

INTERKULTUR.PRO – Veranstaltung am 28.04.2010 in Düsseldorf

Die Kunst, ein neues Publikum zu gewinnen

Wie können Museen, Theater oder Konzerthäuser die Überschuldung der Kommunen überleben? Eine Antwort liegt in der Hinwendung zu einer für viele Häuser neuen Zielgruppe: Menschen mit Migrationshintergrund. Bei einer öffentlichen Gesprächsrunde am 28. April in Düsseldorf erklären Experten, wie Kultureinrichtungen die Potenziale der demografischen Entwicklung in Nordrhein-Westfalen nutzen können. Die Veranstaltung findet im Rahmen des vom Land NRW geförderten Programms *interkultur.pro* statt.

Viele Gemeinden Nordrhein-Westfalens sind derart verschuldet, dass der kommunalen Kulturförderung ein Kahlschlag droht. Sogar überregional bekannte Kulturinstitutionen wie das Wuppertaler Schauspielhaus sind vor der Schließung nicht mehr sicher. Diese Entwicklung zwingt die Kultureinrichtungen zum Umdenken. In der Krise steckt auch eine Chance!

Im Ruhrgebiet besuchen nur acht Prozent der Bevölkerung regelmäßig Kulturveranstaltungen, die von öffentlich geförderten Kultureinrichtungen angeboten werden. Das hat eine Umfrage ergeben, die die Hildesheimer Kulturwissenschaftlerin Birgit Mandel für das Kulturhauptstadtjahr Ruhr.2010 durchgeführt hat. Bei den „regelmäßigen“ Kulturnutzern (die mindestens zwölf Mal pro Jahr Kulturveranstaltungen besuchen) handelt es sich fast ausschließlich um Personen mit höherer Bildung, zumeist Akademiker. Das Publikum der klassischen Hochkultur wird immer älter, während sich jüngere Menschen zunehmend weniger dafür interessieren.

Für Kultureinrichtungen stellt sich die Frage, wie der große Rest der Bevölkerung für ihr Angebot gewonnen werden kann - auch vor dem Hintergrund dass sich das positive Image von Kultur (rund 80 Prozent der Bevölkerung erachten Kultur als sehr wichtig für die Gesellschaft) nicht in Nutzerzahlen niederschlägt. In Nordrhein-Westfalen liegt das größte Potenzial bei der Förderung der kulturellen Teilhabe von Menschen mit Migrationshintergrund: Sie bilden fast ein Viertel der Landesbevölkerung, Tendenz steigend. Der Anteil der Migranten ist unter Jugendlichen besonders hoch.

Interessante Ansätze kommen aus Großbritannien, dem Land in Europa, das seine Kulturpolitik am konsequentesten an einem möglichst breiten und vielfältigen Publikum ausgerichtet hat. Dort wird das Publikum ernster genommen, auch weil der selbsterwirtschaftete Anteil der öffentlich geförderten Kultureinrichtungen viel höher liegt (48 Prozent bei Theatern in GB, 16 Prozent in Deutschland). Die öffentliche Gesprächsrunde, die am 28. April im Düsseldorfer Stadttor stattfindet, wird zwei schon seit längerem erfolgreiche angelsächsische Strategien für die Gewinnung neuer Besucher thematisieren: Audience Development und Ethno-Marketing.

DIE REFERENTEN

- Der Sozialwissenschaftler **Klaus Gerhards** präsentiert aktuelle Forschungsergebnisse über das Interesse und die tatsächliche Nutzung der einzelnen Kulturangebote bei MigrantInnen und NichtmigrantInnen. Sie belegen einen besonderen Handlungsbedarf.
- **Eva Nieuweboer**, Kulturwissenschaftlerin und Geschäftsführerin der Berliner Agentur Causales, wird die Möglichkeiten des Ethno-Marketing im Kultursektor präsentieren. Zum Beispiel können Kulturbetriebe von Mitarbeitern profitieren, die verschiedene kulturelle Hintergründe in den künstlerischen Schaffungsprozess einbringen.
- **Meral Cerci**, Marktforscherin von „Information und Technik Nordrhein-Westfalen“ (IT.NRW) wird aufzeigen, wie die Wissenschaft und die Statistik Theater, Museen oder Tanzhäuser bei ihrer Öffnung für neue Zielgruppen unterstützen können.
- Die Gesprächsrunde wird von der Kulturwissenschaftlerin **Tina Jerman** moderiert: Sie ist Geschäftsführerin des Verein EXILE-Kulturkoordination in Essen, sowie Projektleiterin von *interkultur.pro*.

DER VERANSTALTER INTERKULTUR.PRO

Diese Gesprächsrunde ist der siebte Termin in der Reihe „Theorie-Praxis-Diskurs“, die als Austauschforum zwischen wissenschaftlichen Ansätzen und praktischen Erfahrungen bei der kulturellen Integration von Migranten in NRW dient. Die Reihe findet im Rahmen von *interkultur.pro* statt, einem Programm zur Professionalisierung des interkulturellen Kunst- und Kulturmanagements, das vom Land Nordrhein-Westfalen gefördert wird (www.interkultur.pro).

Veranstaltung

Titel: Eine Liebesaffäre zwischen Kunst und Publikum schaffen!
Forschungsgestütztes Audience Development
Datum/Uhrzeit: Mittwoch, 28. April 2010, 16:00 - 20:00 Uhr
Ort: Empfangsbereich des Ministerpräsidenten, Stadttor Düsseldorf - 11.
Etag West, Stadttor 1, 40219 Düsseldorf

Kontakte

Organisation: Gabriela Schmitt – T. 0211-93800-22 – E.
schmitt@interkulturpro.de

Inhalte: Tina Jerman – M. 0173-5678285 – E. tina.jerman@exile-ev.de