

Michael Weisser

im Interview mit

Antje Hinz

ARD-Kulturjournalistin

Medienproduzentin, Verlegerin



Kreativität, Kunst, Wirtschaft
Innovation, Werte



WhitePaperCollection - 01

Michael Weisser

Medienkünstler

im Interview mit

Antje Hinz

Wissensdesignerin, Wissenschaftsjournalistin,

Medienproduzentin, Verlegerin,

Moderatorin, Speakerin und

Expertin der Kultur- und Kreativbranche

über

Kreativität, Kunst, Wirtschaft,

Innovation, Werte

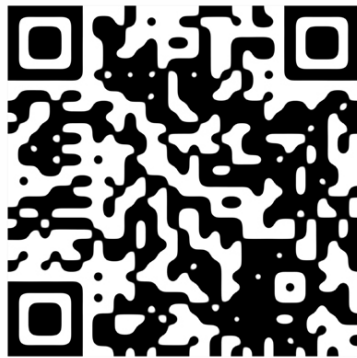
*

*Always the beautiful answer /
who asks the more beautiful question?*

(Edward Estlin Cummings)

Der QR-Code - Information zur Nutzung.

Dieses E-Book zeigt auf dem Cover den farbig-gestalteten QR-Code:



Scan mit QR-App i-nigma

Dieser Code führt zum YouTube-Video:

„SehnSucht als WehMut“ – 5:30 – 2015

Funktion:

Um QR-Codes lesen zu können bedarf es eines Smartphones oder eines Tablets mit einer App (Applikation) wie den kostenfreien Reader i-nigma, den man vom Store für Android, Windows oder Mac herunterladen kann.

Den vollständigen QR-Code mit der App scannen und das dahinter liegende Ereignis erleben. Zum optimalen Klanggenuss am besten Kopfhörer benutzen oder das Smartphone direkt oder via Bluetooth mit einer Dockingstation für die Raumbeschallung verbinden.

Die App i-nigma hat sich nach vielen Test als ungeschlagen leistungsfähig erwiesen! Zu empfehlen sind alternativ die ebenfalls kostenfreien Reader-Apps Optiscan und Qrafter.

Notwendig zum Lesen der Codes und zum Link zu den Web-Ereignissen, die hinter den Codes stehen, ist eine stabile Verbindung mindestens zu einem 3G- (oder 4G/LTE) Mobilfunknetz oder zu einem W-LAN Anschluss.

Interview zum neugierigen Denken
Antje Hinz befragt Michael Weisser
Medienkünstler, Autor, Musikproduzent.

Der Medienkünstler, Musikproduzent und Science Fiction-Autor - Michael Weisser hat im Verlag „Die|QR|Edition“ in Murnau am Staffelsee ein neues Buch als Edit.05 veröffentlicht. Der Titel lautet „neugierig:denken! Interviews & Dialoge.“ Dieses Buch wird nahezu zeitgleich im Londoner eBook Verlag Endeavour Press Ltd. verlegt.

Weisser hat 44 Persönlichkeiten aus Kultur, Wissenschaft, Wirtschaft und Politik zum künstlerisch-kreativen und non-linearen Denken befragt, unter anderem auch mich. Bereits im November 2015 hatte ich mit Weisser für mein Medienportal MassivKreativ ein Gespräch über seine Medienkunst und den QR-Code geführt. Nach der neuen Veröffentlichung von „neugierig:denken!“ im Herbst 2016 habe ich Weisser erneut befragt - über seine Motivation und den Entstehungsprozess des Buches.

AH: Mike, in Deinem neuen Buch „neugierig:denken! hinterfragst Du Denkprozesse, Selbstwirksamkeit, Motivationen und Visionen, also das, was Menschen durch ihr Wirken gesellschaftlich einbringen können und möchten. Wie ist die Idee entstanden, ein Buch über künstlerisch-kreatives Denken zu machen?

MW: Wenn man sich ein Leben lang aktiv mit „Kunst“ beschäftigt, dann taucht zwangsläufig immer wieder die selbstkritische Frage auf, was man eigentlich macht und warum man außerhalb der „normalen“ Berufswelt in dieser schöpferischen Weise arbeitet.

Kunst ist und wirkt sehr vielfältig. Sie ist neben dem Prozess der Selbstfindung und dem Ausdruck des Gestaltungswillens von Menschen auch ein Mittel der Darstellung von Eitelkeit und Sozialprestige. Sie dient als soziales Gedächtnis ebenso wie als Objekt der Spekulation. Bei all dem ist Kunst, das ist mir sehr wichtig festzuhalten, kein objektiver Ausdruck für Wert und Qualität sondern lediglich das, worüber sich Menschen geeinigt haben, es als Kunst zu bezeichnen.

Für mich ist Kunst vornehmlich ein „Ort“ der Entfaltungsmöglichkeit, ein Raum des Experiments, der einen gewissen Schutz in einer gesellschaftlich weitgehend akzeptierten Ernsthaftigkeit genießt. Kunst findet in einer Szene statt. Hier wird Kunst gemacht und ausgestellt, geliebt und kritisiert, gehypt und verkauft.

Grundlage von Kunst ist eine besondere Form von Kreativität, von Schaffensidee und Schaffenskraft, mit der der Macher von Kunst umgeht, die er als Idee entwickelt und folgend sinnlich wahrnehmbar umsetzt, um letztendlich Werke aus Farbe, Form, Komposition und Materialität oder aus beschreibenden Worten zu kreieren.

Interessant ist, dass die Leistung der Kreativität besonders dem Künstler in Person des Malers, Bildhauers, Komponisten, Musikers etc. zugeschrieben wird, obwohl jede Idee im Lebensalltag auf mehr oder minder weit entwickelte Kreativität von Menschen basiert.

In letzter Zeit wird der Begriff „Kreativität“ zunehmend strapaziert. Die wachsende Bedeutung von Software (auch Algorithmen genannt) scheint die klassische Entwicklung von Hardware (auch Maschine genannt) überholt zu haben. Software ist der neue Heilsbote, der die Probleme der Menschheit lösen kann – so jedenfalls glauben viele. Neue Ideen bringen technische Innovationen hervor, die der Wirtschaft und den Aktionären neuen Profit versprechen.

Also ist die Verbindung der beiden Begriffe „Kreativität“ und „Wirtschaft“ immer mehr in den Vordergrund geraten. Es geht um die Kreativwirtschaft, die zu potenten kreativen Industrien von morgen wachsen soll.

In diesem Zusammenhang wird immer stärker die inspirierende Kraft von Kunst auf die Arbeitswelt in der Wirtschaft diskutiert. Diskussionsforen entstanden, viele Fachbücher wurden geschrieben, zahlreiche Galerien und Kunstvermittler suchen den Kontakt zu Unternehmen, um mit dem Argument der Leistungssteigerung von Mitarbeitern letztlich traditionelle Malereien und Skulpturen zu verkaufen. Macht das wirklich Sinn?

Da ich in meiner künstlerischen Arbeit die Medien Bild, Klang und Wort vernetze und dabei auf der Grenze von analoger und digitaler Datenverarbeitung tätig bin, interessiert mich dieser Trend, der in den Bereichen Kunst und Wirtschaft neue Akzente setzt. Also habe ich mir erst einmal entsprechende Literatur gekauft und danach längere Zeit im Internet recherchiert.

