter Zugriff am 17.05.2012).

Salon Populaire, [www.salonpopulaire.de](http://www.salonpopulaire.de) (letzter Zugriff: 03.10.2011).

Stipendium für Kunstvermittlung der Stadt Zürich. [http://www.stadt-zuerich.ch/content/kultur/de/index/foerderung/bildende\\_kunst/stipendien/teilnahmebedingungen/teilnahmebedingungenstipendiumfuerkunstvermittlung.html](http://www.stadt-zuerich.ch/content/kultur/de/index/foerderung/bildende_kunst/stipendien/teilnahmebedingungen/teilnahmebedingungenstipendiumfuerkunstvermittlung.html) (letzter Zugriff am 11.05.2012).

Temporäre Kunsthalle Berlin, [www.kunsthalle-berlin.com](http://www.kunsthalle-berlin.com) (letzter Zugriff am 03.10.2011).

THE OFFICE [www.theoffice.li](http://www.theoffice.li) (letzter Zugriff am 16.05.2012).

trafo.K: [www.trafo-k.at](http://www.trafo-k.at) (letzter Zugriff am 05.05.2012).

Von Osten, Marion, Unberechenbare Ausgänge, 2007. <http://eipcp.net/transversal/0207/vonosten/de/print> (letzter Zugriff am 17.05.2012).

Von Osten, Marion, Be Creative! Der Kreative Imperativ, Ausstellungskonzept, Text zur Ausstellung im Museum für Gestaltung Zürich, 2002. [www.k3000.ch/becreative/downloads/storybook\\_6\\_9.pdf](http://www.k3000.ch/becreative/downloads/storybook_6_9.pdf) und [www.k3000.ch/becreative/downloads/be\\_creative.pdf](http://www.k3000.ch/becreative/downloads/be_creative.pdf) (letzter Zugriff jeweils am 17.05.2012).

Weckerle, Christoph, Theler, Hubert, ZHdK: Dritter Kreativwirtschaftsbericht Zürich, im Auftrag von Stadt Zürich Stadtentwicklung/Wirtschaftsförderung, Kanton Zürich Standortförderung 2010. <http://www.creativezurich.ch/kwzh.php> (letzter Zugriff am 17.05.2012).

Zweiter Zürcher Kreativwirtschaftsbericht, Zürich 2008:

Söndermann, Michael und Weckerle, Christoph, Research Unit Creative Industries (RUCI) der Zürcher Hochschule der Künste (ZHdK): Empirisches Portrait der Kreativwirtschaft Zürich Zahlen und Fakten zum Wirtschaftsjahr 2005

Klaus, Philipp, INURA Zürich Institut und Bentz, Dominic, Hofstetter, Claudia, Statistisches Amt des Kantons Zürich: Geographie der Kreativwirtschaft Visualisierung und Interpretation der räumlichen Entwicklung der Zürcher Kreativwirtschaft <http://www.creativezurich.ch/kwzh.php> (letzter Zugriff am 17.05.2012).

## Abbildungsverzeichnis

- Titelbild: Fotografien von Joline Pütz, die Aufnahmen zeigen Arbeiten von eck\_ik in der Erfolgsstation und dem Ausstellungsbereich der Vermittlung zur Kunstausstellung „viel Glück & Erfolg!“ in der Städtischen Galerie Nordhorn.
- Tabelle 1: Joline Pütz, basierend auf:  
Mörsch, Carmen: „Am Kreuzungspunkt von 4 Diskursen: Die documenta 12. Vermittlung zwischen Affirmation, Reproduktion, Dekonstruktion und Transformation“, in: Kunstvermittlung 2. Zwischen kritischer Praxis und Dienstleistung auf der documenta 12, Berlin, 2009.
- Tabelle 2: Joline Pütz, basierend auf Informationen aus:  
Weckerle, Christoph, Söndermann, Michael, Gehrig, Manfred (Hg.): Kreativwirtschaft Schweiz – Daten. Modelle. Szene, Birkhäuser, Basel 2008.
- Abbildung 1: 3 Sektorenmodell, Nachbau Joline Pütz, Vorlage aus:  
Weckerle, Christoph, Söndermann, Michael, Gehrig, Manfred (Hg.): Kreativwirtschaft Schweiz – Daten. Modelle. Szene, Birkhäuser, Basel 2008.
- Abbildung 2: Screenshot der Startseite von trafo.K. [www.trafo-k.at](http://www.trafo-k.at)
- Abbildung 3: Screenshot der Startseite von eck\_ik. [www.eckik.org](http://www.eckik.org)
- Abbildung 4: Screenshot der Startseite von Arthur Berlin. [www.arthur-berlin.de](http://www.arthur-berlin.de)
- Abbildung 5: Screenshot der Startseite von lex-beaux-arts [www.les-beaux-arts.ch](http://www.les-beaux-arts.ch)  
(les-beaux-arts wurde aufgelöst, deshalb lässt sich der Screenshot so nicht mehr aufrufen)

