

**Zeitschrift:** Schweizer Revue : die Zeitschrift für Auslandschweizer  
**Herausgeber:** Auslandschweizer-Organisation  
**Band:** 32 (2005)  
**Heft:** 1

**Artikel:** Kultur : Tanz, Kunst und Literatur als Exportschlager  
**Autor:** Eckert, Heinz  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-911573>

### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

### **Conditions d'utilisation**

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

### **Terms of use**

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

**Download PDF:** 25.02.2026

**ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>**



# Tanz, Kunst und Literatur als Exportschlager

*Das Interesse an Kultur und Kulturschaffenden aus der Schweiz ist auf der ganzen Welt gross. Als Vermittlerin spielt die Kulturstiftung Pro Helvetia die wichtigste Rolle. Sie will damit das Verständnis zwischen den Kulturen fördern.*

VON HEINZ ECKERT



Performance und Provokation: Hirschhorn-Kunst mit Schauspieler.

**30 000 BESCHÄFTIGTE** haben im Jahr 2003 in der Schweiz für 5,3 Milliarden Franken Kunst in den Bereichen Musik, Literatur, Film sowie darstellende und bildende Kunst produziert. Nimmt man die verwandten Sparten Medien, Phonindustrie und Kunsthandwerk hinzu, so sind es gar 82 000 Beschäftigte und 17 Milliarden.

Das entspricht knapp zwei Prozent des Arbeitsmarktes, wie eine Analyse der Schweizer Steuer- und Beschäftigungsstatistiken ergeben hat. Und die Wachstumskurven sind in der Produktion von Kultur steiler als in allen übrigen Wirtschaftszweigen.

«Das Business mit Kultur floriert», hält Yvette Jaggi, Präsidentin des Stiftungsrates der Pro Helvetia im Vorwort zum jüngsten Tätigkeitsbericht des Unternehmens fest, das auch für den kulturellen Export der Schweiz zuständig ist. Das stete Wachstum sei Teil einer fortschreitenden Ökonomisierung und Internationalisierung der Kultur, schreibt Jaggi und stellt weitere Parallelen zwischen Kultur und Wirtschaft fest. Während der industrielle Bereich zu Gunsten der Dienstleistungen ständig schrumpfe, verliere auch die eigentliche künstlerische Produktion an Bedeutung. Sie werde von Aktivitäten überholt, die den Verkauf und die Verbreitung förderten und sich im spektakulären Tempo der neuen Märkte entwickle. In allen Kunstsparten, so Jaggi, spielten heute Verbreitung und Vermittlung die entscheidende Rolle, und das künstlerische Schaffen habe zunehmend eine reine Supportfunktion, zum Vorwand gar oder zum Vehikel für wirtschaftliche Interessen. Und sie geht sogar noch weiter: «Ist vielleicht

Fortsetzung Seite 6



schon bald die Rede von Kultur als eigenem Exportzweig der Schweizer Wirtschaft?», fragt sich die Pro-Helvetia-Präsidentin.

Die Kultur ist zum grossen Geschäft und zum Konkurrenzkampf zwischen verschiedenen und zahlreichen Anbietern und Produzenten geworden, zu einem Markt, der zunehmend auch durch das Gesetz von Angebot und Nachfrage bestimmt wird.

Zugenommen hat auch das Bedürfnis nach finanzieller Unterstützung durch die öffentliche Hand. So ist die Zahl der Gesuche an die Kulturstiftung Pro Helvetia von 1972 bis 2003 von 215 auf jährlich 3500 gestiegen. Die Bundesbeiträge sind im gleichen Zeitraum von 5,5 Millionen Franken auf 35 Millionen Franken pro Jahr gestiegen. Während die Zahl der Gesuche sechzehn Mal grösser geworden ist, haben sich die finanziellen Mittel, die der Pro Helvetia zur Verfügung stehen, im gleichen Zeitraum dagegen nur versechsfacht.

Obwohl die Kulturpolitik in der Kompetenz der Kantone liegt und es eigentlich keine nationale Kulturpolitik in der Schweiz

gibt, bezahlt der Bund jedes Jahr insgesamt rund 230 Millionen Franken für Kulturförderung. Zusammen bezahlen Bund, Kantone und Gemeinden jedes Jahr 1,8 Milliarden Franken für kulturelle Aufgaben.

