

April 2005

«... das sind eure Rituale, unsere sind vielleicht andere.»

Ein Gespräch von Tim Zulauf mit Peter Spillmann* über Stadtentwicklung, Marketing, Produktion und Konsumtion von Öffentlichkeit und den Kampf von Erzählungen.

Kunst im öffentlichen Raum: Visionen und Ernüchterung

Tim Zulauf: Peter Spillmann – um ganz generell einzusteigen: Was kann sich eine Stadt wie Zürich von «Kunst im öffentlichen Raum»-Projekten heute erhoffen?

Peter Spillmann: Viel: Städte und Kommunen wissen mittlerweile, dass innerhalb von einem Standortwettbewerb – sagen wir im zentraleuropäischen Rahmen – Kultur so ziemlich an erster Stelle kommt. Dies allerdings nur dann, wenn sie sich auf der Stadtoberfläche abzeichnet, und wenn sie einem Massenpublikum kommuniziert werden kann. Wer heute seine Lektion Marketing gelernt hat, muss Kultur und damit auch Kunst zur Chefsache erklären.

TZ: Mit Gegenwartskunst bespielt inzwischen auch Horgen seine öffentlichen Räume. Die Künstlerin Pia Lanzinger hat allerdings erzählt, dass die Kommune dort nicht wusste, was sie mit dem Projekt namens «Seegang» genau wollte. Verwässern die Profile?

PS: Die Probleme setzen ein, nachdem Kultur für wichtig befunden wird. Dann folgt die Frage, an wen man sich richtet und welche Szenen involviert werden sollen. Die Ernüchterung resultiert daraus, dass gerade im Fall vom öffentlichen Raum so viele Faktoren ins Spiel kommen. Politik, Ämter und AnwohnerInnen machen unterschiedliche Interessen geltend. Da fehlt in der Regel eine visionäre Kraft, die integrativ wirkt und Hürden überspringt. Erst die könnte dazu führen, dass ein Projekt sich abhebt von anderen oder einzigartig wird. Von daher ist die Erwartung in bestimmten Gremien eher zu hoch, wenn es in einer Stadt um Imagepolitik geht, z.B. um Standortmarketing.

Kleinstadt- versus Grossstadtpolitik

TZ: Muss eine Stadt für eine stringente Imagepolitik demzufolge über eine Einzelfigur verfügen, die Ideen und Kräfte bündelt?

PS: Das Problem liegt noch woanders. Wenn man sich Europas Städtewettbewerb auf der Kulturbene ansieht, dann ist es eine Politik von Kleinstädten. Die Vorstellung, dass ein prägnantes Image kreiert werden könne, ist in der Kleinstadt besonders stark. Da profiliert man sich als Standort für Gegenwartsmusik, experimentelle Kunst, neue Medien oder Architektur – wie zum Beispiel Donaueschingen, Linz, Karlsruhe oder Graz. In Kleinstädten wird die Vision aufrechterhalten, dass eine Stadtverwaltung über die Einflussmöglichkeit verfügt, die ganze Stadt oder wenigstens Stadtteile zu prägen.

Bevor man das Profil einer Stadt als Marketing-Tool zu verstehen begann, haben Städte ihr Image aus brisanten, sozialen Konstellationen bezogen, aus sozialem und kulturellem Geschehen. Das gilt wiederum vor allem für Grossstädte: Paris um die Jahrhundertwende, Berlin

in den 20er-Jahren, New York in der Mitte des 20. Jahrhunderts. Diese Städte hatten Images, die man über planerische Massnahmen und gestalterische Strategien nie hätte erzeugen könnte.

Was Bürgermeister Rudolph W. Giuliani im New York der 90er-Jahre angerichtet hat, spricht hingegen offensichtlich gegen diese Kleinstadt-These. In New York ging es allerdings weniger um Kultur, als vielmehr um *Law and Order*. Und die Imagekampagne ist in diesem Fall eine unendlich viel simplere, als wenn man sich um kulturelle Ausdifferenzierung bemüht. *Law and Order* ist mit genug Propaganda schliesslich jeder und jedem zu kommunizieren. Wenn ich denke, dass auch Zürich seit dem Jahr 2000 die Aktion «Sicherheit und Sauberkeit in Zürich» mit Kampagnen wie «Erlaubt ist, was nicht stört» lanciert hat, dann wäre nochmals zu überlegen, ob in diesem Klima «Kunst im Öffentlichen Raum» nicht per se auch etwas sein muss, das nicht stört.

Dichte Konstellationen, enge Verwertungszyklen

TZ: Ist die Stadt Zürich so klein oder so einfach strukturiert, dass man ihr ein Profil überziehen könnte? Oder ist sie schon zu komplex und müsste auf prägende gesellschaftliche Dynamiken warten, die sich nicht verordnen lassen?