# Anhang 1

## Vier Funktionen der Vermittlungsarbeit in Museen und Ausstellungsinstitutionen – von den Institutionen her gedacht Carmen Mörsch

### a) Affirmative Funktion

Diskurs: Kunstvermittlung hat die Funktion, das Museum in seinen durch die ICOM festgelegten Aufgaben – Sammeln, Bewahren, Ausstellen – effektiv nach aussen zu kommunizieren. Kunst und das Museum werden als spezialisierte Domänen begriffen, für die sich – legitimerweise – in erster Linie eine Fachöffentlichkeit interessiert.

Häufig anzutreffende Praktiken: Vorträge, andere Begleitveranstaltungen und Medien (wie Filmprogramme, ExpertInnenführungen, Kataloge etc.), gestaltet von autorisierten SprecherInnen (ExpertInnen), die sich an ein Fachpublikum und eine von sich aus bereits interessierte Öffentlichkeit wenden.

### b) Reproduktive Funktion

Diskurs: Kunstvermittlung hat die Funktion, das Publikum von morgen heranzubilden und Öffentlichkeiten, die nicht von alleine ins Museum gehen, an die Kunst heranzuführen; deren Schwellenängste abzubauen. Kunst und das Museum werden als Institutionen begriffen, die wertvolles Kulturgut bereithalten, zu dem einen möglichst breiten Publikum der Zugang ermöglicht werden soll.

Häufig anzutreffende Praktiken: Angebote für Schulklassen und Lehrerfortbildungen, Kinder – und Familienangebote, Angebote für spezielle Interessensgruppen, für Menschen mit besonderen Bedürfnissen. Gestaltet von MuseumspädagogInnen und KunstvermittlerInnen,

### c) Dekonstruktive Funktion

Diskurs: Kunstvermittlung hat – unter Berücksichtigung der Erkenntnisse einer kritischen (oder auch „neuen“) Museologie, wie sie sich seit den 1960er Jahren entwickelt - die Funktion, das Museum, die Kunst und auch die Bildungs- und Kanonisierungsprozesse, die in diesem Kontext stattfinden, gemeinsam mit dem Publikum kritisch und durch unterschiedliche Praktiken zu hinterfragen.

Kunst und das Museum werden in erster Linie in ihrer gesellschaftlich zurichtenden und disziplinierenden Dimension, als Distinktions-, Exklusions- und Wahrheitsmaschinen begriffen. Kunst wird ausserdem selbst in ihrem dekonstruktiven Potential anerkannt – eine Kunstvermittlung, die selbst künstlerische Merkmale aufweist, „von Kunst aus“ gedacht ist, wird paradigmatisch gesetzt.

Anzutreffende Praktiken: Workshopangebote, dialogische Formate und Interventionen in Ausstellungen von und mit KünstlerInnen und KunstvermittlerInnen, die sich diesem Anspruch verpflichtet fühlen. Angebote mit diesem Anspruch, die sich an Gruppen wenden, welche in Bezug auf die Institutionen als ausgeschlossen und benachteiligt markiert sind. Führungen mit kritischen MuseologInnen, dialogische Führungen mit Personen aus anderen Berufsfeldern (Relativierung alleingültigen Wissens).

### d) Transformative Funktion

Diskurs: Kunstvermittlung hat die Aufgabe, die Funktionen des Museums / der Ausstellungsinstitution zu erweitern und die Institution als Akteur gesellschaftlicher Mitgestaltung (auch politisch) zu positionieren. Kunst und das Museum werden als lernende, in Veränderung befindliche Organisationen begriffen, bei denen es weniger darum geht, Gruppen an sie „heranzuführen“, als dass sie selbst an die sie umgebende Welt – z.B. an ihr lokales Umfeld – herangeführt werden müssen und sich fragen müssen, inwieweit die Mitgestaltung unterschiedlichster Öffentlichkeiten langfristig für ihren Erhalt notwendig sind.

Anzutreffende Praktiken: Programme, in denen Projekte mit unterschiedlichen Öffentlichkeiten autonom vom Ausstellungsprogramm durchgeführt werden, um in der Folge im Ausstellungsraum sichtbar zu werden. „Integrated Programming“, keine kategoriale oder hierarchische Unterscheidung zwischen kuratorischer Arbeit und Vermittlung. Ausstellungen, die durch das Publikum bzw. gesellschaftliche Akteure, AktivistInnen etc. im Museum gestaltet werden.

