



SOCIÉTÉ SUISSE DES AUTEURS  
SCHWEIZERISCHE AUTORENGESELLSCHAFT  
SOCIETÀ SVIZZERA DEGLI AUTORI

## Kultur: ein gutes Geschäft für die Städte

Von Pierre-Louis Chantre

Einige Wörter haben die Gabe, einen am Kragen zu packen. Nehmen wir den Begriff «Marketing»: Für sich allein ist er harmlos (ich mag ihn nicht, habe mich jedoch damit abgefunden). Kommt allerdings das Wort «Kultur» hinzu, steigt meine innere Spannung. Als ich dann kürzlich im neusten *Rapport préavis de la Ville de Lausanne*, der die großen Linien der Kulturpolitik der Stadt für die Jahre 2009 bis 2013 aufzeigt, auf die Wendung «Stärkung der Kultur als Pfeiler des urbanen Marketings» stieß, versteiften sich meine Halswirbel augenblicklich. Diese Formulierung veränderte etwas in meinem Welt- und Kulturbild, in meiner Vorstellung vom Platz, den die Kultur in der Welt einnimmt.

## die Vorteile eines Markenimages

Gerechterweise muss ich erwähnen, dass im Lausanner Dokument erst von «Marketing» gesprochen wird, nachdem andere, sanftere Konzepte aufgeführt werden, wie das Angebot einer «mannigfaltigen und qualitätsvollen» Kultur oder die Erreichbarkeit der Kultur für «das gesamte Publikum vom frühesten Alter an». Man liest dort auch, dass die Künstler den Auftrag haben, «den Zeitgeist zu hinterfragen» und mit dem «Neuen und Andersartigen» zu konfrontieren. Diesem hinlänglich bekannten Glaubensbekenntnis folgen jedoch mehrere Passagen mit neuem Ton, die den Beitrag der Kultur zur wirtschaftlichen Entwicklung rühmen, aber auch als «bedeutenden Faktor für die Ansiedelung von Unternehmen in der Region» und als «Instrument der Tourismusförderung und des Images einer Stadt».

Persönlich habe ich noch nie einen offiziellen Text gelesen, der die ökonomischen Tugenden der Kultur dermaßen herausstreicht. Ist jedoch diese Sicht und Instrumentierung der Kultur durch die öffentliche Hand ausschließlich der Stadt Lausanne vorbehalten, deren Pionierrolle auf diesem Gebiet bekannt ist? Nicht wirklich. Anfang 2008 hat die Erziehungsdirektion des Kantons Bern ein Projekt der «kulturellen Strategie» vorgelegt. Ihr erstes Ziel ist, «Bern als Kulturkanton zu stärken». Nach den Begriffen «Toleranz», «Integration», «Identität» und «Sinn», die nach ihrer Ansicht durch die Kultur vermittelt werden können, bestätigt das Dokument, dass «ein vielseitiges, qualitativ hochstehendes kulturelles Angebot einen entscheidenden Faktor für die Attraktivität eines Wirtschafts- und Wohnzentrums darstellt». Die Kultur als «wichtiger Faktor des sogenannten Ansiedlungswettbewerbs» wird nun mit dem Label «Kulturkanton Bern» in den Rang eines «Markenimages» befördert.

Zürichs «Modell» der Kulturpolitik für die Jahre 2008 bis 2011 verteidigt denselben Gesichtspunkt. Das Kulturangebot der größten Schweizer Stadt muss «attraktiv» sein, um im Wettbewerb mit München, Frankfurt oder Hamburg zu bestehen. In Genf ist die Situation anscheinend etwas anders. Die offiziellen Texte insistieren eher auf der Funktion der Kultur als sozialer Klammer. Im Vergleich mit ihren Schweizer Schwestern scheint die Stadt am Ende des Léman dem Trend hinterherzuhinken. In den Kulissen träumen die Behörden allerdings davon, die Genfer Kulturszene den Touristen besser zu verkaufen. Im übrigen hat die *Konferenz der Schweizer Städte für Kulturfragen* 2006 eine «Neuformulierung der Thesen zur städtischen Kulturpolitik» lanciert. Ihre erste «These» bekräftigt, dass die Kultur «über einen bedeutenden Wertschöpfungseffekt verfügt». Siebzehn größere und mittlere Städte<sup>1</sup> haben sich zusammengetan, um diese Erkenntnis als grundlegend wichtig zu erklären.

