



Kreativ, unternehmerisch, risikobereit, erfolgreich

Dem Geheimnis des Unperfekthauses auf der Spur

Das Unperfekthaus in Essen ist ein Ort der Kreativität. Bildende Künstler, Musiker und Fotografen, aber auch Heiler und Skeptiker können hier ihrer Leidenschaft Ausdruck verleihen. Gründer und Geschäftsführer Reinhard Wiesemann ist ein Mäzen der Kunst. Zugleich sieht er sich als Advokat der Gäste, der die Kultur zu den Menschen bringt. Wiesemann ist kein ausgebildeter Kulturmanager, beruflich nie im Kulturbetrieb tätig gewesen – und gerade deswegen dort erfolgreich, künstlerisch, finanziell und unternehmerisch. Ein Portrait über einen bescheidenen Visionär und sein kreativwirtschaftliches Erfolgskonzept.

Ein Beitrag von Kristin Oswald, ok@kulturmanagement.net

Träumen Raum geben

Als Kind saß Reinhard Wiesemann im Hobbykeller seiner Eltern und bastelte dort an Amateurfunkanlagen und elektrischen Geräten. Daraus machte er seinen Beruf. Er studierte Elektrotechnik und gründete mehrere erfolgreiche Elektronikfirmen noch vor dem Ende seines Studiums. Trotz seines Erfolges konnte er die Freiheit des Ausprobierens seiner Jugendjahre nicht vergessen und entwickelte ein Konzept, um anderen die Möglichkeit zu geben, ihre Ideen genauso umzusetzen: das 2004 in Essen eröffnete Unperfekthaus ist eine Mischung aus Atelierhaus, Restaurant und Treffpunkt.

Das Gebäude hatte lange leer gestanden. Anderen Interessenten war es zu verwinkelt und damit schwer zu nutzen. Doch damit entsprach es genau Wiesemanns Idee. Heute sind Künstler jeder kreativer Fassung hier anzutreffen. Um einen der kostenfreien Räume nutzen können, muss man nur drei festgelegte Bedingungen erfüllen: „Es muss etwas Kreatives sein, denn wir sind ja kein Schwimmbad,



Abb. 1: Reinhard Wiesemann

es muss interessant sein für Besucher, weil das das Konzept des Hauses ist, und es muss legal sein. Man muss sich nicht bewerben, es gibt keine Auswahlverfahren, keine künstlerischen Qualitätskriterien.“



... Dem Geheimnis des Unperfekthauses auf der Spur



Abb. 2: Außenansicht auf das Unperfekthaus

„Wenn der Prophet nicht zum Berg kommt, muss der Berg zum Propheten kommen“

Obwohl anfangs komplett von ihm finanziert, sollte sich das Unperfekthaus selbst tragen können, so der unternehmerische Anspruch. Auf dem Weg zu diesem Ziel hat Wiesemann viel darüber gelernt, wie Kultur in Deutschland funktioniert, wie sie ihr Publikum erreicht, ihr Überleben zu sichern versucht – und warum das oft scheitert. Deswegen orientiert er sich weder an den inhaltlichen noch an den organisatorischen Maßstäben der Kunstszene. Er möchte sich nicht darauf verlassen müssen, dass das Geld von anderen Seiten kommt. Zudem tun Förderanträge und die daran gebundenen Bedingungen und Maßstäbe der Kreativität nicht gut, so meint er.

Schon kurz nach der Eröffnung des Hauses stellte er enttäuscht fest, dass Kunst die Menschen nicht von selbst anlockt. Und auch, dass Künstler oft schlechte Selbstvermarkter sind. Deswegen sieht er darin die Aufgabe des Unperfekthauses. „Die Künstler sind hier verpflichtet, ihre Kunst öffentlich zu produzieren, damit ein interessantes Haus entsteht. Denn deshalb kommen die zahlenden Gäste, trinken und essen, machen Geburtstagsfeiern, betriebliche Seminare und private Veranstaltungen.“ Für die Gäste ist das Haus also in erster Linie ein Treffpunkt und Veranstaltungsort. Dass sie die Künstler bei der Arbeit treffen, sich mit ihnen austauschen und neue Eindrücke mitnehmen können, zeichnet das Haus gegenüber anderen Veranstaltungszentren aus. Nicht die Kunst, sondern der Mehrwert des Hauses für die Menschen mit der Kunst steht im Unperfekthaus im Mittelpunkt. Und diese



... Dem Geheimnis des Unperfekthauses auf der Spur

Geschäftsidee rentiert sich. „Man muss an den Besucher denken“ lautet deshalb Wiesemanns Motto. Damit schränkt er die Kunst, die im Haus entsteht, nicht ein. Im Gegenteil. Die Künstler sind frei von jeglicher Konkurrenz, jeglichem Druck und jeglichen Ansprüchen. Entsprechend innovativ ist, was hier entsteht: bildende Kunst, kreative Projekte mit Technik oder Ton, aber auch skeptisch-esoterische Sonntage oder gemeinsame Workshops von Nonnen und Physikern zu Kunst und Gesellschaft.

