

Zeitschrift: Schweizer Monatshefte : Zeitschrift für Politik, Wirtschaft, Kultur
Herausgeber: Gesellschaft Schweizer Monatshefte
Band: 86 (2006)
Heft: 5-6

Rubrik: Dossier : Kulturförderung

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: 12.01.2026

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

- (1) Leitlinien einer subsidiären und konsensfähigen Kulturpolitik
- (2) Kultur und die Grenzen der Marktlogik
- (3) Mehr Kultur – weniger Staat
- (4) Kunstförderung im Übergang zur Moderne
- (5) Visionen einer innovativen Kulturpolitik
- (6) Produktionssystem Kulturwirtschaft
- (7) Kulturmanagement als professionelle Kulturvermittlung
- (8) Kulturförderung in der Praxis

Kulturförderung

Ovid hat jenes goldene Zeitalter besungen, in dem die Menschen spontan und ohne Gesetze Treu und Redlichkeit übten und in dem «bewirtschaften» und «kultivieren» noch mit demselben Wort «colere» bezeichnet werden konnten, von dem auch «cultura» abgeleitet ist. Heute erscheinen Wirtschaft und Kultur im öffentlichen Bewusstsein oft sogar als Gegensätze, und die Meinung ist weit verbreitet, dass es den Staat als notwendigen Vermittler brauche, um über Steuerhoheit und Zwangsmobilisierung von der grundsätzlich materialistischen Wirtschaft jene Mittel zu extrahieren, die es zur Erhaltung und Förderung der Kultur brauche.

Im Dossier dieses Heftes zum Thema private und öffentliche Kulturförderung geht es um das subtile Dreiecksverhältnis von Kultur, Wirtschaft und Staat, das in der Schweiz gegenwärtig im Zusammenhang mit der diesbezüglichen Gesetzgebung Gegenstand der öffentlichen Debatte ist und kürzlich an Veranstaltungen in Basel und Zürich anhand von kontroversen Einleitungsreferaten diskutiert wurde. Die Antwort auf die Frage «Wieviel Staat braucht bzw. erträgt die Kultur?» bleibt offen. Das Subsidiaritätsprinzip verlagert die Kontroverse lediglich, in die Auslegung dessen, was jeweils «notwendig» und was «möglich» sei – ein weites Feld, auf dem sich

Staatskämpfer und Staatsgläubige jeder Couleur mit vielfältigen Argumenten bekämpfen. Interessanterweise kommt es heute zu einer eher unerwarteten neuen Situation, weil sich in der Kultur selbst Entwicklungen abspielen, die Kultur und Wirtschaft auch ohne Vermittlung des Staates wieder in einen engeren Zusammenhang bringen. Eine auf Dienstleistungen basierende Wirtschaft sucht im eigenen Interesse die Nähe der Kultur, und eine unverkrampft mit dem Alltag verbundene Kultur deutet die wirtschaftlich erfolgreiche Lancierung auch als Bestandteil der schöpferischen «Performance». Kulturwirtschaft ist eine boomende Branche, bei der staatliche Interventionen möglicherweise mehr schaden als nützen. Die klassische Kulturpolitik könnte sich angesichts dieser Entwicklung wieder vermehrt auf die Pflege des kulturellen Erbes konzentrieren, ohne sich in den Wettbewerb um die Gunst des Publikums einzumischen, der – wenn überhaupt politisch – eher Gegenstand der Standorts- und Wirtschaftspolitik ist. Ob die beschriebene Annäherung nun zu einer Kultivierung der Ökonomie oder zu einer Ökonomisierung der Kultur oder zu neuen Mischformen führt, bleibt offen. Es wäre allerdings noch verfrüht, bereits ein neues goldenes Zeitalter anzukündigen.

Robert Nef

Neben der privaten ist die öffentliche Kulturförderung in der Schweiz wie auch in Deutschland nach wie vor von grosser Bedeutung. Allerdings ist sie stark reformbedürftig. Eine Rückbesinnung auf den Kernauftrag des Staates in diesem Bereich tut not.

(1) Leitlinien einer subsidiären und konsensfähigen Kulturpolitik

Peter Stücheli-Herlach

Kultur ist ein grosses Wort. Für Friedrich Schiller bezeichnete es den Kern «*deutscher Würde*». Durch ihn wurde es zum Fahnenwort einer nationalen Einheit, die nicht über revolutionäre Umstürze zu erlangen war, sondern durch bürgerliche Bildung – durch das Streben nach Charakter und nach künstlerischer wie geistiger Vollkommenheit.

Damit war die politische Debatte beendet, bevor sie überhaupt begonnen hatte. Schiller erklärte sie beim Austausch «*schöner Mitteilungen*» zu einem Tabu. Generationen von Kulturschaffenden nach ihm pflegten gegenüber Macht und Politik einen Umgang der Distanz oder Selbstvergessenheit. Deshalb ist «Kultur» immer auch ein gefährliches Wort. Benutzt man es, läuft man Gefahr, zuwenig zu denken, weil man zuviel will. «*Sprachlos vor lauter Eloquenz*» sei der Begriff, kritisierte jüngst wieder der Literaturkritiker Terry Eagleton. Kulturdebatten können endlos werden, weil sie Glaubenskämpfen ähneln.

Das allein schon ist ein Grund, die aktuellen Vorlagen der Kulturpolitik wie das Kulturförderungsgesetz und das Pro Helvetia-Gesetz zu begrüssen. Sie bergen die Chance einer rechtsstaatlichen Klärung auf diesem Gebiet. So hofft auch die Kulturverwaltung, dass die kulturpolitische Debatte in der Schweiz mehr «*Boden unter den Füssen*» bekomme, wie der Chef des Bundesamtes für Kultur, Jean-Frédéric Jauslin, kürzlich sagte.

Orientierungspunkt ist die Verfassung. Auch sie will viel in der Kultur – aber sie schafft eine gewisse Ordnung, die mindestens ein Nachdenken darüber erlaubt. Die «kulturelle Vielfalt des Landes» ist ein Staatszweck (Art. 2, Bundesverfassung); der Kulturauftrag erstreckt sich von der Sprachenförderung und den Sozialzielen über die Sicherung der Kunstfreiheit und die Kunstmöglichkeiten bis hin zum Kulturgüterschutz und zum Programmauftrag für Radio und Fernsehen.

Ein Minimum an Aufgabenteilung scheint da angebracht. Nicht jeder kann ja alles machen. Der Föderalismus hat uns ein Prinzip dafür überliefert: die Subsidiarität. Sie gehört nicht nur in der Schweiz mit ihren Kantonen, sondern auch in der EU zu den Losungsworten – immer dann, wenn sich die Zentralbehörden wieder einmal mit zu vielen oder zu grossen Aufgaben übernommen haben. Der Bund tut nur, was Private, Gemeinden, Städte und Kantone nicht selber ebenso gut oder gar besser tun können. Diesem Prinzip entsprechend, sind Städte und Kantone immer noch die Hauptakteure der öffentlichen Kulturförderung in der Schweiz. Vieles spricht dafür, es dabei zu belassen: die demokratische Mitbestimmung – gerade jene der Kunstschaaffenden –, der Wettbewerb der Regionen um kulturelle Leistungen, wie auch die integrative Kraft lokaler und regionaler Kulturangebote gehören dazu.

Das ist auch der Tenor der Parteien in der Vernehmlassung zu den neuen Gesetzen. Damit ist der Vorrat an Gemeinsamkeiten aber erschöpft. Parteien und Kulturverbände streiten sich über die Verbindlichkeit und die behördliche Struktur in der Bundes-Kulturförderung, über Auftrag und Autonomie der Stiftung Pro Helvetia und über die Sozialversicherung für freie Kunstschaaffende.

Stehen uns in der Parlamentsberatung nun neue Glaubenskämpfe bevor? Entscheidend ist, ob die Beteiligten es vermeiden, lediglich über ein «Zuviel», beziehungsweise über ein «Zuwenig» an Kultur beim Staat zu streiten. Für die Kritik an einem «Zuviel» an Kulturförderung spräche zwar, dass der Ausbau des Angebots nicht in die Zukunft fortgeschrieben werden kann. «*Wir leben in einem Überangebot*», stellte jüngst gar Pro Helvetia-Chef Pius Knüsel fest. Wer nach radikaler Reduktion der öffentlichen Mittel ruft, verkennt indes die verfassungsmässige Notwendigkeit der Kulturförderung ebenso wie die Chancen, die sich mit der Bildung subsidiärer mehrjähriger Schwerpunkte bieten werden.

Auch für die Klage über ein «Zuwenig» an

Kultur beim Bund gäbe es gute Gründe: die schlechte Koordination der staatlichen Ebenen, die mangelnde Dokumentation und die Mühe der Bürokratie mit neuen Kunstformen zählen dazu. Diese Position des «Zuwenig» würde indes die Tatsache ignorieren, dass Kulturförderung in der Tat nicht jenes Zaubermittel ist, «*das sich selbst beliebt macht*», um noch einmal Knüsel zu zitieren – der Ausweg aus der «Rechtfertigungsfalle» wäre nicht gefunden. Hingegen sind heute die Fragen zu diskutieren, die eine politische Mehrheit morgen beantwortet haben will.

Bewertung: Welches gesellschaftliche Problem soll mit Kulturförderung eigentlich gelöst werden? Was beispielsweise steht heute in der Schweiz einer lebendigen kulturellen Vielfalt konkret entgegen?

Rechtfertigung: Entsprechen die geforderten Massnahmen der übrigen gesellschaftlichen Ordnung? Sind Nutzen und Kosten gerecht auf die Gesellschaft verteilt? In diesem Lichte sind beispielsweise Abweichungen vom Subsidiaritätsprinzip begründungsbedürftig, nicht dessen Befolgung.

Geltung: Zu zeigen wäre, welche Ressourcen materieller und immaterieller Art, welche Strukturen dazu führen werden, dass die Kulturförderung ihre hochgesteckten Ziele erreichen kann. Deshalb wären Vorzeigeprojekte so wichtig – aber es müssen Vorzeigeprojekte sein, die übergeordneten Kriterien genügen, die also kulturelle Vielfalt gefördert, Identität geschaffen oder kulturellen Dialog nachhaltig ermöglicht haben.

Nachweis: Zu zeigen wäre, inwiefern einzelne Massnahmen die beabsichtigten Wirkungen tatsächlich hervorrufen; inwiefern beispielsweise Kulturprojekte im Ausland tatsächlich zu einem

«Dialog» mit diesem Ausland führen können und was von einem solchen Dialog an Wirkungen zu erwarten wäre.

Dies sind Leitfragen für die Konzeption einer konsensfähigen Kulturpolitik. Diese würde jene gesellschaftlichen Probleme systematisch erfassen, die durch Kulturpolitik gelöst werden müssen und auch können (beispielsweise solche rechtlicher, ordnungspolitischer oder sozialer Natur). Sie würde Auszeichnungen vergeben nicht nur an Kulturschaffende, sondern auch an Kulturförderer; an solche nämlich, die hinsichtlich Strukturen, Prozessen und Ergebnissen den Intentionen der Förderung – nicht nur der Geförderten – gerecht zu werden vermochten. Sie hätte eine kulturpolitische Charta gemässigter Kräfte über die Parteidgrenzen hinweg zur Grundlage, dem Vorbild der Schweizer Städte für Kulturfragen folgend, die Ähnliches vor Jahren geleistet haben.

Auch über diese Kulturpolitik liesse sich trefflich streiten. Sie wüsste sich aber zu behaupten, indem sie verständliche Begriffe für ihre Leistungen wählen und besetzen würde: «Innovation», «Neugier», «Sinn(lichkeit)», «Kommunikation», «Kunst» und «Freiheit» gehörten vermutlich dazu. Sie wüsste sich zu behaupten, indem sie andere Begriffe in die bürokratische Sphäre verbannen würde: «Defizitdeckung», «Beiträge», «Unterstützung», «Subvention» gehörten dazu. Auch die Landwirtschaft dankt nicht auf jeder Milchpackung «für die Unterstützung» des zuständigen Bundesamtes! Argumentation statt Anwaltschaft: so könnte, nach der «Kulturpflege» der Nachkriegszeit und der «Kulturdemokratie» der 60er und 70er Jahre, wieder eine Kulturpolitik entstehen, die «Boden unter den Füssen» hat – den Boden des 21. Jahrhunderts.

PETER STÜCHELI-HERLACH ist Publizist und Dozent für Politische Kommunikation am Institut für Angewandte Mediawissenschaft IAM der Zürcher Hochschule Winterthur ZHW. Bis 2003 war er Redaktor bei der «Neuen Zürcher Zeitung».

Neue Hauptsachen



Rolf Keller et al. (Hrsg.)
spiel plan
 Schweizer Jahrbuch für Kulturmanagement 2006
 215 Seiten, 24 s/w Fotos,
 2 Abbildungen, kartoniert,
 CHF 39.–
 ISBN 3-258-07046-6

Das «Schweizer Jahrbuch für Kulturmanagement» informiert über Tendenzen, Meinungen und aktuelle Fragen. Die diesjährige Ausgabe setzt Schwerpunkte zum Thema der Professionalisierung in der Kultur und zur Ausarbeitung des ersten schweizerischen Kulturförderungsgesetzes.