Kein Zweifel, die Kultur wird heute schweizweit als einflussreiche wirtschaftliche Akteurin betrachtet.

## managersprache

Selbstverständlich ist die «Ökonomisierung» der Kultur durch den Staat kein grundsätzlich neues Phänomen. Schließlich ist es schon eine Weile her, dass Paris auf den Louvre und das Centre Pompidou setzte, um Touristen anzulocken; dass Basel das Tinguely-Museum oder die Fondation Beyeler benutzt, um sich als Kulturstadt zu profilieren; dass Lausanne seinen Namen mit dem Bèjart-Ballett und dem Théâtre de Vidy verbindet, um sein Image überregional bekannt zu machen (*siehe das Interview auf Seite 7 und 8*). Der finanzielle Nutzen des kulturellen Angebots ist seit längerem bekannt. Die ersten Studien über den wirtschaftlichen Einfluss von kulturellen Subventionen erschienen Ende der 1990er Jahre.

Zwei Fakten scheinen hingegen völlig neu zu sein. Zuerst einmal die Wörter. Indem die wirtschaftliche Rolle der Kultur in Publikationen der Behörden mit Begriffen aus der Welt der Wirtschaft beschrieben wird, überschreitet man auch eine Grenze. Wenn private Geldgeber – sie sind in der Schweiz zahlreich – so sprechen, ist dies nur normal. Dass aber auch die öffentliche Hand solche Argumente verwendet, signalisiert einen Mentalitätswandel, eine Art Privatisierung des politischen Denkens. In den späten 1990er Jahren verteidigten die Staatsorgane die Kultur als wesentlichen Bestandteil der Gesellschaft; mitunter sprach man sogar von der «Strahlkraft» der Kultur. Heute redet der Service public von einem attraktiven Wirtschaftsfaktor; er stellt den Wohlstand und das Wohlbefinden, das sie erzeugt, in den Vordergrund. Das Vokabular hat sich von Komplexen befreit. Manche werden sagen, dass man endlich das Kind beim Namen zu nennen wagt.

Hinzu kommt, dass die lebendige Kultur, einschließlich der sogenannten Alternativkultur, in das urbane Marketing eingebunden wird. Früher suchten die Städte ihren Rang und ihre Attraktivität in erster Linie über ihr Kulturerbe zu steigern. Falls das zeitgenössische schöpferische Gestalten als Emblem diente, geschah dies über einige ihrer Stars, ihre sicheren Werte. Die anderen – die Kleinen, die wenig Bekannten, die Außenseiter – waren eher toleriert als erwünscht. Die von mir konsultierten



Unterlagen zeigen, dass sich die Ansichten über das zeitgenössische Kunstschaffen geändert haben. Lausanne will aus dem «Arsenic», einem kleinen Theater für aktuelle lokale Kreationen, eine Bühne von nationaler Bedeutung

machen. Die Präsenz alternativer Künstler wird künftig ebenso als Faktor wirtschaftlicher Attraktion bewertet wie das Kulturerbe und die großen Institutionen.

