

NACHGEFRAGT

«Wir konzentrieren uns auf Perlen der Kultur»

Charlotte Schütt ist verantwortlich für das Kulturmarketing im kantonalen Amt für Kultur. Unter ihrer Federführung ist der neue gemeinsame Auftritt von zwölf Festivals und Museen unter dem Label «graubündenKultur» zu Stande gekommen.

«Bündner Tagblatt»: Zwölf Kulturfestivals und Museen sind für eine Zusammenarbeit unter dem Label «graubündenKultur» gewählt worden. Welche Kriterien liegen dieser Auswahl zu Grunde?

Charlotte Schütt, Kulturmarketing Graubünden: Ein erstes Kriterium ist sicherlich die Qualität. Das Festival oder Museum muss zudem gewisse Alleinstellungsmerkmale aufweisen – da gehört neben der inhaltlichen Ausrichtung etwa auch die Besonderheit des Austragungsortes dazu. Weiter muss es sich um Profi-Kultur handeln, eine Veranstaltungsdauer von mindestens vier Tagen ist ebenfalls Bedingung. Schliesslich haben wir auch darauf geachtet, welche Zielpublika angesprochen werden. Im Vordergrund steht neben dem traditionell kulturinteressierten Publikum nicht zuletzt auch die so genannte «culture oder creative class» – ein urbanes Publikum, bei dem Kulturangebote zum Lifestyle gehören.

Sind die zwölf Festivals und Museen nun auf immer und ewig gewählt oder kann es bei den Mitgliedern zu Veränderungen kommen?

Bei der jetzigen Zusammensetzung handelt es sich um eine Momentaufnahme. Es ist denkbar, dass noch weitere Veranstaltungen dazu-



Charlotte Schütt. (tam)

kommen. Anlässe, die sich noch entwickeln müssen. Das erste Jahr ist zugleich eine Pilotphase. Sicherlich wird es nach den Erfahrungen des ersten Jahres Anpassungen geben.

Der Kampf um Publikum ist hart. Läuft man nicht Gefahr, andere, kleinere Kulturanbieter auszuschliessen oder gar zu benachteiligen?

Im Kulturmarketing geht es darum, potenzielle neue Gäste ausserhalb Graubündens anzusprechen. Da muss man sich auf die Perlen der Bündner Kultur beschränken. In der geplanten Broschüre werden aber auch weitere Veranstaltungshinweise Platz finden. Zudem bietet die Website www.graubuendenkultur.ch eine Plattform für das gesamte Bündner Kulturschaffen. Im besten Fall werden jene, die (noch) nicht unter dem Label laufen, von den anderen mitgezogen.

Der gemeinsame Auftritt eröffnet den Veranstaltern neue Marketingmöglichkeiten. Erhalten die Veranstalter, die zum Label «graubündenKultur» zählen, auch finanzielle Vorteile von Seiten des Kantons?

Nein. Es handelt sich ausschliesslich um eine Marketingstrategie, die das attraktive kulturelle Angebot Graubündens verstärkt nach aussen tragen soll, wodurch nicht zuletzt auch der Tourismus profitieren kann. Das Ganze ist ganz klar von der Kulturförderung getrennt.

Dies ist das erste Projekt, mit welchem das Label «graubündenKultur» marketingtechnisch in die Offensive geht. Sind weitere Projekte in der Pipeline?

Ja. Im Zusammenhang mit der Tournee von Lindard Bardill und der Kammerphilharmonie läuft derzeit etwa ein Pilotprojekt. Wir haben gemeinsam mit dem Veranstalter der Kinderkonzerte 13 000 Schweizer Familien angeschrieben und auf die Tournee sowie spätere Konzerte in Graubünden hingewiesen – Bardill und die Philharmonie sind in diesem Sinne kulturelle Botschafter Graubündens. (lh)

► **Das Label ist für uns ...»**

«graubündenKultur»

«Das Label ist für uns ein Qualitätsprädikat»

Zwölf Kulturanbieter treten künftig gemeinsam unter dem Dachlabel «graubündenKultur» auf. Während die einen das Projekt als grosse Chance werten, üben sich andere eher in Zurückhaltung.