## Anhang 2

### Interviewleitfaden

#### Biografisches

Name, Alter, Wohn- und Arbeitsort?

Welche Ausbildung(en) hast du / habt ihr?

Was hast du / habt ihr vor der selbstständigen Vermittlungsarbeit beruflich gemacht?

Wie bezeichnest du dich / bezeichnet ihr euch selbst in deiner / eurer beruflichen Tätigkeit?

Gibt es andere Gruppen, Projekte, Personen, die für deine / eure Arbeit eine Orientierung bieten?

#### Arbeitsweisen in Kunst- und Kulturvermittlung – Programm der VermittlerInnen

Warum arbeitest du / arbeitet ihr in der Vermittlung?

Welchen Vermittlungsbegriff, welches Verständnis von Vermittlung hast du / habt ihr?

Welche Methoden tauchen in deiner / eurer Arbeit häufig auf?

Was sind die wichtigsten Inhalte (die du vermittelst / ihr vermittelt)?

Stehen deine / eure Rollen als Vermittlerin/nen und als Unternehmerin/nen im Einklang bzw. im Widerstreit?

Welche Art von Projekten / Arbeit machst du / macht ihr?

Beschreibe / Beschreibt ein Projekt beispielhaft, dass dir / euch besonders wichtig war.

Gibt es ein „ideales“ Projekt, dass du / ihr sehr gerne machen würde(s)t, aber nicht realisieren kannst / könnt?

Kannst du / Könnt ihr ein Projekt / eine Situation aus der Vermittlung schildern, das / die für dich / euch eine schlechte Erfahrung war / wäre?

Welches Projekt hast du / habt ihr nicht zu Ende gebracht? Weshalb und wie kam es dazu?

Welche Rolle spielt der Ort / spielen die Orte, an dem / an denen du arbeitest / ihr arbeitet, für die Vermittlung?

#### Arbeitsfelder Existenzgründung und Selbstständigkeit – Auftraggeber, Kooperationspartner, Kulturpolitik

Warum hast du dich / habt ihr euch selbstständig gemacht?

Wann und wo hast du / habt ihr gegründet / dich / euch selbstständig gemacht?

In welcher Form?

Alleine oder mit anderen zusammen?

Wie hast du dich / habt ihr euch darauf vorbereitet?

Wer sind deine / eure Auftraggeber und Kooperationspartner?

Wie entsteht die Zusammenarbeit?

Was sind die Interessen der Auftraggeber? Der Kooperationspartner?

Wie sieht die Zusammenarbeit aus?

Wie finanzier(s)t du deine / ihr eure berufliche Selbstständigkeit / Projekte / Arbeit?

Welchen anderen Tätigkeiten gehst du / geht ihr (evtl.) noch nach?

Welchen Umsatz (brutto) pro Jahr erzielst du / ihr gegenwärtig mit der selbstständigen Arbeit / dem Unternehmen? Wie haben sich die Umsätze seit der Gründung entwickelt?  
(Anmerkung: Diese Fragen werden absolut vertraulich behandelt)

Welche Rolle spielt der Standort für deine / eure Selbstständigkeit?

### **Zu den Arbeitsfeldern Vermittlung und Selbstständigkeit – Kontextbegriffe und Diskurse**

Wo fängt für dich / euch die Arbeit an und wo hört sie auf?

An welchen Orten findet sie statt?

Was ist für dich / euch angemessene oder gute Bezahlung deiner / eurer Arbeit? Wie häufig kommt das vor?

In welchen Situationen fühlst oder fühlte(s)t du dich / ihr euch ausgebeutet? Wann, wo und warum?

Was wäre für dich / euch ein Grund von der Selbstständigkeit (wieder) in eine (Fest) Anstellung zu wechseln?

Wo siehst du / seht ihr Parallelen (wo Unterschiede) zur institutionellen Vermittlung?

Wie institutionalisiert ist deine / eure eigene Arbeit?

Wie definierst du / ihr Erfolg? Deinen / euren Erfolg?

Was sind deiner / eurer Einschätzung nach positive / negative Entwicklungen im Umfeld / Arbeitsfeld selbstständige Kulturarbeit?

Wie wirst du dich / werdet ihr euch als selbstständige Vermittlerin/nen weiterentwickeln?

### **Rückfrage**

Gibt es etwas, das du / ihr MICH fragen willst / wollt?