Nun hätte es die übliche Möglichkeit gegeben, die Recherchen unter verschiedenen Fragestellungen zu fokussieren und entweder ein wissenschaftliches Werk oder einen Essay

zu schreiben und diesen in meine Arbeit einzubinden und ihn derart zu veröffentlichen. Dieses Vorgehen war mir aber zu einfaltslos und auch zu wenig lebendig. Also habe ich mich entschlossen, „die Frage als Schlüssel zur Welt“ anzuwenden und über Interviews verschiedene Lebenswege von Menschen aufzuzeigen, in denen Kreativität eine tragende Rolle spielt. Mich interessiert, wie Menschen ihr Denkvermögen einsetzen, um ihre Vorstellungen umzusetzen. Mich interessiert, welche Erfahrungen, Einsichten oder Sehnsüchte Menschen zum Handeln motivieren. Und mich interessiert, mit welcher Weitsicht Menschen ihr Leben in die Hand nehmen, es planen und die Planung umsetzen.

AH: Wie hast Du die GesprächspartnerInnen für Dein aktuelles Buch ausgewählt? Konntest Du sie vorher persönlich - so wie mich - oder bist Du an die Leute im Erstkontakt herangetreten?

MW: Das erstes Buch, das ich mir zum Thema gekauft hatte, stand unter dem vielversprechenden Titel „Kunst fördert Wirtschaft. Zur Innovationskraft des künstlerischen Denkens“. Herausgegeben wurde das Buch von Prof. Dr. Ursula Bertram, Künstlerin und Professorin am Zentrum für Kunsttransfer „ID/factory“ an der TU Dortmund. Diese Publikation erschien als Zusammenfassung eines Symposions, das sich auf eine Entscheidung des Europäischen Parlaments vom 16. Dezember 2008 bezog, mit der das Jahr 2009 zum „Europäischen Jahr der Kreativität und Innovation“ ausgewiesen wurde. In der Entscheidung des Parlaments heißt es: „Ziel dieser Initiative ist die Förderung von kreativen und innovativen Fähigkeiten als Schlüsselkompetenzen für alle durch lebenslanges Lernen.“

Der Buchtitel und sein Hintergrund enthielten die mir wichtigen Stichworte und die Informationen des herausgebenden transcript Verlages machten mich neugierig. Das Buch wurde angekündigt mit den Worten:

„Die Einbahnstraße »Wirtschaft fördert Kunst« erfährt derzeit einen eklatanten Richtungswechsel: Erfolgreiche Führungskräfte erkennen in künstlerischen Strategien eine zukunftsweisende Betrachtung – die Integration künstlerischer Kompetenz in unser Wirtschafts- und Wissenschaftssystem wird schon bald aus unserem Alltag nicht mehr wegzudenken sein. Dieser Band bildet den initialen Diskurs hierzu ab. Renommiertere Autoren unterschiedlichster Fachgebiete (u.a. Physik, Kunst, Wirtschaft, Philosophie, Neurobiologie, Strategieforschung, Musik, Management, Szenografie) berichten über bereits bestehende Projekte aus der Praxis und der Forschung in Textbeiträgen, Interviews oder künstlerischen

Arbeiten. In einer gemeinsam verfassten Resolution wird zudem die Notwendigkeit betont, kreatives Denken und die Heranbildung von Innovationskompetenzen bereits in der frühen Bildung zu verankern.“

Zu dieser Resolution des “initialen Diskurses” und dessen Wirkung im Verlauf der vergangenen vier Jahre hatte ich Fragen, die ich an die Herausgeberin des Buches gerichtet habe. Meine telefonisch angekündigte Mail wurde nicht beantwortet, meine freundliche Nachfrage wurde ebenfalls nicht beantwortet, auf mein nochmals erinnerndes Telefonat hin folgten wieder keine Antworten. Das war der Anfang meiner eigenen Recherchen. Ich wollte authentische Antworten von ambitionierten Menschen haben, die Kreativität konkret leben und nicht nur darüber Vorträge halten.

AH: Wie hast Du Dich dem kreativen Denken thematisch angenähert? Wie war Dein methodisches Vorgehen?

MW: Zuerst habe ich mir alle Fachbücher gekauft, die mir wichtig erschienen. Einige der Autoren habe ich kontaktiert und erste Interviews entstanden. Dann habe ich unter den Stichworten Kreativität + Wirtschaft + Kunst und Varianten davon recherchiert, mich jeweils um Hintergründe zu den Personen bemüht, eine Auswahl getroffen und diese Personen ebenfalls zum Interview eingeladen. Unbedingt wichtig war mir eine Vielfalt von Berufshintergründen und Ambitionen. Diese Vielfalt konnte ich natürlich nicht in ihrer statistischen Verteilung mit wissenschaftlichem Anspruch erzeugen, aber gefühlsmäßig hat es gut geklappt. So konnten die großen Bereiche Kultur, Wirtschaft, Wissenschaft und Politik ebenso abgedeckt werden wie die Arbeitsfelder Forschung, Lehre und Anwendung. Geantwortet haben mir 30 Männer, 9 Frauen und 5 Paare. Die Einzelheiten kann man im Inhaltsverzeichnis des Buches ablesen.

Auch auf eine gewisse topografische Verteilung über Deutschland habe ich geachtet und bin sogar mit Süddänemark im Norden und mit Österreich im Süden in den deutschsprachigen Raum gegangen.

AH: Wie war die Reaktion auf Deine Initiative?

MW: Die Reaktionen waren sehr interessant! Die Autoren von Büchern haben sofort geantwortet, ebenso die angemailten KünstlerInnen und Dozenten. Die Einzelpersonen und Gruppen, die Wirtschaftsunternehmen mit Kunst, Kunstberatung, und kreativem Coaching

versorgen, haben zu meiner großen Überraschung ausnahmslos nicht reagiert. Diese Gruppe schien mir besonders interessant, weil sie Erfahrungen in der Verbindung von Kunst und Wirtschaft hat. Aber hier schien das Risiko wohl zu groß zu sein mit den Antworten auf meine kritische Fragen die eigene Klientel zu irritieren – das konnte ich nachvollziehen.

Die Interviews weisen unterschiedliche Intensitäten auf. Einige sind über die Frage/Antwort hinausgewachsen und es sind Dialoge im Sinn eines gegenseitigen Austauschs entstanden. In diesen Fällen habe ich natürlich durch meine Antworten die Aussagen des Gegenübers beeinflusst, aber hier entstand auch die große Chance eine gewisse Tiefe und Offenheit der Aussagen zu erreichen.

AH: Waren Deine Fragen standardisiert? Gab es einen allgemeinen Fragebogen?

MW: Es gab Kernfragen, die ich in abgewandelter Form an alle GesprächspartnerInnen gerichtet habe, aber es gab keinen Standard. Im Wesentlichen habe ich ganz spezifisch für jede Person eigene Fragen entwickelt, was recht aufwändig wurde.

AH: An welche Zielgruppen richtet sich das Buch über neugieriges Denken? Wer soll es lesen und dadurch einen Erkenntnisgewinn erlangen?