• Haupt **Haupt Verlag**



Etienne Piguet
Einwanderungsland Schweiz
 Fünf Jahrzehnte halb geöffnete Grenzen
 «CH Wissen» 186 Seiten,
 26 Grafiken und Tabellen,
 kartoniert, CHF 19.80
 ISBN 3-258-07055-5

CH Wissen – die neue Sachbuchreihe bei Haupt
 Ebenfalls neu erschienen: Martine Rebetez: **Helvetien im Treibhaus**, ISBN 3-258-07056-3 • S. Boisseaux, D. Barjolle: **Geschützte Ursprungsbezeichnungen bei Lebensmitteln**, ISBN 3-258-07011-3 • Alle Bände CHF 19.80

verlag@haupt.ch • www.haupt.ch

Die Künste wie die Kultur insgesamt funktionieren nach einer Logik, die derjenigen des Marktes und auch der Politik entgegensteht. Sie sind auf einen eigenständigen Bereich angewiesen.

(2) Kultur und die Grenzen der Marktlogik

Max Fuchs

Dieser Beitrag ist die gekürzte Fassung eines Referates, das der Autor am 8. April anlässlich der Jubiläumsfachtagung 2006 des Schweizerischen Berufsverbands der Kulturmanager (chcm) zum Thema «Darf Kulturförderung auch Wirtschaftsförderung sein?» an der Hochschule für Gestaltung und Kunst in Zürich gehalten hat.

Die seit dem frühen Beginn der Moderne in der ersten Hälfte des 14. Jahrhunderts einsetzende Entwicklung löste den Menschen aus einem hilfreichen sozialen Bezugsrahmen heraus und zwang ihn so zu zunehmender Selbstreflexion. Die Frage, woher der Mensch Orientierung für sein Leben und Massstäbe zur Bewertung seiner selbst beziehen könnte, gewann an Relevanz. Der kanadische Philosoph Charles Taylor nennt daher den Menschen *«das sich dauernd selbst reflektierende Tier»*. Der Diskurs der Moderne ist entschieden ein Kulturdiskurs, und dieser Kulturdiskurs ist im wesentlichen ein Diskurs der Kritik der Moderne.

Dass Rousseau die Frage der Akademie von Dijon verneinte, ob denn die Verbesserung der Wissenschaften auch zu einer Verbesserung der Sitten geführt hätte, wirkte wie ein Paukenschlag. Kant griff diese kritischen Äusserungen zur Moderne auf; in der Romantik entwickelte sich eine umfassende gesellschaftliche und künstlerische Gegenbewegung gegen die Vorstellungen der Aufklärung. Große Philosophen des 19. Jahrhunderts, wie Schopenhauer, Nietzsche oder Marx, arbeiteten sich an der Frustration allzu optimistischer Zukunftserwartungen ab. Im 20. Jahrhundert sprach der Soziologe Simmel von der Tragödie der Kultur, Freud schrieb über das Unbehagen, in amerikanischen Texten tauchte die Rede vom *homeless mind* auf, und Spengler sprengte alle Verkaufsrekorde mit einer Arbeit über den Untergang des Abendlandes. Der Mensch der Moderne ist offensichtlich ein höchst bedauernswertes Geschöpf, das, für Sinngebung und Orientierung, auf Kultur mehr denn je angewiesen ist.

«Künste» werden erst in jüngerer Zeit als Bestandteil eines autonomen Kulturbereichs wahrgenommen. Kant, der als Erfinder der Kunstautonomie gilt, beschreibt in seiner 1790 erschienenen *«Kritik der Urteilskraft»* das freie Spiel der Erkenntniskräfte. «Freies Spiel» bedeutet für ihn, dass die unterschiedlichen Vermögen, die der Mensch hat, ohne äussere Sachzwänge zueinander in Beziehung treten können. Friedrich Schiller, ein glühender Anhänger von Kant, hat diese philosophische Konstruktion ins Politische gewendet. Insbesondere in seinen Briefen zur ästhetischen Erziehung entwickelt er die Utopie, dass ein Umgang mit autonomen Künsten den Menschen zu einem politischen Bürger zu machen vermöge. Die Idee ist sehr plausibel: ein Mensch, der im zweckfreien Raum in seiner ästhetisch-künstlerischen Praxis Freiheit erlebt hat, kommt derart auf den Appetit, dass er diese Freiheit gerne auch auf politische und gesellschaftliche Verhältnisse übertragen möchte.

Ein weiterer Beleg für die Relevanz der Kultur findet sich in einem völlig andern Zusammenhang, im heute so aktuellen Bereich der Neurowissenschaften. Am Lissaboner «Weltkongress zur künstlerischen Bildung» im März dieses Jahres erklärte etwa der Neurowissenschaftler Antonio Damasio, wie das menschliche Gehirn in zwei unterschiedlichen Bereichen arbeitet – vergleichsweise schnell im Kognitiven, wodurch wir in der Lage sind, in immer kürzerer Zeit immer wichtigere Erfindungen zu machen, vergleichsweise langsam jedoch, wenn es um die moralische Bewertung dieser Erfindungen geht. Die Diskrepanz wird dadurch weiter verschärft, dass im herkömmlichen Bildungswesen diese beiden Hirnbereiche auch noch unterschiedlich gefördert werden. Die Grundbotschaft von Damasio lautete: Wenn es uns nicht gelingt, den moralisch bewertenden Teil des Gehirnes genauso konsequent zu fördern wie den kognitiven Teil, wird der Erfindungsreichtum des Menschen irgendwann einmal ins Destruktive umschlagen und uns umbringen. Die Künste spielen bei der Entwicklung dieser moralischen Bewertungsfähigkeit eine grosse Rolle.

Lässt sich die Logik der Künste mit der Marktlogik verknüpfen? Der Markt ist ein geniales Regulierungsinstrument. Denn trotz dem etwa hundertjährigen Feldexperiment in sozialistischen Ländern ist es bislang nicht gelungen, eine auch nur annähernd gleich wirkungsvolle Methode für rationellen Umgang mit knappen Ressourcen zu entwickeln. Es gibt jedoch Probleme, die der

Markt nicht lösen kann. Vier davon seien hier stichwortartig hervorgehoben.

Erstens: Damit der Markt funktioniert, braucht er normative Grundlagen, die er nicht selbst her vorbringen kann.

Zweitens: Dagegen neigt der Markt dazu, diese normativen Grundlagen zu zerstören. Das Prinzip der Gewinnorientierung und -maximierung führt dazu, dass die Wettbewerbsteilnehmer nach einer beherrschenden Stellung im Wettbewerb streben,. Das bedeutet, dass im Markt auf Monopole zustrebende Kräfte am Werk sind. Dies wiederum erklärt, warum ausgerechnet besonders wirtschaftsliberal orientierte Länder die schärfsten Anti-Trust-Gesetze erlassen haben. Der Markt funktioniert, so paradox dies klingen mag, nur dann, wenn der Staat ihn gegen die Marktteilnehmer schützt.

Drittens: Der Markt ist immanent expansiv. Ihm ist eine Entwicklungsdynamik eigen, die keine Grenzen kennt. Dies bedeutet insbesondere im Hinblick auf die gesamte Gesellschaft und ihre Subsysteme, dass der Markt dazu tendiert, seine eigenen Funktionsweisen auch auf andere Bereiche auszudehnen, beispielsweise die Politik, die Kultur oder das Soziale. Jedem Bereich entspricht seine eigene Handlungslogik, so dass etwa Politik oder soziales Zusammenleben nicht ausschliesslich nach finanziellen oder Gesichtspunkten der Gewinnmaximierung funktionieren können. Dies gilt in besonderem Mass auch für die Kultur. Denn während in Wirtschaft und Politik relativ rasch Entscheidungen getroffen werden müssen, fällt es der Kultur zu, Entscheidungen auf den Grund zu gehen, sie hinauszuzögern und die bei einer Entscheidung unter den Tisch gefallenen Argumente immer wieder hervorzuholen und auf ihre Relevanz zu prüfen. Während also Schnelligkeit ein wichtiges Merkmal der Politik und des Marktes ist, ist Langsamkeit ein charakteristisches Merkmal des Kulturbereichs. In Übereinstimmung mit dem Neurowissenschaftler Damasio lässt sich generell festhalten: nur im Zusammenspiel der beiden Bereiche «Kognition» und «Bewertung» ist Überleben gesichert. Damit der Markt weiterhin mit seiner ihm eigenen Markt logik überleben kann, ist es notwendig, dass es marktfreie Bereiche gibt.

Viertens: Der Markt ist kein Instrument, mit dem sich Gerechtigkeit herstellen lässt. Wegen des Prinzips der Gewinnmaximierung ist Gerechtigkeit keine Kategorie des Marktes. Das wusste bereits Adam Smith, der theoretische Begründer des Marktdenkens, der einige Kapitel seiner grossen

Studie über den «Reichtum der Nationen» einer Theorie der öffentlichen Güter gewidmet hat. Öffentliche Güter sind solche, die auch Adam Smith nicht dem Markt unterwerfen wollte, weil es um Dinge geht, die jeder einzelne Mensch unabhängig von seiner ökonomischen Leistungsfähigkeit braucht.

Zwischen den Funktionsarten von Kultur einerseits und Markt bzw. Politik andererseits gibt es Berührungs punkte und Überschneidungen. Es gibt Kunst- und Kulturmärkte im Bereich des Films, der bildenden Kunst, der Literatur und der Musik. Auch diese speziellen Märkte werden von der Marktlogik gefährdet, weil diese die Vielfalt der Angebote und der kulturellen Ausdrucksformen vernichtet. Von Anhängern des Wirtschaftsliberalismus in Grossbritannien und in den USA wird zwar diese These bestritten. Sie lässt sich jedoch empirisch belegen. Im Zusammenhang mit der UNO-Konvention zur kulturellen Vielfalt gibt es etwa Studien, die zeigen, dass das zentrale Entwicklungsgesetz des Marktes, nämlich der Trend zur Monopolbildung, der kulturellen Vielfalt schadet.

Damit der Markt mit seiner eigenen Marktlogik überleben kann, ist es notwendig, dass es marktfreie Bereiche gibt.

Der niederländische Politikwissenschaftler Joost Smiers hat in einer aufwendigen empirischen Studie («Arts under Pressure», 2003) viel Material zusammengetragen, das zeigt, wie verheerend die uneingeschränkte Einführung von Markt in Kulturbereiche sich für die Vielfalt der kulturellen Ausdrucksformen auswirkt. Dazu zwei Beispiele. Der Filmbereich stürzte in der Türkei völlig ein, als die Regierung alle Schutz- und Fördermassnahmen einstellte. Während früher in der Türkei jährlich etwa 600 Filme produziert worden waren, waren es nach der Markttöffnung nur gerade noch 30. Ähnliches liess sich für den Buchmarkt in Mexiko feststellen, der zusammenbrach, als man Schutzmechanismen wie Buchpreisbindung und reduzierte Steuersätze aufgab. Damit sind nicht nur wirtschaftliche Bereiche zerstört worden; man hat gleichzeitig auch den mexikanischen Schriftstellern bzw. den türkischen Filmschaffenden ihre Existenzgrundlage entzogen. In beiden Fällen ist in den betroffenen Ländern eine grosse Fülle von Reflexionsmöglichkeiten vielfältiger Lebenswirklichkeit zum Verschwinden gebracht worden.

MAX FUCHS,
geboren 1948,
ist Professor für
Kulturtheorie und
Kulturpolitik an
den Universitäten
Duisburg-Essen,
Hamburg und Basel.

Die Wirtschaft ist Bestandteil der Kultur. Es geht bei der privaten Kulturförderung nicht um die Verwirtschaftlichung der Kultur, sondern um die Kultivierung der Wirtschaft und um einen Schutz der Kultur vor der Verpolitisierung und vor der Abhängigkeit von Staatsfinanzen.

(3) Mehr Kultur – weniger Staat

Robert Nef

Dieser Beitrag ist die gekürzte Fassung eines Referats, das am 8. April anlässlich der Jubiläumsfachtagung 2006 des Schweizerischen Berufsverbands der Kulturmanager (chcm) zum Thema «Darf Kulturförderung auch Wirtschaftsförderung sein?» an der Hochschule für Gestaltung und Kunst in Zürich gehalten wurde.

Kulturaustausch und Handel sind untrennbar verbunden. Der Handel selbst ist ein Kulturphänomen ersten Ranges. Er betrifft nicht nur materielle Güter, sondern beruht seit je auf dem Tausch im Sinn einer umfassenden Kommunikation. Zu den ersten Handelsgütern der Menschheitsgeschichte gehörten kulturelle Artefakte wie Schmuck und Keramik, die schon früh nicht nur zwischen Nachbarn, sondern über erstaunlich weite Verbindungsnetze ausgetauscht worden sind. Auf denselben Wegen gab es auch einen Austausch an musikalischen und dichterischen Motiven und Stoffen, längst bevor es Radio, Fernsehen und Internet gab.

Jakob Burckhardt hat in seinen «Weltgeschichtlichen Betrachtungen» (hrsg. von Werner Kaegi, Bern: 1941) drei Potenzen (nicht «Subsysteme»!) unterschieden, die in komplexer Weise aufeinander einwirken und so den Lauf der Weltgeschichte beeinflussen: Staat, Religion und Kultur. Wo bleibt die Wirtschaft? Hat der kultur- und kunstliebende Gelehrte aus grossbürgerlichem Milieu sie schlicht und einfach vergessen? Nein, Wirtschaft, Handel und Technik sind wesentliche Merkmale seines Kulturbegriffs. Kultur ist für Burckhardt «Inbegriff alles dessen, was zur Förderung des materiellen und als Ausdruck des geistig-sittlichen Lebens spontan zustande gekommen ist, alle Geselligkeit, alle Techniken, Künste, Dichtungen und Wissenschaften» (S. 74). Die Förde-

itung des «materiellen Lebens» steht sogar am Anfang. Die Agrikultur ist nicht nur ein Bestandteil, sondern sogar einer der Ursprünge der Kultur. Nicht dass das materielle Leben für Burckhardt persönlich im Vordergrund gestanden hätte, aber er war genügend realistisch, um dessen tatsächlichen Stellenwert richtig einzuschätzen. Kultur ist für Burckhardt «die Welt des Beweglichen, Freien, nicht notwendig Universalen, desjenigen, was keine Zwangsgeltung in Anspruch nimmt» (S. 113). Er bedauert, dass der Erwerbssinn, «die Hauptkraft der jetzigen Kultur», die Grenzen zwischen den Aufgaben von Staat und Kultur verrückt. «Man will», so Burckhardt, «die grössten Hauptsachen nicht mehr der Gesellschaft überlassen, weil man das Unmögliche will und meint, nur Staatszwang könne dieses garantieren» (S. 217).