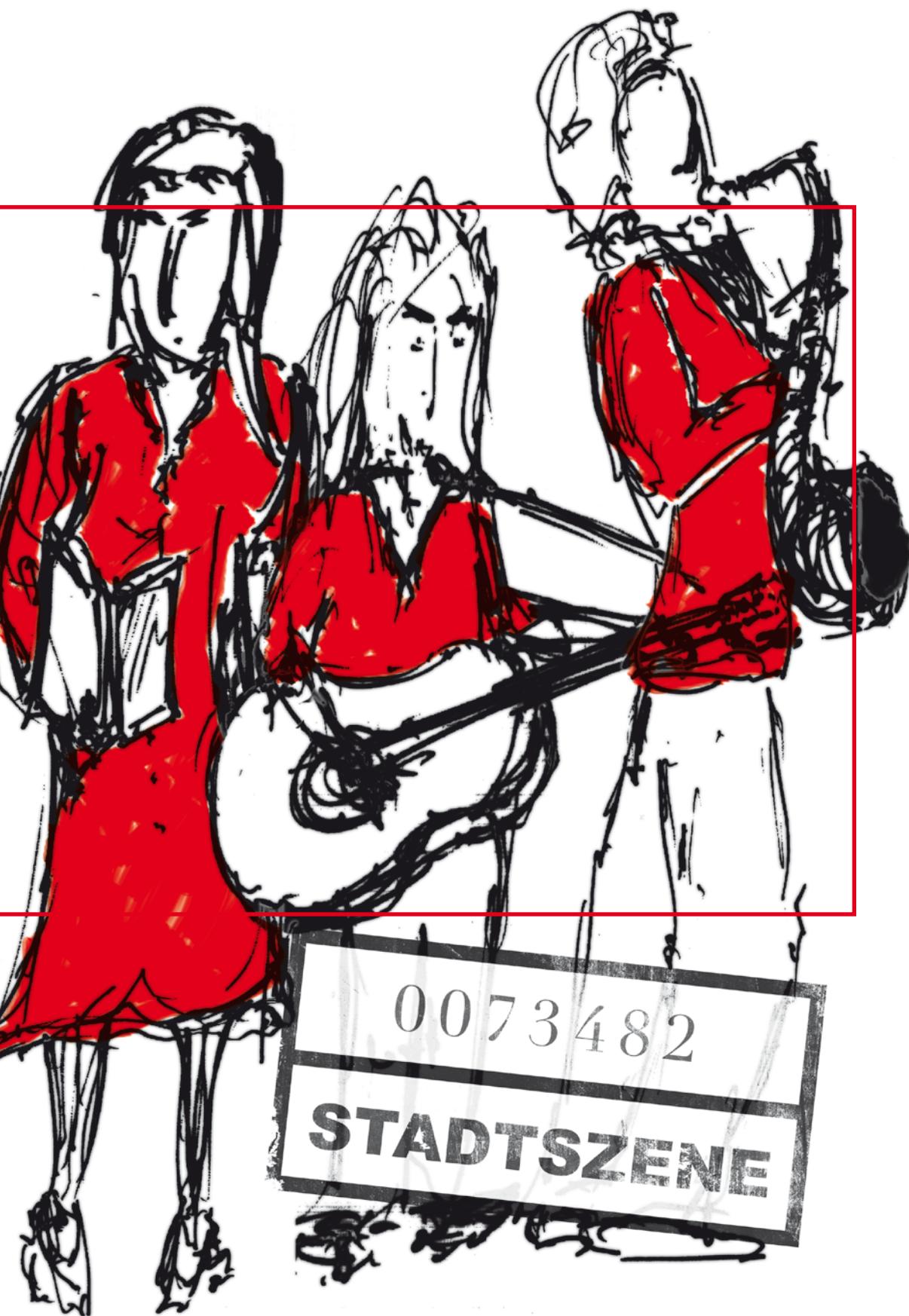
Es gibt eine kleine – oder eine große – Revolution. Die unterschiedlichen Dimensionen der Kultur wurden vom Staat noch nie so vehement verteidigt wie heute. Noch nie rückte man das zeitgenössische Schaffen derart ins Zentrum der Stadt. Und während es der Schweizer Kulturpolitik bis anhin an Visionen zu fehlen schien, ist nun plötzlich ein klares Konzept da, das die wichtigsten Kollektive im Hinblick auf Kultursubventionen einigt. In diesem Zusammenhang sei daran erinnert, dass die Städte und Kantone mit 1,7 Milliarden Franken gesamthaft siebenmal mehr Subventionen sprechen als die Eidgenossenschaft. Mit der bemerkenswerten Ausnahme des Films unterstützte der Bund die lokale Kulturpolitik bis anhin überhaupt nicht, und der neue Kulturartikel ebenso wie das entsprechende Gesetz und seine Ausführungsbestimmungen setzen diese Tradition des eidgenössischen Hinterherhinkens fort.