MW: Eine konkrete Zielgruppe hatte ich bei der Recherche und auch beim Verfassen nicht im Auge. Ich wollte weder einen Bestseller konstruieren, noch wollte ich eine Mission starten. Es sollte eine Sammlung von Interviews werden, die einerseits eine Quellensammlung von Zeitzeugen bilden, aber andererseits auch spannend und unterhaltsam zu lesen sind. Das Thema „neugierig Denken“ sehe ich als grundlegend wichtig, denn es ist der Ausgangspunkt für alle Entwicklungen in menschlicher Kultur und Zivilisation und damit auch für die großen Bereiche Kunst und Wissenschaft.

Sehr wichtig war mir bei diesem Projekt nicht nur von Ergebnissen der Kreativität zu sprechen, sondern ausdrücklich die handelnden Menschen in den Fokus zu setzen. Kreativität ist letztlich das Ergebnis von zutiefst menschlichen Qualitäten wie Motivation, Begeisterung, Enttäuschung, Empathie, Liebe, Sehnsucht, Ausdauer und Neugierde.

AH: Willst Du mit Deinem Buch etwas anstoßen, etwas bewegen bzw. verändern? Wenn ja, was konkret?

MW: Der Wille zur Veränderung wird nicht ausdrücklich von mir formuliert. Man verändert immer durch Handeln. Auch ich habe mich im Verlauf dieses Projektes verändert und es ist für mich sicher, dass sich auch einige meiner GesprächspartnerInnen verändert haben, das ergaben spätere Gespräche, denn ich habe mit einigen telefoniert und einige sogar persönlich zu einem Austausch getroffen.

Ganz im Gegensatz zur handelsüblichen Literatur über „Kunst, Kreativität und Wirtschaft“ habe ich keinen Gebrauchswert definiert, der zum Kauf des Buches anregen soll – lass mich zum Verständnis dessen, was ich meine, einige Titel von Fach-Autoren und Autorinnen nennen, die auf den Mehrwert ihrer Publikation schon im Titel hinweisen:

„Kunst fördert Wirtschaft. Zur Innovationskraft des künstlerischen Denkens“ von Ursula Bertram als Herausgeberin. „Innovation – Wie geht das?“ ebenfalls von Prof. Dr. Ursula Bertram. „Wirtschaftsästhetik: Wie Unternehmen die Kunst als Inspiration und Werkzeug nutzen“ von Prof. Dr. Brigitte Biehl-Missal. „Kreativität und Innovation im Unternehmen. Methoden und Workshops zur Sammlung und Generierung von Ideen“ von Prof. Dr. Alexander Brem und Stefanie Brem. „Visual Thinking: Probleme lösen mit der Faktorenfeldmethode“ von Dipl. Ing. Werner Preißing. „Das A.R.T.-Prinzip: Vom Nutzen der Kunst im Unternehmen“ von Mariott Stollsteiner, „Kunst im Unternehmen - Ein Mehrwert in Zeiten des Wandels“ von Bianca Edda Weber.

Alle Bücher versprechen eine Steigerung von Effizienz und damit von Benefit oder Profit im Wirtschaftsunternehmen. Die Publikation „neugierig:denken!“ sieht sich dagegen als authentische Quellensammlung und anregendes Lesebuch. Hier geht es darum, einen Blick hinter die Kulissen zu werfen und der Frage nachzugehen, wie „Kreativität“ entsteht, wie sie eingesetzt wird und worauf „Neugierde“ basiert. Hier geht es um den Versuch, neben Projekten und klugen Interpretationen auch ganz persönliche Hintergründe für Denken und Handeln aufzuzeigen.

AH: Wie kommt es zu dieser kryptischen Schreibweise von “neugierig:denken!” in Form von neugierig (dann ein Doppelpunkt) denken (dann ein Ausrufzeichen)?

MW: Den Titel sehe ich als Bild, das anregt. Ich lade den Leser ein: Teile die Neugier durch das Denken und mache dies tatsächlich (per Exklamation). Umgekehrt will das Bild aufrufen:

Multipliziere das Denken mit der Neugier! Damit ist der Titel selbst ein Ausdruck von Kreativität und wer ihn entschlüsselt, der wendet ihn durch die Entfaltung seiner Neugierde an ;-)))

AH: Auf der ersten Innenseite findet sich ein Zitat von Albert Einstein. Es lautet: „Probleme kann man niemals mit derselben Denkweise lösen, durch die sie entstanden sind“. Wie interpretierst Du dieses Zitat für Dich persönlich?

MW: Es ist mir wichtig, Folgendes klarzustellen. Probleme zu lösen heißt, sich außerhalb ihrer Welt zu stellen. Es ist notwendig, eine Metaebene zu erklimmen, um den Blick frei zu machen. Die "Metaebene" ist eine Methode, Erkenntnis zu gewinnen, auch um sich selbst in kritischem Wohlwollen von einem „höheren“ Standpunkt aus betrachten zu können. Der Aufstieg in die Metaebene und die damit verbundene Sicht von oben soll mich als Urteilenden von der starken Bindungskraft meiner Emotionen befreien ;-)))

Die Metaebene kann man sich als ein Spiel mit den Objektiven der Fotografie vorstellen: Froschauge, Weitwinkel, Normalobjektiv, Tele und Makro. Wenn man alle Brennweiten zusammenfasst, dann hätte man ein Super-Zoom, mit dem man von einem Standort aus alle möglichen Wege der Annäherung wählen kann. Die Schärfe einer Aussage wird stärker, wenn ich zwischen Detail und Totale wechsele und einen Mittelwert wähle.

Lass mich noch einmal zurückkommen zum Zitat von Albert Einstein. Es gibt noch ein zweites Zitat, und das ist wirklich von höchster, poetischer Schönheit. Es stammt vom amerikanischen Dichter und Schriftsteller Edward E. Cummings und lautet: „Always the beautiful answer / who asks the more beautiful question?“. Ich übersetze diesen Aphorismus mit „Ist es nicht immer die schöne Antwort, die nach der noch schöneren Frage fragt?“. Dieses Zitat habe ich als Motto für die eBook-Ausgabe der Publikation zum neugierigen Denken gewählt, die zeitnah im Verlag Endeavour Press Ltd. (in deutscher Sprache) erscheint.

AH: Der Verlag Die|QR|Edition nennt Dein gedrucktes Buch ein HybridBuch. Was ist darunter zu verstehen?

MW: Im „neugierig:denken!“ sind gestaltete QR-Codes abgebildet, die zu Irritation, Information und Inspiration führen. Wer diese Codes mit dem Smartphone scannt, der gelangt ins Internet und wird dort multimedial überrascht. Diese neue Möglichkeit der Vernetzung ist

die Idee der kompletten Buchreihe in der Edition, nämlich die analoge Welt des gedruckten Buches mit der digitalen Welt des Internet zu verbinden. Zu diesem Thema habe ich im vergangenen Jahr ein eigenes Fachbuch "Der QR-Code" herausgegeben, das meine ganzen Recherchen und Erfahrungen übersichtlich zusammenfasst.

