

Laura Kollwelter

Künstler als Botschafter?

Luxemburger Kunst soll auch der Imagepflege im Ausland dienen. Doch die dazu eingesetzten Fördermittel sind bescheiden und werden nur begrenzt den Interessen der Künstler entsprechend verwendet.

Luxemburg ist momentan in aller Munde. Zumindest in Luxemburg. Im Juli beginnt die EU-Ratspräsidentschaft. Während sechs Monaten übernimmt Luxemburg den Vorsitz im Rat der Europäischen Union. Parallel wird intensiv am sogenannten Nation Branding gearbeitet. Hier versucht die Regierung dem Land zu einem positiveren Image zu verhelfen und greift dabei auf Vermarktungsstrategien zurück, die sonst Handelsmarken anwenden.

Während der EU-Ratspräsidentschaft steht Luxemburg im Rampenlicht Europas. Das ist die Gelegenheit, um die erarbeiteten Schlagworte des Nation Branding nach außen zu transportieren. Dazu gehört unter anderem, den kulturellen Reichtum zur Schau zu stellen. Mehrere Projekte sowohl in Luxemburg selbst als auch in Brüssel dienen diesem Zweck.

Prestige statt Risiko

Welche Ziele mit diesen Projekten erreicht werden sollen, ist jedoch nicht immer ersichtlich. So organisiert das renommierte Brüsseler Kunstzentrum BOZAR zu jeder Ratspräsidentschaft ein landesspezifisches Kulturprogramm. Dementsprechend hat das Luxemburger Kulturministerium in Zusammenarbeit mit dem BOZAR ein Programm für die nächsten sechs Monate ausgearbeitet. Dies bietet eine einmalige Gelegenheit, einem internationalen Publikum die luxemburgische Kulturszene nahezubringen.

Das Programm ist noch nicht veröffentlicht, es steht jedoch bereits fest, dass die Luxemburger Künstlerin Tina Gillen in

Nur wer seine Kultur als stark, wichtig und reich empfindet, überzeugt auch, wenn er diese exportieren will.

diesem Rahmen ausstellen wird. Ohne die Qualität ihrer Arbeiten in irgendeiner Weise in Frage zu stellen, so überrascht diese Entscheidung dennoch.

Tina Gillen ist eine junge Malerin, die seit Jahren in Belgien lebt und arbeitet. Sie wird von einer Brüsseler Galerie vertreten und hat schon in wichtigen belgischen Häusern wie dem Zentrum für zeitgenössische Kunst Wiels oder dem Museum für zeitgenössische Kunst in Antwerpen ausgestellt.

Warum also einer in Belgien bereits etablierten Künstlerin eine solche Plattform bieten? Wäre es hier nicht interessanter gewesen, diese Möglichkeit einem oder – noch besser – mehreren Künstlern zu geben, die vielleicht noch nie für ein belgisches Publikum ausstellen durften? Es wäre eine schöne Gelegenheit gewesen, die luxemburgische Kulturlandschaft einem neuen Publikum zu öffnen. Etwas mehr Risikofreudigkeit wäre hier durchaus willkommen gewesen.

Stiefkind und Retterin

Aber Risiken will seit Luxleaks niemand mehr eingehen. Panik bricht aus, wenn es ums Image Luxemburgs im Ausland geht – wahrscheinlich zu Recht. Ein blühendes Bild der Nation zu zeichnen, scheint jetzt höchste Priorität zu genießen.

An und für sich ist es keine schlechte Idee, die Luxemburger Kultur in diesem Zusammenhang im Ausland zu promoten. Wenn aber die Beweggründe darin bestehen die wirtschaftlichen Sünden hinter einer aufstrebenden kulturellen Szene zu verstecken und somit eine internationale Luxleaks-Amnesie herbeizuführen, dann haben wir ein Problem. Kultur kann nicht gleichzeitig Stiefkind der Budgetpolitik und Retter in der (Image)Not sein!

Eine disparate Förderlandschaft

Doch auch außerhalb des Rampenlichts einer Ratspräsidentschaft oder der (akuten) Imagepflege will der Staat den Luxemburger Künstlern helfen, ihre Karriere auch im Ausland aufzubauen. Die Fördermöglichkeiten sind vielfältig aber auch teils disparat.