## eine Stadt wird aufregend

Über die Gründe, die zu diesem Wandel führten, braucht man sich nicht lange den Kopf zu zerbrechen. Der erste scheint mir auf der Hand zu liegen: Seit Anfang der neunziger Jahre sucht die öffentliche Hand, ihr Budget zu beschneiden. Man gibt sich



<sup>1</sup> Aarau, Basel, Bern, Biel, Burgdorf, La Chaux-de-Fonds, Chur, Freiburg, Genf, Lausanne, Neuenburg, Luzern, St. Gallen, Thun, Winterthur, Zug und Zürich.



alle Mühe, den Zweck und die Rentabilität sämtlicher Ausgaben immer besser zu kontrollieren. In diesem Kontext sah sich die Kultur gefordert, Argumente zu sammeln, um ihre Notwendigkeit zu beweisen. Die obenerwähnten Projekte der Kulturpolitik haben eine sehr präzise Funktion: Sie sollen die Gemeinde- oder Kantonsräte von der Relevanz der Ausgaben für Kultur überzeugen. Kulturbeamte und -berater führen gegenüber den Volksvertretern die wirksamste Begründung an: den wirtschaftlichen Nutzen. Nebenbei sei erwähnt, dass die Künstler wesentlich zu diesem Argumentarium beigetragen haben. Schließlich kämpften sie als erste dafür, dass die Zahl der durch kulturelle Veranstaltungen generierten Arbeitsplätze, die geschäftlichen Gewinne und Steuereinnahmen gewürdigt und verbucht werden.

Der Kampf der Städte, um zu den 50 Top-Orten der Welt mit der höchsten Lebensqualität zu gehören, spielt ebenfalls eine maßgebliche Rolle. Die Globalisierung vervielfachte die Zahl der Beraterbüros, die eruiieren sollen, ob nun Genf, Zürich, New York oder Singapur ihren Unternehmen und deren Angestellten die besten Bedingungen bieten. Unter den Kriterien dieser Klassifizierungen ist das kulturelle Angebot vorrangig geworden. Führungskräfte verfügen meist über einen hohen Bildungsstand und wollen ihre Freizeit interessant, reichhaltig und spicy ausstaffieren. «Es braucht manchmal ein bisschen Würze, damit eine Stadt aufregend wird», sagt man bei Mercer Human Resources Consulting, einem der renommiertesten Büros weltweit. Im Juni 2008 erhielt Zürich die goldene Palme als Spitzenreiterin dieser Top 50. Genf besetzt zusammen mit Wien den 2., Bern den 9., Berlin den 16., Paris den 32., London den 38. und New York... den 49. Rang. Warum sind die Schweizer Städte im Vergleich zu den großen Hauptstädten so gut bewertet? Weil sie denselben kulturellen Reichtum wie die Metropolen anzubieten suchen, ohne die Nachteile ihrer Größe aufzuweisen.

Alle aktuellen Projekte der Kulturpolitik rücken die Lebensqualität als einen der wichtigsten Effekte der Kultur in den Vordergrund. Ein direkter Bezug zur wirtschaftlichen Attraktivität wird nicht immer hergestellt, scheint jedoch stets vorausgesetzt zu werden. Es handelt sich hier um eine persönliche Interpretation, aber die meisten der in den Texten aufgeführten Idealfunktionen der Kultur – Entwicklung des Individuums, Lebensfreude, Integration... – scheinen sekundär im Vergleich zum wichtigsten Ziel: die Unternehmen davon zu überzeugen, sich in der jeweiligen Region niederzulassen. Ein Beispiel ist die Berner «Kulturstrategie», gemäß der dank der Kultur «Selbstbewusstsein, Lernfähigkeit, Flexibilität und Produktivität» der Menschen wachsen.