Eine staatliche Förderung dessen, was selbst spontan zur Förderung der Lebensqualität beiträgt, ist aus dieser Sicht eine ebenso umfassende wie auch problematische Sache. Mit der Zuordnung von Wirtschaft und Kultur zu einem Gesamtbereich dessen, «was spontan zustande kommt», ist Burckhardt einmal mehr nicht einfach naiv und veraltet, sondern prophetisch und postmodern. In einer zunehmend auf Dienstleistungen basierenden Wirtschaft geht es nicht mehr primär um die Bewirtschaftung und Kultivierung des Bodens oder um die industrielle Massenproduktion von Gütern, sondern um die Bewirtschaftung und Kultivierung zwischenmenschlicher Beziehungen. Sie sind je kultivierter, desto nachhaltiger und damit wirtschaftlicher im besten Sinn – übrigens genau wie bei der Agri-kultur.

Dass die real existierende Wirtschaft sich leider häufig mit dem Staat zu einer korporatistischen *Private Public Partnership* verbindet, schafft vielfältige Abhängigkeiten und ist aus liberaler Sicht weder für die Wirtschaft noch für den Staat noch für die Kultur von Vorteil. Natürlich kommt es auch bei einer engeren Verbindung von Wirtschaft und Kultur zu Abhängigkeiten, aber die Abhängigkeit von einem Netzwerk von Wirtschaftssubjekten und Privatpersonen, die sehr unterschiedliche Ziele verfolgen und in Wettbewerb zueinander stehen, ist für die Kultur weniger riskant als die Abhängigkeit von einem Monopolisten namens Staat.

Wer Wirtschaft und Kultur zu einem einzigen grossen Bereich – «dessen, was spontan zustande kommt» – zusammenfasst, steht vor der Herausforderung, die Rolle des Staates bei der Kulturförderung zu definieren und, wenn er sie als Staats-

aufgabe sieht, dies auch zu begründen. Die These «Kultur ist Sache der Kultur» die ich in der NZZ (Nr. 35, 11. Feb. 2005, S.15) aufgestellt habe, ist kein Dogma, sondern eine Beweislastregel. Sie besagt nichts anderes, als der gesamte Bereich der Kulturpolitik sei dem Prinzip der Subsidiarität untergeordnet. Staatliche Interventionen sind, ob nun beschränkend oder fördernd, generell begründungspflichtig. Meist wird das Subsidiaritätsprinzip lediglich als Grundlage einer Aufgabenteilung zwischen Gebietskörperschaften verschiedener Stufen (Gemeinden, Kantone, Bund) wahrgenommen. Die diesbezügliche Kurzformel lautet: So communal wie möglich und so kantonal bzw. national, bzw. international wie nötig. So ist es auch im Zusammenhang mit der Kulturpolitik in unserer Verfassung verankert. In erster Linie regelt aber das Subsidiaritätsprinzip die Aufgabenteilung zwischen privaten und staatlichen Trägern. Auch hier gibt es eine Kurzformel: So privat wie möglich und so staatlich wie nötig.

Das Subsidiaritätsprinzip geht also von der Fragwürdigkeit aller staatlichen Eingriffe in nichtstaatliche Bereiche aus. «Frag-würdig» (im ursprünglichen Sinn) heisst aber nicht «absolut unerwünscht». Das Verhältnis von Staat und Nicht-Staat, und die Frage, ob eine lebendige, kreative und machtskeptische Kultur schweregewichtsmässig auf der einen oder auf der andern Seite anzusiedeln sei, ist eine für Staat und Kultur zentrale Frage.

Das Subsidiaritätsprinzip ist fast grenzenlos interpretierbar und darum fast grenzenlos beliebt. Es überbrückt fast alle Meinungsdifferenzen. In der Diskussion der Definition, was im konkreten Fall «möglich» und was «nötig» sei, vertreten Liberalen einen staatsskeptischen Standpunkt. Der Staat ist für sie nicht in erster Linie «Freund und Helfer», sondern Zwangsmonopolist und Kontrolleur. Aus dieser Sicht ist Kultur deshalb so weit wie möglich vom Zwang entfernt anzusiedeln und zu pflegen.

Man sollte den Staat als Zwangsmonopolisten weder verniedlichen noch dämonisieren. Die Sorge um eine Kultur ist begründet, die letztlich finanziell von politischem und fiskalischem Zwang abhängt und vom Wohl- oder Übelwollen einer Mehrheit gewählter Volksvertreter. Sollen wir denn alle von Kulturfunktionären zur Kultur gezwungen werden? Müssen Leute, die lieber Fussball schauen, die Oper und die Kunstmuseen via Steuern mitfinanzieren? Die vom Nationalrat beschlossenen 81 Millionen Franken an die Fussball-Europameisterschaft sind allerdings nicht für

die Veranstaltungen selbst, sondern zur Gewährleistung der Sicherheit genehmigt worden, und diese gehört immerhin zu den Kernaufgaben des Staates. Aber soll der Staat generell zur Institution verkommen, die Brot und Spiele offeriert, Veranstaltungen, die jeder auf Kosten des andern konsumieren will und dafür die Hände in die Taschen der andern steckt?

Staatliche und parastaatliche Kulturförderer tendieren aufgrund der administrativen Ressourcenaufteilung oft zu einem allzu engen und möglicherweise antiquierten Kulturbegriff. Für sie ist «Kultur» all das, was von den Kulturrämtern als «förderungswürdig» oder als «kulturelle Grundversorgung» definiert wird. Diese Triage ist weder einfach noch unproblematisch. Kultur als Staatskultur oder als staatlich approbierte Kultur – gesetzlich geprüft – ist keine lebendige und kreative und auch keine echt machtkritische Kraft. In dieser Situation wird für die Kultur nicht das Marktvieren, sondern das Staatsvieren zum Hauptproblem. Man kann in Analogie zum Kaputtsparen von Kaputtfördern reden, denn jede Förderung ist mit dem «Zwangs-Förderungspa-

Man kann in Analogie zum Kaputtsparen von Kaputtfördern reden.

radox» verbunden, das auf Folgendem beruht:

Der Staat fördert aus dem ganzen Alphabet der Förderungsgesuche nur A, B und vielleicht auch noch C. Gesuche von D bis Z werden abgelehnt und damit auf dem freien Markt der Kulturangebote massiv diskriminiert, weil sie nicht mehr zu den Konditionen von A, B und C Kultur anbieten können. Garantieren die Fachleute beim Staat wirklich, dass die Besten und Kreativsten zu A, B und C gehören, also zu den privilegierten, weil staatlich Geförderten? Ist das Risiko nicht gross, dass es zwischen D und Z noch Besseres gibt? Glücklicherweise ist die Kulturförderung in der Schweiz noch nicht voll zentralisiert, das Staatsvieren kennt unterschiedliche Varianten, und es gibt einen Wettbewerb der Staatsversager. Genau diesen Wettbewerb, den man despektierlich «Kantönligeist» nennt, will man aber nun von Bern aus «zähmen». Glücklicherweise sorgt nicht nur der «Kantönligeist», sondern auch die Vielfalt der Kulturförderungs- und Sponsoring-Philosophien bei Firmen für einen Wettbewerb. Was Migros nicht fördert, hat eventuell bei Novartis eine Chance, wenn sich die Fachleute nicht allzusehr vernetzen und als *private public partner*

ship Kultukorporatismus betreiben. Gegen Zentralisierung spricht im übrigen auch die Tatsache, dass Kultur offenbar ein wichtiger Faktor im wirtschaftlichen Standortwettbewerb ist. Warum soll nun ausgerechnet Bundesbern hier eingreifen und unter dem Stichwort «nationale Kulturförderung» (durch sogenannte Leuchtturmprojekte!) den einen Standort zu Lasten anderer Standorte fördern?

Staatskultur ist eine Begleiterscheinung des Totalitarismus, und staatlich geförderte Kultur lässt sich nur schwer von Staatskultur abgrenzen. Die nationale Kulturförderung ist in der Schweiz, historisch gesehen, ein Kind der «geistigen Landesverteidigung», zu dem sich später die Schwester der Marken- und Standortwerbung «Schweiz» gesellte. Der Traum aller Kulturförderer ist Steuergeld – und dieses möglichst ohne Bedingungen und Auflagen an kulturelle Institutionen auszuschütten. Aber ist dies nicht eine Zumutung an die Steuerzahler? Sie sollen zahlen, und weder sie, noch die von ihnen gewählten Vertreter sollen einen Einfluss auf die Verwendung haben, sondern nur die Kulturexperten?

Die Meinung, der Staat sei die am besten geeignete Institution, um den Menschen zu kultivieren und die Kultur zu vermenschlichen, vermag ich nicht zu teilen.

Es wäre interessant herauszufinden, was denn die staatlichen Kulturfördergelder, dort wo sie eingesetzt werden, tatsächlich bewirkt haben und bewirken. Fließt nicht vieles letztlich wieder in die Taschen derer, die im Kulturbusiness ohnehin das grosse Geld machen? Je mehr Werke eines Künstlers in öffentlichen Museen hängen, desto höher steigt der Wert ihrer Werke in Privatsammlungen. Beraten werden beide von denselben Fachkreisen. Und auch im Musikbereich lassen sich Subventionen nicht «chemisch rein» von Spitzengagen und von den Gewinnen der Verwertungsindustrie isolieren. Ist das wirklich immer Kulturförderung, wenn man in diesen Kreislauf noch Steuergelder hineinpumpt?

Meine These «Kultur ist Sache der Kultur» wird immer wieder als Leerformel, als Tautologie kritisiert. Aber wessen Sache ist sie denn? Tatsächlich der Kantone? Arme Kultur! Oder des Bundes? Oder der EU? Die Antwort bleibt man mir meist schuldig. Die Präsidentin einer grossen Vereinigung von Kulturschaffenden hatte am Schluss einer Veranstaltung die grosse Erleuchtung. Ihre Antwort auf meine Frage, wessen

Sache die Kultur denn nun wirklich sei, lautete: Kultur ist Sache der Menschen! Einverstanden! Und je kultivierter die Menschen sind, desto besser für die Kultur, und desto weniger werden sich diese Menschen für die Kultur zwangsbesteuern und zwangsverpflichten lassen.

Die Meinung, der Staat sei die am besten geeignete Institution, um den Menschen zu kultivieren und die Kultur zu vermenschlichen, vermag ich nicht zu teilen. Die bisherigen historischen Erfahrungen sind zu wenig überzeugend. Wer die Kultur liebt und gegenüber allen Formen des Zwangs skeptisch ist, darf nicht zulassen, dass Kultur zum Bestandteil des *service public* wird. Kultur sollte auch nicht, als Bestandteil eines weitgehend staatlichen Bildungswesens, zum politisch-volks-pädagogischen Pflichtstoff gemacht werden. Kultur muss sich selbst tragen und sich – in kreativ kritischer Distanz zu allen Mächtigen und unabhängig von Steueraufkommen und Volks- und Parlamentsentscheiden – immer wieder neu und frei entfalten.

Nach so viel Kritik und Skepsis soll abschliessend doch noch jener Bereich hervorgehoben werden, in dem auch aus liberaler Sicht und unter Beachtung des Subsidiaritätsprinzips Kulturförderung in einem überwiegend positiven Licht erscheint: die Stadt. Die Städte haben als überlappend politische, wirtschaftliche und kulturelle Institutionen in der Kulturgeschichte eine herausragende Rolle gespielt. Stadt und Staat sind nicht dasselbe, und städtische Kulturpolitik kann auch darum ihren Sinn haben, weil es einen Wettbewerb zwischen Städten gibt, bei dem Kulturpolitik, Wirtschaftsförderung und Standortmarketing im Mittelpunkt stehen. Natürlich sind auch Städte staatliche Institutionen – aber eben nicht ausschliesslich staatliche Institutionen. Wer Ja sagt zur städtischen Kulturförderung hat gute Gründe, um gegenüber kantonalen, nationalen und internationalen Förderprogrammen jene Skepsis anzumelden, die den Grundton dieses Beitrags bestimmt, denn die Motivation der städtischen Kulturträger könnte durch nationale und internationale Beiträge (sogenannte Leuchtturmprojekte) auf die Dauer mehr Abreize als Anreize empfangen. Sollen denn die Basler Bundessteuerzahler in Zürich nach Vorgaben aus Bern die Kultur fördern?

Der wohlhabende Kunstmäzen in der Antike, aristokratisches, bürgerliches und schliesslich unternehmensgetragenes Mäzenatentum – am Verhältnis zwischen Förderer und Kunstschaaffendem lässt sich anschaulich der Wandel der sozialen Beziehungen im Lauf der Jahrtausende aufzeigen.