Ein wichtiger Akteur ist der Fonds National culturel (FOCUNA), der seit der

Laura Kollwelter ist gelernte Kunsthistorikerin. Sie lebt und arbeitet als Freelance-Autorin in Brüssel.



Sté Ternes, Viceversa (© Sté Ternes)

Übernahme durch Jo Kox eine auf Transparenz basierte Förderarbeit leistet. Künstler und Kulturschaffende können sich auch gleich ans Kulturministerium wenden, um dort finanzielle Unterstützung zu beantragen. Für die Musikbranche (die immerhin 50% des Kulturbudgets in Luxemburg ausmacht) hat man das Exportbüro music:LX gegründet, das die Vernetzung und den Export der Luxemburger Musik fördern soll. Man kann sich hier durchaus fragen, wieso dieses Privileg der Musik vorbehalten wird. Bildende Künstler, Schriftsteller, Schauspieler oder Tänzer wären einer ähnlich prominenten Initiative in ihrem Feld sicher nicht abgeneigt!

Im Ausland selbst kümmert sich der Staat mittels der Kulturdiplomatie¹ ebenfalls um aktive sowie passive Förderung. Hier tun sich allerdings große Diskrepanzen auf. Von den 65 Ländern, in denen Luxemburg mit einer Botschaft oder einem Konsul vertreten ist, existiert gerade mal in sieben davon eine sogenannte „Maison Grand-Duché du Luxembourg“ – und zwar in Berlin, Paris, Warschau, Tokio, Brüssel, London und New York. Es handelt sich dabei um eine Art Kulturzentrum, in denen man Luxemburger Künstlern Räumlichkeiten zur Verfügung stellt. Doch lediglich in Berlin und Paris

kümmern sich feste Angestellte um Programm und Vertrieb. Beide Posten sind für das Programm der „Maison Grand-Duché du Luxembourg“ zuständig sowie für die Vermittlung von Luxemburger Künstlern an deutsche bzw. französische Institutionen, um somit eine Art bilaterale Vernetzung zu schaffen. Während Ersteres wohl eher Luxemburger „Expats“ anspricht, ist Letzteres ausschlaggebend für die kulturelle Förderung eines Landes.

Eine Vermittlung ist deshalb so wichtig, weil sie den Künstlern erlaubt, Museen, Konzertsäle oder Theater Bühnen zu bespielen, ohne dass ihre Nationalität das ausschlaggebende Kriterium ist. Dem Publikum ist es größtenteils egal, aus welchem Land ein Künstler kommt. Man identifiziert sich nicht mit einem Kunstwerk über die Nationalität des Künstlers, sondern über seine Kunst. Als Beispiel: Ein im Ausland lebender Luxemburger Metalfan wird nicht auf ein Konzert von Cathy Krier gehen, nur weil sie Luxemburgerin ist. Ein belgischer Metalfan, der in Antwerpen eine Luxemburger Metalband sieht, interessiert sich im besten Fall weiter für sie, kauft ihre Platte und möchte vielleicht die Luxemburger Szene etwas besser kennenlernen. Es geht hier also nicht darum, der Kultur auf Biegen und Brechen den „Made in Luxemburg“-

Stempel² aufzudrücken, sondern darum sich mit der künstlerischen Materie selbst auseinanderzusetzen und ein entsprechendes Publikum dafür zu finden, in Luxemburg oder außerhalb. Dies erfordert eine sehr zeitaufwendige Arbeit, die von der Luxemburger Kulturdiplomatie momentan leider nur in Deutschland und Frankreich unterstützt wird. In den anderen Ländern hängt die Vermittlung einzig und allein von den Botschaftern und motivierten Mitarbeitern ab. Eine kohärente Auslandsförderung sieht anders aus.