Von Ladina Heimgartner

«Endlich macht jemand etwas», sagt Peter Aronsky, Intendant des Festivals Snow and Symphony in St. Moritz. Seine Veranstaltung ist eine von zwölf, die künftig gemeinsam unter dem Label «graubündenKultur» auftreten (siehe Bericht auf der Front). Er plädiert bereits seit Jahren für eine verstärkte Zusammenarbeit im kulturellen Bereich. In erster Linie sei nun wichtig, dass alle am selben Strick ziehen, so die Meinung des Musikers und Festivalmakers. «Jeder Anfang ist schwer», so Aronsky, «das Projekt ist aber auf professionelle Art und Weise aufgegleist worden. Das verdient unsere Unterstützung.»

«Meist fehlt Werbebudget»

Grossen Beifall erntet das vom Amt für Kultur in die Wege geleitete Projekt auch von Dorothe Reinhard, der Präsidentin der Kammerphilharmonie Graubünden. Der Verein ist mit der Schlossoper Haldenstein in die Reihe der Zwölf aufgenommen worden: «Eine Zusammenarbeit unter den Veranstaltern wird ermöglicht, zudem wirbt der Kanton für unsere Angebote», sagt Dorothe Reinhard. Beworben wird in erster Linie die Schlossoper. Die Präsidentin erhofft sich indes, dass auch das Renommé des Orchesters an sich von diesem Auftritt profitieren wird: «Das Label ist für uns wie ein Qua-



Spannen künftig unter der Marke «graubündenKultur» zusammen: zwölf Bündner Festival-Veranstalter und Museumsdirektoren (auf dem Bild fehlt Markus Luchsinger). (zVg)

litätsprädikat.» Meist fehle das Geld, um gross angelegte Werbung zu machen, erklärt Reinhart. Wenn dies nun zusätzlich gebündelt über die Kanäle des Kantons laufen könne, sei das eine gute Sache. Derselben Meinung ist im Grunde auch Cornelia Müller, Organisatorin des Uncool Festivals Poschiavo – wenn auch nur bedingt. Erfreulich sei, dass ein Austausch unter den Kulturveranstaltern stattfindet. Durch die geplante Broschüre, in welcher die zwölf kulturellen «Aushängeschilder» vorgestellt werden, und die Werbekampagnen unter der Marke Graubünden könne sicher eine grössere Öffentlichkeit erreicht werden. «Ich bin aber dennoch der Meinung, dass es sinnvoller ist, Inhalte zu fördern, anstatt die Verpackung», so Müller. Daher wäre besser daran getan, das Geld den Kulturprojekten di-

rekt zufließen zu lassen als in deren Vermarktung. «graubündenKultur» definiert sich in einer ersten Phase über die Veranstaltungen, «daher profitiert die Marke vorerst auch mehr von uns, als wir von der Marke», beschreibt Cornelia Müller, die derzeit um jeden Rappen für ihr Festival zu kämpfen hat, das «zweischneidige Schwert».

Teilnahme aus Solidarität

Der Bündner Event mit der grössten nationalen und internationalen Ausstrahlung ist sicherlich das Arosa Humor-Festival. Veranstalter Martin Vincenz erachtet die neu lancierte Zusammenarbeit als gut und sinnvoll und macht deshalb auch gerne mit.

«Es ist logisch, dass stärkere Veranstaltungen in einem solchen Verbund als Leader auftreten,

während die kleineren eher profitieren können», sagt Vincenz. Obwohl die neuen Kommunikationskanäle auch dem Humor-Festival zugute kommen, habe eine gewisse Solidarität sicher auch zum Entschluss einer Teilnahme am Verbund beigetragen. Noch offen seien laut Vincenz unter anderem Fragen, welche die Präsenz des Markenlabels neben den Sponsorenlabels auf Drucksachen betreffen. Auch bezüglich des Tempos der Lancierung seien sich die Teilnehmenden nicht ganz einig.