Der Begriff „i:Codes“ entstand für meine Bildwelt, weil ich übliche QRs künstlerisch so stark in Form und Farbe gestaltet habe, dass Bilder von eigener Anmutung entstanden sind. Trotz der Wirkung als „Konkrete Kunst“ blieb die Funktion der Codes erhalten. Die Gestaltung hat sich in verschiedenen Generationen vollzogen und die Codes wurden mehr und mehr individualisiert. Diese eigenwilligen Gesichter machen sie als Identitäten zu i:Codes ;-)))

AH: Im Buch gibt es neben den i:Codes (immer auf den ungeraden, rechten Seiten noch andere Bilder (immer auf den geraden, linken Seiten zu finden), unter denen das Stichwort „Compressed World“ zu finden ist. Was hat es damit auf sich?

MW: Die Bilder „Compressed World“ stehen als bildhafter Ausdruck für eine kreative Anwendung. Hier geht es um ein Prinzip der Verdichtung, an dem ich seit mehr als 30 Jahren arbeite. Auf der Suche nach dem „spirit“ von besonders energetischen Orten habe ich die Welt bereist und Bilder sowie Klänge in einem Prozess der „Ästhetischen Feldforschung“ aufgezeichnet.

Die entstandene Bildwelt entwickelte sich ab 1986 im Zusammenhang mit der von mir produzierten Musikformation G.E.N.E. (Grooving Electronic Natural Environments). Es entstand ein Archiv von weit mehr als 100.000 digitalen Fotos, das bereitsteht und das ständig auf neuen Reisen erweitert wird. Dieses Archiv ist die Grundlage eines Werkes, das sich mit dem Prinzip der Kompression beschäftigt und zu einer neuen Bildsprache geführt hat. Eine erste Auswahl von Bildern aus diesem Werk soll im Zusammenhang mit dem Denken irritieren und inspirieren. Insoweit sind diese Bilder keine „Illustration“ sondern verstehen sich als eigenständiger Beitrag zum Thema, der das Wort um das Bild erweitert.

AH: Welche Rückmeldungen hast Du bisher auf das Buch erhalten?

MW: Aus dem Entstehungsprozess ergaben sich zahlreiche Einladungen zu persönlichen Gesprächen. Hier erfuhr ich unter anderem ganz persönliche Hintergründe von

Lebensgeschichten mit der Bitte, diese in meinen Fragen nicht anzusprechen. In einigen Fällen wurden Schleusen geöffnet, weil Lebenssituationen angesprochen waren, die sehr intim wurden. Ausdrücklich danke ich jenen GesprächspartnerInnen, mir diesen Einblick gewährt zu haben, denn oft waren diese Kindheitserlebnisse der Schlüssel für überdurchschnittliche Motivation, Tendenz zum Widerspruch oder extreme Konsequenz im Handeln. Das Verfassen des Buches war also ein Akt mit Transmitterqualität.

Aus einigen Interviews wurden zudem durch spontane Rückfragen der GesprächspartnerInnen unvermittelt Dialoge, die sich durch mehrfache Überarbeitung des .doc-Dokuments von beiden Seiten immer wieder veränderten. Das war ein sehr spannender Prozess, den aus der linearen Abwicklung von Frage/Antwort wuchs im Diskurs ein wogendes Feld der Worte.

AH: Wie kam es zu dem überraschenden Begriff des neugierigen Denkens, den Du in der ersten Einladung zum Projekt noch nicht angesprochen hattest? Anfangs ging es Dir um das künstlerisch-kreative, das non-lineare Denken...

MW: Im Verlauf der Arbeit erschien mir der Begriff „Kreativität“ immer mehr abgenutzt und überstrapaziert. So kam die Frage auf, was eigentlich hinter diesem Begriff des „Kreativen“ wirklich steht. Was schiebt diesen Begriff an, was macht ihn stark und wirksam?

Was dem Kreativen das Leben einhaucht, das war ein Begriff, den ich schon viele Jahre vorher in Seminaren zu den Basis-Fähigkeiten zählte, die ich den Studierenden vorhielt: Zuerst ist die Neugier, dann bedarf es der Ausdauer und zuletzt erst wirkt die Kreativität, um eine Idee zu entfalten. Diese Reihenfolge war für viele eine Provokation, weil ihnen Neugier und vor allem Ausdauer im ersten Moment zu profan vorkam ;-)))

AH: Das Buch kreist dennoch ständig um kreatives Denken. Beim Übergang vom Industriezeitalter zur Wissens- und Informationsgesellschaft verändern sich unsere Wertvorstellungen: Immaterielle Ressourcen, wie Wissen und Kreativität, gewinnen an Bedeutung. Materielle Statussymbole verlieren vor allem bei jüngeren Menschen an Einfluss. Warum ist Kreativität gerade in diesen Umbruchzeiten wichtig und hilfreich?

MW: Hardware ist teuer, aufwändig, schwerfällig. Hardware zu produzieren bedarf komplexer Prozesse, Produktionsorte, Maschinen, Ressourcen und Mitarbeiter. Im Gegensatz

dazu verfügt eigentlich jeder über die Kraft der Idee. Ideen können an jedem Ort geboren werden. Man kann die komplexesten Ideen allein im eigenen Kopf denken. Das macht die gedachte Idee als Ergebnis von Kreativität so attraktiv und wertvoll. Die folgende Frage ist, wie man eine Idee kultiviert, materialisiert, kommuniziert und durchsetzt.

Die Bedeutung von Kreativität ist unbestritten. Sie ist Ausgangspunkt für Entwicklung und Verbesserung von Denken und Leben. Aber Kreativität ist nicht nur positiv. Sie verändert die Welt auch negativ, schafft bedrohliche Szenarien, unterdrückt, verwüstet und tötet. Jede Entfaltung von Neugier, die zu kreativen Lösungen kommt und letztlich in technische Innovationen mündet, muss man unter dem Gesichtspunkt der Werte sehen, die man für Handlungen in einer Gesellschaft anlegt. Hier geht es um Werte, die Zwischenmenschliches regeln.

Diese Wertediskussion ist m.E. viel zu wenig entwickelt. Wenn man in Forschung und Lehre Schwerpunkte für Innovationen setzt, dann darf man die Frage nach den Zielen und besonders nach den Auswirkungen der entwickelten Ideen weder verdrängen noch unterschlagen. Wer verändert, der hat eine Verantwortung!

Heute, im Zeitalter der globalen Vernetzung, der digitalen Assistenten und der synthetisch produzierten Emotionen brauchen wir neben spielerischer Kreativität unbedingt die ständig wirkende kritische Reflektion.

AH: Kreativität bzw. schöpferische Begabung hat bekanntlich sehr verschiedene Spielarten und Ausprägungen. Das kann man den Interviews entnehmen. Was geschieht, wenn Du selbst kreativ wirst? Wie fühlt sich das an?

MW: Wenn man Kreativität bewusst mit der Intention verbindet, sich lebendig zu fühlen, sich zu erkennen und sich zu überprüfen, dann entwickelt sich allein aus diesem Eigeninteresse eine hohe Motivation. Erfüllung im Leben zu finden, ist ein Ziel, das sicher die meisten Menschen haben. Diesem Wunsch der Erfüllung nachzugehen, die Inhalte für Erfüllung zu entdecken und sich dabei selbst und die Umwelt zu gestalten, geht ineins mit der Entfaltung von Kreativität.

Für mich ist demnach Kreativität nicht ein Werkzeug, um vordergründig Produktivität zu steigern, sondern um hintergründig meinem Leben einen Sinn zu geben. Wie sich das anfühlt? Wunderbar! Das sollte jeder erleben.