Natürlich ist es sehr kostspielig, in jedem Land ein solches Netzwerk professionell aufzubauen. Andererseits ist es wegen der Größe des Landes aber notwendig. In Luxemburg hat man als Künstler schnell alle Kulturinstitutionen abgeklappert. Um das ganze Jahr über arbeiten zu können, muss ein Künstler notgedrungen auch im Ausland aktiv sein. Im „Richt er-aus“³ vom vorigen Februar sprach Jo Kox dies an und schlug vor, die Fördermittel des FOCUNA nur noch für Auslandsprojekte von Luxemburger Künstlern zu benutzen. Auch wenn er es selbst als Wunschdenken abtut, ist diese Position durchaus gerechtfertigt. Das Großherzogtum braucht ein organisiertes Exportbüro wie man es auch in anderen europäischen Ländern findet.⁴



Sté Ternes, Viceversa (© Sté Ternes)

Die Ausarbeitung einer konkreten Auslandsförderung steht also momentan noch aus. Leider hat auch das sehr gut gestaltete Internetportal Culture.lu kürzlich die Rubrik „Unsere Künstler in der Welt“ wegen Budgetstreichungen schließen müssen. Der Weg zum Ziel ist also noch lang und beschwerlich.

Die eigene Kunstszene schätzen lernen

Anerkennung im Ausland ist – wie vorhin schon angedeutet – sehr wichtig für die Luxemburger Kulturszene. Noch wichtiger ist allerdings die Anerkennung der luxemburgischen Szene in Luxemburg selbst. In einer Carte Blanche auf Radio 100,7 vermisste Yves Stephany genau diese nationale Wertschätzung.⁵ Während music:LX Musikern hilft im Ausland aufzutreten, scheint man sich innerhalb des Landes für die luxemburgische Musikszene zu schämen. Stephany nennt als Beispiel das „Sonicvisions Festival“, das speziell konzipiert wurde, um jungen vielversprechenden Talenten die Möglichkeit zu bieten, vor internationalen Bookern

aufzutreten. Anstatt hier die Luxemburger Bands in den Vordergrund zu stellen, lässt man sie jedoch entweder am frühen Nachmittag oder spät in der Nacht auftreten, also nicht zur „Primetime“. Ein weiteres Beispiel ist das Musikfestival „Food for Your Senses“, das dieses Jahr abgesagt werden musste. Das auf alleiniger Freiwilligenbasis organisierte internationale Festival hatte kein angemessenes Gelände gefunden. Öfters wurde eine nicht ausreichende Hilfe seitens der betroffenen Ministerien bemängelt.

Wie soll man eine nachhaltige und für Künstler und Publikum interessante außenpolitische Kulturlandschaft schaffen, wenn man es innerhalb der eigenen Grenzen innovativen und kreativen Kulturschaffenden teilweise so schwer macht? Wie wollen wir ein positives Bild unserer Kultur im Ausland vermitteln, wenn wir selbst im Inland nicht hundertprozentig hinter ihr stehen?

Luxemburg muss erst einmal ein Selbstbewusstsein auf nationaler Ebene ent-

wickeln, seine kulturelle Vielfalt schätzen lernen und sie um ihrer selbst willen unterstützen wollen. Denn nur wer seine Kultur als stark, wichtig und reich empfindet, überzeugt auch, wenn er diese exportieren will. ♦

1 Siehe hierzu den kürzlich veröffentlichten Artikel: Daniel Conrad, „Leidenschaft vermitteln“, im *Luxemburger Wort*, 9. Mai 2015.

2 Ansprechen kann man hier auch dass, neben einigen Autodidakten, die wenigsten Künstler ihr Handwerk in Luxemburg selbst erlernt haben. Der „Made in Luxemburg“-Stempel ist also vergleichbar mit dem Levis-Etikett, das als letzter Schritt an die Hose genäht wird, damit man „Made in the USA“ sagen darf. Künstlerische Ausbildung und Produktion ist zu komplex, um über einen einzigen nationalen Nenner definiert zu werden.

3 „Riicht eraus mam Jo Kox“, Radio 100,7, 14. Februar 2015.

4 Siehe zum Beispiel das Institut für Auslandsbeziehungen in Deutschland, Wallonie-Bruxelles international in Belgien oder den British Council im Vereinigten Königreich.

5 Yves Stephany, „Kulturchronik: Fear of Music“, Radio 100,7, 20. Mai 2015.