Sicher ist, dass sich die zwölf Veranstalter im Sinne eines besseren Kennenlernens gegenseitig besuchen werden. Als erster Gastgeber liegt es denn an Martin Vincenz, seine «Markenkollegen» vom 8. bis 16. Dezember am Arosa Humor-Festival zu begrüssen.

► **Kommentar Seite Klartext**

Zürich

Interessantes über Lasker-Schüler

Eine Ausstellung in der Zentralbibliothek Zürich (ZB) vom 27. November bis 23. Januar beleuchtet die Zürcher Jahre der jüdischen Schriftstellerin Else Lasker-Schüler. Öffentliche Führungen und zahlreiche Rahmenveranstaltungen sind geplant.

Lasker-Schülers Jahre des Zürcher Exils von 1933 bis 1939 waren geprägt von Armut, Einsamkeit und dem ständigen Kampf um die Erneuerung der Aufenthaltsgenehmigung. Ein striktes Arbeitsverbot machte die Deutsche von Gönnern abhängig.

Den Misserfolgen und Widrigkeiten des Exilalltags zum Trotz entstand in Zürich das berühmte Gedicht «Das blaue Klavier». Mit der Ausbürgerung der Schriftstellerin durch die Nazis 1938 erlosch auch ihre Aufenthaltsbewilligung in der Schweiz. Nach Ausbruch des Zweiten Weltkriegs verweigerte ihr die Schweiz endgültig das Visum. Die Ausstellung «Erbittert nicht, aber traurig war ich» sei in Zusammenarbeit mit der Else-Lasker-Schüler-Gesellschaft und der Stadtbibliothek Wuppertal entstanden, schreibt die ZB. Der Eintritt ist frei. (sda)

Diebstahl

Goya-Gemälde sichergestellt

Die amerikanische Polizeibehörde FBI hat ein vor knapp zwei Wochen gestohlenen Ölgemälde des spanischen Malers Francisco de Goya sichergestellt. Es seien Hinweise aus der Öffentlichkeit eingegangen, die auf die Spur der Täter geführt hätten, teilte die Behörde in Newark im US-Staat New Jersey mit. Einzelheiten wurden nicht bekannt gegeben, da die Ermittlungen noch liefen. Das Bild «Kinder mit Karren» verschwand bei einem Transport. Es war für eine Million Dollar versichert. (sda)

Kassel

Block verlässt Kunsthalle

Der seit 1997 amtierende Direktor der Kunsthalle Fridericianum in Kassel verlässt das Museum Ende Jahr. Er verabschiedet sich derzeit bei seinem Publikum mit einer Ausstellung, die den melancholischen Titel «Fremd bin ich eingezogen» in Anlehnung an Franz Schuberts Winterreise trägt. Block betont deshalb, dass er die Stadt nicht schwermütig verlasse. (bt)

Konzert



Der Bündner Bassist Luca Sisera kommt mit dem Drummer Tony Renold und dem Gitarristen Franz Hellmüller nach Chur. (zVg)

Hellmüller-Sisera-Renold in der «Werkstatt»

Heute Mittwoch, 22. November, gibt die für den renommierten ZKB-Jazzpreis 2007 nominierte Jazzformation Hellmüller-Sisera-Renold ein Konzert in der «Werkstatt» in Chur.

Luca Sisera (Kontrabass) und Franz Hellmüller (Gitarre) sind bekannte Gesichter auf der «Werkstatt»-Bühne. Diesmal spielen sie zusammen mit dem Schlagzeuger Tony Renold, ein alter, dennoch junggebliebener Hase der Schweizer Jazzszene. Nach nur sechsmon-

atiger Zusammenarbeit veröffentlicht das Trio ihre erste CD «Somewhere in May». Hellmüller-Sisera-Renold zelebrieren laut Mitteilung «Musik mit Freude und Leidenschaft, Spontaneität und Überraschung». Nach Chur wird das Trio in diesem Jahr unter anderem noch in La Chaux-de-Fonds, Zürich («Moods», 30. November), Bern, Luzern, Lausanne, Neuchâtel und Zuzach auftreten. (bt)

Mittwoch, 22. November, Beginn 20.30 Uhr. «Werkstatt», Untere Gasse 9, Chur