AH: Wenn Kreativität nicht gefördert wird, verkümmert sie. In welchen Bereichen der Gesellschaft siehst Du gegenwärtig Handlungsbedarf für mehr Kreativität?

MW: Kreativität kann nicht allein für sich stehen, sie ist immer eingebunden in die drei Fragen: woher komme ich, wie bin ich und wohin will ich. Somit ist Kreativität eine zweifellos sehr starke Kraft, um das Leben bewußt zu gestalten. Als Kraft ist sie gerichtet, um Körper in Raum und Zeit zu verformen oder zu beschleunigen. Einer dieser Körper bin ich selbst. Habe ich das Interesse, mich zu gestalten? Ja!

Unter diesem Verständnis sehe ich generell zwei Optionen zum Thema „Kreativität“: Entweder überlasse ich mich als Treibgut den von fremden Interessen gerührten Strudeln des täglichen Lebens oder ich versuche, mir aus treibendem Holz ein Boot zu bauen und dies weitgehend selbst über den See zu steuern. Diese Aussage ist nicht egozentrisch gemeint sondern beschreibt: Was für mich gilt, das gilt für alle Menschen.

Diese beiden Optionen für Fremdbestimmung oder Selbstbestimmung des Lebens zu erkennen und sich die notwendigen Fertigkeiten anzueignen, geschieht in einem lebenslangen Lernprozess. Noch ein Wort zur “Selbstbestimmung” – natürlich ist dieser Begriff nicht absolut zu nehmen, sondern eher mit einem wohlwollenden Augenzwinkern zu verstehen.

Wenn wir “Kreativität” wollen, dann müssen wir sie fördern und zwar anhaltend und ausdrücklich. Sonst verkümmert sie!

Kreativität und mit ihr Neugierde und Ausdauer zu fördern ist erst einmal die Aufgabe von Eltern ihren Kindern gegenüber und es ist folgend die Aufgabe der Gesellschaft den Schülern, den Auszubildenden und den Studenten gegenüber. Aber an welcher Schule oder Hochschule gibt es ein Fach, das sich dem wichtigsten Thema, nämlich der „kreativen Lebensgestaltung“ , widmet? Wir lernen Unmengen an Fakten, aber nur wenige Methoden!

Der französische Schriftsteller und Pilot Antoine de Saint-Exupéry hat sehr treffend formuliert: „Wenn Du ein Schiff bauen willst, dann rufe nicht die Menschen zusammen um

Holz zu sammeln, Aufgaben zu verteilen und die Arbeit einzuteilen, sondern lehre sie die Sehnsucht nach dem großen, weiten Meer.“ Das ist Motivation!

Um zur Frage zurückzukommen: Bedarf an Kreativität sehe ich überall! Zu jeder Zeit und an jedem Ort macht es Sinn zu fühlen und zu genießen, aber auch zu reflektieren und sich kritisch zu verorten: Was hat sich verändert, was wollte ich, wo stehe ich und wohin will ich?

AH: Was verstehst Du unter dem Begriff des „Neuen“?

MW: Das „Neue“ grenzt sich einfach gesehen vom „Alten“ ab. Das „Alte“ ist das Bestehende, das früher einmal neu und frisch war, das sich aber eingeschliffen hat, das im Verlauf der Zeit und von unterschiedlichsten Interessen korrumpiert wurde, das seinen Glanz verlor, dessen einstige Prägnanz unscharf geworden ist.

AH: Sprechen wir über die Grenzen der Kreativität: Seit Richard Florida (Buch: The Rise of the Creative Class) soll Kreativität alles richten - als Wundermittel gegen wirtschaftlichen Stillstand und soziales Unrecht, gegen Innovationsmüdigkeit und Motivationskrisen, im privatwirtschaftlichen Umfeld ebenso wie im öffentlichen Sektor. Wo siehst Du konkrete Anzeichen, dass Kreativität missbraucht wird?

MW: Jede Zeit hat ihre Schlagworte. Immer wieder müssen neue Positionen formuliert werden, um neues Aufsehen zu erregen. Wenn die gesellschaftlichen Probleme wieder einmal zu deutlich sichtbar werden, muss eine neue Forderung her, man bietet ein neues Heilmittel an und verkauft diese Medizin in Form von Büchern, Vorträgen, bedruckten T-Shirts etc.

Kreativität ist eine generelle Methode, Energie in einer neuen Form zu entfalten. Aber sie bedarf einer Wertsetzung, warum, für wen und wie sie wirken soll. Das, was heute landauf landab als „Kreativität“ bezeichnet wird, soll letztlich Produktivkräfte freisetzen, soll minimierend auf Kosten wirken, soll Prozesse und Wirkungen optimieren. Billiger produzieren, teurer verkaufen, das ist die Logik der Wirtschaft und ein Profit kann nur erzielt werden, wenn ein Wert nicht verteilt, sondern wenn er abgeschöpft wird.

Den Missbrauch von Kreativität sehe ich in vielen Bereichen, aber dieser Missbrauch kann sich nur dort durchsetzen, wo er von Menschen gemacht und von Menschen getragen, also

akzeptiert wird. Problematisch sind weder die Kreativität noch der Missbrauch, sondern es sind die zustimmenden und handelnden Menschen.

Man muss sich als Verbraucher, (die wir ausnahmslos alle sind), ganz klar machen: Es gibt kein Produkt, das produziert wird, ohne dass es gekauft wird. Im Rückschluss heißt das: Was wir NICHT kaufen, das wird nicht produziert. WIR (und kein anderer) sind also die Verursacher aller Probleme. Noch klarer ausgedrückt muss es für jeden Einzelnen heißen: ICH bin der Verursacher! Wer also kritisiert, der fasse sich zuerst an die eigene Nase ;-)))

AH: Kreativität ist ein „unberechenbares Gewächs“. Du selbst sprichst in diesem Zusammenhang von non-linearem Denken. Wie kann man Menschen - vor allem in der effizienzgetriebenen Wirtschaft - die Angst vor Überraschungen, vor unkontrollierbaren Auswirkungen von Kreativität nehmen und vermitteln, dass gerade das Entdecken des „Ungesuchten“ eine große Chance sein kann?

MW: Die Angst vor Neuem ist die Angst vor Veränderung. Angst kann man nicht nehmen, sie wurde anerzogen, sie wird vom Umfeld gelebt, sie ist Teil einer jeden Erfahrungswelt. Angst ist stammesgeschichtlich gesehen eine Strategie des Überlebens. Wäre ich ohne Angst, würde ich voller Freude ins Feuer springen, weil es so schön lodert – das widerspricht dem Instinkt als der Grundlage für Leben.

Es ist sicher nicht praktikabel, zu jeder Zeit wachsam, kritisch, rational und kreativ zu sein. Diesen Anspruch würde ich nicht stellen. Aber es wäre sehr wünschenswert, wenn es mehr lichte Momente der kritischen Reflektion gäbe, wenn gefährliche Vereinfachungen erkannt und entlarvt würden, wenn der Blick über den Tellerrand möglich wird, um Chancen für echte Verbesserungen unseres Lebens zu erkennen. Unter Verbesserung verstehe ich nicht, alles „smart“ zu machen. Im Smarten verliert sich zu schnell jede Prägnanz und jede Diskussion.