Auf eidgenössischer Ebene teilen sich heute das Bundesamt für Kultur (BAK) mit seinen 470 Teilzeitstellen und die öffentlich-rechtliche Stiftung Pro Helvetia mit 119 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern die Aufgaben der Kulturförderung. Das BAK, zu welchem auch das Schweizerische Landesmuseum und die Schweizerische Landesbibliothek gehören, unterstützt unter anderem kulturelle Dachorganisationen wie die Cinéma theque mit Betriebsbeiträgen. Das BAK engagiert sich zudem in der Denkmalpflege und der Filmförderung und ist zuständig für Kulturvermittlung und Leseförderung.

Die Kulturstiftung Pro Helvetia, 1939 für die geistige Landesverteidigung ins Leben gerufen, hat unter anderem auch den gesetzlich definierten Auftrag, für den kulturellen Austausch mit dem Ausland zu sorgen.

Im kleineren Rahmen und mit anderer Zielsetzung treten auch die Direktion für Entwicklungszusammenarbeit (DEZA) und die Präsenz Schweiz als staatliche Kulturvermittler und -förderer auf. Das DEZA trägt für jährlich 12 Millionen Franken in armen Ländern «zur Bildung und Erhaltung von eigenständigen und vielfältigen Kulturlandschaften bei», und die Präsenz Schweiz schliesslich setzt Kultur zur Imagepflege und zur Wirtschaftsförderung im Ausland ein.

Alle genannten Institutionen haben ein gemeinsames Ziel, das David Streiff, noch bis März 2005 Direktor des Bundesamtes für Kultur, so definiert: «Sie sollen die kulturelle Schweiz im Ausland bekannt machen, Dialoge ermöglichen, den Gedankenaustausch zwischen den Staaten fördern und zeigen, dass die Schweiz ein kreatives und originelles Land ist.»

Gibt es guten und schlechten Kulturexport? «Nein», sagt David Streiff, «die Frage ist nicht, ob eine Idee gut oder schlecht ist, sondern ob sie verstanden wird oder nicht. Angenommen, ein Schweizer Film zeigt das

## Pius Knüsel: «Wir fördern das Verständnis zwischen den Kulturen»

*Die Schweiz exportiert nicht nur Uhren, Schokolade und Käse, sondern auch Kultur. Was soll und kann damit erreicht werden? Diese Frage haben wir Pius Knüsel gestellt, Direktor der Kulturstiftung Pro Helvetia, die für den internationalen Kulturaustausch zuständig ist.*

**«Schweizer Revue:»** Was kann und soll Kulturförderung im Ausland bewirken?

**Pius Knüsel:** Kulturförderung im Ausland: Sagen wir besser: Kulturvermittlung ins Ausland – stärkt die Beziehungen zwischen der Schweiz und anderen Ländern, knüpft Fäden zwischen den Kulturschaffenden und fördert das Verständnis zwischen den Kulturen.

*Nach welchen Kriterien werden die Kulturbotschafter beziehungsweise die Kulturprojekte für das Ausland ausgewählt?*

1. Nach Nachfrage. Es muss im Gastland ein Interesse da sein, in der Regel ein Veranstalter, der einen Teil des Risikos übernimmt.

2. Nach Qualität. Nur künstlerisch überzeugende Projekte werden unterstützt. Auch wenn die künstlerische Überzeugungskraft immer wieder neu interpretiert werden muss, siehe Paris im Dezember 2004.

3. Nach Vermittlungspotenzial. Nur Produktionen, von denen wir annehmen können, dass sie verstehbar sind in der Kultur des Gastlandes, erhalten Unterstützung.

*Wo liegen die Schwerpunkte – inhaltlich und geografisch – und weshalb?*

Inhaltlich gibt es keine Schwerpunkte, da wir auf Anfrage reagieren. Verdichtungen in einzelnen Disziplinen haben mit dem Funktionieren des internationalen Kulturmarktes zu tun und mit Stärken und Schwächen der schweizerischen Produktion. Derzeit erleben Architektur, visuelle Künste und Tanz einen Boom. Das kann ändern.