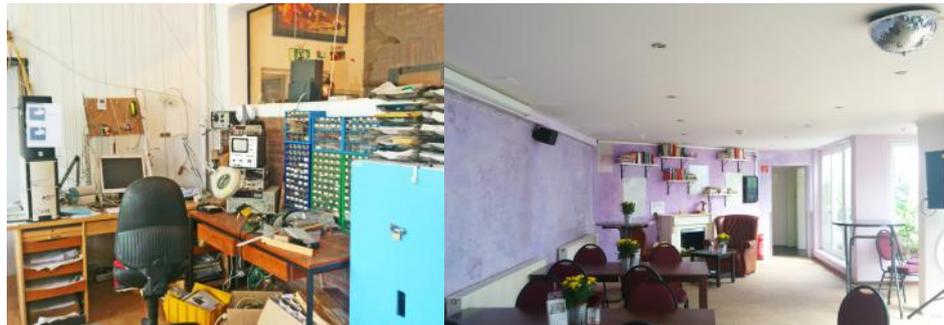


Abb. 3 und 4. Ateliers und Gemeinschaftsräume werden im Unperfekthaus von den Künstlern gestaltet – und können so je nach Zweck völlig verschieden sein.

Grenzen spielen keine Rolle

Wiesemann hat nach zehn Jahren Unperfekthaus vor allem viel über Werte gelernt, so sagt er, über Offenheit, Kontraste und Toleranz. „Ich habe 25 Jahre Elektronik gebaut und hatte zu kulturellen Sachen eigentlich keine Berührung, sondern eher Angst davor. Aber hier im Haus definieren sich die Leute über ihr Tun, nicht über Geld, Kleidung oder Autos und auch nicht über künstlerische Konventionen.“

Aus dieser Erfahrung entstandene weitere Ideen. Zur Zeit arbeitet Wiesemann an einem Mehrgenerationen-Kultur-Haus. Hier kommen Menschen jeder Lebensphase zum Arbeiten und Wohnen zusammen. Zum Ge-Ku-Haus gehört ein Café, aber auch Büros, Coworking-Spaces und Wohnungen. Zugleich werden die letzten Handgriffe an einem High Class Business-Hotel getätigt. Hier sollen Manager mit Geld, die Inspirationen suchen, auf Künstler treffen, die Inspirationen haben und Geld brauchen. Als neuestes Projekt plant Wiesemann, eine evangelische Kirche zu einem Veranstaltungsort zu machen. Dort sollen Tagungen, anders-religiöse Treffen und Clubnächte stattfinden, auf gleicher Ebene mit den Gottesdiensten. Die Kirchenobrigten sind begeistert.

Wiesemanns Ideen sind vielfältig und ungewöhnlich. Trotzdem sind sie auch auf andere Städte und Kreativorte übertragbar. „Wir haben viele Besucher von Verwaltungen oder Immobiliengesellschaften, die das gern für eine andere Stadt adaptieren würden. Aber es scheitert eigentlich immer daran, dass sie so einem Haus nicht so viele Freiheiten geben wollen.“ Sie haben feste



... Dem Geheimnis des Unperfekthauses auf der Spur

künstlerische Vorstellungen oder Verwaltungsvorgaben aus Angst, zu scheitern, „und das ist tödlich“, ist sich Wiesemann sicher.

Ideen mit Plan, Scheitern mit Fallnetz

Wiesemann hat diese Angst nicht. Das Geheimnis bestünde darin, den Schaden des Scheiterns zu begrenzen. Seine Ideen entstehen nicht am unternehmerischen Reißbrett. Bei ihrer Umsetzung legt er aber großen Wert auf unternehmerischen Geist. Er überlegt, was die Menschen brauchen, wo die Lücken sind und wie man sie so mit Kultur füllen kann, dass sie sich rentieren. Auch wenn Wiesemann als Vater des Unperfektviertels bezeichnet wurde, denkt er weiter im Kleinen. Die Vorstellung, das Umfeld des Hauses mit seiner Art der Kreativwirtschaft zu dominieren, gefällt ihm nicht. „Wir machen eine Menge, aber die anderen sollen ruhig etwas anderes machen. Ich glaube nicht, dass ein Prinzip für alle gut ist.“ Kleine Visionen sind es, die für ihn funktionieren.