Wichtig zur Überwindung von Ängsten ist die Methode des Spiels. Ohne direkte Auswirkung auf die reale Welt lassen sich im Spiel definierte Szenarien simulieren und variieren. In solchen Situationen kann man Mut fassen etwas auszuprobieren. Man kann Fehler provozieren und aus den Erfahrungen lernen. Das spielerische Handeln lässt sich sehr wirkungsvoll in der Kunst, aber auch im täglichen Leben üben, das ist wichtig. Natürlich ist nicht alles Spaß und Spiel. Es bedarf der mühevollen Verbindlichkeit, der Zuverlässigkeit, der

Verabredung. Die Kunst liegt wohl darin, die Schnittmengen der Gegensätze „Theorie und Praxis“ zu erkennen und zu kultivieren.

Eine sehr folgenreiche Entwicklung sehe ich in der wild wachsenden „smarten“ Welt, die persönliche Assistenten mit immer mehr „Intelligenz“ ausstattet, die auf das Weltwissen von Google und Wikipedia zurückgreift, die das vernetzte Zuhause steuert, die die komplette Warenwelt von Amazon & Co. zu jeder Zeit für alle bereithält.

Diese digitalen Assistenten werden über das fröhliche Spiel hinauswachsen und uns auf ganz smarte Weise mit Konsequenzen konfrontieren. Diese Assistenten werden alsbald unsere Emotionen erkennen und daraus lernend eigene Emotionen vortäuschen. Sie werden mit uns sprechen, unsere besten Freunde sein, uns ein Wiegenlied vorsingen, uns einlullen und dabei glücklich machen. Noch sind sie außerhalb von uns, aber bald haben sie uns in sich und sind gestärkt für jede Manipulation.

AH: Unsere Gesellschaft befindet sich in einem permanenten Wettstreit zwischen Freiheit und Regulierung – politisch, wirtschaftlich, sozial, kulturell. Die Kreativität steht mitten in diesem Spannungsverhältnis. Wofür plädiert Du persönlich: für Freiheit und Selbstverantwortung oder für mehr Regulierung zugunsten der Sicherheit?

MW: Die Welt ist nicht konsistent, sondern lebt vom Potential der Ladungen (das sind bei uns Menschen die Widersprüche). Wir versuchen immer Widersprüche zugunsten einer Seite aufzulösen, denn wir sehnen uns nach Klarheit und Sicherheit. Realität aber ist: Manchmal muss man den Widerspruch als solchen belassen und mit ihm leben, weil er sich nicht wirklich lösen läßt.

Ich setze in erster Linie auf Freiheit. Allerdings: Freiheit sehe ich nicht als Blankoschein für Egozentrik sondern als Einsicht in die Notwendigkeit, im sozialen Kontext mit Anderen zu sein. Freiheit definiert ihren Sinn im Schutz der Interessen aller, die an einer verabredeten Gemeinschaft beteiligt sind. Insoweit macht der Kant'sche „kategorische Imperativ“ seinen Sinn. Er lautet: „Handle nur nach derjenigen Maxime, durch die du zugleich wollen kannst, dass sie ein allgemeines Gesetz werde.“

Der deutsche Volksmund hat daraus verkürzend den Sinnspruch gemacht: „Was du nicht willst, das man dir tu, das füg auch keinem andern zu.“ So gesehen liegt im Begriff der

„Freiheit“ zugleich auch der Schutz aller vor jedem. Regulierung oder Sanktion sollte also nur dort stattfinden, wo es das Schutzbedürfnis betrifft und diese Entscheidung bleibt immer eine Frage der Abwägung. Ein Patentrezept gibt es auch hier nicht.

Übrigens: Die Sehnsucht nach einer möglichst freien Entwicklung meiner Interessen war DER Grund, weshalb ich Kunst studiert und diese in unterschiedlichen Formen lebe.

AH: Welche Art von Bildung wäre in Deinen Augen am besten geeignet, um Kreativität zu fördern. Muss es weiterhin einen bestimmten Bildungskanon geben? Oder sollte man komplett auf die Eigenmotivation von Heranwachsenden setzen, auf eigenverantwortete Projekte und auf Selbstwirksamkeit, wie es z. B. Erwin Wagendorfer in seinem Film „alphabet“ zeigt.

MW: Die Ausbildung von Verhalten und Werten entwickelt sich im gesellschaftlichen Kontext und nicht im Vakuum! Deshalb braucht die Ausprägung von Eigenmotivation ein Vorleben, es braucht Beispiele und Vorbilder, es braucht Anregung und Bestätigung, es braucht den Aufbau von Mut und Vertrauen und dies immer bei allen (!) Beteiligten.

Man könnte auch sagen, es geht nicht ohne Vorbilder, denn wer in einer Gemeinschaft lebt der sieht sich um und macht oft automatisch nach, was vorgemacht wird. Manchmal muss man aber die Regeln erklären, sie in Erinnerung rufen, sie anmahnen, sie einfordern, sonst funktioniert eine Gemeinschaft nicht. Demgemäß sind Ausbildung und Bildung nicht eine Frage des Alters - gebildet und geprägt wird ein Leben lang, das muss man sich immer wieder in Erinnerung rufen.

Gesellschaftliches Miteinander funktioniert nur durch Verabredung, durch Rituale, durch Sitten und Gesetze – das kann man einen „Bildungskanon“ nennen. Ich sehe in diesem Kanon gegenseitiges Interesse und Respekt als tragende Werte und diese Werte sollten explizit diskutiert und selbstverständlich vermittelt werden.

Auf weitgehende „Eigenmotivation“ würde ich nur im glücklichen Einzelfall, nicht aber im Allgemeinen setzen.

AH: Kreativität erfährt in der Schule meist keine Würdigung. Denken außerhalb der Norm ist nicht erwünscht. Die Schüler sollen Antworten geben und keine Fragen stellen. Gibt es realisierbare Ansätze, um mehr Kreativität in unser Bildungssystem zu bringen?

MW: Es stellt sich die Frage, wer die Curricula unter welchen Werten mit welchem Ziel entwickelt. Wenn die Werte darin liegen, dass mit jedem Auszubildenden so schnell als möglich ein flexibles, sich den wandelnden Bedingungen des Arbeitsplatzes anpassendes Mitglied im Produktionsprozess entsteht, dann werden die Inhalte andere sein als wenn man den Wert der Gesellschaft in motivierten, empathischen, kreativen, gebildeten, selbstkritischen Menschen sieht.

AH: Kreativ sind u. a. die Menschen, die aus bekannten Dingen, aus Wissen, Informationen, Materialien, etwas Neues schaffen. Welcher Mensch hat Dich persönlich aufgrund seiner Kreativität fasziniert, sowohl im Rahmen der geführten Interviews als auch unabhängig davon?

MW: In meinen Interviews zum Buch über das neugierige Denken haben mich besonders die Dialoge herausgefordert, weil ich in dieser Form selbst Antwort geben musste. Auch dieser Dialog, den wir hier führen, erweist sich als wichtig für mich, weil ich Gefühle und Argumente reflektieren und dann über Worte in einen sinnvollen Zusammenhang bringen muss.