PS: Zürich verfügt ganz offensichtlich über Dimensionen – also soziale und kulturelle Verdichtungen –, die grossstädtisch sind. Aus den dichten Konstellationen von Leuten entstehen Überraschungen. Gleichzeitig ist die Stadt so klein, dass nichts lange überleben könnte. Der Verwertungszyklus ist extrem eng, Interessantes wird sehr schnell erschlossen. Das folgt aber nicht nur aus der Grösse der Stadt, sondern auch aus ihrer wirtschaftlichen Potenz. In den 90er-Jahren hat sich gezeigt, dass der Transfer zum Teil sehr schnell gelaufen ist. Im Schöllerareal vor 1996 wurden praktisch in den gleichen Gebäuden Sachen ausprobiert, in denen sich dann auch die Galerien oder die Vermittlungsstrukturen etablierten, die Zugriff auf den Weltmarkt haben und international an Messen präsent sind. Da gehört dann auch eine Kunsthalle dazu, die wichtig ist für die Distinktion, für die Sicherung vom Level, während die Galerien für die Distribution von Kunst einstehen. Man müsste genauer untersuchen, inwieweit das im Löwenbräu nach 1996 noch immer oder schon nicht mehr funktioniert. Aber vom Dispositiv her ist es ideal, wenn Museen, Galerien und Ateliers in einem dichten Komplex versammelt sind. Wobei klar ist, dass die jeweiligen Akteure da drinnen jeweils ganz andere Perspektiven haben.

Selbstorganisation, Historisierung als Abstraktion des Kontexts

TZ: Kannst Du ein Beispiel für einen «engen Verwertungszyklus» geben?

PS: In den 90er-Jahren entwickelte sich innerhalb von drei bis vier Jahren eine Bewegung von selbstorganisierten Räumen, in denen Künstlerinnen und Künstler sich zusammenschlossen. Es ging darum, neben Ausstellungen unterschiedliche Arten von sozialem Leben – zwischen Party, Workshop und Atelier – auszuprobieren, im unbewussten Wissen darum, dass erst verdichtete soziale Milieus Kopplungen ermöglichen, aus denen neue Wertigkeiten und neue Arten von Aufmerksamkeiten hervorgehen – seien das Musikstile oder Ideen, wie mit Design umzugehen wäre. Diese Milieus sind sehr schnell von der Galerienszene, vom migrosmuseum und so weiter

erschlossen worden, bis hin zur Kunsthaus-Ausstellung «Freie Sicht aufs Mittelmeer» 1998. Diese Ausstellung ist für mich markant, weil sie Orte wie Messagesalon, Kombirama oder Klinik gleichermaßen anging.

TZ: Die selbstorganisierten Räume in Zürich hätten sich also sehr schnell musealisieren und in der Folge verwerten lassen?

PS: Ja, denn es ist vor allem die Historisierung, die eine Verwertung begleitet. Im Prinzip ist eine soziale Dynamik immer nur kollektiv denkbar, als sozialer Brennpunkt oder als intellektuelles Zentrum innerhalb eines Prozesses – wobei selbstverständlich immer auch einzelne Leute wichtig sind. Aber in dem Moment, in dem die soziale Dynamik festgeschrieben und historisiert wird, bedeutet das eine Abstraktion des Kontexts, in dem die einzelnen Subjekte erst ihre Bedeutung bekamen. Und bei einem Ausstellungskonzept wie «Freie Sicht aufs Mittelmeer» ging es nicht darum, ein komplexes soziales Geflecht abzubilden. Es blieb beim Zugriff auf einzelne Namen.

Produktion und Konsumtion von Öffentlichkeit

TZ: Wenn Ausstellungen Fragen der Öffentlichkeit behandeln, müssen gesellschaftliche Zusammenhänge also mit ausgestellt werden? Wie lassen sich Öffentlichkeitsbegriffe aus der Sicht von Kunst und Kultur formulieren?

PS: Öffentlichkeit existiert ja nicht per se, sondern muss an jeder Stelle neu produziert werden: Ein spezifisches, dezidiertes Veranstaltungsprogramm produziert eine ganz spezifische, dezidierte Öffentlichkeit. Was an Öffentlichkeit im Ausstellungsprogramm etwa der Shedhalle Zürich angedacht war – Anfang der 90er-Jahre, als ich Mitglied im Vorstand war –, war im weitesten Sinn der Raum eines Diskurses: der Versuch, über künstlerische Methoden und Interventionen politische Themen zu etablieren. Da stand nicht immer schon eine Zielgruppe bereit. Eine Öffentlichkeit hat sich um diese Kunstpraxis herum überhaupt erst gebildet. Und diese Öffentlichkeit ist eine an bestimmten Fragen interessierte internationale Szene, kein lokaler Interessenverband, auch nicht ausschliesslich das Kunstmilieu, sondern ein gemischtes, grenzüberschreitendes Milieu zwischen Politaktivismus, Kulturwissenschaft und Kunst.

