//Jana Winkelmayer

Kunst und Kultur im Spannungsfeld von Kreativität und Vermittlung

Wie kann ich mit Initiativen im Bereich Kunst und Kultur Aufmerksamkeit in einer breiteren Öffentlichkeit schaffen und dabei glaubwürdig bleiben? Mit welchen Herausforderungen bin ich bei der Verwirklichung meiner Projekte konfrontiert? Wie erreiche ich die passende Zielgruppe? Und: Welches Kommunikationskonzept passt zu meinem Vorhaben? Diesen Fragen widmete sich die Lehrveranstaltung *PR für Kunst und Kultur*, die unter der Leitung von Anita Moser im Sommersemester 2016 am Programmbereich *Zeitgenössische Kunst und Kulturproduktion* des Kooperationsschwerpunkts *Wissenschaft und Kunst* abgehalten wurde.

Das Themenfeld Public Relations wurde während der Lehrveranstaltung durch zahlreiche Praxisbeispiele belebt und in Bezug zu konkreten Arbeitsbedingungen untersucht. Verschiedene Strategien der Öffentlichkeitsarbeit wurden auf ihre Potenziale überprüft, innovative Zugänge und neue Ansätze recherchiert und analysiert. Schnell wurde den Teilnehmern und Teilnehmerinnen klar, dass beim Hinaustragen eines Projekts in die Welt viele Hürden genommen werden müssen. Gleichzeitig wurde ersichtlich, dass in dem Bereich Imagepflege das größte Potenzial zu stecken scheint, um neue Ideen breitenwirksam und dauerhaft zu etablieren.

Durch zahlreiche Exkursionen und Vorträge war es möglich, das theoretische Grundgerüst mit der Praxis zu verbinden. Die erste Station war ein Besuch im Museum der Moderne in Salzburg. Hannah Zundel (Leitung PR) und Susanne Susanka (Leitung Marketing) gaben uns Auskünfte über den Ablauf der Öffentlichkeitsarbeit und die Strukturen dieser Einrichtung. Ein Ausflug zu den Räumlichkeiten hinter der Kulisse des Betriebes wurde leider ausgespart, jedoch wurden zahlreiche verbale Einblicke gewährt. Die Arbeit in einer größeren Kulturinstitution wie dem Museum der Moderne folgt anderen Prinzipien als in einem kleinen selbstorganisierten Projekt, wie wir es später kennenlernen sollten. Auffällig ist dabei die Organisationsstruktur, die Public Relations und Marketing rigoros trennt. Dies hat den Vorteil, dass sich die jeweiligen ExpertInnen ganz ihrer Sache widmen und sich in ihren persönlichen Stärken entfalten können. Diese personale Aufteilung ist jedoch nur durch ein entsprechendes Budget möglich. Auch Kunst- und Kulturvermittlung wird im Museum der Moderne groß geschrieben und stellt einen der Eckpfeiler für Öffentlichkeitsarbeit dar.

Der Termin mit Elke Smodics musste leider abgesagt werden. Sie fungiert als Kunst- und Kulturvermittlerin sowie Gründungsmitglied von trafo.K , einem Wiener Büro für Kunstvermittlung und kritische Wissensproduktion. Ihre Schwerpunkte sind zeitgenössische Kunst und Feminismus. Stattdessen begaben wir uns auf einen Spaziergang durch das verregnete Salzburg und besuchten das periscope. Stefan Heizinger erklärte uns, wie ein Non-Profit-Unternehmen mit Vereinsstruktur funktioniert. Ohne den stetigen Einsatz aller Beteiligten, die in diesem Projekt involviert sind und sich weit über ein abgegoltenes Arbeitspensum hinaus engagieren, wäre eine Umsetzung nicht möglich. Das periscope bietet durch seine Struktur vor allem aufstrebenden KünstlerInnen eine Plattform und Ausstellungsräumlichkeiten.

In einem spannenden Workshop mit Christian Henner-Fehr, Kulturberater und Gründer der Firma CHF Kulturmanagement, befassten wir uns mit dem Bereich

Social Media. Eine hohe Anzahl an Kunst- und Kulturinteressierten nutzt das Internet. Um im Web erfolgreich zu sein, ist es wichtig, die Partizipation zu fördern, indem man Inhalte zur Verfügung stellt, die schnell und ohne große Mühe geteilt werden können. Ein weiterer wichtiger Punkt ist natürlich die Aufbereitung der Inhalte. Hier kommt man mit Storytelling, also einer Aufbereitung, die die Interessierten in das Thema eintauchen lässt, weiter als mit trockenen Informationen.

Die letzte Exkursion der Lehrveranstaltung führte uns in das MARK.freizeit.kultur in Salzburg, wo Ruth Mayr den Bereich Öffentlichkeitsarbeit innehat. Das MARK sieht sich als Social-Profit-Organisation und stellt soziale Werte in den Mittelpunkt der Arbeit. Die Förderung von Jugendlichen und jungen Erwachsenen steht im Vordergrund und wird durch gezielte Projekte mit Schwerpunkt auf Musik ermöglicht. Der Freiraum, der hier geschaffen wird, ermöglicht Jugendlichen neben musikalischem Entdecken ein Experimentieren mit Radio und Printmedien.

Viele Einrichtungen der Kunst- und Kulturarbeit arbeiten unter schwierigen finanziellen Bedingungen und sind auf Subventionen und freiwillige Arbeit angewiesen. Gerade für kritische Kunst- und Kulturprojekte ist es oft nicht einfach, geeignete Sponsoren zu finden, die zu den Inhalten passen. Der Bereich Öffentlichkeitsarbeit stellt in diesem Spannungsfeld eine wichtige Schnittstelle zwischen Image- und Kontaktpflege dar. Im Rahmen der Lehrveranstaltung fanden wir, u.a. durch die aufschlussreichen Erfahrungsberichte über die verschiedenen Einrichtungen und unsere Exkursionen dorthin, Antworten auf die brennende Frage, wie es ist, sich in diesem Spannungsfeld zu bewegen.

//Zur Person

Jana Winkelmayer

Jana Winkelmayer, geboren 1985, arbeitet als freie Journalistin, und Freelancer im Bereich Marketing/PR. Momentan schreibt sie die Masterarbeit zum Studium Vergleichende Literatur- und Kulturwissenschaften in Salzburg. Sie hat 2016 das psychotherapeutische Propädeutikum in Wien abgeschlossen und 2012 das Bachelorstudium Theater-, Film-, und Medienwissenschaften in Wien absolviert. Am Institut für Wissenschaft und Kunst belegt sie den Studienschwerpunkt Cultural Production & Arts Management und durfte in diesem Rahmen an zahlreichen Projekten teilhaben.