Welche Menschen haben mich im Verlauf meines Lebens in ihrer Kreativität fasziniert? Konkret: In meiner Kindheit gab es den Vater eines Schulfreundes, der damals bei der Verwaltung der Bundeszentrale für Politische Bildung einen „Routine-Job“ hatte, wie er es immer nannte. An den Abenden und an den Wochenenden hat er sich zurückgezogen und unter einem Pseudonym Western-Romane geschrieben. Mit Worten hat er seinen eigenen Kosmos geschaffen und in Geschichten hat er seine Phantasien von Freiheit und Abenteuer gelebt. Das hat mich damals sehr beeindruckt.

In meiner Schulzeit gab es einen Freund, der konsequent genug war, vor dem Abitur vom Gymnasium abzugehen und an den Kölner Werkkunstschulen Kunst zu studieren. Er hat mich angeregt, ebenso den Schritt zu wagen und die Freiheit der Selbstgestaltung in der Kunst zu suchen.

Bereits zu Beginn meines Studiums an der Universität in Bonn bin ich Roland Günther begegnet, ein promovierter Kunsthistoriker und habilitierter Professor für Baugeschichte, der mich unter seine „Fittiche“ genommen hat. Bei ihm lernte ich Netzplantechnik, die Kunst der

Assoziation und Visualisierung und eine Art MindMapping. Wir haben mit eigenen Bürgerinitiativen u.a. die Arbeitersiedlung „Eisenheim“ in Oberhausen vor dem Abriss gerettet. Das war ein gutes Gefühl, mit den Medien der Kunst und der Feldforschung in soziokulturelle Prozesse einzugreifen, etwas Sinnvolles zu tun und Wirkung zu entfalten. Dieser Mann hat mich durch sein Engagement, seine Weitsicht, seine Kreativität und seine Klugheit in hohem Maß positiv geprägt.

Alle drei Menschen haben mich beeindruckt, weil sie konsequent und jeweils bezogen auf sich und ihre Lebensgeschichte eigene Wege gefunden haben, den Routinen des Alltags einen eigenen Raum der Entfaltung und des Interesses abzurufen.

AH: Wann hat Dir Deine eigene Kreativität ein Glücksgefühl beschert?

MW: Ich lebe in einem steten Wechsel von Glückszuständen, die sich mit Frustrationen abwechseln. Frustration entsteht dann, wenn die Entfaltung der Ideen behindert oder gar verhindert wird. Aber Frustrationen sehe ich trotz des miesen Gefühls, das sie verursachen, nicht als einseitig „negativ“ an. Sie sind im Gesamtkontext notwendig, weil erst im Kontrast von Lust und Frust das Gefühl des Glücksmoments entsteht. Nichts ist langweiliger als das Paradies!

AH: Wie lange hast Du an dem Buch zum kreativen Denken gearbeitet?

MW: Die Frage ist sehr interessant, weil ich die Antwort noch nicht kenne. Ich habe keine Übersicht erstellt, werde diese aber mal exemplarisch zusammenstellen. Das Ergebnis: Rund 8 Monate habe ich an dem Projekt gearbeitet, und jeder Tag war geteilt in 4 Stunden für das Buch und in etwa 5 Stunden für andere Projekte.

Grundsätzlich muss man bei der Berechnung des Aufwands von Projekten zwei Bereiche unterscheiden. Das sind einmal die generell fixen Kosten, die sich auf alle Projekte im Rechnungsjahr beziehen, und das sind die speziellen Kosten, die jedes Projekt für sich in Anspruch nimmt.

Insgesamt habe ich 108 Interviewpartner kontaktet. Mit 44 ist es zu Interviews bzw. zu Dialogen gekommen - solche Dialoge haben sich entwickelt, wenn mir vom Befragten seinerseits Fragen gestellt wurden. Insgesamt habe ich dabei 1.562 Mails verfasst, bis das

Buch abgeschlossen war. Aber auch nach dem Erscheinen bin ich noch mit dem Thema beschäftigt, es geht also weiter...

An Zeit habe ich für das Projekt bei 4 Stunden pro Tag und 5 Tagen in der Woche und 4 Wochen im Monat und 8 Monaten insgesamt rund 640 Stunden für Konzept, Recherche und Management der Interviews und Dialoge aufgewandt – ich bin sicher, der Aufwand war noch höher.

Weitere Projektkosten: Für den Ankauf von Literatur habe ich einige hundert Euro ausgegeben. Dazu kommt die Bereitstellung von 46 Bildern (Kompressionen aus Fotos von zahlreichen Weltreisen) und 19 exklusiv kreierte QR-Codes, hinter denen 19 Websites mit Filmen, Musiken, Rezitationen etc. liegen. Die exakten Produktionskosten für solche Leistungen sind im Einzelnen kaum noch zu ermitteln. Um diese erheblichen Vorkosten zu berücksichtigen, müsste man eine Nutzungsgebühr pro Foto und pro exklusiv entwickeltem QR-Code anlegen, nicht zu vergessen die Studiokosten für Musikproduktionen und Rezitationen von Schauspielern, denn die Codes linken auf Web-Angebote, deren Rechte man haben muss.

Die allgemeinen Kosten betreffen zwei Ateliers, die Miete und Nebenkosten (Strom, Heizung, Wasser) kosten. Anteilig fallen die Kosten für Nutzung eines Autos an und das technische Equipment (Computer, Scanner etc. sowie Smartphone, Fotosystem etc.) muss ebenso umgelegt werden wie die laufenden Kosten für Telekommunikation (fest und mobil).

Wenn ich für die einzelnen Positionen die Zahlen einsetze, wird schonungslos deutlich, dass sich so ein besonderes Projekt niemals rechnen kann. Es ergibt sich also ein eklatantes Missverhältnis von Aufwand und Ertrag ;-)))

AH: Was mich als Medienproduzentin und Verlegerin interessiert: Ist es überhaupt möglich, diesen Aufwand zu refinanzieren? Eine Frage, die heute viele Autoren, Urheber und auch Verleger umtreibt.

MW: Die entscheidende Frage ist, was man unter „Refinanzierung“ versteht. Geht es um Geld als Äquivalent für Arbeitszeit und Erstattung von Kosten? Geht es um einen Verdienst, mit dem die laufenden Lebenskosten bezahlt werden können, mit dem etwas Luxus möglich

ist, mit neue Projekte finanziert werden und von dem man etwas für den Notfall und das Alter ansparen kann? Oder geht es um ein Hobby, das kein Geld bringt sondern kostet?

Viele sehen insbesondere die Kreativität in der Kunst zwar als hohen kulturellen Wert, der jedoch möglichst wenig kosten soll. Es steht außer Frage, dass man den Maurer, Glaser, Dachdecker für seine Leistung bezahlt. Ebenso steht außer Frage, dass man im Kaufhaus die Rechnung für seine Einkäufe begleicht. Und im Fall von Schauspielern oder Musikern ist es klar, dass diese ein Honorar haben müssen. Doch im Fall der Bildenden Künste ist es trotz vieler Initiativen des Berufsverbandes bis heute nicht einmal gelungen, ein allgemeines Ausstellungshonorar verbindlich zu machen. Ganz zu Schweigen von der ausgeprägten Schnäppchenmentalität, die selbst wohlhabende Sammler an den Tag legen, wenn es um den Kauf von Kunstwerken geht ;-((das ist die Realität.