TZ: Impliziert das «Produzieren von Öffentlichkeit» ein «Konsumieren von Öffentlichkeit»?

PS: Öffentlichkeit wird wohl immer dort «konsumiert», wo vom *Business* her, wie im Tourismus, auf Zielgruppen zugegriffen werden soll. Je grösser die Zielgruppe, desto allgemeiner und unspezifischer das Angebot. Solche Prozesse verwerten in der Regel Öffentlichkeiten, die irgendwo bereits hergestellt worden sind. Da geht man schlicht davon aus, dass eine Energie angezapft werden könne, die Öffentlichkeiten produziert: eine Pop-Ikone etwa oder ein historisch etabliertes Event. Die werden aufgemöbelt und dann endlos verbreitet.

Ortsspezifisch versus Ortbildung

TZ: Traditionell wird seit den späten 60er-Jahren der Begriff der «Ortsspezifisch» beigezogen, sobald öffentliche Kunst kritisch sein soll. Was bedeutet der betonte Ortsbezug?

PS: Darauf kann ich vielleicht indirekt antworten: Seit der zweiten Hälfte der 90er-Jahre ist es bis heute zu einem enormen Schub von Initiativen und Gründungen von Institutionen im Stil der Shedhalle gekommen. Zum einen gibt es das Begehren nach einer komplexeren, thematisch engagierten Ebene im Kulturbetrieb, das dazu geführt hat. Zum anderen wurde in den letzten Jahren auch ein bestimmter Theorie-Level breiter vermittelt, so dass heute mehr Leute Interesse daran haben, gesellschaftspolitische Fragen zu reflektieren. So gesehen gibt es eine Tendenz zu «ortlos» agierenden Institutionen, im Gegensatz zur *Site-Specificity*, wo man denkt, man müsse an örtliche, räumliche und soziale Eigenheiten anschliessen. Die kritische, intellektuelle Ebene vom Kulturbetrieb besteht aus weltweit vernetzten Szenen und Diskurssträngen, und in der Folge sind es eher Themen, die zu Ortbildungen führen als umgekehrt. In dieser Auseinandersetzung sind oder waren es aus meiner Sicht einzelne Institutionen, die es geschafft haben, sich besonders zu profilieren. Ich denke da an den Kunstraum Lüneburg, das Depot in Wien oder die Cultural-Studies Hildesheim.

Austauschprogramme statt Kunstprodukte

TZ Du hast vorher darüber nachgedacht, wie es für eine Stadt mittlerer Grösse möglich sein könnte, ein prägnantes Profil zu entwickeln. Gibt es Strategien, mit denen sich die Auseinandersetzung um Kunst im öffentlichen Raum verdichten liesse?

PS Ich glaube nicht, dass Dichte sich planerisch herstellen lässt. Es gab Momente in denen Zürich z.B. als Reisedestination extrem attraktiv wurde. Was da als Attraktor gewirkt hat? Man hat das Klima kommuniziert, das in den 90er-Jahren in Fragmenten real existiert hat: In Zürich seien alle kreativ tätig, würden ausprobieren, veröffentlichen, Bars eröffnen und so weiter. Zudem haben sowohl Kunst wie Photographie, Design und Grafik geboomt. Die Leute waren da, das hatte Substanz. Für ein junges Reise-Publikum war Zürich damit verbunden, dass man hier etwas anreisen und erreichen kann – das gilt umgekehrt auch für das Beispiel Berlin seit zehn Jahren. Das sind nun natürlich Qualitäten oder Images, die man schlecht durch eine Häufung von Architektur- oder Kunstprodukten herstellen kann. In erster Linie wäre über Atelierprogramme und über zugängliche Infrastrukturen nachzudenken. Es müssten auch viel mehr Leute hier temporär unterkommen können. Solche Atelierprogramme sind in Zürich im Vergleich zu Basel unterentwickelt. In Basel gibt es die Merian-Stiftung und mehrere weitere Programme, die Kulturschaffenden aus dem Ausland Arbeitsgelegenheit bieten. Das wäre eine Richtung, die realer etwas mit der Stadt und ihrer Position in der Welt zu tun hätte. Denn Öffentlichkeit läuft über Netzwerke und über deren Dynamiken. So hat die Dynamik von Off-Räumen in Zürich, verglichen mit anderen Städten in Deutschland, sehr früh und intensiv eingesetzt. Das war das Faszinierende an den 90er-Jahren. Damals habe ich das allerdings unkritischer gesehen. Rückblickend scheint mit die damalige Dynamik ein Einüben von *Business*-Strukturen gewesen zu sein. Und da gibt es im Städtewettbewerb nun überall ein Aufholen, weil Off-Raum-Konzepte inzwischen als offizielles Programm in Bildungsabsichten eingeflossen sind.