Geografisch geht der Löwenanteil der Mittel in die Nachbarländer Deutschland, Frankreich und Italien, dann folgt das übrige Europa, dann weit abgeschlagen die USA, schliesslich Asien, das südliche Afrika und der Rest der Welt. Die Gewichtung hängt direkt mit der Stärke der jeweiligen Märkte zusammen. Mit Kulturmitteln gut ausgestattete Länder wie die europäischen produzieren eine grössere Nachfrage nach Kultur aus der Schweiz und sind auch dankbare Abnehmer.



Schicksal einer schwerreichen, aber depressiven Frau, wie sie in ihrer Villa, umgeben von ihrem Reichtum, leidet und wie sie sich am Schluss zum Fenster hinaus in den Park stürzt, so können wir dieses Thema nicht in Ländern zeigen, wo die Mehrheit der Bewohner ein Leben lang auf einen Wasseranschluss wartet. Der Film würde dort nicht verstanden. Deshalb ist es auch für den Erfolg eines kulturellen Austausches enorm wichtig, dass immer mit lokalen Kulturschaffenden zusammengearbeitet werden kann, die mit der lokalen Mentalität vertraut sind.»

Laut Streiff arbeiten die verschiedenen Institutionen koordiniert und problemlos nebeneinander, da jede einzelne einen klar definierten Auftrag zu erfüllen hat. Trotzdem mangelt es in den Medien und im Parlament nicht an harscher Kritik weder am Bundesamt für Kultur noch an der Stiftung Pro Helvetia. In Zeiten leerer Staatskassen stehen auch die Kultursubventionen immer wieder im Zentrum der Spardiskussionen.

Im letzten Dezember geriet eine Ausstellung des Berner Künstlers Thomas Hirsch-

horn im Centre Culturel Suisse in Paris in die Schlagzeilen: «Star-Künstler verhöhnt die Schweiz», titelte die Boulevardzeitung «Blick» auf der ersten Seite, und die «Neue Zürcher Zeitung» kritisierte den «Missgriff im Schweizer Kulturzentrum in Paris». 180 000 Franken bezahlte die Pro Helvetia für eine Ausstellung, die nicht nur Bundesrat Blocher ins Visier nahm und die direkte Demokratie zur Farce machte, sondern die Schweiz auch noch mit dem irakischen Foltergefängnis von Abu Ghraib verglich.

Hat die Pro Helvetia in diesem Fall ihr Geld falsch eingesetzt? Bürgerliche Politiker zeigten sich entsetzt und schockiert, und SVP-Präsident Ueli Maurer forderte, die Kulturstiftung habe den Auftrag, Werbung für die Schweiz zu machen und nicht das Gegenteil. Die Pro Helvetia verteidigte umgehend die Hirschhorn-Ausstellung und verwies auf die künstlerische Freiheit eines international renommierten Künstlers auf der Kulturplattform eines demokratischen Staatswesens. Hingegen distanzierte sich die Kulturstiftung vom Angriff auf Bundesrat

Blocher. Die Pro Helvetia betonte jedoch, sie erachte es als eine der grossen Errungenschaften der demokratisch verfassten Gesellschaft, dass sie auch Künstler unterstütze, die eben diese Gesellschaft kritisierten. Auch Bundesrat Pascal Couchepin reagierte als Kulturminister verständnisvoll und meinte, es sei kleinlich, über den Beitrag der Pro Helvetia an die Ausstellung zu streiten. «Politiker sollten nicht wie politische Kommissare über alle Details wachen», erklärte Couchepin, der sich im letzten Sommer über einen staatlich geförderten Film empörte, in dem sein Name verunglimpft wird. Der Ständerat hingegen zeigte für die Arbeit Hirschhorns gar kein Verständnis und kürzte die Subvention für die Pro Helvetia um eine Million Franken. Der Eklat war perfekt.

Auch in welche Länder die Schweiz Kultur exportieren soll, gibt immer wieder Anlass zu Kontroversen. Lohnt es sich, zeitgenössische Schweizer Musik in Kasachstan be-

Fortsetzung Seite 8

*Wie definieren Sie das Zielpublikum im Ausland?*

Kulturinteressierte und Kulturschaffende, letztlich das intellektuelle und das bürgerliche Publikum, das sich um die Kulturinstitute der Gastländer gruppiert. Wir veranstalten prinzipiell nie selber, sondern stützen uns auf den Ruf der Partner.