Natürlich brauche auch ich Geld, um mich BEWEGEN zu können. Wenn man Kunst mit neuen Medien statt mit dem Bleistift auf Papier oder dem Pinsel und Farben auf der Leinwand macht, dann verschlingt allein das ständig neue, technische Equipment hohe Summen. So ein Equipment will alle 3 Jahre erneuert sein, doch wie ist das zu finanzieren?

Hier macht die praktische Lösung der „Mischkalkulation“ ihren pragmatischen Sinn. Manche Projekte bringen ein Minus (aber viel Erfüllung) und manche Projekte bringen ein Plus. Im besten Fall verrechnen sich beide Summe und man kann davon leben.

Wirklich interessant ist für mich an dieser Stelle des Widerspruchs ein ganz anderes Argument, das eine brillante und wundersame Facette von „Kunst“ zum Leuchten bringt. Kunst ist ein Ort des Denkens und Handelns, der irrational sein kann – und das in sogar anerkannter Weise!

Kunst kann unter dieser Sicht sogar ausdrücklich gegen jede Wirtschaftlichkeit sein und mehr kosten als sie einbringt – das darf nur nicht immer so sein! Im Business des Verlegers ist die höhere Ausgabe als die Einnahme allerdings ein ruinöses Desaster – aber der Verleger ist schließlich kein Künstler sondern Geschäftsmann ;-)))

In der Kunst hingegen kann gerade im eklatanten Missverhältnis von Aufwand und Ertrag die ganz besondere Qualität des Handelns liegen. Warum? Weil man an dieser Stelle nicht in den möglichen finanziellen Profit, sondern in das vitale Erlebnis von persönlicher Freiheit

investiert. Gemeint ist die Freiheit des Experiments, des Spielerischen, des Provokativen, des Anderen, des wirklich Neuen...

AH: Ich möchte nochmals auf den aktuellen Wandlungsprozess zurückkommen: Die Industriegesellschaft wird nach und nach von einer postmaterialistischen Wissens- und Informationsgesellschaft abgelöst. Was verbindet Du mit dem Begriff des Immateriellen?

MW: Ich bestreite, dass unsere Welt wirklich in diesem Wandel vom Materiellen zum Immateriellen ist. Sie tut lediglich so, denn sie lebt zunehmend von Schein, Täuschung und Selbstbetrug.

Was ich sehe, ist eine rasant entstehende „Umgebungsintelligenz“ der vernetzten Smartphones mit ihren zahlreichen Spielzeugen wie denkende Kühlschränke, Klimaanlage, Küchenmixer, Fahrräder, Autos, Sicherheitssysteme etc. in Verbindung mit Google, Facebook, Amazon, YouTube, LinkedIn, WhatsApp, Xing und Cie. Hinzu kommt die wachsende Welt der Apps für Wetter, GPS, Health, Food und Home, die uns zu einer mehr und mehr kontrollierten Gesellschaft macht. Die Kontrolle verläuft überaus raffiniert verdeckt, weil bereits unser Denken in geschickter Weise in jedes neue Device eingebunden wird. Was bedeutet das?

Die Informationen über menschliches Verhalten werden an allen Orten und zu allen Zeiten gesammelt und konzentriert – abrufbar und einsetzbar „just in time“ verrechnet. Und warum? Damit es uns besser geht! Oder?

Es gibt nur einen Grund, der den ganzen Aufwand neuer Technologien und hochkomplexer Algorithmen refinanziert und das sind neue Produkte und Dienstleistungen, die möglichst aus dem spontanen Gefühl heraus unter Ausschaltung der kritischen Kontrolle gekauft werden sollen. Schnelle Kaufentscheidung, ein einziger Tastendruck, Nahfeldkommunikation und schon bestellt (und abgebucht) und morgen früh geliefert.

Die angesammelten Informationen und das daraus unter Algorithmen generierte Wissen stehen nicht einseitig für mehr Freiheit, sondern sie haben im Rucksack auf dem Rücken immer (!) die Rechnung parat. Die Leistung des Herstellens muss ja finanziert werden – und den Aktionären (also uns) möglichst hohe Profite bringen.

In dieser Welt, in der Täter und Opfer identisch sind, in der es immer weniger Räume der unbeobachteten Freiheit gibt, in der sich weder Intimität noch Nonkonformes mehr entfalten kann, gewinnt die Methode „Kunst“ für mich eine ganz besondere Bedeutung. Machen wir uns immer wieder klar, dass Google jeden Ort auf dem Planeten kennt und das Wikipedia über die Enzyklopädie der Begriffe hinaus alle Objekte dieser Welt bis hinaus in den Kosmos erfasst – was bleibt dann an Lebendigkeit von Überraschung, an Chance auf Entdeckung, als Schönheit von Faszination? Ist “Kunst” die letzte Insel?

AH: Auch Du bist Teil dieser Welt, die Du kritisch beschreibst. Welchen Weg hast Du für Dich und Deine Lebensziele und Ansprüche gefunden?

MW: Mich interessieren die Kräfte und die Akteure, die unsere Welt bewegen - im Globalen und im Regionalen. Ich versuche zu verstehen und kleine Nischen zu finden. Ein aufwändiges Buchprojekt wie das “neugierig:denken!“ ist so eine Nische, die neue Kontakte, interessante Gespräche, belebende Ideen freisetzt. Viele Kontakte kamen aus Wirtschaft und Wissenschaft, aber auch aus einem Kloster und aus der Kunstszene. Zu erfahren, welche eigenen Wege Menschen finden und mit Neugierde, Ausdauer und Kreativität ein möglichst erfülltes Leben zu leben, das inspiriert...

*

Antje Hinz studierte Musikwissenschaft, Slawistik, Journalistik und Kulturmanagement. Sie ist Mitinhaberin des Silberfuchs-Verlages <http://www.silberfuchs-verlag.de/index.html> in Hamburg zusammen mit Corinna Hesse in Mecklenburg. Gemeinsam produzieren sie die mehrfach ausgezeichnete Sachhörbuchreihe „Länder hören – Kulturen entdecken“ und realisieren im gemeinsam initiierten Labor für gesellschaftliche Wertschöpfung Projekte in den Bereichen Wissensdesign, Regiobranding, Regional- und Potenzialentwicklung und Kreativwirtschaft.

Antje Hinz arbeitet als Wissenschaftsjournalistin, Wissensdesignerin, Medienproduzentin, Verlegerin, Moderatorin und Speakerin. Sie konzipiert und realisiert Medien- und Ausstellungsprojekte, hält Vorträge, moderiert Diskussionen, interagiert auf Kongressen, realisiert Tagungsdokumentationen mit eigenen Berichten und Interviews und betreibt das Medien- und Branchenportal über die Kultur- und Kreativwirtschaft www.MassivKreativ.de sowie den Youtube-Kanal www.bit.ly/massivkreativ mit Interviews und Reportagen über die

inspirierende Kraft und Wirkung von Kunst, Kultur und Kreativität:

<https://www.youtube.com/channel/UC39A7kINhcYJoVL9r1u4F1A>

"Kultur fördert Wirtschaft" Essenz von Filmbeiträgen:

<https://www.youtube.com/watch?v=RdHEBIpaN2o>

Kontakt: antje.hinz@silberfuchs-verlag.de