Bildung als Innovation. Selbstorganisation und Unabhängigkeit

TZ Bei Bildungsabsichten im Zusammenhang mit Off-Räumen würde deine Kritik einsetzen? Kannst Du das ausformulieren?

PS Die Bildungsabsichten werden heute zu oft unter den Stichworten «Innovation» und «unternehmerisches Denken» ins Feld geführt. In den 90er-Jahren hingegen hatte man gemerkt, dass man im Bereich Kunst nicht auf offiziöse Institutionen und den Markt angewiesen ist, sondern auch unabhängig etwas ganz Neues, Eigenes erfinden kann. Und das war das Gemeinsame von Einrichtungen wie dem Messagesalon, der Shedhalle, der Klinik und dem Kombirama. Kunstbegriffe und Kulturbegriffe haben zwar extrem divergiert und die Geschmäcker waren radikal verschieden, aber es gab das gemeinsame Bewusstsein, dass man sich sowohl über staatliche Einrichtungen wie auch über Marktdynamiken hinwegsetzen kann. Dass es in der Kultur viel stärker drauf an kommt, eine Vision zu entwickeln und den Austausch von Ideen zu produzieren. Das ist der Ursprung oder der Nukleus für eine Entwicklung, die später in den Medien rubriziert wurde unter Slogans wie «Zürich wird zur Grossstadt», «Der Zwinglianismus ist überwunden» usw.

Oberflächendesign und Anonymisierungsdynamik

TZ Wenn ich an Bankgeheimnisse, an den Umgang mit sozialen Brennpunkten und an Dein Beispiel der «Historisierung als Abstraktion» denke, scheint mir das Verdecken von Prozessen durchgängig relevant für die Stadt Zürich. Sähest Du eine Chance für künstlerische Arbeit, die das geschlossene Design der Stadtoberflächen aufräut?

PS Ich gebe Deiner generellen Beschreibung Recht, insofern sie sich eben auch mikropolitisch bestätigt. In Zürich gibt es so etwas wie eine Anonymisierungsdynamik, einen Wahn schon fast, dass man nicht in Erscheinung tritt, aber im Geheimen wahnsinnig produktiv ist. Sozial gesehen ist das katastrophal. Zürich soll schliesslich auch in der Selbstdarstellung nicht der Ort sein, an dem man historisch verwurzelt ist, sondern der Ort, an dem man etwas anreisst. Für die Schweiz ist Zürich der Zuwanderungsort schlechthin, der Brennpunkt für die Bevölkerung aus den Alpen und aus den Peripherien.

In *Competitiveness-Reports* von Rating-Agenturen liegt die Stadt Zürich immer zwischen dem ersten bis vierten Platz. Du kannst da offenbar ungestört irgendetwas tun – durch die reibungslose Geschäftigkeit und dadurch, dass alle einander in Ruhen lassen. An anderen Orten, in Graz zum Beispiel, ist das völlig undenkbar. Eine einzige Klatsch- und Tratschmaschine geht los, wenn irgendwo irgendwer irgendetwas Neues in die Welt setzt. In Zürich werden selbst die verrücktesten Projekte mit Schulterzucken quittiert. Das ist eine relativ komplizierte Mischung von protestantischem Ethos und Handwerker- respektive Händler-Vergangenheit.

Urbanität, Antiurbanität – und wie sie in Erscheinung treten

TZ Könntest Du Punkte beschreiben, an denen diese «Anonymisierungsdynamik» im Stadtraum in Erscheinung tritt?

PS Grundsätzlich stimmt, dass kaum je etwas in Zürich richtig in Erscheinung tritt, weder Wohlstand noch Glamour noch subkulturelle Dynamik. Alles, was der Reihe nach von Zürich behauptet wurde, scheint eigenartigerweise öffentlich kaum auf. Und mit wenigen Schritten gelangst du immer wieder an einen Platz, von dem du unwillkürlich denkst: Das ist jetzt aber eine Kleinstadt oder ein Grossdorf, es ist schon wieder sehr ländlich, mit Wald drum herum und so weiter. Erst wer abstrahierend durch Zürich geht, kann, im Zusammenhang z.B. mit dem genossenschaftlichen Bauen, die städtebaulichen Visionen erkennen. Das betrifft gerade das Hardau-Umfeld in extremer Weise. Denn was sich in Aussersihl baulich manifestiert, sind keine Ausdrucksformen von *heavy* Proletariat sondern Sonnenheime, Balkone und Grünanlagen. Es hat in Zürich immer massive Kräfte und Reform-Bewegungen gegeben – in den 10er- und 20er-Jahren, dann wieder mit der «Gartenstadt» in den 50er- und 60er-Jahren –, die anti-urbane Ideen vertreten haben: viel Licht und Grün, ja keine bauliche Verdichtung, das verdürbe die Leute nur. Diesen Diskurs gibt es noch heute. Hinter der Suche nach einer gesunden Natürlichkeit stecken viele faschistoide Kulturbilder, die weiterhin präsent sind, indem sie das Stadtbild prägen. Das gipfelte in den Phantasmen der 20er- oder 30er-Jahre, Zürichs grosse Chance liege darin, dass ständig Leute aus den Alpen zuwandern würden, die von Natur aus noch Kraft hätten.