*Spielen auch die Schweizer Schulen eine Rolle?*

Nein. Auch die Auslandschweizer sind kein Zielpublikum von Pro Helvetia. Beides sind zu kleine Publika, um den Aufwand zu rechtfertigen. Ihre Interessen sind meist nicht deckungsgleich mit jenen der interessanten Partnerinstitutionen der Gastländer.

*Wie wichtig sind die Leistungen der Schweizer Botschaften für Pro Helvetia?*

Unterschiedlich. Bei grösseren Programmen sind die Vermittlungs- und Organisationsleistungen unerlässlich. Bei kleineren Projekten sind die Botschaften häufig die Relaisstationen.

*Welches Engagement finden Sie exemplarisch für ausgezeichneten und wirkungsvollen Kulturexport?*

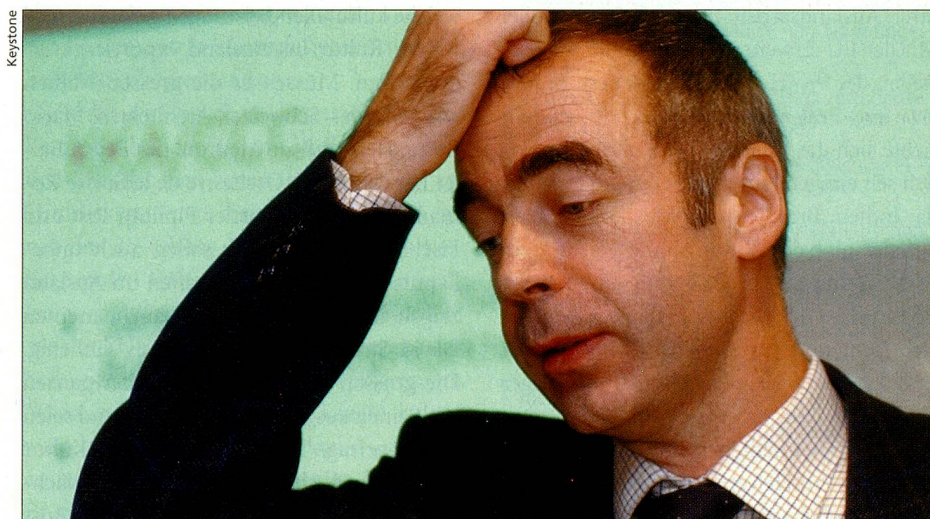
Die 17 Ausstellungen mit aktueller Schweizer Kunst rund um die Kunstmesse Arco 2003 in Madrid. Oder das Programm

«0406 Swiss Contemporary Arts in Japan», das im Umfeld der Weltausstellung Aichi 2005 rund 25 Produktionen aktueller Schweizer Kultur in verschiedene japanische Städte bringen wird.

*Nicht immer stossen die Engagements der Pro Helvetia im Ausland bei den Schweizer Politikern auf Verständnis. Die Hirschhorn-Ausstellung in Paris hat Sie eine Million Subventionsgelder gekostet. Ziehen Sie Konsequenzen aus diesem einmaligen Vorfall?*

Die mit der Kürzung verbundene politische Botschaft wird die Stiftung nachhaltig verändern, ohne Zweifel. Auf operativer Ebene werden wir überprüfen, wie der Entscheid zu Stande gekommen ist. Auch werden wir sorgfältiger kommunizieren müssen. Das Erstaunliche an der Sache ist, dass das französische Publikum positiv auf die Hirschhorn-Ausstellung reagiert und gar nicht verstehen kann, warum das Schweizer Parlament derart in Rage geriet.

Die Fragen stellte Heinz Eckert



Pro-Helvetia-Direktor Pius Knüsel: «Sorgfältiger kommunizieren».





kannt zu machen, fragen sich die einen, oder sollte sich die auswärtige Kulturarbeit vorteilhafter auf Länder beschränken, die für die Schweiz auch touristisch und wirtschaftlich von Interesse sind, die anderen? «Nein», sagt David Streiff, «so einfach kann man das nicht sehen. Der Auftritt eines Schweizer Künstlers in Kasachstan bringt ihm unter Umständen ein grösseres Publikum und mehr Medienecho als ein Auftritt in New York, das mit Veranstaltungen gesättigt ist. Auch in wirtschaftlich schwachen Ländern kann die Kultur als Türöffner dienen.»