Der Name Unperfekthaus entstand aus dieser Einstellung. Zur Kreativität gehört ein wenig Chaos, stetiger Perfektionismus tötet die Inspiration, so Wiesemann. Deshalb können sich die Kreativen im Unperfekthaus ohne Risiko ausprobieren. Wenn etwas nicht funktioniert, wird etwas Neues versucht. „Ich habe ständig Ideen und verliebe mich in sie“, schwärmt Wiesemann. Das ist seine Motivation. Dass es nicht auch sein Untergang ist, stellt er sicher, indem er nicht alles auf eine Karte setzt. „Es muss immer eine Basis zum Überleben bleiben, eine Grenze, in deren Rahmen man ausprobieren kann.“

Für diese Einstellung hat das Unperfekthaus viele Preise gewonnen. Für Wiesemann sind sie vor allem wichtig, weil sie zeigen, dass andere seine Vision zu schätzen wissen. Erst kürzlich hat er sich damit gegen 107 andere Bewerber beim jährlichen N.I.C.E.-Award („Network for Innovation in Culture and Creativity in Europe“) durchgesetzt. Das diesjährige Motto waren Spillover-Innovationen von der Kultur in die Gesellschaft. Genau hier sieht Wiesemann die Möglichkeit, die Relevanz von Kultur aufzuzeigen. Das bedeutet für ihn auch, die besonderen Eigenarten der Kultur eines Landes zu nutzen, um Dinge zu entwickeln, die es sonst im kommerziellen Bereich nicht gegeben hätte. In Deutschland ist das Problem, so sagt er, dass „Kultur ein Luxus für die Freizeit ist, etwas Besonderes, Wertvolles. Eine andere Dimension ist es zu sagen: Kultur ist notwendig, Teil des Lebens, Broterwerb. Man verdient mit Kultur auch Geld.“



... Dem Geheimnis des Unperfekthauses auf der Spur



Abb. 5: Reinhard Wiesemann (rechts) bei der Preisverleihung der diesjährigen N.I.C.E. Awards © FAR14 Vladimir Wegener

„Teamfähigkeit wird in unserer Zeit verherrlicht“

Deswegen ist etwa das Unperfekthaus für Wiesemann eine Fabrik: eine Ansammlung von allen Faktoren, die man braucht, um das Produkt herstellen zu können. Das kann für ihn auch in der Kreativwirtschaft ein Erfolgsrezept sein. Auch aus diesem Grund arbeiten im Unperfekthaus verschiedenste Arten von Künstlern unter einem Dach. Für Wiesemann sind spezialisierte Einzelkämpfer immer mehr auf Zusammenarbeit angewiesen, um ein Gesamtprodukt herstellen zu können.

Auch seinem Hotel liegt diese Idee zugrunde. Deswegen widmet er es dem Arbeits-Tourismus. „Man reist, weil man überall arbeiten kann und möchte, sei es am Strand, in New York oder eben in Essen.“ Gerade für selbstständige Fachleute ist es aber interessant, von Zeit zu Zeit ein fachliches Umfeld aus demselben Bereich um sich zu haben, um sich auszutauschen. Im Hotel wird es dafür Themenwochen oder -monate geben, während dener sich nur Spezialisten desselben Fachbereiches einmieten können, wie Designer, Informatiker oder Grafiker zum Beispiel für das Programm Photoshop.

Die Bedeutung von Individualität und Spezialisierung nimmt auch in der Kunst zu, in der Wirtschaft und in der Gesellschaft. Die Ausrichtung auf Einzelpersonen und ihre individuellen Wünsche ist eine unternehmerische Lücke und eine Marketingmöglichkeit für die Kreativwirtschaft, die Wiesemann füllen möchte. „Der Gedanke, dass man gemeinsam stark ist, ist immer noch heilig“, meint Wiesemann. Das gelte auch für die Kultur. Aber im kreativen Prozess selbst bringe es mehr Vielfalt, sich gegenseitig zu beobachten. „Jeder probiert eigene Dinge aus, man schaut, was der andere macht und kann davon lernen. Damit kommt man insgesamt weiter, weil man mehr verschiedene Ideen und Blickwinkel hat als wenn man sich einigt.“



... Dem Geheimnis des Unperfekthauses auf der Spur

Arbeit und Kultur der Zukunft

Auch für das Marketing des Unperfekthauses setzt Wiesemann deshalb lieber auf Empfehlungsmarketing und Mund-Propaganda, anstatt auf große Werbekampagnen oder aussichtsreiche Netzwerke. Er, die Künstler und auch die Mitarbeiter teilen seine Vision, verbreiten ihre Leidenschaft und überzeugen damit. Auch Wiesemanns Mitarbeiter sind Fachleute und zugleich Kreative. Ihre Ideen sind wichtig für das Erfolgskonzept des Unperfekthauses und ein fester Teil von Wiesemanns Vorstellung von Freiheit. Sie leiten Workshops und können sich ebenso ausprobieren wie die Künstler im Haus. Selbstverwirklichung mit kalkuliertem Risiko.

Reinhard Wiesemann ist ein Visionär, auch wenn er sich selbst nicht so bezeichnen würde. Sein Erfolg ist eine Verkörperung jener Vision, die die digitale Gesellschaft und die Generation Y von der Zukunft der Arbeit haben. Dabei spielt die Verwirklichung des Selbst eine zentrale Rolle, aber auch ein unternehmerischer Realitätssinn, um von den Träumen leben zu können. Leidenschaft, Arbeit und Freizeit sollen eng miteinander verzahnt sein – ein Ideal auch für jeden Kulturschaffenden. ¶