## die Kraft der Attraktivität

Welchen Einfluss hat jedoch diese Kulturpolitik der Zukunft, abgesehen von ihrem pekuniären Geist und eiskalt berechnenden Charakter, auf das künstlerische Schaffen? Kann die Rolle als wirtschaftlicher Magnet die Kultur verändern, entarten? Liest man die entsprechenden Berichte und hört man die Kulturbeauftragten sprechen, sei es auf eidgenössischer, kantonaler oder kommunaler Ebene, gibt es keinen Grund zur Sorge. Allesamt verteidigen sie die Freiheit des Künstlers als Garant für die Integrität seiner Werke.

In ihrem *Rapport préavis* schließt die Stadt Lausanne ihren Salesfolder mit der Forderung, die Mittel für kulturelle Zwecke beträchtlich zu erhöhen. Von gegenwärtig 40 Millionen soll das Budget auf 43 Millionen Franken aufgestockt werden, was einer Erhöhung von 6% entspricht. Im Hinblick auf die allgemeine Stimmung wirkt dieser Wunsch recht kühn. Doch angesichts der Rolle, die die Kultur in Zukunft für den Waadtländer Hauptort spielen soll, ist er die logische Konsequenz. Für Lausanne nimmt sie denselben Platz ein wie die olympische Bewegung, die nachhaltige Entwicklung und die Hochschulen. Will Lausanne wirklich zu den 50 Top-Städten gemäß Mercer aufsteigen, ist die Erhöhung des Kulturbudgets unumgänglich.

Falls die Kultur tatsächlich als eine «Säule» des urbanen Marketings betrachtet wird, falls sie eine Schlüsselstellung für den wirtschaftlichen Erfolg einer Region einnimmt und falls unsere Städte dieselben kulturellen Leistungen wie internationale Großstädte anbieten wollen, müssten sie ganz allgemein die angemessenen Mittel zur Verfügung stellen, um diesen Status zu erreichen. Werden sie dies tun? Zweifellos nicht auf Anhieb. Wie so oft wird der Staat hochgesteckte Ziele erreichen wollen, ohne mehr zu bezahlen. Das Argument der ökonomischen Rolle der Kultur ist jedoch nicht bloss ein rhetorischer Trick; es entspricht der Realität und auch einem Konsens: Alle sind sich heute einig, dass sich Investitionen in die Kultur letztlich lohnen. Trotz der aktuellen Krise und der sich abzeichnenden Rezession werden andere Städte und Kantone den Vorsätzen Lausannes wohl früher oder später folgen: ich nehme jedenfalls gerne Wetten an, dass die Kultur in den nächsten zehn Jahren in allen Schweizer Städten mehr Geld erhalten wird.

Der soziale Status der Künstler in der Schweiz wird von dieser Situation ebenfalls profitieren. Sobald Behörden und Abgeordnete überzeugt sind, dass Inszenierungen, Ausstellungen, Museen dazu beitragen, die Kassen zu füllen und dazu noch den sozialen Frieden zu erhalten, wird man die Künstler als Arbeiter und nicht nur als Sozialfälle anerkennen. Selbstverständlich kann man dieselben Vorbehalte anmelden wie bei meiner Wette auf die Erhöhung der Kulturbeiträge. Doch wenn Künstler nicht mehr nur geduldet, sondern gefragt sind, wird es sich die öffentliche Hand immer weniger leisten können, mit einem üppigen, aber von unterbezahlten Kulturschaffenden erbrachten Kulturangebot zu brillieren, wie die heute der Fall ist. Die große Mehrheit der Künstler und Kulturschaffenden lebt immer noch mit sehr tiefen Löhnen, viele leisten aufgrund ihres geringen Einkommens minimale Beiträge an die zweite Säule und haben eine armselige Altersrente zu erwarten. Doch wenn die Künstler als «Wirtschaftsförderer» im Dienst der Öffentlichkeit stehen, trägt letztere auch für ihre schwierige Lage Verantwortung. Sie wird vermehrt unter Druck geraten, diese Missstände zu beheben.

