

## Lifestyle Apple – oder die Frage nach dem „Warum“ von Theater!

Start with why! Simon Sinek, ein amerikanischer Marketingstratege, stellt in begeisterndem Rhetorikwahn die Frage, was ein erfolgreiches von einem weniger erfolgreichen Unternehmen unterscheidet. Zusammengefasst liegt der Grund nach Simon Sinek darin, in welcher Reihenfolge sich ein Unternehmen die Fragen „warum?“, „wie?“ und „was?“ stellt. Seiner These folgend ist ein Unternehmen nur dann erfolgreich, wenn es den ausgehenden Fokus auf das „warum“ legt. Es stellt sich demnach nicht die Frage danach, was ich verkaufe und mit welchen Marketinginstrumenten ich dies tue, sondern die nach dem Warum. Erst danach ergibt sich ein „wie“ und daraus wiederum ein „was“.

Danke! Da spricht mir jemand aus dem Herzen. Als leidenschaftliche Marketingfrau und zugleich Kulturschaffende interessiert es mich, ob dieser Gedanke auch auf das Unternehmen/ die Institution Theater übertragbar ist. Ich beschäftige mich seit Jahren damit, habe meinen Marketingjob an einem renommierten deutschsprachigen Haus gekündigt und bin heute mehr denn je der Überzeugung, dass das Prinzip von Simon Sinek auch auf die Kulturlandschaft anzuwenden ist.

In Zeiten, wo Theater schliessen, Intendanten das Handtuch werfen, Städte Budgets kürzen und Sponsoren nur schwer zu gewinnen sind, müssen wir umdenken. Mehr denn je ist es notwendig, die Gründe für diese Entwicklungen aufzudecken: Kann es sein, dass das „warum“ von Theatern nicht mehr fühlbar ist? Dass das „wie“ in den Vordergrund rückt und das „was“ nach sich zieht? Ist die Frage des Überlebens von Theater eine Frage danach, ob es spürbar ist, vielmehr, als dass es „gute Zahlen“ schreibt?

Würden Städte für ihre Theater kämpfen, wenn sie das „warum“ verstehen könnten? Würden sie patenschafflich aufstehen, wenn sie ein Gefühl für ihr Theater entwickeln könnten? Ja. Dieser Meinung bin ich.

Allerdings braucht es dafür Vermittler: und zwar Menschen, die sich einsetzen, die Sprache des Theaters, seine Heiligtümer, Mythen und Gesetzmässigkeiten zu übersetzen und für den „User“ verständlich zu machen. Nur so können Menschen und Städte wieder ein Gefühl zu ihrem Theater aufbauen und eine persönliche Bindung herstellen. Schliesslich kann es nicht sein, dass wir Konzepte und Spielpläne entwickeln, die nur von einer immer kleiner werdenden Gruppe von Bildungsbürgern und Theaterinsidern getragen werden.

Ich komme aus der Kultur, bin gegangen, weil sich nichts bewegt, glaube, dass die Debatten an der Wurzel vorbei gehen und wende mich so der Wirtschaft zu. Weil vielleicht dort der Ort ist, der aus ökonomischen Zwängen heraus umdenkt.

Ich kehre als Marketingfrau der Kultur nicht gänzlich den Rücken, aber es macht nicht viel Sinn, sich stetig im Kreis zu drehen. Wie schön wäre es, wenn die Kulturinstitutionen neue Dialoge aufwerfen würden und Sponsoren und staatliche Geldgeber das „Warum“ ihrer Förderpolitik zusammen mit Kulturschaffenden wechselseitig kritisch hinterfragen würden. Wenn die Kulturschaffenden dann noch in den offenen Dialog mit ihren bislang nicht zu erreichenden Gästen treten, hat das Kulturleben einer Stadt wirklich die Chance, wieder zum Lifestyle im besten Sinne zu gehören!

Ich würde mich freuen, wenn meine Überlegungen zu einem Gedankenaustausch führen würden!

Tina Kornfeld

[www.tinakornfeld.ch](http://www.tinakornfeld.ch)

Link zu Simon Sinek TED:

[www.ted.com/talks/simon\\_sinek\\_how\\_great\\_leaders\\_inspire\\_action.html](http://www.ted.com/talks/simon_sinek_how_great_leaders_inspire_action.html)