Lebensqualität als Benefit

TZ Wegen ihrer «gesunden Natürlichkeit» hat Zürich wohl von der Agentur Mercer gerade wieder den ersten Preis erhalten in Sachen Lebensqualität.

PS Genau. «Ledergerber freut's unheimlich». Hier ist es natürlich immer interessant, welche Interessengruppen oder Firmen dahinter stecken. Das gesunde Grün Zürichs ist heute Anreiz für die gut verdienende *Upperclass*-Minderheit. Du leistest dir da die tolle Wohnung im noch nicht ganz superstädtisch verdichteten Bereich irgendwo am Zürichberg und hast die ganzen Freizeit- und Ferienlandschaften ringsum. Das ist eine interessante Mutation: Was vorher als Heilmittel gegen eine sich organisierende, revolutionär werdende Arbeiterschaft ins Feld geführt wurde, taucht als Benefit für gut Verdienende wieder auf.

Global City und die Handlanger hinter dem Glamour. Analysen und Erzählungen

TZ Unter dem Vorzeichen «Lebensqualität» richteten sich Städte vornehmlich nach den Management-, Strategie- und Design-Etagen von Unternehmen oder nach Dienstleistungsbetrieben aus. Was bedeutet diese Standortpolitik?

PS Als «Dienstleistung» mögen die repräsentativen oder gar glamourösen Bereiche, wie *Headquarters* zum Beispiel, bezeichnet werden oder auch Forschung und Wissensproduktion. Aber die meisten Jobs im Dienstleistungsbereich sind schlecht bis sehr schlecht bezahlte «Dienstbotenfunktionen»: Daten verwalten, Massenprodukte verkaufen, putzen, bewachen, freundlich sein, telefonisch Auskunft geben usw. Das ändert aber nichts an der Tatsache, dass Dienstleistung im Gegensatz zu Industrie immer noch als etwas Besseres empfunden wird.

Saskia Sassen zeigt mit ihren Globalisierungsanalysen im Kontext von sogenannten *Global Cities*, dass die Strategie der einseitigen Ausrichtung auf eine hoch qualifizierte Bevölkerung nicht funktioniert. Selbst wenn ein Standort ausschliesslich auf *Headquarters* ausgerichtet werden soll, werden sich um diese herum verdichtende Ringe bilden von immer schlechter gestellten Dienstleistungsbereichen. Und die basieren immer auf einem hohen Anteil von migrantischen Arbeitskräften – seien das nun die ganzen Putz- und Sicherheitsjobs und alles, was sozusagen die Repräsentation stützen muss. Meine Argumentation zielt also dahin, klar zu machen, dass das Versprechen, nur noch *Withcollars*, *Brainworkers* und glamouröse Kreative in eine Stadt zu holen, Augenwischerei ist. Es verschweigt, dass dahinter ein Heer von Handlangern und neuen Industriearbeitern, z.B. am Desktop, benötigt wird. Je mehr *Headquarters*, desto intensiver wird der Verdichtungs-Prozess. Von daher wäre es eine Illusion zu meinen, Zürich könne das Paradies im Grünen sein und trotzdem weltweit mitmischen ...

TZ Eine Standortpolitik, die sich mittels hoher Lebensqualität und kulturellen Angeboten als *Upperclass*-Dienstleistungsstandort präsentiert, wäre undenkbar? Tatsächlich hat das Versprechen der Standortoptimierung etwas Zynisches: Es suggeriert eine städtische Bevölkerung von gleichartigen Besserverdienenden.

PS Dabei ist gerade die rund um *Global Cities* notwendige Verdichtung genau das, was Urbanität ausmacht. Dazu gehören eben in hohem Masse auch migrantische *Communities*. Und die bringen zum Glück auch ihre Kultur langsam ins Spiel. Nichtadäquat ist dagegen die Art und Weise, in der von Seiten der Macht – wie FDP-Kreisen, Banken, Gutverdienenden – Zürich gerne gesehen und dargestellt wird als idyllische Stadt im Grünen, die auf die üblichen Probleme urbaner Verdichtung verzichten kann. Da werden Altstetten, Schlieren, Zürich-Nord, Regensdorf usw. schön ausgeblendet.

