

Zeitschrift: Gewerkschaftliche Rundschau : Vierteljahresschrift des Schweizerischen Gewerkschaftsbundes
Herausgeber: Schweizerischer Gewerkschaftsbund
Band: 80 (1988)
Heft: 1

Artikel: Wenn Sponsoren Kultur fördern...
Autor: Cuttat, Pascal / Landolf, Walo
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-355274>

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: 13.12.2025

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

Wenn Sponsoren Kultur fördern...

*Pascal Cuttat / Walo Landolf**

In unserer Gesellschaft fällt es vielen Menschen schwer, festzustellen, wovon sie wann, wie und warum betroffen sind. Sie bleiben stumm, lassen andere entscheiden. Oder sie werden sprachlos, weil andere es besser wissen und ohnehin machen, was sie wollen. Es ist dies Ausdruck unserer Kultur. Ein anzustrebendes Ziel muss es deshalb sein, diese Menschen zu aktivieren. Sie sollen selber erkennen und selber handeln, sollen ihre Selbständigkeit wahrnehmen und ihr Selbstbewusstsein entwickeln. Künstlerische kreative Tätigkeiten lassen die eigenen Fähigkeiten erkennen und fördern damit das Selbstbewusstsein: Kunst von allen für alle; die Menschen mischen sich endlich in ihre eigenen Angelegenheiten ein. Nötig ist allerdings ein Anstoss: Bildungsarbeit und damit Arbeit für und an unserer Kultur, also Kulturarbeit. Gefährlich wird es, wenn Kunst im Rahmen eines PR-Konzeptes von Wirtschaftsmächtigen gefördert wird. Sie muss sich anpassen, wird in vorgegebene Bahnen gelenkt, um gefällig zu sein. Kulturarbeit verkommt zum Marketinginstrument.

Kunst wird immer wichtiger, und damit auch die Kulturarbeit

Die Banken beispielsweise haben die Kunst und die Kunstschaaffenden entdeckt. Filmemacher und Musiker, Bildhauer und Maler werden unterstützt. Sie erhalten Aufträge, sie können Werke verkaufen, sie finden Anerkennung. Die Banken (aber nicht nur sie!) erkennen den Wert der «Kultur» und der Kunst, ihren Stellenwert in der Gesellschaft und in den Medien. Für sie ist «Kulturförderung» eine Form von Investition: Sie investieren in die Kunst, damit ihr Image glitzert und glänzt. Nicht die «Schönheit des Kunstwerks» ist hinreissend schön, sondern das eigene Bild. Nicht die Zukunft unserer Gesellschaft ist von Belang, sondern die eigene Bilanz. Nicht die gerechte, solidarische und menschenfreundliche Gesellschaft spielt eine Rolle, sondern der eigene Marktanteil. Sie arrangieren einen Rummel, der sie auf vorteilhafte Art und Weise von den Mitkonkurrenten abheben soll. Sponsoring heisst das neueste «Hilfsmittel» der Werbung. Kunst und «Kultur» als PR, Künstler und «Kulturschaffende» als PR-Designer. Das ist nicht Zukunftsmusik, sondern ein Teil der Realität. Und manchmal stellt diese Realität die phantasievollste Satire in den Schatten.

Die Folgen sind noch nicht in ihrer ganzen Breite absehbar. Tendenzen lassen sich aber festhalten, Gefahren zeichnen sich überdeutlich ab.

1. Gefragt ist, was gefällt: eine verherrlichende, beschönigende Konservenkultur entsteht. Gefördert wird eine Kunst, die es mit der Wahrhaf-

* Pascal Cuttat ist Journalist; Walo Landolf Sekretär der SABZ.

tigkeit nicht mehr so genau nimmt. «Die Winde der Wahrhaftigkeit» (A. E. Hohler) blasen nicht mehr. Weil der Kulturbetrieb klimatisiert ist, weil die rauen Lüfte draussen bleiben.

2. Künstler und Künstlerin verlieren ihre Unabhängigkeit und Freiheit. Sie werden zum Instrument der jeweiligen Geschäftspolitik gemacht.



3. Die Ausübenden wirtschaftlicher und damit politischer Macht haben sich in aller Öffentlichkeit und ausgesprochen effizient einen Einfluss auf das Kunstgeschehen erarbeitet, der es ihnen erlaubt, Bücher zu verhindern, bevor sie geschrieben worden sind. Im Klartext: Kritische, unbequeme Kunst, unkonventionelle, alternative Kunstformen und «Kulturprodukte» werden nicht unterstützt und damit verdrängt und ausgegrenzt. Weil dort Konventionen in Frage gestellt, Mächte und Mächtige angegriffen werden, nicht einfach Ja gesagt wird. Was bleibt, ist eine Kultur, die auf Amusement, Beschönigung und Geselligkeit aus ist. Alles ist sauber; es gibt keine Unannehmlichkeiten. Alles ist berechenbar; wir sind gefeit, keine Überraschungen. Diese Konservenkultur bringt uns die sterile und klinisch saubere Gesellschaft.
4. Höchste, hie und da bereits erreichte Form der Kultur solcher «Kulturförderer»: Einige wenige kritische Stimmen werden auch noch gepflegt. Als Werbung für die Offenheit und Toleranz der Firma, als Garanten für den Erfolg bei werbetechnischen Randgruppen.