(4) Kunstmäzen im Übergang zur Moderne

Thomas Hermsen

Die Frage nach der Autonomie der Kunst ist so alt wie die Kunst selbst. Zwischen der künstlerischen Produktion und ihrer Rezeption gab es immer schon eine nicht zu unterschätzende Steuerungswirkung durch Auftraggeber aus Religion, Politik – und neuerdings auch der Wirtschaft. Aber warum ausgerechnet in der Kunst? Die Antwort liegt auf der Hand: die Kunst übt eine besondere Faszination aus, weil das Kunstwerk, ähnlich wie Schrift und Sprache, Kommunikation ist (Luhmann, 1992). Kunst bringt Wahrnehmung in die Gesellschaft und stellt als kommunizierte Beobachtung emotionale, individuelle und kollektive Bezüge zu der Frage her, wie wir die Welt beobachten, deuten und sie verstanden wissen wollen (Bourdieu, 1997). Mit Hilfe des Kunstwerkes bringt nicht nur der Künstler seine Form der Wahrnehmung in die Gesellschaft, sondern auch alle anderen Beobachter, die sich der Kunst bedienen.

Mäzen (lat. *mæcenas*) leitet sich ab von dem römischen Ritter Gaius Cilnius Mäcenas (ca. 65 bis 9 v.Chr.), der, als Freund, politischer Berater und Handelsminister des Kaisers Augustus, unter anderem Schriftstellern wie Horaz, Vergil und Properz ein sorgenfreies künstlerisches Schaffen ermöglichte. Als Vertreter des Princeps in Rom und als Ritter aus altem etruskischen Königsgeschlecht ist Mäcenas nicht nur als Militär, Politiker und Diplomat äusserst erfolgreich,

sondern er gilt schon zu Lebzeiten als besonderer Förderer junger literarischer Nachwuchstalente.

Historisch umstritten sind die Motive und Interessen, die das Handeln des Mäcenas geleitet haben. Waren diese wirklich so uneigennützig, wie es unser Idealbild suggeriert, oder war auch Mäcenas ein Kind seiner Zeit und liess sich auch von politischen Machtinteressen und persönlichen Eitelkeiten leiten? Einige Kunsthistoriker weisen kritisch darauf hin, dass der reale Mäcenas durchaus einen beträchtlichen Einfluss auf die inhaltliche Ausgestaltung der Schriften seiner Schützlinge zur Verherrlichung des augusteischen Regimes ausgeübt hat. Durch seine Förderaktivitäten gewann Mäcenas nicht nur an gesellschaftlicher Anerkennung, sondern die seitens der geförderten Künstler veröffentlichten Lobes-Epen auf Kaiser Augustus schmeichelten dem Kaiser, dienten zur Idealisierung und Stabilisierung seiner Herrschaft und sicherten die gesellschaftliche und politische Stellung des Mäcenas (Daweke/Schneider, 1986, S. 11).

Historisch unstrittig ist jedoch auch, dass Mäcenas als Förderer der Künste nicht nur einen kunstsoziologischen Begriff der Neuzeit geprägt hat, sondern zugleich auch mit einem besonderen Typus des Auftraggebers identifiziert wird, und zwar unabhängig von der tatsächlichen historischen Person. Mäcenas und der aus seinem Namen abgeleitete Begriff des Mäzenatentums steht bis heute für einen aktiven Förderer, der Kunst und Kultur aus altruistischen und selbstlosen Motiven heraus unterstützt. Als Ahnherr der Kunst- und Kulturförderung verkörpert er das Ideal eines uneigennützigen, gönnerhaften Förderers, der losgelöst von politischen Machtinteressen, persönlichen Eitelkeiten und konkreten Gegenleistungen der Kunst im Interesse des Gemeinwohls verpflichtet ist.

Das neuzeitliche Verständnis des Mäzens als aktiven Kunstmäzen und Sammlers ist von der (italienischen) Renaissance geprägt. Erst in dieser Epoche tritt das Kunstwerk aus seiner religiösen und staatskulturellen Bindung heraus, und auch der Künstler kann sich aus seiner Abhängigkeit von bisherigen klerikalen und politischen Feudalstrukturen lösen.

Mit zunehmender Blüte der Städte und Ausbildung früher Formen kapitalistischen Wirtschaftens entwickelt sich neben dem Adel und Klerus ein eigenständiges Bürgertum, das, als dritte wirtschaftliche und zunehmend auch politische Kraft, auch nach künstlerischem Ausdruck seines neuen Anspruchs auf Vorherrschaft Aus-

schau hält. In Städten wie Florenz und Gent gewinnen die wohlhabenden Händler und Bankiers an Macht und Reichtum und wetteifern mit dem alten Adel um soziales Prestige sowie Ansehen vor Gemeinde und Kirche. Kaufleute und Händler beschäftigen Künstler in steigender Zahl, um als neue soziale Gruppierung, trotz den weiterhin bestehenden religiösen und politischen Einflüssen, Kraft des Geldes eigene Akzente setzen, künstlerische Ausdrucksweisen fördern und Interessen verfolgen zu können.

Zu einem der ersten Repräsentanten in den italienischen Städten gehört der Bankier Cosimo de' Medici (1389 bis 1464), der Florenz im 15. Jahrhundert zu einem wohlhabenden Wirtschafts- und Kunstzentrum ausbaut. Wappen, Embleme und Familienheilige entwickeln sich mit Hilfe der engagierten Künstler zu Statussymbolen und wandeln sich immer mehr von einem persönlichen Erkennungszeichen zu einem Zeichen stadt- oder landesherrlicher Oberhoheit. Die Wappen an den gestifteten Bauten bringen zum Ausdruck, dass das neue städtische Bürgertum nicht nur sich selbst, sondern dem Gemeinwohl

Die Anlehnung der Kunst an das System der Wirtschaft führt zu einer neuen sozialen Freisetzung der Kunst.

und Ansehen der Stadt verpflichtet ist. In den Jahren 1434 bis 1471 werden vom Haus Medici für Bauten, wohltätige Zwecke und Steuern Beiträge in Höhe von 663'755 Gulden ausgegeben. An den gestifteten Bauten prangt nicht nur das Mediceerwappen, sondern die gestiftete Summe ist auf einer Inschrift zu lesen (Behnke, 1988). Die Kosten für den Bau des neuen Palastes werden in den Rechnungsbüchern unter der Rubrik «Abrechnung mit Gott» ausgewiesen (Avery, 1987).

Trotz der sich in der Renaissance allmählich vollziehenden Steigerung des Ansehens des Künstlers auf den Gebieten der Architektur, der Malerei, der Skulptur und der Dichtkunst geht mit der Ausbildung einer neuen Kaufmannselite keineswegs eine Liberalisierung der Stellung der Künstler einher. Stattdessen gesellt sich zur seit der Antike bestehenden Abhängigkeit von der politischen Patronage die Käuflichkeit der künstlerischen Schaffenskraft. Aus dem familiär eingegliederten und damit auch sozial abgesicherten Hofkünstler wird zunehmend der reine Auftragskünstler, den man nach Belieben zur

Formung politischer Meinungsbilder sowie zur Durchsetzung despotischer Herrschaftsansprüche engagieren kann.

Mitte des 18. Jahrhunderts befreien sich die Künstler endgültig vom Monopol der Zünfte, und mit steigendem Selbstbewusstsein wird auch das politisch motivierte Mäzenatentum kritischer beurteilt. Die Künstler präsentieren sich der Gesellschaft als diejenigen, die ihre schöpferische Kreativität in der Fülle des Unvorhergesehenen und Unvorhersehbaren entwickeln. Gnaden-gabe, Eingebung und Integrität der Inspiration werden zu Eigenschaften stilisiert, die – neben der Ausbildung an den Kunsthochschulen – zum Professionsprofil gehören.

Mit der aufkommenden Industrialisierung und der Ausbildung eines liberalen Bürgertums, das über einen ausgeprägten Sinn für Individualität, Freiheit und Unternehmertum verfügt, entwickelt sich ein anderes Verbundenheitsgefühl zu den Künstlern, in Distanz zu den alten traditionellen Gesellschaftsschichten. Die Formen der strengen Auftragskunst lockern sich, private und öffentliche Kunstförderung gehen eigene Wege, und es entsteht ein eigenständiger schichtenübergreifender Kunstmarkt. Auf dieser neuen Plattform der Wirtschaft bieten die Künstler ihre Kunstwerke an, und es entwickelt sich erstmals ein offener Dialog über Bewertungskriterien von Kunstwerken. Der Künstler gewinnt hierdurch an öffentlicher Reputation, die nun über Marktmechanismen und weniger über politische Patronagesstrukturen gesteuert wird (Hermes, 1997).

Die Anlehnung der Kunst an das System der Wirtschaft führt zu einer neuen sozialen Freisetzung der Kunst, die sich unter anderem in einer themenunabhängigen Einschätzung der Kunstwerke und einer generellen Partizipationsmöglichkeit der Beteiligten ausdrückt. Das Beziehungsgefüge zwischen Künstler und Interessent wird nun nicht mehr durch die Herkunft festgelegt, sondern verstärkt über die Zahlungsfähigkeit geregelt. Neue Vermittlungsinstanzen wie Kunsthändler, Kunstexperten und Auktionshäuser tragen dazu bei, dass sich das Verhältnis anonymisiert, rationalisiert und ökonomisiert (Luhmann, 1995, 266f.).

Dieser sich auf allen Ebenen der Gesellschaft vollziehende Prozess der Liberalisierung und Aufklärung trägt dazu bei, dass die Kunstschaufenden neu ein beträchtliches Ausmass an Autonomie gewinnen und sich die Kunst zunehmend als eigenständiges soziales System ausdifferenziert. Gleichzeitig muss allerdings auch hervorgeho-

ben werden, dass bis zum Ende des 19. Jahrhunderts die hegemoniale Stellung der bürgerlichen Schichten im Kulturleben weiterhin bestehen bleibt. Die Interessen und Motive des bürgerlichen Mäzens bleiben eng an die wirtschaftliche und politische Stellung gekoppelt. Gesellschaftliche Wertvorstellungen wie Besitz und Bildung, Macht und Ethos, Nationalbewusstsein und berufliche Stellung, Herkunft, wirtschaftlicher Erfolg und gesellschaftlicher Rang prägen das Engagement des bürgerlichen Mäzens und Sammlers.

Mit zunehmender Industrialisierung tritt der Mäzen als Einzelperson zu Beginn des 20. Jahrhunderts in den Hintergrund. An die Stelle der Unternehmerpersönlichkeiten treten multinationale Konzerne, Banken und Versicherungskonsortien, die sich als Förderer der Künste einen Namen machen. Neben dem klassischen Mäzenatentum rückt nun das Sponsoring in den Vordergrund, das auf einer Relation von Leistung und Gegenleistung beruht. Gleichzeitig hat sich aber auch das Sozialsystem Kunst, im Prozess seiner zunehmenden Ausdifferenzierung, gegenüber äusseren Einflüssen weitestgehend immunisiert. Kunstförderung setzt nun unter allen Beteiligten den gegenseitigen Respekt und die Autonomie des jeweils anderen voraus. Vor diesem Hintergrund lassen sich drei wirtschaftseigene Gebrauchsweisen der Kunst unterscheiden: Kunst als Ware; Kunst als Medium für Wahrnehmungsleistungen sowie Kunst als Medium für Reflexionsleistungen (Hermsen, 2001).

Bei der Kunst als Ware werden Kunstobjekte als tauschbares Gut behandelt. Kunst ist ein Produkt wie jedes andere Wirtschaftsgut. Der Kunstmarkt regelt das Verhältnis von Angebot und Nachfrage, und über Zahlungen werden Transaktionen abgewickelt. Ein konkreter Einfluss auf den Kunstschaffenden ist eher selten und dient allenfalls dazu, über materielle Anreize die Aufnahme des künstlerischen Schaffensprozesses zu stimulieren.

Bei der Kunst als Medium für Wahrnehmungsleistungen in den Bereichen Werbung und Marketing reicht das Engagement von der Auftragsvergabe an Künstler, über Ausstellungen, Nachwuchsförderung, Kunstpräsentationen im eigenen Haus, Ankaufshilfen für Museen, Bereitstellung von Dauerleihgaben bis zur Stipendienvergabe an junge Künstler und knüpft an klassische Motive der Renaissance an (Reinhardt, 1993). Wirtschaftsorganisationen verstehen sich als Sozialsysteme mit einer Verantwortung für ihre natürliche und soziale Umwelt, und ihr En-

gagement in der Kunst ist Ausdruck dieser Zugehörigkeit. Unternehmen werden unter anderem danach beurteilt, welche Problemlösungskompetenz für gesamtgesellschaftliche Themen und Herausforderungen sie aufzuweisen haben. Die Förderung der Kunst zielt darauf ab, jenseits der Hierarchie und jenseits überholter Autoritätsmuster Legitimität und Prestige zu erlangen.

Die dritte Variante der wirtschaftseigenen Gebrauchsweise von Kunst stellt das Kunstwerk als Medium für Reflexionsleistungen in den Vordergrund der Förderung. Während im Falle von Werbung und Image (bildende) Kunst zwecks Identitätserfahrungen nach innen und aussen eingesetzt wird, geht es hier um die Inszenierung von Differenzerfahrungen. Es kann ein Umgang mit Kunst beobachtet werden, der auf Irritation von Gewissheiten der Wahrnehmung vertraut und damit auf der Erfahrung basiert, dass wir es alle mit einer Welt voller Ungewissheit zu tun haben.