Was es geben könnte, das wäre die Stadt als eine Art *Offshore*-Zone. Nur wären auch dort Dienstleistende vonnöten – Haushaltshilfen und Gartenpfleger, ein riesiger Stab von Dienstboten –, die von irgendwoher importieren werden müssten. Diese Vorstellung geht eigentlich nur auf, wenn der Wohnsitz eine reine Freizeitangelegenheit ist. Aber solange wirklich globale Firmen an einem Standort angesiedelt werden sollen, von dem aus deren *Corporate Governance*, die Konzernstrategie und allenfalls auch die Innovation gesteuert werden, funktioniert das anders. Das bedingt wirklich eine Ansiedlung von ganz unterschiedlichen, nachgelagerten Dienstleistungen, bis hin zum ganzen Druckgrafik Know-How. Es geht den Firmen also offensichtlich nicht nur um *Soft-Facts*, damit das Leben angenehmer ist. Manager bleiben auch nicht auf Dauer in paradiesischen Enklaven sitzen. Sie würden den Bezug verlieren zu der Dynamik, die notwendig ist, um globale Prozesse aufrecht zu erhalten. Von daher wäre die Tendenz die, dass es zu Verklumpungen kommt. Und von daher gibt es auch nur wenige *Global Cities*, die sich zudem noch spezialisieren. In diese Diskussion ist Zürich eingeklinkt. Mit Richi Wolf und Christian Schmid sind prominente INURA-Vetreter (International Network for Urban Research and Action. www.inura.org) hier vor Ort, und der gesamte *Global-City*-Diskurs in Europa wird wesentlich von INURA-Leuten geführt. Dabei gibt es Studien, in denen Zürich als «*Global City* zweiten Grades» bestimmt wird. «*Global Cities* ersten Grades» wären demgegenüber New York, London, Tokio, Frankfurt. Das sind die eigentlichen Finanzzentren. Zürich erscheint auf einer zweiten Ebene, und das im Unterschied zu einem grossen Teil von Europäischen Hauptstädten und mittelgrossen Städten, die auf einer dritten Ebene platziert sind. Also kommt

Zürich im Diskurs solcher Studien eine spezielle Bedeutung zu. Wobei die INURA-Analysen auch in Frage stellen, ob Zürich diese Position aufrechterhalten kann: ausserhalb der EU, mit einem zu kleinen Finanzmarkt, der über kürzer oder länger geschluckt wird von Frankfurt oder von London.

Aber diese Analysen sind ganz bestimmte Erzählungen, so würde ich das mal nennen. Keine Wahrheiten, sondern Erzählungen. Wenn man nun aus einer künstlerischen Perspektive etwas setzen möchte, dann müsste man sich mit seiner Arbeit die Erzählung ausdenken, die man gesetzt haben möchte. Das wäre mein Schluss aus den Erfahrungen der 90er-Jahre. Künstlerisch wiegt das viel schwerer als der Versuch, lediglich etwas herzustellen oder vor Ort irgendetwas zu deuten.

Kollektive Arbeit gegen den restriktiven Business-Diskurs

TZ Können öffentliche Einrichtungen und Vermächtnisse wie z.B. der Dadaismus mit dem Haus an der Spiegelgasse eine spezifisch zürcherische, thematisch-historische Bezugnahmen inspirieren? An welche Erzählungen, wie Du das genannt hast, liesse sich anschliessen?

PS Was zentral zu den historischen «alternativen Erzählungen» Zürichs gehört und was in einem gewissen Sinn um die Jahrtausendwende weitererzählt worden ist, ist das ganze Milieu von ProduzentInnen-Kollektiven, auf der Ebene von Beizen, Buchhandlungen, Druckereien, Arztpraxen und medizinischen Laboratorien. Es ist bedenkenswert, dass es in den 70er- und 80er-Jahren extrem viele Initiativen und Versuche gegeben hat, die Produktionsbedingungen, Betriebsformen usw. anders zu organisieren.

Die 80er-Bewegung selbst war nur möglich auf der Basis einer stark politisierten Szene, die in den 70er-Jahren bereits existiert hat. Wenn du Literatur von Ende der 70er-Jahre zu «kollektiver Arbeit» aus dem Rotpunktverlag liest, dann merkst du, dass die Behauptung, die 80er-Jahre-Bewegung hätte den Geist dafür geöffnet, dass Zürich habe urban werden können und nicht mehr zwinglianisch sei, überhaupt nicht stimmt. Das war Ende 90er-Jahre die simplifizierte Medienversion einer Erfolgsgeschichte, die nur eben viel komplexer ist. Die 80er-Bewegung selbst war nur möglich auf der Basis einer stark politisierten Szene, die seit den 70er-Jahren existiert hat – wie zum Beispiel mit dem Filmkollektiv, aus dem verschiedene wichtige Filmemacher und Dokumentarfilmer hervorgegangen sind und das als Kollektiv weiter tätig ist. Daneben denke ich an die F+F-Klasse und die Filmklasse an der HGK Zürich um 1968