Ein «Kulturbetrieb», der die Kunst einem Verwertungsinteresse unterwirft, ist abzulehnen. Diese Form von «Kulturförderung» führt nicht zur «Welt- und Selbsterkenntnis, sondern zum Selbstbetrug» (Ulrich Greiner in «Zeit» 87/33). Sie führt, «verführt» die Menschen zu oberflächlichem Genuss, zu reinem Kunst-Konsum. Da gilt es, Gegensteuer zu geben. Das geht uns als Gewerkschaften direkt an, weil auch unsere Kreise vor solchem Konsum nicht gefeit sind (denken wir doch nur an die Bedeutung des Autos und des Fernsehens).

Die Freizeit wird je länger je wichtiger. Wochenarbeitszeit und Lebensarbeitszeit werden kürzer. Freizeit: das bedeutet für viele auch freie Zeit, *von Erwerbsarbeit befreite Zeit*. In der Freizeit entstehen Freiräume. Die sollten sinnvoll ausgefüllt und genutzt werden. Die Menschen sollten immun gegen die «Industrialisierung» der Freizeit werden! Sie sollten genügend Anstösse bekommen und Ideen haben, um nicht wieder das zu erleben, was sie oft in der Arbeitswelt erfahren: Abhängigkeit, Entfremdung, Stress. «Sinnvolle Freizeitgestaltung» bekommt eine neue Bedeutung: sich selber helfen, kreativ sein, sich etwas zutrauen, Unabhängigkeit leben und geniessen. *Schöpferisches Tun macht gegen Sinnverfälschung immun*. Schöpferisches Tun in der Freizeit kann sich wiederum positiv auf die eigene Arbeitssituation auswirken. Vielleicht erkennen wir, was wir am Arbeitsplatz verändern müssen. Und wir kommen darauf, weil wir mehr Zeit haben zum Nachdenken und Reflektieren.

Die Lebensarbeitszeit wird kürzer. Rentnerinnen und Rentner können die neue freie Zeit nach eigenem Gutdünken nutzen. Gerade in diesem Bereich sind positive Entwicklungen festzustellen (Graue Pantherbewegung, Seniorentheater). Diese Formen der Freizeitgestaltung sind geprägt von Selbstbewusstsein, Selbstbestimmung und Selbsthilfe. Sie liegen voll und ganz auf der Linie gewerkschaftlicher Kultur- und Bildungsarbeit.

«Die Arbeit ist die stärkste Bindung des Menschen an die Realität»

Die Aussage von Sigmund Freud ist einleuchtend. Daraus könnte man schliessen, dass der Begriff der Arbeit auch in der Kunst und in der Kultur einen grossen Stellenwert hätte. Nehmen wir den Kunstbetrieb unter die Lupe, dann stellen wir das Gegenteil fest: *Kaum jemand bekundet Interesse für die Arbeitswelt, für die Arbeitsbedingungen der Frauen am Bildschirm, für die Chemiewerker in Schweizerhalle*. Das ist nicht attraktiv, nicht «schön». Solche Themen eignen sich nicht für literarische Storys, für eine künstlerische Darstellungsweise. In unserer Gesellschaft wird scharf getrennt zwischen **Arbeit** und **Freizeit**. In der Freizeit findet der organisierte **Kunstgenuss** statt. Das soll nichts mit Arbeit zu tun haben. Die liegt hinter uns. Nach der **Arbeit** kommt die **Freizeit**. Daher wären in der Freizeit sehr viele Aktivitäten möglich. Zum Beispiel auch künstlerische, schöpferische Aktivitäten.

