

Armin Klein
Pius Knüsel

Stephan Opitz
Dieter Haselbach

DER KULTUR INFARKT

VON ALLEM ZU VIEL UND
ÜBERALL DAS GLEICHE

KNAUS

Mehr als »Kultur für alle« fiel in den letzten Jahrzehnten niemandem ein. Und als es ab 1989 etwas problematischer mit den Haushaltsmitteln wurde, riefen alle nach Kulturmanagement. Formulare, Funktionäre und Abläufe sollten den Status quo sichern. Eine Verständigung darüber, welche kulturellen Ziele mit welchen Mitteln erreicht werden könnten, war nicht gewollt. Kulturpolitik beschränkt sich darauf, alle Wünsche zu addieren, beraten vom Deutschen Kulturrat.

»Kultur für alle« war ein überaus erfolgreiches Programm. Ein eingängiger Slogan, übrigens auch versinnbildlicht durch den Einzug der Popkultur in die Kunsttempel. Zu Anfang ging es natürlich nicht um die Popkultur, der Begriff war ja noch gar nicht erfunden. Es ging um die Hochkultur, die für

die ganze Gesellschaft Leitwerte zu verhandeln beansprucht. Sie sollte zeitgemäßer, zugänglicher für alle werden. Unterhalten durfte sie allerdings nur ein bisschen, naive Freude ist gar nicht gut. So wurde die Breitenkultur zur Entwicklungszone und bekam einen zwitterhaften Status: Einerseits wollten die Promotoren einer künftigen Kultur dieser den nötigen Respekt verschaffen (das mündete in Soziokultur), andererseits stand sie immer im Verdacht, bloße Unterhaltung zu sein (das führte zum Bannstrahl durch das antikommerzielle Dogma der Kulturpolitik).

Bereits 1987 zog ein aufmerksamer Beobachter der damaligen Entwicklung das vorläufige Fazit: »Heute sieht es so aus, als hätten wir es mit einer ungeheuren Explosion des Kulturellen zu tun, die bald alle

Lebensbereiche und Lebenstätigkeiten zu umgreifen scheint.« Und weiter: »Ohne Kultur geht nichts mehr. Nicht die Organisation des eigenen Lebens und die Repräsentation der Gesellschaft, nicht die Vermittlung von Politik und der Verkauf von Waren. Alles scheint auf jenes diffuse Medium Kultur verwiesen.«¹ In den zwei Jahrzehnten seither ist die Ästhetisierung des Alltags ungemein fortgeschritten. Gestaltung ist der Schlüssel zum Erfolg, der Geruch von Kunst unerlässliche Zutat. Kunst, so die Kolumnistin und Gesellschaftssatirikerin Wäis Kiani, »ist überall. Es ist wie mit den Flip Flops. Erst war es nur ein Hype. Jetzt gibt es Flip Flops auf Laufstegen wie auch beim Lidl. Sie sind an den Füßen der ganzen Welt.«²

¹ Knödler-Bunte, Eberhard: »Editorial Kulturgesellschaft«, in: »Themenheft Kulturgesellschaft« von *Ästhetik und*

Kommunikation 67, 1987, S. 21.

2 *Süddeutsche Zeitung*, 7. / 8. 6. 2008.

Sicherlich hatte sich – gerade in Deutschland, wo die neue Kulturpolitik programmatisch entwickelt wurde – ein großer Nachholbedarf aufgebaut. Unter dem wenig verhänglichen Begriff »Kulturpflege« hatte Kulturpolitik sich vom Zweiten Weltkrieg bis Ende der sechziger Jahre um einen möglichst ewigkeitsorientierten Wiederaufbau und eine Wiederbelebung der kriegszerstörten Institutionen der Hochkultur gekümmert. Was in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts passiert war, interessierte Kulturpflege nicht. Das »Volk der Richter und Henker« wollte durch Kultur wieder zum »Volk der Dichter und Denker« werden (Hermann Glaser). Der Bezug auf den großen europäischen Kulturrahmen, die Weimarer Klassik, war

bestimmend. Es ging um das Wahre, Schöne und Gute, um einen – wie Herbert Marcuse schon 1937 kritisiert hatte – »affirmativen Kulturbegriff«.

Die sechziger Jahre brachten kulturpolitische Bewegung. Auf das von Ludwig Erhard entwickelte wirtschaftliche Expansionsprogramm (»Wohlstand für alle«, 1957) folgten die von Georg Picht (»Die deutsche Bildungskatastrophe«, 1964) inspirierte bildungspolitische Forderung »Bildung für alle« und Anfang der siebziger Jahre schließlich das kulturpolitische Pendant »Kultur für alle«. Die Dortmunder Jahreshauptversammlung des Deutschen Städtetags 1973 unter dem Titel »Wege zur menschlichen Stadt« war die kulturpolitische Wasserscheide. Kultur sollte retten, was falsch