

Fundraising im Kulturbereich

Wie können öffentliche Institutionen ihre Kulturförderung verbessern?

Wenn es um die Mittelbeschaffung für eine neue Kultureinrichtung geht (Schauspielhaus Basel, das Fotomuseum Winterthur, demnächst das Klee-Zentrum und ein neues Museum für Gegenwartskunst in Bern), dann kommen Millionenbeträge mitunter wie von Zauberhand zusammen. Schwieriger wird es, wenn es gilt, die laufenden Betriebskosten von Kulturinstitutionen sicherzustellen – hier greifen Modelle des Public Private Partnerships (noch) nicht, wie dies jüngst an einer Tagung des Forums Kultur und Ökonomie in Magglingen thematisiert wurde. Das hat im Wesentlichen drei Gründe.

Zum einen darf privates Geld öffentliche Mittel nicht ersetzen. Die Gefahr ist gross, dass sich der Staat dann selber aus einer historisch gewachsenen Pflicht entlässt. Diese Befürchtung ist berechtigt, sie ist aber auch Ausdruck eines (allzu) starren staatspolitischen Ordnungsdenkens, das mit Globalisierung, wachsender Freizeitindustrie sowie neuen künstlerischen Produktions- und Rezeptionsformen seine liebe Not hat und letztlich die Augen vor einem weitgehend veränderten kulturellen Umfeld verschliesst.

Zum andern kommt die Diskussion über die partnerschaftliche Kulturförderung in der Schweiz seit Jahren nicht vom Fleck. Mit kulturpolitischen Aussagen können Parteien und Politiker nun mal keinen Blumentopf (und also auch keine Wählerstimmen an der Urne) gewinnen. Kulturpolitik präsentiert sich darum seit geraumer Zeit fast ausschliesslich als Finanzpolitik, und angesichts der leeren Kassen der öffentlichen Hand wird das vermutlich auch länger noch so bleiben.

Zum dritten ist es ausgesprochen schwierig (geworden), die Begründungen für die öffentliche Kulturförderung einfach und allgemein verständlich darzustellen. Bekanntlich rechtfertigen Kunst und Kultur (wie übrigens jede Form der Geisteswissenschaften) ihren Anspruch auf öffentliche, dem Markt entzogene Finanzierungen mit dem Hinweis, dass sie tendenziell «universale Deutungsleistungen» für die Gesellschaft erbringen. Diesen Anspruch können sie allerdings nur dann wahrnehmen, wenn sie zum einen von anderen Funktionen freigestellt sind, zum andern, wenn sie dem Anspruch «universeller» Relevanz auch tatsächlich genügen können. Das ist heutzutage aber (fast) nicht mehr möglich.

So werden kulturelle Leistungen zunehmend unter anderen Funktionen oder Leistungen gesehen, also z.B. als «Standortfaktor» oder als Arbeitstätigkeit mit einer ökonomischen Leistung und Funktion. Aktuell lässt sich das an der Tutanchamun-Ausstellung in Basel sehr schön illustrieren, bei der man sich offen fragen kann, worum es eigentlich geht. Um Stadtmarketing? Um den Imagetransfer einer Grossbank? Oder um eine raffinierte Form der Mittelbeschaffung für ein neues Kulturzentrum in Ägypten?

Andererseits wiegen die kultursoziologischen Einwände gegen die Vorstellung einer universalen Deutungsleistung der kulturellen Medien schwer. Dieser Anspruch setzt wiederum zweierlei voraus: erstens die Gültigkeit dieser Deutungen für alle, zweitens das Vermögen, universelle Aussagen zu lebensweltlichen Ereignissen überhaupt (noch) leisten zu können.

Den erstgenannten Anspruch hat seinerzeit die sog. «Neue Kulturpolitik» in den Siebziger Jahren erhoben. In deren Folge sind auch in der Schweiz soziokulturelle Zentren entstanden und bis anhin

stigmatisierte Subkulturen («Rockmusik») wurden plötzlich auch förderungswürdig. Nur: so etwas wie «Kultur für alle» gibt es nicht. Dieser Einwand ist hier nicht weiter auszuführen, aber Stichworte wie «Distinktionsleistung» (Bourdieu) oder «Erlebnistrationalität» (Schulze) mögen genügen, um anzuzeigen, worum es geht.