Wir Gewerkschaften möchten die Spaltung des Menschen in ein nicht schöpferisches Arbeitswesen und in ein mit «Kultur vollgestopft» Freizeitwesen aufheben. Kultur ist doch, wie der Mensch lebt und arbeitet. Kultur sollte sich auch damit befassen, wie der Arbeitsplatz gestaltet ist (nicht farblich, sondern organisatorisch). *Ist er human? Sind die Bedürfnisse der Menschen berücksichtigt? Ist Mitbestimmung möglich? Können die Arbeitnehmer und Arbeitnehmerinnen ihre gewerkschaftlichen Rechte wahrnehmen? Beeinträchtigt die Arbeit die Gesundheit der arbeitenden Menschen nicht? Wenn wir diese Fragen positiv beantworten können, dann dürften wir mit gutem Grund behaupten: diese Industriegesellschaft hat Kultur. Hat sie wirklich Kultur? So wie heute die neuen Technologien eingesetzt werden, müssen wir feststellen, dass diese Gesellschaft die Arbeitswelt als *quantité négligeable* betrachtet. Es wäre eine besondere kulturelle Tat, wenn allen klar und bewusst wäre: Die neuen Technologien dürfen nur menschengerecht eingesetzt werden. Sie müssen den Menschen dienen, sie müssen die Arbeit erleichtern. Sonst sind sie kulturell wertlos.*

Nur eben: «Wert» wird mit anderen als den hier dargestellten Inhalten gefüllt, der ökonomisch-kommerzielle Wert, kommt immer vor dem künstlerischen Wert. Oder, anders gesagt: Der kulturelle Wert der Kunst muss in Franken und Rappen angegeben werden können. *Kultur ist, wenn die Kasse stimmt.*

Kultur ist ein wichtiges Lebens-Mittel

Kunst soll ein Gegengewicht zum Rentabilitätsdenken bilden. In der Kunstwelt dürfen nicht die gleichen Gesetze gelten wie in der Geschäftswelt. Nicht der gnadenlose Wettbewerb darf zum Massstab werden, sondern ein ganzheitliches und lebensbejahendes Denken, das eine gerechte, humane und solidarische Gemeinschaft zum Ziele hat. Es soll eine «Begegnungskultur» sein: Leute kommen zusammen, diskutieren, phantasieren, genießen. Sie entwickeln gemeinsam Ideen zur Verbesserung ihrer Arbeits- und Lebenssituation. Sie versuchen gemeinsam die Gesellschaft zu «humanisieren», indem sie zum Beispiel neue sozialpolitische Modelle in ihrem eigenen überschaubaren Rahmen realisieren. Diese Kunst kennt keine Ausgrenzungen, keine Hackordnung; Solidarität ist *die* Alternative zur Ellenbogen-Mentalität. Ein solches Kunstverständnis kann uns weiterbringen, mit einem solchen Kunstverständnis kann sich die Gesellschaft positiv weiterentwickeln, wenn diese Massstäbe in einem weiteren Schritt auch in der Geschäftswelt angewandt werden.

Die Bedeutung der Kunst für uns

Kultur manifestiert sich auf verschiedene Arten. Darunter fallen z. B. die sozialen Beziehungen untereinander, das Verhältnis zu Minderheiten, der Stellenwert der Arbeit, die Art der Konfliktregelung, die Art der Freizeit-

gestaltung und die Kunst. Ist das kulturelle Klima ungünstig und kalt, dann fühlen sich die Künstler und die Künstlerinnen einsam. Die Werke, in denen sie die gesellschaftlichen Zustände reflektieren, haben ein zu kleines Publikum, um breite Diskussionen auszulösen. Das hat wohl auch zur Folge, dass sich etliche Künstler und Künstlerinnen nicht mehr mit unserem Alltag und unserer Gesellschaft auseinandersetzen. Sie entfernen sich und schaffen an einer Welt, die uns fern und fremd ist, vielleicht eine für PR-Strategen besonders interessante Traum- und Wunschwelt.

Eigene künstlerische Aktivitäten könnten ein neues kulturelles Klima schaffen, in dem die Künstler und Künstlerinnen keine Fremden mehr sind. Diese Situation könnte sie wiederum dazu animieren, sich mit uns und unserem Alltag auseinanderzusetzen. *Kunst vermittelt oft auch Erfahrungen und Erlebnisse, die tiefer reichen als irgendein gewichtiges Referat.* Sie transportiert mehr Einsichten, als noch so tiefeschürfende Analysen. Es besteht die Gefahr, dass Kunst «funktionalisiert» wird (zum Beispiel, wenn sie einen Zustand, eine Haltung, eine Sponsorfirma verherrlicht).

Wann kann Sponsoring Kulturförderung sein?

Künstler brauchen Geld. Sonst können sie ihre Ideen nicht realisieren. Die wenigsten unter ihnen haben die finanzielle Unabhängigkeit erlangt. Sie sind auch selten in der Lage, auf Geld, das ihnen angeboten wird, zu verzichten. Sie können gar nicht erst überprüfen, wie «sauber» dieses Geld ist.