In der Moderne sind alle Elemente aufgehoben, die als letzte Haltepunkte in Frage kommen. Mittels der Kunst wird eingeübt, dass es notwendig ist, sich mit Irritationen von Gewissheiten zu versorgen, um kommunikativ offen für neue Perspektiven und Standpunkte zu bleiben. Das (abstrakte) Kunstwerk lehrt uns die Dekonstruktion von Gewissheiten, die Erzeugung von Mehrdeutigkeiten und nicht gesehnen Bedeutungen.

Literatur:

Avery, Ch., «Das Mäzenatentum der Medici». In: «Kunst und Antiquitäten», II, o.O., S. 34–43, 1987.

Behnke, Ch., «Vom Mäzen zum Sponsor.». Hamburg: Dölling & Galitz, 1988.

Bourdieu, P., «Elemente zu einer soziologischen Theorie der Kunswahrnehmung». In: Gerhards, J. (Hrsg.): «Soziologie der Kunst». Opladen: VS Verlag für Sozialw., 1997, S. 307–336.

Daweke, Klaus & Schneider, Michael, «Die Mission des Mäzens». Opladen: VS Verlag, Leske + Budrich, 1986.

Hermsen, Thomas, «Kunstförderung zwischen Passion und Kommerz». Frankfurt am Main/New York: Campus, 1997.

Hermsen, Thomas, «Die Kunst der Wirtschaft und die Wirtschaft der Kunst». In: *Soziale Systeme*, 2001, Heft 1, Bd. 7, S. 156–176.

Luhmann, Niklas, «Wahrnehmung und Kommunikation an Hand von Kunstwerken». In: H. Lux & P. Ursprung (Hrsg.): «STILLSTAND switches». Zürich: 1992, S. 65–74.

Luhmann, Niklas, «Die Kunst der Gesellschaft». Frankfurt a. Main: Suhrkamp, 1995.

Reinhardt, Dirk, «Von der Reklame zum Marketing: Geschichte der Wirtschaftswerbung in Deutschland». Berlin: Akademie Verlag, 1993.

THOMAS HERMSEN, geboren 1962, studierte Soziologie an der Universität Bielefeld und promovierte 1999 mit einer Arbeit über Wissensmanagement in Nonprofitorganisationen. Nach seiner Tätigkeit in einer Unternehmensberatung lehrt er seit 2000 als Professor für Sozialmanagement und allgemeine Soziologie an der Katholischen Fachhochschule Mainz.

Kulturförderung hat die Aufgabe, Bedingungen zu schaffen, unter denen sich das kritische Potential der Kultur entfalten kann.

(5) Visionen einer innovativen Kulturpolitik

Hedy Graber

Der vorliegende Text ist eine gekürzte Fassung eines Vortrags, der im Rahmen der Veranstaltungsreihe «Musik muss sein, Musik macht Staat», organisiert vom Schweizer Fernsehen und von der Pro Helvetica, am 8. April 2006 im Theater Basel gehalten wurde.

Was muss Kulturpolitik leisten? Das Thema «Visionen für eine innovative Kulturpolitik» ist nicht ganz ungefährlich. Denn erstens sind Begriffe wie «Innovation» und «Vision» zwar voll im Trend. Das macht sie aber nicht besser. Und zweitens soll hier in nur wenigen Sätzen erklärt werden, wohin sich die aktuelle Kulturpolitik in der Schweiz bewegen soll.

Im Kanton Basel-Stadt sind die Pro-Kopf-Ausgaben für Kultur vorbildlich hoch. Würden sich die anderen Kantone daran ein Beispiel nehmen, gäbe es für die Kulturförderung fast keine Probleme mehr. Aber beruht eine visionäre Kulturpolitik wirklich nur auf «genug Geld»?

Dank prestigeträchtigem Sponsoring bringen Kulturstiftungen heute Produkte auf den Markt, die eher der grassierenden «Eventitis» als einer visionären Kulturförderung zuzuordnen sind. Die «Art Basel Miami» oder der «Zürcher Opernball» sind Beispiele dafür, wie sich Kunst und Kommerz vereinen. Das Publikum mag solche glamourösen Anlässe, die mit Kultur gewürzt sind: wer wann auf welcher Party mit wem gesehen wurde, wird intensiver diskutiert als die Kunst. Das ist zwar nicht weiter schlimm, geht jedoch an der Tiefe der Frage vorbei.

Innovative Kulturpolitik beschäftigt sich nicht nur mit dem Produkt, mit Aufführungen, Ausstellungen oder Konzerten beispielsweise. Sie thematisiert den dahinter stehenden Denkprozess. Kulturförderung muss dafür sorgen, dass auch das kritische Potential der Kultur zum Ausdruck kommt. Wer Kultur lediglich als Standortfaktor oder als Exportschlager versteht, wird ihrem Wesen nicht gerecht. Für alle, die an einem

kritischen Kulturbegriff festhalten, ist und bleibt Kulturförderung ein Wagnis, bei dem es letztlich um mehr geht als nur um das Endresultat. Kulturförderung ist aus dieser Perspektive mehr als die Unterstützung einer Ausstellung oder eines Konzerts. Es geht um die Auseinandersetzung darüber, was Kultur in der Gesellschaft leisten soll. Ein künstlerisches Projekt kann sehr wohl nahtlos in ein sozialpolitisches oder ökologisches Projekt münden. Ein solches Kulturverständnis erfordert geistige Beweglichkeit und zwar nicht nur bei den Kulturschaffenden, sondern auch bei den Kulturpolitikerinnen und -politikern und bei den Kulturkonsumierenden.

Wie Claude Lévi-Strauss in «Das Rohe und das Gekochte» ausführt, unterscheidet die Fähigkeit des Reflektierens den Menschen vom Tier. Kultur bildet eine existentielle Grundkonstante im Leben der Menschen. Aus dieser Sicht hat auch Kulturförderung in erster Linie mit Denken und mit Fragen zu tun. So sollte es zumindest sein. Doch was heißt das konkret?

Dazu ein persönliches Beispiel. Ende der achtziger Jahre hatte ich zusammen mit meinem Studienkollegen Philip Ursprung die Idee, einen Ausstellungsraum als Jungkuratorinnenwiese, als Feldversuch sozusagen, bespielen zu wollen. Wir wohnten damals beide in Genf und machten uns auf die Suche nach einem Ort, der uns Raum für unsere Ideen bieten sollte. Dieser Ort war dann Liestal, von dem wir kaum mehr wussten, als dass es sich um die Hauptstadt des Kantons Basel-Landschaft handelte. Die zu bespielenden Räume waren wunderbar. Geld gab es vorerst kaum, daher improvisierten wir. Solange, bis uns die Leute am Ort unterstützten. Wir wollten unsere Ideen umsetzen, nicht Subventionen abholen. Doch es war gut zu sehen, wie Kulturpolitikerinnen und -politiker erkannten, dass neue Ideen zwar Risiken bergen, aber förderungswürdig sind. Nicht die Liestaler haben es uns in erster Linie gedacht, sondern das nationale, internationale, am Experiment interessierte Publikum. Diese Erfahrung hat mich geprägt: es genügt nicht zu warten, bis sich die Dinge bewegen; man muss Chancen erkennen und ergreifen, aber auch Kritik und Selbtkritik als ständige Begleiter akzeptieren. Dinge, die mich auch heute leiten, wenn ich die Förderstrategie des Migros-Kulturprozents massgeblich mitgestalte.

Risiko muss möglich sein, und darum darf es auch in der Kulturpolitik, wo Steuergelder investiert werden, keine Scheuklappen geben. Auch dort braucht es den Mut, Unmögliches

zu ermöglichen und die Bereitschaft, dafür die Verantwortung zu übernehmen. Wer Kultur nur produktbezogen fördert und nur um der Repräsentation willen unterstützt, würgt letzten Endes ihre Entwicklung ab. Denn die zentrale Absicht kultureller Tätigkeit besteht in der Wirkung auf sie selbst: als interpretierendes Fortschreiben oder als Verändern des Bestehenden. Egal ob bildende Kunst, Musik, Theater oder Literatur – nachhaltig wirksam sind diejenigen Projekte, die das eigene Medium, die Kultur und dadurch die Gesellschaft, ja die Welt in Frage stellen und sie deshalb weiterbringen.

Die Schweiz braucht eine innovative und nachhaltige Kulturpolitik. Doch wie schafft das ein föderalistisch organisiertes Land, dessen Kulturohheit bei den Gemeinden liegt? Wir sollten vor der Komplexität der Aufgabe nicht erschrecken, sondern einfache Fragen stellen.

Erstens: Was brauchen wir? Mut zur Vision, Verbündete, die mit uns am gleichen Strick ziehen, einen langen Atem und Beharrlichkeit, um die Visionen umsetzen zu können. Das bedingt Gesprächsfreude, die Lust an der Auseinandersetzung, aber auch den Mut zum Dissens. Kulturförderung braucht Persönlichkeiten, die Dinge dann anpacken, wenn sie noch nicht konsensfähig sind. Dazu brauchen wir die Stimme der Kulturschaffenden, als Einmischung, nicht als Echoraum. Die Angst vor Disharmonie ist die grösste Gefahr für eine innovative Kulturpolitik. Und sie ist die beste Garantie, um in ein mutloses Technokratentum, in die stete Wiederholung des Bewährten abzugleiten.

Zweitens: Was ist zu tun? Einerseits sind die Kräfte zu bündeln. Schon längst wird in den Regionen grenzüberschreitend Kultur «gemacht». Kultur hält sich nicht an Kantongrenzen. Andererseits braucht es eine klare Aufgabenteilung. Der Staat stellt die Grundversorgung zur Verfügung. Museen vermitteln, sammeln, bewahren und forschen. Nicht alle diese Aufgaben lassen sich mit Sponsoring finanzieren. Sponsoring finanziert höchstens die «Kür»; die «Pflicht» zu erfüllen, obliegt dem Staat. Private Förderer, Stiftungen oder eben das Migros-Kulturprozent sind dazu da, Impulse zu geben und Lücken zu schliessen. Lassen Sie mich ein Beispiel nennen. Vor sechs Jahren eröffnete das Migros-Kulturprozent ein Kulturbüro in Zürich, ein niederschwelliges, praktisches Angebot für angehende Kulturschaffende. Wir finanzieren das Zürcher Büro allein, da niemand es unterstützen wollte. Zwei Jahre später eröffneten wir zusammen mit der Stadt Bern ein Kulturbü-

ro. Das Zürcher Modell hat den Bernern gezeigt, wie sinnvoll das Angebot für Kulturschaffende am Anfang ihrer Karriere ist. Und diesen Juni eröffnen wir ein Kulturbüro in Genf, als perfekte *public private partnership* paritätisch finanziert von Stadt, Kanton, Loterie Romande und Migros Kulturprozent. Es geht eben doch.

Drittens: Welche Ziele verfolgen wir? Nur eine Kulturpolitik, die sich auch um Inhalte und nicht nur um Strukturen kümmert, wird nachhaltig wirken. Also steht am Anfang einer innovativen Kulturpolitik die Vision – die Frage nach den Inhalten. Die Diskussion um Strukturen und Ressourcen folgt dann früh genug nach. Wir brauchen in erster Linie Inhalte, die zum Nachdenken anregen. Und die verlangen nach ihrer eigenen Sprache. Die Sprache der Ökonomie und des Marketings zu übernehmen, wie es heute unter Kulturschaffenden und -förderern üblich ist, genügt nicht. Kommt es zu keiner Verständigung, muss das ausgehalten werden können. Sonst droht der Primat der Ökonomie über die Inhalte.

Ich plädiere also für eine Kulturpolitik, die am *courant normal* vorbei über den Gartenhag hinaus denkt, den Kantönligeist ignoriert und die ewi-

Private Förderer und Stiftungen sind dazu da, Impulse zu geben und Lücken zu schliessen.

gen Zauderer eines besseren belehrt. Doch was unternehmen wir beim Migros-Kulturprozent Visionäres? Auch wir tun uns schwer, Projekte abzuschaffen, die seit Jahren erfolgreich sind, beim Publikum wie bei den Kulturschaffenden. In diesem Jahr feiern wir eine schöne Anzahl von Jubiläen: 2006 zum zehnten Mal «Steps» und zehn Jahre Migrosmuseum, 2007 fünfzig Jahre Kulturprozent, 2008 zehn Jahre Kulturbüro und sechzig Jahre Klubhauskonzerte. Diese Jubiläen können wir nur feiern, weil von diesen Projekten immer noch Impulse ausgehen. Weil die Menschen, mit denen wir unsere Projekte gestalten, die Kraft haben und die Lust aufbringen, Bestehendes in Frage zu stellen und Neuem mit offenen Augen und Ohren zu begegnen. Damit sind die Voraussetzungen geschaffen für das Wichtigste an der Kulturförderung, für den Denkprozess, für den Dialog mit dem Publikum und mit den Kulturschaffenden und für die Vernetzung mit anderen Förderern und Vermittlern.

HEDY GRABER,
geboren 1961, ist
Leiterin der Direktion
Kultur und Soziales
beim Migros-
Genossenschafts-Bund
in Zürich.

Die Kultur ist ein wichtiger Standortfaktor geworden, und die Kulturwirtschaft gilt in vielen Regionen als Hoffnungsträgerin für die Beschäftigungsentwicklung. Ein Bericht über die Situation in Zürich.

(6) Produktionssystem Kulturwirtschaft

Philipp Klaus

* Alle aufgeführten Zahlen beziehen sich auf durch den Autor vorgenommene Auswertungen der Betriebszählungen 1995 und 2001 des Bundesamtes für Statistik.