Die Pro Helvetia hat im letzten Herbst bekannt gegeben, dass sie ihre Auslandsstrategie in Zukunft ändern und die Prinzipien ihrer Auslandsarbeit neu definieren wolle. Mit der EU-Erweiterung hätten die Aussenstellen der Pro Helvetia in Budapest, Bratislava und Prag ihre Aufgabe erfüllt. Zudem richte sich das Interesse der Kulturschaffenden seit einigen Jahren zunehmend auf China, Indien, Brasilien und Mexiko, die auch auf der globalen Kulturbühne verstärkt in Erscheinung treten. «Wir müssen auch die Bedürfnisse der Kulturschaffenden berücksichtigen, und für sie sind China, Indien und Lateinamerika im Moment wichtiger als andere Teile der Welt», erklärt Thomas Laely, Verantwortlicher für die Auslandsarbeit der Pro Helvetia. «Unsere neuen geografischen Schwerpunkte wurden jedenfalls

von niemandem kritisiert, sondern einhellig begrüsst und verstanden.»

Die neue Auslandsstrategie der Pro Helvetia geht von zehn grossen Kulturräumen aus: Europa, Russland/Zentralasien, arabische Kulturen, Afrika, China, Indien, Südostasien, Ozeanien, Nordamerika und Lateinamerika. «Die Schweiz ist überall auf der Welt sehr willkommen und geniesst nach wie vor grosses Ansehen, und unsere kulturellen Leistungen werden gut aufgenommen. Je grösser die kulturelle Differenz zu einem Land ist, desto sinnvoller ist jedoch der Unterhalt eines lokalen Verbindungsbüros mit lokalen Mitarbeitern», betont Thomas Laely.

Immer wieder wird die Frage laut, ob und welche kulturellen Leistungen gefördert und welche Kultur ins Ausland exportiert werden sollen. Müssen es die grossen Namen wie jene der Schweizer Architekten Mario Botta, Herzog & de Meuron, des Béjart Ballet Lausanne, des Orchestre de la Suisse Romande oder der Künstler Pipilotti Rist und Fischli/Weiss sein oder sollen auch unbekannte Newcomer ihr Schaffen im Ausland zeigen können? Sowohl als auch, meinen David Streiff und Thomas Laely einhellig. Die grossen Namen hätten auf der ganzen Welt einen ausgezeichneten Klang und seien immer gefragt. Neben der etablierten Kultur müssten jedoch auch der begabte Nachwuchs Gelegenheit erhalten, sich im Aus-

land zu produzieren: «Das bringt nicht nur wertvolle Kontakte zu ausländischen Kolleginnen und Kollegen, sondern kann auch ausschlaggebend für die weitere Entwicklung sein», sagt Thomas Laely. Die Schweiz habe ein unglaublich reiches und vielfältiges Kulturangebot, und diese Vielfalt gelte es darzustellen und zu fördern. Laely: «Wir wollen im Ausland keine Vitрины füllen, sondern Plattformen für kulturelle Arbeit fördern.»

Das wichtigste Projekt im laufenden Jahr heisst «0406 Swiss Contemporary Art in Japan» und kostet zwei Millionen Franken. Aus Anlass der Weltausstellung 2005 in Aichi zeigt Pro Helvetia zeitgenössische Kunst, Design, Comics, Netzkunst, Film, Performance, Theater, Musik und Literatur aus der Schweiz. Die Schweiz und Japan haben schon immer einen regen Austausch im Bereich des klassischen Kunstrepertoires gepflegt. Vom zeitgenössischen Kulturschaffen der Schweiz kannten die Japaner bisher nur die Arbeiten von Herzog & de Meuron, Pipilotti Rist und Fischli/Weiss. Die Neugier auf das breite Spektrum des aktuellen Kunstschaffens soll deshalb gross sein. In Zusammenarbeit mit lokalen Veranstaltern sollen langfristig tragende Partnerschaften zwischen der Schweiz und Japan entstehen. 