Das bedeutet, dass sich jene Kreise Gedanken machen müssen, die über genügend Gelder verfügen, um als Sponsoren aufzutreten. Es sollen jene Firmen und Organisationen über die Bücher, die begonnen haben, die Kultur als PR-Feld auszumessen. Sie müssen sich, wenn ihnen unsere Kultur ein Anliegen ist, überlegen, wie sie das Sponsoring gestalten, damit jegliches Misstrauen verfliegt. Dazu einige Vorschläge:

1. «Kulturförderung» ist keine wohlthätige Handlung. Sie ist eine Verpflichtung gegenüber der Gesellschaft, gegenüber unserer Kultur und den Künstlern.
2. «Kultur-Sponsoring» darf nicht dazu missbraucht werden, das Firmen-Image aufzupolieren. Wenn Firmen oder Konsortien Gelder in die Kunst investieren, dann müssen sie selber im Hintergrund bleiben.
3. Es gibt Firmen, die investieren einen Teil ihres Gewinns «in die Kultur». Weil zur Kultur auch die Arbeit an sich gehört, sollten diese Firmen auch einen Teil ihres Gewinns in Humanisierungsprojekte der eigenen Betriebe investieren. Sie sollen dort mit dem guten Beispiel vorangehen, wo ihre Macht und ihr Einfluss es ihnen erlauben.
4. *Wenn sie Künstler unterstützen wollen, dann dürfen sie nicht nur jene berücksichtigen, die nichts in Frage stellen. Nicht unpolitische Künstler bringen die Gesellschaft weiter, sondern jene, die unbequeme*

Fragen stellen, die auf Fehlentwicklungen aufmerksam machen, die auch vor den Mächtigen kein Blatt vor den Mund nehmen. Daraus ergibt sich: Sponsoren sollen die Freiräume, die für eine freie und offene Kultur nötig sind, bejahen. Auch dann, wenn sie selbst dabei in Frage gestellt werden.

5. Wenn schon die Wirtschaft ins Kulturgeschäft einsteigt, dann soll sie unabhängige, politisch offene, pluralistisch denkende, sozial aufgeschlossene, professionell arbeitende Stiftungen und Institutionen gründen, die keine Ware verkaufen, sondern Kunst ermöglichen. Auch kritische Kunst.
6. Es ist auch möglich, dass diese Firmen einen oder mehrere Fonds einrichten, die für Kulturförderung bestimmt sind.
7. Geld allein genügt nicht. Künstler brauchen oft auch Produktionsbegleiter. Wer Geld spricht, könnte auch – sofern die Künstler es wünschen – professionelle Produktionsbegleiter zur Verfügung stellen. Nicht PR-Manager und Bürokraten aus der Privatwirtschaft sind gefragt, sondern erfahrene und erprobte Berater, die die Gesamtschau und den Überblick behalten. Diese Begleiter/Berater müssten ebenfalls Freiraum haben, um ihren Aufgaben gerecht werden zu können.
8. Die «Sponsoren» aus der Privatwirtschaft sollten mit den staatlichen Kunstförderungsinstitutionen zusammenarbeiten. Sie könnten gemeinsam Finanzierungsnetze knüpfen, damit die Kunstschaffenden nicht den grössten Teil ihrer Zeit mit dem Zusammentrommeln des Geldes beschäftigt sind.
9. Kunst ist nicht nur, was sich nach marktwirtschaftlichen Prinzipien durchgesetzt und damit etabliert hat. Gefördert muss auch das werden, was nicht mehrheitsfähig und damit wirtschaftlich uninteressant ist.

Eigenartig, was sich in den letzten Jahren im Bereich Kulturräume abspielt. *Leerstehende Fabrikgebäude werden zu Kulturfabriken umfunktioniert.* Die aus Gründen der Produktion grosszügig, grossflächig und grossräumig gebauten Fabriken eignen sich heute vorzüglich als künstlerische Produktionsstätten und Ausstellungshallen. Früher krampften da noch Arbeiterinnen und Arbeiter während 10, 12, und 14 Stunden. Sie wurden oft krank. Die Arbeit war schwer, monoton und vielfach geisttötend. Ein typisches Beispiel für **Fremdbestimmung**. Und heute? Die Fabriken sind zu Stätten der künstlerischen Entfaltung und **Selbstbestimmung** geworden. Sobald die Arbeiterinnen und Arbeiter aus den Fabrikhallen ausgezogen sind. Das ist keine Kritik an jenen, die in diesen umfunktionierten Fabrikhallen Kultur machen. Sie füllen Räume aus, in denen früher Menschen unter harten, menschenunwürdigen und fremdbestimmten Bedingungen arbeiten mussten. Auf diesem Fabrikareal fühlten sie sich eingeengt. Heute sind es Freiräume für Menschen geworden, die sich in ihrer Umwelt oder in ihrer Freizeit nicht selten eingeengt fühlen. In der zur Kulturfabrik umfunktionierten ehemaligen Fabrik wird auch hart gearbeitet. Aber eben: unter anderen Bedingungen, selbstbestimmt und menschenwürdig. Da prallen Welten aufeinander. Die einen haben nun da den kulturellen und künstlerischen Spass, wo andere früher gedemütigt wurden.