Die Bedeutung der Kultur im Gesellschaftsleben wird sehr unterschiedlich eingeschätzt. Während für die einen die Kultur ein *nice-to-have* ist, stellt sie für andere die Grundlage von Entwicklung und Zusammenhalt der Gesellschaft dar. Mit zunehmendem Anteil von in der Kulturökonomie Beschäftigten erhält die Kultur nochmals eine neue Bedeutung, deren Potential nicht mehr unterschätzt werden darf. In der Stadt Zürich sind im Jahre 2001 8,4 Prozent aller Beschäftigten im Kultursektor tätig.* Zudem weist dieser für die Periode von 1995 bis 2001 ein Wachstum von 10,2 Prozent auf, was nur wenigen anderen Branchen gelungen ist. Erklärungen für diese Entwicklungen gehen auf Prozesse der Kulturalisierung der Ökonomie und der Ökonomisierung der Kultur zurück. Die Nachfrage nach kulturellen Produkten und Dienstleistungen ist dadurch stark gestiegen. Ebenso hatte die urbane soziale Bewegung von 1980 einen gewichtigen Einfluss, indem sie als Katalysator für die Öffnung gegenüber den Entwicklungen in den Weltstädten wirkte. Seit den 1980er Jahren hat Zürich an Attraktivität gewonnen. Die Möglichkeiten für Freizeit und Kultur haben sich vervielfacht. Zürich ist eine Trend- und Lifestylestadt geworden und zeichnet sich durch ein eigenes urbanes Profil aus, das von Subkultur und Avantgarde genährt wird.

Den grössten absoluten Beschäftigungszuwachs hatten in der Stadt Zürich die Graphikateliers, die Werbeberater, Film- und Videohersteller, Diskotheken und Architekturbüros. Beschäftigungsverluste sind im Detailhandel von Buch, Musik und Kunst, starke Abnahmen im Druckgewerbe mit rund 30 Prozent festzustellen. Die Printmedien machten im Jahre 2001 einen Anteil von 40 Prozent der Beschäftigung aus, während die Film- und TV-Wirtschaft nur auf 10,5 Prozent Beschäftigungsanteil kam, was im internationalen Städtevergleich wenig ist. Die Schaffung eines Filmfonds, dem die Zürcher 2004 zugestimmt haben, wird hier in absehbarer Zeit eine wichtige Gegenbewegung bewirken. Denn TV- und Filmwirtschaft nehmen in der Kulturökonomie eine Schlüsselrolle ein, mit starken Einflüssen auf Musik-, Design- und Theaterbranchen.

Die attraktiven kulturellen Angebote und die positive Beschäftigungsentwicklung in der Kulturwirtschaft werden in einem komplexen Produktionssystem generiert, das von einer Vielzahl von Kleinstunternehmen geprägt ist. 38 Prozent aller Beschäftigten im Kultursektor sind in Arbeitsstätten mit neun und weniger Beschäftigten tätig. In der Gesamtbeschäftigung sind es rund 20 Prozent. Freelancertum und informelle Zusammenarbeit sind weit verbreitet. Die Kulturwirtschaft ist von Innovationen geprägt. Die Produkte und Dienstleistungen müssen permanent neuen Entwicklungen, Geschmackspräferenzen und Moden angepasst werden. Spezifische Rahmenbedingungen für Produktion und Innovation in der Kulturwirtschaft können in sozialräumlichen Zusammenhängen nachgezeichnet werden. Im Vordergrund stehen Clusterbildungen in bestimmten Quartieren, insbesondere in den ehemaligen Arbeitervierteln, wo günstige Mieten, ein internationales Umfeld und ein Hauch von Avantgarde produktive Standortbedingungen bieten. Es hat sich ein sozialräumliches Kapital entwickelt, das sich durch intensiven Informations- und Knowhow-Transfer auszeichnet. Im Kreis 5 wuchs die Beschäftigung um 56 Prozent, die Zahl der Kleinstunternehmen um 68 Prozent. Andererseits verlor der traditionell von freien Berufen wie Architektur, Graphik und Werbung geprägte Kreis 7 zehn Prozent der Beschäftigung im Kultursektor. Der Absatzmarkt für innovative Kleinstunternehmen hat sich in Zürich gegenüber früher verbessert. Die Kundschaft ist an Design interessiert, international orientiert, offen gegenüber avantgardistischen Entwicklungen, bereit spleenige Dinge auszuprobieren – und

zahlungskräftig. Ein weiterer zentraler Faktor für die kulturwirtschaftlichen Entwicklungen sind die brachgefallenen Industriearale. In den frühen 1990er Jahren begannen die Besitzer zunehmend Zwischennutzungen zuzulassen. Dadurch gab es nunmehr viel Raum für attraktive und günstige Ateliers, Werkstätten, Proberäume, Schreibstuben, Partysites, Theater und Konzertlokale. In vielen Liegenschaften und Arealen entwickelte sich ein buntes Gemisch von Künstlerinnen und Künstlern, Kulturunternehmertum und Partyszene, mit fliessenden Grenzen und regem Austausch in Richtung Subkulturen und Szenen. So wurden die Forderungen der Bewegung von 1980 – nach Räumen für eine andere Kultur – dank Strukturwandel und anhaltender Rezession doch noch erfüllt.

Mit den neu gewonnenen Freiräumen in den ehemaligen Fabrikanlagen konnte sich ein neues Zürcher Unternehmertum im weiten Feld der Kulturwirtschaft entfalten. Es zeichnet sich durch grossen Gestaltungswillen, Eigeninitiative, Selbstvertrauen und Unternehmungslust aus. Diese resultieren nicht zuletzt aus der Bewegung von 1980, als von keiner Seite Hilfe für kulturelle Unternehmungen erwartet werden konnte. Trendige und innovative Produkte wurden aus Szenen heraus auf den Markt gebracht, ob es nun Taschen, Männerröcke oder Wintersportbekleidung waren. Die Nachfrage nach dem Design von Jahresberichten, Internetauftritten und ähnlichem hat bei Banken, Versicherungen und anderen globalen Akteuren im Kreis 5 zugenommen. Neben der positiven Tatsache, dass auf diese Weise viele Personen im Kultursektor beschäftigt werden, sind auch die negativen Aspekte zu erwähnen.

So sind die Löhne in den Kleinstunternehmen im Durchschnitt sehr niedrig und mit jenen unqualifizierter Tätigkeiten wie Kassiererin oder Handlanger zu vergleichen. Viele kreative innovative Kleinstunternehmen haben es trotz gewissen Erfolgen schwer, sich zu konsolidieren. Selbst bekannte Labels stehen unter Konkurrenz-, Kosten- und Innovationsdruck. Prekäre Arbeitsverhältnisse sind verbreitet. Eine öffentliche Förderung dieser Unternehmen gibt es nicht. Für die Mittel für kulturelle Veranstaltungen und Produktionen werden öffentliche und private Fonds oder Stiftungen in Anspruch genommen. Das heisst, dass die traditionellen Institutionen der Kulturförderung für die Kulturwirtschaft eine wichtige Rolle spielen. Für Unternehmen, die nicht als Kulturproduzenten betrachtet werden, etwa in der angewandten Kunst, ist es schwieri-

ger, Finanzierungen zu finden. Die Banken sind extrem zurückhaltend mit der Vergabe von Krediten. Wer keinen Namen hat, hat keine Chance, an Risikokapital heranzukommen. Für die kreativen innovativen Kleinstunternehmen ist das soziale Kapital essentiell. Ohne gegenseitige Hilfe, Vernetzung und Freundeskreis sind *Start-ups* fast unmöglich.

Zürichs Kulturwirtschaft entwickelte sich aus einem neuen Selbstverständnis und einem grossen Bedürfnis verschiedenster Akteure heraus, kulturelle Entwicklungen voranzutreiben, seien dies die Veranstalter von *Raves*, *Off-spaces* für Ausstellungen und *Performances*, Openair-Kinos oder neuen Theatern. Es ist eine unternehmerische Kultur entstanden, die vor 1980 kaum vorhanden war. So ist in Zürich ein Gemisch von Trend- und Lifestylekultur, etablierter oder fast etablierter Kultur und Subkultur entstanden, die alle ihre Rolle im kulturwirtschaftlichen Produktionssystem spielen.

Zürich hat ein grosses kreatives Potential und eine starke symbolische Ökonomie, die sich als komparativer Vorteil erweisen könnten und deren Pflege eine Gratwanderung von Veränderung

Die Kultur braucht eine Basis, die nicht direkt steuerbar ist und die sich selbst entwickeln kann.

und Bewahrung ist. Die Entwicklung der Kulturwirtschaft wird wesentlich vom Umgang mit den Räumen abhängen. Nicht nur im High-Tech Bereich braucht es immer wieder Innovationen, sondern auch in der Kultur. Besonderer Aufmerksamkeit bedürfen Brutstätten der kulturellen Innovation. Freiräume und Zwischennutzungen sind elementar zur Entfaltung von Potentialen und kultureller Innovation. Diese können jedoch nur beschränkt einer direkten Verwertungslogik unterworfen werden und müssen sich auch eigenständig entwickeln können. Das heisst, dass – unabhängig von der Frage, mit welcher Kultur- oder Wirtschaftspolitik das Wachstum der Kulturwirtschaft gefördert werden kann – der Kultursektor und die Kultur generell eine Basis brauchen, die nicht direkt steuerbar ist und die sich selbst entwickeln kann. Die Betriebszählung 2005 wird zeigen, ob es sich bei den kulturwirtschaftlichen Entwicklungen in Zürich um einen Hype gehandelt hat oder ob die Zürcher Kulturwirtschaft sich etablieren oder gar weiter entfalten konnte.

PHILIPP KLAUS,
geboren 1961,
promovierte an der
Universität Zürich mit
einer Dissertation über
die Kulturwirtschaft
in Zürich. Er ist heute
Partner im INURA
Zürich Institut. Zu
seinen Publikationen
zählt «*Stadt,
Kultur, Innovation.
Kulturwirtschaft und
kreative innovative
Kleinstunternehmen
in der Stadt Zürich»
(Zürich: 2006).*

Die Nachfrage nach professionell ausgebildeten Kulturmanagern nimmt auch in der Schweiz zu. Der neue Beruf gewinnt an Profil und ersetzt schrittweise eine Generation von improvisierenden Praktikern.

(7) Kulturmanagement als professionelle Kulturvermittlung

Angela Kreis-Muzzolini

1999 wurde die erste Kulturmanagement-Ausbildung im Stapferhaus auf Schloss Lenzburg aus der Taufe gehoben. Seither sind aus den Grundkursen privater Institutionen und den Nachdiplomstudien der Universitäten Basel und Luzern sowie der Zürcher Hochschule Winterthur zahlreiche diplomierte Kulturmanager auf den Markt gekommen. Doch den definitiven Durchbruch hat der «neue» Beruf des Kulturmanagers hierzulande noch nicht geschafft.

Bei der jungen Generation zählt die Tätigkeit des Kulturmanagers zu den Traumberufen. Im benachbarten Deutschland hat er sich längst zu einem anerkannten, eigenständigen Metier entwickelt, die Schweiz braucht dafür etwas mehr Zeit. Mit ihren nahezu 1'000 Museen verfügt die Schweiz über die grösste Museumsdichte der Welt, ihre zehn grossen Theaterhäuser machen im Sprech- und Musiktheater wie im Ballettbereich national und international von sich reden. Die Kleintheaterszene lockt mit ihren gut 450 Veranstaltern jährlich über 1,3 Millionen Besucher in die rund 11'300 Vorstellungen. Literatur-, Film- und Sommerfestivals boomen und ziehen Tausende Kulturhungriger in ihren Bann. Die Studie «Kultur. Wirtschaft. Schweiz» (2003) von Christoph Weckerle und Michael Söndermann von der Hochschule für Gestaltung und Kunst Zürich spricht von 82'000 Beschäftigten in der Kulturwirtschaft der Schweiz. Trotzdem sind die «Traumjobs» nur dünn gesät.

Im vergangenen Jahrhundert führten die Direktoren und Intendanten bekannter Kulturin-

stitutionen «ihr Haus» indem sie sich auf ihre persönlichen betriebswirtschaftlichen und kaufmännischen Erfahrungen stützten. Sie agierten als Unternehmer im Dienste der Kultur und wuchsen – durch ihr Gespür für den Einsatz der richtigen Instrumente zum richtigen Zeitpunkt und den geschickten Umgang mit ihren Mitarbeitern und wichtigen Ansprechpartnern aus Politik und Wirtschaft – schrittweise in die Aufgaben des Kulturmanagements hinein. Damit schufen sie die Brücke zwischen Kunstform und Publikum. Keinem kam es dabei in den Sinn, sich als «Kulturmanager» zu bezeichnen. Es ist deshalb verständlich, dass bei Kulturvermittlern der ersten Generation manchmal etwas Skepsis aufkommt, wenn sie auf den neu entstandenen Begriff und die damit verbundenen Studienangebote angesprochen werden. Wer sich den Erfolg aus eigener Kraft und Erfahrung erarbeiten musste, ohne eine spezifische Ausbildung genossen zu haben, hat oft seine Zweifel an der Lehr- und Lernbarkeit eines Metiers.