Zürich ist also ein Ort, an dem es immer einen Pragmatismus der Aktion gegeben hat. Man hat versucht, aus Visionen reale Lebensentwürfe zu machen, funktionierende Geschäfte – selbst wenn es alternative Geschäfte waren. Das ist mehrfach verschüttet in der Wahrnehmung, weil der derzeitige *Business*-Diskurs diesen Faden niemals aufnehmen wird. Denn das, was heute mit *Business* gemeint wird, ist bloss eine fiese Standardisierung von Geschäftsabläufen. Das ist eine zunehmend restriktive Erzählung von einer Art zu Handeln, die auf Hierarchie, Legitimation und Verengungen basiert. Was kreative, produktive Milieus darin leisten könnten, wäre ein Gegenmodell zu *Ratings*, *Qualitymanagements* und all diesen Geschichten. Wir laufen auf eine gesellschaftliche Situation zu, die in ihren enormen, fast neurotischen Einengungen auf bestimmte Bilder und Verhaltensweisen mit den 50er-Jahren verglichen werden kann.

Business-Erzählung als Meta-Diskurs

TZ Eine Situation, die Du aber *nicht* nur für Zürich feststellst?

PS Nein, die *Business*-Erzählung dominiert die ganze entwickelte, post-fordistische Welt. Sie stellt den eigentlichen Meta-Trend. Dadurch ist sie ein Faktor, der lokale Traditionen zusätzlich verschüttet. In den 90er-Jahren hatten viele noch das Gefühl, dass es Einiges gäbe, was dem noch ein Stück weit widerstehe. Aber das scheint nicht der Fall zu sein. Auch die HGK Zürich hat solchen Standardisierungsprozessen nicht widerstanden. Dadurch, dass die *Business*-Erzählung so überhand nimmt und so präsent ist, kriegt man zunehmend Mühe, gegenüber Städten und gegenüber der Öffentlichkeit für «Kunst und Öffentlichkeit» zu argumentieren, wenn man sich auf diese Sprachregelung nicht einlassen will; oder wenn man zumindest diese Sprache so benutzen möchte, dass man noch einmal hinterfragt, was darin als gesetzt angenommen werden kann.

TZ Problematisch scheint die «Erzählung vom Kollektiv», weil sie ein muffiges Pathos bekommen hat.

PS Diese Wahrnehmungen bezeichnet genau die Wirksamkeit der *Business*-Erzählung, denn sie ist schon von ihr geprägt. Erzählungen sind immer so angelegt, dass sie andere Erzählungen ausser Kraft setzen, indem sie kurzfristig attraktiver wirken. Innerhalb der Kulturproduktion müsste es ja ein Wissen davon geben, wie Wichtigkeiten und Bedeutungen mittels Erzählungen hergestellt werden. Ich bin erstaunt, wie wenig Selbstvertrauen die Kulturszene in den letzten Jahren gehabt hat, den Anforderungen dieser Sprachregelung die kalte Schulter zu zeigen, Gegenmodelle vorzuschlagen zu *Ratings* und *Qualitymanagements* und zu sagen, «das sind eure Rituale, unsere sind vielleicht andere». Alle die Versuche, mit denen ich Anfang der 90er-Jahre durchaus auch sympathisiert habe, scheinen mir dagegen ein Manierismus zu sein. Viele KünstlerInnen haben das Gefühl, sie kämen weiter, wenn sie sich den *Business*-Ritualen mimikryartig anpassen. Die ganze «Art as Service»-Schiene führt in diese Richtung.

Zürich als Wissensstandort

TZ Du hast das Beispiel bereits gegeben: Wenn Zürich bekannt ist für eine lebendige Szene von KleinproduzentInnen, dann müsste man eigentlich deren Geschichten ernster nehmen. Gäbe es auch eine Erzählung von Zürich als Wissensstandort? Du hast unter dem Vorzeichen von Bildung und Innovation vorhin die Off-Spaces in Frage gestellt.

PS Die Felder Kleinproduktion und Bildung sind gekoppelt. Da haben die HGK Zürich und die ETH immer eine wichtige Rolle gespielt. Bei der HGK kann man sich fragen, ob sie ihre Rolle als Kompetenzzentrum weiter aufrechterhalten kann, bei ihrer gegenwärtigen Entwicklung. Aber die Zukunft der ETH ist gesichert. Die wird zur Elite-Universität ausgebaut, ohne dass das benannt werden muss, weil sie das in einem gewissen Sinn immer schon war, dadurch, dass das Land so klein ist und sich einfach nur eine solche Universität leisten kann. Das ist zum Beispiel etwas, worum Deutschland die Schweiz beneidet.

Öffentlichkeit als politische Kategorie. Leitbild und Kreativität

TZ Liesse sich mit einem städtischen Leitbild ein Rahmen schaffen, in dem ein Diskurs um Kunst und Öffentlichkeit «alternative Erzählungen» anregt und so auf Gesellschaft und Öffentlichkeit zurückwirkt?