Zum andern hat die irreversible Professionalisierung von Kunst und Kultur als historischer Prozess deren universale Deutungsleistung so weit reduziert, dass sie diese Funktion zunehmend nicht mehr erfüllen können. Unter erkenntnistheoretischer Perspektive, um es etwas überspitzt zu formulieren, sind existentielle Phänomene wie «Tod» oder «Liebe» künstlerisch so weit bewältigt, dass Kunst und Kultur seit geraumer Zeit nur noch Variationen dazu hervorbringen können. Anspruch und tatsächliche «universelle Deutungsleistung» im Sinne allgemeingültiger Aussagen klaffen hier weit auseinander. Es ist sogar denkbar, dass zu relevanten Gegenwartsproblemen (Ökologie, Gen-Technologie, internationale Konflikte etc.) aus den klassischen kulturellen Medien überhaupt keine «Deutungen» mehr erfolgen.

Die drohende Reduktion einer staatlichen Kulturpolitik auf Finanzpolitik, die fehlende Diskussion über partnerschaftliche Kulturfinanzierungsmodelle und die Schwierigkeit, kulturelle Leistungen allgemeingültig zu definieren: Dies alles zusammen sind drei gewichtige Gründe, warum sich eine **ausschliesslich** mit öffentlichen Mitteln geförderte Kultur eigentlich nicht mehr legitimieren lässt.

Es gilt demnach, den kollektiven Wert von kulturellen Tätigkeiten anders und dennoch überzeugend deutlich zu machen. Ein Mittel dafür könnten innovative Public Private Partnerships sein, die Denkblockaden überwinden und deren Vertreter mit ihren wahlweise elitären oder populistischen Argumenten in die Schranken weisen.

Grundlage solcher Public Private Partnerships könnte ein professionelles Fundraising bilden, wie das im angelsächsischen Kunst- und Kulturbetrieb bereits die Regel ist. Fundraising als organisierte Form der Kulturfinanzierung ist ja immer auch ein «friend-raising» für die Anliegen von Kultur. Die bereits erwähnte Tutanchamun-Ausstellung wäre ein gutes Beispiel dafür, wie sich die Kulturfinanzierung der Zukunft als vielschichtiges und komplexes Netzwerk von Ideen, Menschen, Finanzierungsinstrumenten und Gewerken organisieren könnte - hätte die Basler Regierung den Sonderkredit von 500 000 Franken aus Spargründen nicht gestrichen (BaZ vom 25. März). Ein solches Modell entspräche den Gegebenheiten der heutigen Zeit mit offen konkurrierenden Ideologien und ästhetischen Konzepten.

Diese «Mehrdimensionalität der Unterstützung» ist indes nicht nur erwünscht, sondern unabdingbar, konstatierte David Streiff, Direktor des Bundesamts für Kultur, an der Tagung in Magglingen, und Martin Heller, der mit der Expo.02 reichlich Erfahrungen gesammelt hat mit gemischt finanzierten Projekten, brachte diese Forderung auf den Punkt: «Es gibt keine Alternative dazu».

Die Autoren

Roy Schedler ist Regisseur und ausgebildeter Kulturmanager. Er leitete neun Jahre lang die Abteilung Theater und Tanz beim Migros Kulturprozent und stand an der Expo.02 dem Département Créations vor. Er leitet jetzt die Geschäftsstelle der Solothurner Filmtage und arbeitet als Berater Fundraising und Sponsoring für Kultureinrichtungen bei NonproCons in Basel.

Peter Buss, Dr. iur. Advokat, Dipl. NPO-Manager VMI, ist Gründer, Partner und Geschäftsführer von NonproCons Basel. E-Mail: peter.buss@nonprocons.ch

NonproCons ist eine Beratungs- und Dienstleistungsfirma für Nonprofit-Organisationen wie Vereine, Verbände, Stiftungen und staatliche Organisationen mit den Spezialgebieten Association Management und Fundraising+Sponsoring. www.nonprocons.ch