In den letzten drei Jahrzehnten hat sich die Bildungslandschaft in Europa stark verändert. Neue Bereiche wie Marketing, Werbung und Public Relations fanden den Weg von den USA nach Europa. Die Nachfrage nach ausgebildeten Spezialisten entwickelte sich rasch, und entsprechende Diplome als Referenz und Beweismittel des angeeigneten Wissens gewannen sowohl auf Arbeitgeber- wie auch Arbeitnehmerseite an Gewicht. Das Bedürfnis nach neuen Angeboten der Ausbildungsinstitute deckte sich mit jenem der «Diplomjäger». Die vielfältigen Kulturmanagement-Basiskurse, deren Diplomabschluss den Zutritt zu den neuen Nachdiplomstudien auf Fachhochschul- und Universitätsstufe ebnen, schliessen eine Lücke im Bildungsangebot und bieten zweifellos auch wirtschaftliche Anreize für entsprechende Ausbildungsinstitute. Im Zentrum steht die Professionalität des Managements, auf die ein zeitgemässer Kulturbetrieb angewiesen ist. Zwar entscheidet letztlich nach wie vor die Qualität des Inhalts eines Kulturangebots über den Erfolg. Doch konsequentes marketing- und kommunikationsorientiertes Denken, Handeln und Auftreten sind ein wichtiger Bestandteil der Kulturvermittlung. Eine zentrale Rolle spielt dabei das Finanzmanagement. Die detaillierte Kenntnis der rechtlichen Aspekte von Betrieb und Finanzierung einer kulturellen Institution gehört heute genauso zum professionellen Rüstzeug eines Kulturmanagers wie das Fachwissen über einzelne Kulturbereiche und die hi-

storischen und philosophischen Grundlagen der Kulturvermittlung und der Kulturpolitik.

Das kulturelle Schaffen der Schweiz ist ausserordentlich vielfältig, und diese Vielfalt ist ein Wesensmerkmal unserer Identität. Dies gilt es bei der Vermittlung nach innen und nach aussen zu berücksichtigen. Botschafter Johannes Matyassy, Chef der Geschäftsleitung Präsenz Schweiz, hat kürzlich in einem Referat vor der Berner PR-Gesellschaft in Erinnerung gerufen, dass das Image der Schweiz nicht nur durch die Regierungsform, die Produktinnovation, durch Export und Tourismus geprägt werde, sondern auch durch das Kulturerbe und das aktuelle kulturelle Schaffen. Kulturmanagement erhält damit auch eine Funktion im Rahmen der Selbstdarstellung der Schweiz.

Kunst und Kultur sind ein Spiegel der Zeit und werden zunehmend als wesentlicher Bestandteil des Lebens aufgefasst. Erhebungen im Bereich der Kulturwirtschaft belegen auch mit Zahlen, dass das Bedürfnis nach Professionalisierung sowohl bei den grossen Kulturinstitutionen als auch bei den kleinsten Kulturbetrieben vorhanden ist. Umfragen bei den grossen Kulturinstitutionen bestätigen, dass bei Stellenbesetzungen diplomierte Kulturmanager bessere Chancen haben als Personen, die keine entsprechende Ausbildung vorweisen. Die Zukunftsaussichten der Kulturmanager sind daher positiv zu beurteilen.

Um dieser Entwicklung Rechnung zu tragen, wurde im Januar 2001 unter dem Kürzel chcm der Schweizerische Berufsverband der Kulturmanager gegründet. Im chcm sind Berufsleute und Spezialisten des Kulturmanagements aller Kulturbereiche vereinigt, die sich intensiv mit den Beziehungen zwischen Kultur, Wirtschaft und Politik beschäftigen. Die Hauptziele der noch jungen Standesorganisation umfassen die Information und den Gedankenaustausch zwischen den Mitgliedern und chcm-Dialoggruppen im In- und Ausland, die Förderung der Qualität im Kulturmanagement sowie Aufbau und Pflege des Netzwerks. Hierzu gehört auch das Anliegen der Qualitätssicherung in der Aus- und Weiterbildung in der Schweiz und das Engagement für die Einführung des geschützten und staatlich anerkannten Titels «Diplomierter Kulturmanager».

Durch seine Grundregeln fördert der chcm die berufliche und ethische Verlässlichkeit seiner Mitglieder und trägt damit zum Ansehen des Berufsstandes bei. Mit der Organisation regelmässiger Fachtagungen und Veranstaltungen zu aktu-

ellen Themen, der Herausgabe von Publikationen und Forschungsprojekten im Kulturbereich, ferner der Kontaktpflege insbesondere zu Behörden, Vertretern aus Kultur, Bildung, Wirtschaft und Politik sowie zu anderen Verbänden, profiliert sich die Organisation zunehmend als Kommunikationsplattform für das Kulturmanagement und als Ansprechstelle für Interessenten aus dem In- und Ausland. Das momentan noch ehrenamtlich arbeitende Führungsteam sucht derzeit nach neuen Möglichkeiten, um dem wachsenden Arbeitspensum des anspruchsvollen Tätigkeitsprogramms weiterhin gerecht zu werden.

Zu einem wichtigen Bestandteil der internationalen Kulturmanager-Ausbildung auf Fachhochschul- und Universitätsebene zählen unter anderem die Praktika im Ausland. Hier gilt es für die angehenden Kulturmanager, sich in die bereichsübergreifende Kultur und die Sprache des jeweiligen Gastlandes einzuleben, Austauschprojekte und Vergleichsstudien zu erarbeiten und die Kultur als brückenbauendes und völkerverbindendes Element der Gesellschaft zu erfahren. Diesen Gedanken hat auch das Eidgenössische

Konsequentes marketing- und kommunikationsorientiertes Denken, Handeln und Auftreten sind ein wichtiger Bestandteil der Kulturvermittlung.

Departement für auswärtige Angelegenheiten (EDA) unter der Leitung von Bundesrätin Micheline Calmy-Rey aufgegriffen. Gemeinsam mit Pro Helvetia und in Zusammenarbeit mit Präsenz Schweiz verfügt unser Land hier über wertvolle Instrumente zur internationalen Zusammenarbeit im Kulturbereich. Internationale Beziehungen ergeben sich zudem über die kürzlich gegründete Schweizer Koalition zur Erhaltung der kulturellen Vielfalt. Die Organisation kämpft gegen die Gefahren, die eine Liberalisierung des internationalen Handels für Kultur und Künste in der Schweiz und im Ausland ergeben könnte. Ihr gehören über siebzig schweizerische Kulturorganisationen und -institutionen aller Bereiche an, darunter auch der chcm. Die neue Vereinigung in der Schweiz ist eine von weltweit bereits über dreissig aktiven Interessengemeinschaften, die in der Internationalen Föderation der nationalen Koalitionen zusammengeschlossen sind. Sie setzen sich dafür ein, dass es den einzelnen Staaten weiterhin erlaubt sei, eine unabhängige Kulturpolitik zu betreiben, die das eigene Kulturschaffen wo immer nötig schützt.

ANGELA KREIS-MUZZULINI, geboren 1955, ist Inhaberin der 1986 gegründeten Kommunikationsagentur Perex Communications sowie Gründungspräsidentin des Schweizerischen Berufsverbandes der Kulturmanager chcm. Sie ist Mutter von vier Kindern.

Kunst am Bau, Kunst im Unternehmen und Kunst im Museum. Walo Bauer, Franz Würth sowie Konrad Bitterli im Gespräch mit Suzann-Viola Renninger über die verschiedenen Wege, wie Kunst und Kultur gefördert werden kann.

(8) Kunstförderung in der Praxis

Zwei Interviews von Suzann-Viola Renninger

Vor, an und in den Gebäuden Ihres Hauptsitzes in St. Gallen findet sich viel Kunst. Den Aussenraum bestimmt die Stadtlounge von Pipilotti Rist und Carlos Martínez, eine Fassade wird durch eine Verkleidung von Olivier Mosset geschmückt, im Foyer überraschten mich grosse Wandgemälde von Sol LeWitt, im Treppenaufgang leuchten Farbsequenzen von Charles Boetschi. Und damit habe ich längst nicht alles aufgezählt. Gehört diese augenfällige Art von Kulturförderung zu Ihrer Tradition?

Franz Würth: Unsere Organisation unterstützte kulturelle Projekte schon lange bevor es das Stichwort «Kulturförderung» gab. Die örtlichen Raiffeisenbanken förderten, was in einer Gemeinde vorhanden war: den Männerchor, die Blasmusik und die lokalen Bikerennen. Jeder Turn- und Sportverband, jede kulturelle Vereinigung hat bei unseren Lokalbanken angeklopft. Die Stadtlounge ist der Kulminationspunkt dieser Tradition. Doch leitet sich daraus kein innerer Zwang ab. Für die Zukunft ist beabsichtigt, weiterhin jedes Jahr einen namhaften Betrag zur Verfügung zu stellen, um weiterzufahren, vor allem wieder mit der Unterstützung der lokalen Kultur.

Wenn ich mir als Frau einen Schmuck kaufe oder schenken lasse, der von einem lokalen Juwelier hergestellt ist, würde das wohl niemand als Kulturförderung bezeichnet wollen. Wo ordnen Sie Ihre Investition in die Kunst ein?

Franz Würth: Die Trennlinie zwischen Förderung und Ausschmückung ist schwierig zu ziehen. Wir hätten es uns ja auch einfacher machen und einen ebenfalls schönen Aussenraum ohne Kunst gestalten können, der dann wesentlich kostengünstiger gewesen wäre. Doch ist es für uns ein wichtiges Anliegen, dass dieses Quartier, dieser Platz hier eine neuartige Bedeutung bekommt und zu einem Anziehungspunkt der Menschen der Stadt wird.

Walo Bauer: Wir betreiben sicher keine Kulturförderung in dem Sinn, dass wir eine eigene Konzertreihe oder ein Kunstportfolio aufbauen. Kunst im Rahmen eines so grossen Bauvorhabens ist jedoch für uns eine Selbstverständlichkeit. Wir haben Künstler beauftragt, so wie man auch einen Schreiner, Elektriker oder Bauingenieur beauftragen würde.

Sie haben also nicht die Ambition, Talente zu entdecken und unter ihren Fittichen reifen zu lassen, um dann eventuell in 20 Jahren Werke von dem inzwischen anerkannten Künstler an die Wände Ihres Empfangs hängen zu können?

Ein roter Teppich aus dickem, weichen Kunsstoff ist über den Platz gebreitet, schmiegt sich über grosszügig gestaltete Sitzgelegenheiten, lässt keine Nische aus, reicht bis zur Schwelle der Eingangsbereiche der Gebäude und den Mündungen der den Platz kreuzenden Wege und Strassen. Darüber schweben milchfarbene, bauchige Lampen, behäbig wie Hummeln. Das wohl einzige «öffentliche Wohnzimmer» der Schweiz befindet sich zwischen den vier Bürogebäuden des Hauptsitzes der Schweizer Raiffeisenbanken im Zentrum St. Gallens. Die Konzeption stammt von der Multimediakünstlerin Pipilotti Rist und dem Architekten Carlos Martínez, die 2005 den Wettbewerb zur Neugestaltung der Aussenräume des Raiffeisenareals gewonnen hatten. «Der nahtlose Übergang zwischen privatem und öffentlichem Raum symbolisiert gewissermassen die Verzahnung von Raiffeisen mit der Stadt St. Gallen», so Pierin Vincenz, Vorsitzender der Geschäftsleitung der Raiffeisen-Gruppe an einer Medienkonferenz. Die Stadtlounge, so der offizielle Name, ist ein Beispiel für eine gelungene und weit über die Schweizer Grenzen hinaus beachtete *Public Private Partnership*, für das Zusammenspiel von öffentlicher Hand und Privatwirtschaft, von Notwendigem und Schöнем. Die Begeisterung hat auch Monate nach der Einweihung des Platzes im November 2005 bei den Verantwortlichen nicht nachgelassen. Ein Gespräch mit Walo Bauer, Mitglied der Bau- und Kunstkommission, und Franz Würth, Leiter der Medienstelle, die das Projekt während der Umsetzung begleitet haben.











Franz Würth: Wir haben keine Kulturabteilung, die darüber wacht, wer was bekommen darf und wer nicht. Wir betreiben auch keine eigene Aufzucht von Künstlern. Wir wollen uns auf das beschränken, was wir tun können. Beim ersten Neubau haben wir beispielsweise bewusst versucht, lokale Ostschweizer Künstler zu unterstützen...

Walo Bauer: ...im Sinne von: wir geben Arbeit, nicht nur den Bauunternehmen, sondern auch der Gattung Künstler. Jedes Bürogebäude hier ist ein Singulär. Das ist organisch gewachsen, zusammen mit der Kunst. Das ist unsere Art der Kulturförderung. Daneben können wir sagen, dass auch sehr viele kulturelle Institute in St. Gallen durch uns unterstützt werden.

Ist eine bestimmte Art von Kulturförderung Teil ihrer Unternehmensphilosophie?

Walo Bauer: Sie können es bei uns am ehesten aufhängen an einer *corporate social responsibility*. Diese hat einen sozialpolitischen Ursprung, später kam die Verantwortung für die Ökologie und die Kultur hinzu. Raiffeisen hat schon immer mit dem Betriebsgewinn etwas für die Öffentlichkeit getan, im sozialen wie auch im kulturellen Bereich. Das ist durchgehend über die letzten 100 Jahre zurückzuverfolgen. Heutzutage sind die Beträge grösser und damit auch wirkungsvoller geworden.

Gibt es für alle Raiffeisenbanken allgemein verbindliche Richtlinien, was gefördert werden soll und was nicht, oder auch nur die Vorgabe, einen festgelegten Basisbetrag in die Kulturförderung zu stecken?