PS Ich habe im Zusammenhang von Kunst und Tourismus einen Text von Oliver Marchart zum Projekt DRESDENPostplatz (www.dresden-postplatz.de) gelesen, der ganz dezidiert die These vertritt, dass Öffentlichkeit ausschliesslich als politische Kategorie gedacht werden und in dem Sinn auch hergestellt werden muss. Es geht weniger um die Frage, wo hinein man sich einfühlt oder was man fortsetzt oder sichtbar macht, sondern vielmehr um Neusetzungen. Das bedeutet, dass die Öffentlichkeit, die man meint, immer erst neu produziert werden muss. Eine Arbeit, die tatsächlich Wellen schlägt, hat neue Öffentlichkeiten kreiert. Wie sehr sich so ein künstlerisches Arbeiten nun in ein Leitbild oder in eine Zielvorstellung auf ein städtisches Image hin einbinden lässt? Ich wäre froh, wenn das gar nicht so funktionieren würde. Ein Leitbild ist schliesslich nur eine kleine Erzählung, die man braucht, um Investoren und Sponsoren zu überzeugen. Das Leitbild ist lediglich der Moment, der festhält: «Ja das gibt es jetzt alles – aber dieses ist noch zu schwach ausgeprägt und jenes zu stark». Man macht mal eine Bestandesaufnahme und wird sich überhaupt bewusst, was da ist. Aber das genügt natürlich heute nicht mehr, weil Investoren angezogen werden müssen. Die wollen, dass gesteuert wird.

TZ Die Gefahr wäre demnach, dass ein Leitbild schon ein Instrument ist, das nur eine ganz bestimmte Art von Kulturproduktion anzieht und das den Rest gar nicht aufscheinen lässt?

PS Kultur ist sehr zeitabhängig und Trends und Schwankungen unterworfen. In der Regel wird das ins Zentrum gesetzt, was im Moment Furore macht. Das heisst immer, dass die Bereiche, in denen Sachen entwickelt werden *könnten*, aus dem Gesichtsfeld verschwinden. Das geschieht natürlich bereits unter dem Einfluss von Einschaltquoten. Die Wirtschaft kennt das Problem auch. Kaum jemand ist mehr in der Lage, Grundlagenforschung zu finanzieren. Aber ohne Grundlagenforschung ist das Geschwätz über Innovation völlig widersinnig. Im Prinzip brauchten wir ein kreatives, zielloses Suchen in alle Richtungen, um längerfristig sicherzustellen, dass wir irgendwann noch auf etwas Neues stossen. Solange alle nur das fördern, was schon als Trend erkannt ist, zementiert man lediglich einen Weg.

***Peter Spillmann** ist Künstler und Ausstellungsmacher. Er konzipierte als Co-Kurator die Ausstellungen «never look back», Shedhalle Zürich, und «Be Creative! Der kreative Imperativ», Museum für Gestaltung Zürich. Er war künstlerischer Leiter der Ausstellung «Route Agricole / Expoagricole» im Rahmen der «Expo.02» und Mitglied des Kuratoriums für die «6. Werkleitz Biennale», Halle a.S. Als Mitbegründer initiierte er selbstorganisierte Projekten wie «Kunstbüro AOS», «Kombirama», «Labor k3000» und «Backstage*Tourismus».

«Backstage*Tourismus» ist ein transdisziplinäres Forschungsprojekt, in welchem Kunst als gleich berechtigte Form der Wissensproduktion und -distribution verstanden wird und das 2002 im Forum Stadtpark Graz seinen Ausgang nahm. «Backstage*Tourismus» untersucht den Tourismus als Motor von Migrationsbewegungen und als Medium kulturellen Transfers. Erforscht werden

dabei nicht nur die Reisenden und die ihnen zugewandten Bühnenelemente, sondern vor allem auch die hinteren Schichtungen der touristischen Erlebnislandschaften – in denen Sehnsüchte produziert und gleichzeitig erfüllt werden müssen. Im Rahmen von «Backstage*Tourismus» wurden unter der Regie von Peter Spillmann und Michael Zinganel ein interdisziplinäres Netzwerk rund um das Thema Tourismus, Kunst und Kultur aufgebaut sowie Formate entwickelt, die der Inszenierung von Forschungsstadien dienen können. Der eben erschienene Katalog «Backstage*Tours» dokumentiert die ersten Projekt-Stufen dieses längerfristig angelegten Projektes. Im Moment sind Forschungsprojekte in Luzern (Kunst und Tourismus) und Zürich (Touristische Bilder der Globalisierung) und eine grössere Ausstellung in Vorbereitung.

Weitere Informationen unter:

www.k3000.ch

www.backstage-tourismus.org

www.inura.org

www.dresden-postplatz.de