Franz Würth: Nein, die Förderung hängt von den einzelnen Bankverantwortlichen ab und auch von der Mannschaft, die sie mit der Aufgabe betrauen. Wir sind ja nicht zentralistisch strukturiert. Schweizweit haben wir etwa 420 selbstständige Raiffeisenbanken, die genossenschaftlich organisiert sind, die eine eigene Rechnung führen, und die auch an Ort und Stelle entscheiden, was sie machen und wen sie unterstützen wollen. Wir verlassen uns auf lokale, dezentrale Initiativen.

Wenn Sie so bewusst auf Lokalität und Individualität setzen, haben Sie dann keine Angst vor zuviel Provinzialität und zuviel Subjektivität?

Franz Würth: Damit müssen wir leben...

Walo Bauer: ...und als Folge Misslingen in Kauf nehmen. Aber solche Fehlschläge kann ja dann die nächste Generation oder eine der vielen anderen Raiffeisenbanken wieder ausgleichen.

Franz Würth: Gerade weil die Subjektivität bei uns möglich ist und gerade weil wir lokal veran-

kert sind, war so etwas wie die Stadtlounge überhaupt denkbar. Subjektivität hat den Vorteil, dass sie, insgesamt gesehen, nicht einschränkt. Wenn alles schon vorher geregelt wäre, mit allen möglichen konzeptionellen Einschränkungen, dann wäre die Offenheit für ein aussergewöhnliches Projekt schwieriger und der Mut zum Risiko geringer. Wenn Sie irgendein Projekt mit Pipilotti Rist machen, dann haben Sie mit Sicherheit in Künstlerkreisen ein grosses Echo. Doch wir haben einen öffentlichen Platz mit ihr gestaltet. Und dabei hätte es ja dann fatalerweise passieren können, dass zwar die ganze Künstlerwelt dies ein Riesending gefunden, es aber sonst niemandem gefallen hätte. Insofern hat es schon ein wenig Mut gebraucht, das Risiko einzugehen, ob der Platz von der Bevölkerung dann tatsächlich auch akzeptiert würde.

Es gibt das Bewahrende bei der Kulturförderung und dann auch die Förderung des Innovativen, einer Kunst etwa, die neue Horizonte eröffnen kann, wie man es gerne ausdrückt. Wo sehen Sie den Schwerpunkt Ihrer Bank?

Franz Würth: Auch da gibt es kein Korsett. Wir fördern nicht zwanghaft das Neue, Experimentelle, noch nie Dagewesene, sondern auch das Bewährte. Es gehört zu unserer Tradition, dass wir uns nicht nur mit den grossen Würfen beschäftigen, sondern auch die lokalen Kulturveranstaltungen fördern; das fängt beim grossen Stadttheater an und endet beim kleinen Jazzkonzert.

Wie war die Zusammenarbeit mit der Stadt bei der Umsetzung des Konzeptes von Pipilotti Rist und Carlos Martínez?

Walo Bauer: Wir hatten Glück. Die Zusammenarbeit war ausgezeichnet...

Franz Würth: ...das Projekt war im Sinne der Zusammenarbeit von privaten und öffentlichen Instanzen einmalig. Wenn Sie nur zusammen eine Strasse renovieren, dann ist das nicht so aufwendig. Aber wir wollten ja mehr. Und da hat die Stadt voll mitgezogen.

WALO BAUER, geboren 1946, promovierte an der Universität Zürich in Rechtswissenschaften. Seit 2003 ist er Leiter Internationales / Regionen im Stab der Vorsitzenden der Geschäftsleitung des Schweizer Verbands der Raiffeisenbanken.

FRANZ WÜRTH, geboren 1951, studierte an der Universität St. Gallen Betriebswirtschaftslehre. Seit 2001 ist er beim Schweizer Verband der Raiffeisenbanken verantwortlich für die Öffentlichkeitsarbeit

Auf moderne und zeitgenössische Kunst trifft der Besucher in St. Gallen an vielen Orten. International bekannt ist zum Beispiel die Sammlung der Hochschule St. Gallen, die nicht etwa in eigens dafür konzipierten Ausstellungsräumen aufbewahrt wird, sondern dort zu finden ist, wo sich auch die Studierenden aufhalten: in den Grünanlagen, im Foyer, der Bibliothek, den Aufenthalsträumen und den Gängen. In der zentral gelegenen Parkanlage am «Oberen Graben» hat der aus Appenzell stammende Roman Signer eine Art Brunnen installiert, mit dem er 1987 eine rege Pressepolemik auslöste: ein rotes Fass auf drei hohen Stelzen, aus dem kein Gift, sondern pures Wasser rieselt.

Als die «Schatzkammer der Region Ostschweiz» gilt das Kunstmuseum, das sich in einem neoklassizistischen Gebäude im St. Galler Stadtpark befindet. Es beherbergt bedeutende Werke vom Spätmittelalter bis zur Gegenwart. In der aktuellen Ausstellung «...durch die Jahrhunderte» werden Werke aus der Sammlung nicht in gewohnt chronologischer Hängung präsentiert, sondern in epochenüberspringender Anordnung einander gegenübergestellt. Daneben läuft noch eine Einzelausstellung des «Post-Konzeptualisten» Jonathan Monk. Einer der Kuratoren des Museums ist Konrad Bitterli. Er war auch Mitglied der Jury, die sich für den Vorschlag von Pipilotti Rist und Carlos Martínez entschied.

rung wahrscheinlich nicht mehr nötig hat. Das heißt jedoch nicht, dass man sie nicht für einen solchen anspruchsvollen Gestaltungsauftrag anfragen kann.

Sie sind auch Juror beim Namics-Kunstpreis. Findet dort Kulturförderung im engen Sinn statt?

Konrad Bitterli: Der Namics-Kunstpreis für Neue Medien wurde jeweils im Rahmen der Eidgenössischen Kunstförderung verliehen. Wie bei diesem liegt die Altersgrenze bei 40 Jahren. Der Preis – 20'000 Franken – wird an Kunstschaefende vergeben, die sich noch in der Entwicklung befinden. Daraus kann ganz klar ein Förderungsgedanke abgeleitet werden. Die Förderung soll dem Künstler helfen, Projekte zu realisieren oder einfach in Ruhe weiterzuarbeiten.

Der Namics-Kunstpreis ist ein privater Preis. Wo sehen Sie die Unterschiede zwischen der privaten und öffentlichen Förderung?

Konrad Bitterli: Ich habe ja zwei Hüte auf. Ich bin selbst als Kurator an einem Museum tätig, das finanziell grösstenteils von der öffentlichen Hand abhängig ist. Die Infrastruktur wird im Kunstmuseum St. Gallen – wie auch bei anderen Schweizer Kultureinrichtungen – städtisch finanziert. Für grössere Ausstellungsprojekte wie auch für unsere Sammlungserwerbungen sind wir jedoch oft auf private Sponsoren oder Stiftungen angewiesen. Diese haben meist spezifische Interessen. Das öffentliche und das private Engagement greifen hier ineinander. Man spricht daher auch von *public private partnership*. Diese Situation hat den Vorteil, dass wir grosse inhaltliche Freiheit haben. Wenn wir unser Programm immer von der politischen Ebene absegnen lassen müssten – um Himmelswillen! Doch es kann nicht deutlich genug gesagt werden: ohne öffentliche Gelder ist das Kulturleben in der Schweiz in dieser Form nicht finanzierbar. Die Privaten könnten das alles allein nicht leisten.

Und Ihr zweiter Hut?

Konrad Bitterli: Ich bin oft als Juror oder Berater für private Kunstprojekte und -preise tätig, wie etwa den Namics-Kunstpreis. Namics ist die grösste Schweizer E-Business-Agentur, die die Idee hatte, künstlerische Projekte zu fördern, die mit ihrer «Welt» zu tun haben. Die Leute dort fragten sich: Was leisten wir mit unserem Business? und bestimmten von dort her die Ausrichtung des Preises, der sich nur auf einen Bereich beschränkt: die Medienkunst.

Herr Bitterli, würden Sie die Stadtlounge unter das Stichwort «Kulturförderung» einordnen?

Konrad Bitterli: Raiffeisen hat mit der Stadtlounge ein ausserordentliches kulturelles Engagement gezeigt und dem Quartier wie auch der Stadt St. Gallen insgesamt eine neue Identität verliehen. Im engen Sinne handelt es sich bei dem Projekt für mich jedoch nicht um Kulturförderung. Eher um eine künstlerische Aussenraumgestaltung. Und Raiffeisen bekommt ja einen Gegenwert. Das Projekt ist so etwas wie eine Homepage der Bank. Ich versuche eigentlich immer, «Kunst am Bau» und Kulturförderung auseinanderzuhalten.

Warum sollte Kulturförderung sich nicht auch für den Förderer auszahlen dürfen?

Konrad Bitterli: Kulturförderung im engen Sinn hat für mich eher mit Kulturschaffenden zu tun, die direkte materielle Unterstützung nötig haben. Pipilotti Rist ist eine erfolgreiche, international gefragte Künstlerin, die diese Form von Förde-

Kann verallgemeinert werden, dass die Privaten Kultur fokussierter oder segmentierter finanziieren als der Staat?

Konrad Bitterli: Private Kunstmförderung kann unter Umständen mehr riskieren. Sie ist pointierter und muss auch nicht begründen, warum sie etwas fördert und anderes nicht. Schliesslich ist die Kunstmförderung ja auch nicht ihre Kernaufgabe. Die öffentliche Hand hingegen muss alle Sparten berücksichtigen. Der Eidgenössische Kunstmuseum ist daher sehr breit gefächert: Photos, Malerei, Zeichnungen, Videos, Architektur, Internetart...

Werden auch Experimente gefördert oder gibt es eine Neigung, das zu unterstützen, was sich bisher bewährt hat?

Konrad Bitterli: Irgendwann in den 1980er Jahren, nach den Zürcher Jugendunruhen, ist der entscheidende Schritt in der Kunstmförderung passiert. Die Jugendunruhen waren an der einseitigen Förderung der etablierten Kulturinstitutionen wie etwa des Opernhauses entbrannt. Viele Bereiche wurden damals von der Kunstmförderung vernachlässigt. Das hat sich geändert. Inzwischen ist eine Generation von Politikern tätig, die keinen einseitig bildungsbürgerlichen Blick mehr hat und die auch Experimentelles fördert. Der Gesamtkuchen an Fördermitteln ist dabei nicht entscheidend grösser geworden, bloss wird er seitdem stärker aufgeteilt. Es wird nun kaum mehr etwas wirklich vernachlässigt.

Liegt in dieser Art der Förderung nicht auch die Gefahr, dass aus lauter Sorge, alles zu berücksichtigen, möglicherweise zu wenig gezielt gefördert wird?

Konrad Bitterli: Eines muss man sich klar machen: selbst wenn der Staat pro Jahr 200 oder 2000 Kunstschaefende fördert, am Schluss entscheiden andere Faktoren über die längerfristige Wirkung und die Präsenz eines künstlerischen Œuvres. Oder pointiert gesagt: nicht alles, was gefördert wird, wird dereinst in die Kunstgeschichte eingehen. Vielleicht nur ein Künstler unter Hundert; eine Proportion, die frustrieren kann. Allerdings, auch die Topleistungen basieren auf einem breiten Umfeld, einem Netzwerk. Und das funktioniert wiederum nur, wenn es als Basis unterstützt und gefördert wird.

In den USA wird auch die Infrastruktur der Museen von privaten Geldgebern finanziert. Warum ist das in der Schweiz anders?

Konrad Bitterli: Das liegt unter anderem an den grundverschiedenen steuerlichen Rahmenbedin-

gungen. In den USA kann die private Unterstützung von Opern, Museen oder Galerien in grossem Umfang von den Steuern abgesetzt werden. Das sind ja nicht alles nur Musik- und Kunstliebhaber, die ihr Geld in Kulturprojekte reinstecken. Das bringt ganz konkret auch Vorteile, indem man ganz einfach Steuern sparen kann. Aus diesem Grund haben Sie in den USA auch keine öffentliche Kunstmförderung.

Der Blick auf die Kultur ist in der Schweiz weniger ökonomisch?

Konrad Bitterli: In der Schweiz hat in den letzten zwanzig Jahren ein Paradigmenwechsel stattgefunden. Ich bin noch damit aufgewachsen, dass die Kultur Teil eines Bildungsauftrags ist. Heutzutage wird Kultur stärker als Teil der ökonomischen Kreisläufe wahrgenommen. Die Schweiz ist einer der grössten Kunsthändelsplätze der Welt. Kulturelle Angebote sind wichtige Standortfaktoren mit Auswirkungen auch auf den Tourismus. Die Funktion der Kultur in der Gesellschaft hat sich verändert.

Sie klingen so, als ob Sie sehr zufrieden seien mit der Situation in der Schweiz. Ausreichende finanzielle Mittel, ein genügend grosser Handlungsspielraum, ein vielfältiges Kulturleben.

Konrad Bitterli: Ich habe viel mit Kunstschaefenden und Kollegen im Ausland, insbesondere in Deutschland, zu tun. Wenn ich sehe, was dort momentan passiert, dann sind wir in der Schweiz in einer vergleichsweise behüteten Situation. Dessen sind sich viele Leute hier gar nicht richtig bewusst – auch Kunstschaefende nicht. Ich sage nicht, dass es für kulturelle Anliegen nicht auch hierzulande hart sein kann. Aber man hat doch vergleichsweise gute Startbedingungen.

KONRAD BITTERLI, geboren 1960, ist als Kurator am Kunstmuseum St. Gallen tätig, wo er unter anderem Ausstellungen mit Roman Signer, Pipilotti Rist, David Reed, Candice Breitz, Luy Tuymans und aktuell mit Jonathan Monk betreut hat. Er ist Autor zahlreicher Publikationen zur zeitgenössischen Kunst.