## sich exportieren, um zu überleben

Die letzte positive Auswirkung, die man sich vorstellen kann: Eine gewisse Anzahl Künstler wird eine solidere Unterstützung erhalten, und die Lebensdauer etlicher Produktionen wird sich verlängern. Um ihre Region nach außen zu verkaufen, verlangt die öffentliche Hand heute von den Künstlern, «auszustrahlen». Anders gesagt, den Namen ihrer Stadt mittels Tourneen zu exportieren. Unter den vier Kriterien der Subventionierung, die im Berner Dokument aufgeführt sind, spielt die Fähigkeit eine Rolle, die bernische Kultur über die Kantons Grenzen hinaus zu vermitteln. In der Stadt Genf ist die Ausstrahlung bereits ein Bestandteil der Subventionsvereinbarungen, dank denen eine Truppe eine mehrjährige Unterstützung erhält. Anzahl und Bedeutung der Tourneen entscheiden über die Verlängerung beziehungsweise Erhöhung der Beiträge.

Auch das ist eine Revolution. Ihrer Pionierrolle getreu hatte Lausanne diese Forderung Maurice Béjart schon gestellt, als er sich 1987 hier niederließ. Und das Théâtre de Vidy hat den Gedanken der Tournee als Vektor für die Ausstrahlung der Stadt ebenfalls stark vorangetrieben. Doch diese Ausnahmen bestätigen lediglich die Regel. Auf Tournee zu gehen war lange keine Forderung der öffentlichen Hand. In Genf erinnert man sich noch an die Zeit, als der Stiftungsrat Benno Besson, dem Leiter des Theaters La Comédie während der 1980er Jahre, auf die Finger klopfte, weil er seine Inszenierungen zu oft auswärts aufführen ließ. «La Comédie», hieß es, «ist für die Genfer gemacht worden...» Der Imperativ der Tournee, um Subventionen zu erhalten, wird unausweichlich zu Engpässen führen; nicht alle werden hier Platz finden. Die Bühnen riskieren, die steigende Nachfrage nicht befriedigen zu können (offengestanden ist dies schon heute der Fall...). Dessen ungeachtet stellt die Tatsache, dass die öffentliche Hand von den Künstlern verlangt, sich zu exportieren, einen interessanten Paradigmenwechsel dar.

## zum Erfolg verurteilt

Versucht man nun abzuschätzen, wie sich die Ökonomisierung der Kultur auf den Inhalt und die künstlerische Qualität der Werke auswirkt, erscheint die Sache weniger glänzend. Wenn ich persönlich Marketing und Attraktivität höre, höre ich auch Zielpublikum, Einschätzung der Publikumserwartungen und Kreationen, die auf diese als erstrangig betrachteten Erwartungen zugeschnitten sind. Ich höre Auswahl auf der Grundlage dieser Kalibrierung, dann Belohnung für den Erfolg, Zuteilung von Subventionen an die Erfolgreichsten, Ausscheidung jener,



deren Erfolg als unzureichend beurteilt wird und, letztlich, Konzentration des Schaffens auf die sicheren Werte. Kurz, es wird meiner Meinung nach unvermeidlich sein, dass sich der Erfolg als wichtigster – wenn nicht einziger – Kompass herausstellen wird. Der Einfluss dieser unheilvollen Gleichung, die die Qualität an der Elle des Erfolgs misst, wird immer stärker werden.

Man wird behaupten, dass ich übertreibe. Es ist mir sehr wohl bewusst, dass die verantwortlichen Instanzen Wert darauf legen, die Künstler zu unterstützen, ohne ihnen absurde Forderungen zu stellen. Die meisten Kulturbeauftragten aller Ebenen sind Kunstkenner und -liebhaber. Ich stelle jedoch fest, dass die Maschinerie sie überfordert und dass sie politisch motiviertem Druck gehorchen. Selbstverständlich wird die öffentliche Hand nicht von allen Künstlern, die sie um eine Unterstützung angehen, sofortigen Erfolg verlangen. Ich habe jedoch das Gefühl, dass künftig jede Künstlerin und jeder Künstler dazu verurteilt ist, mehr oder weniger kurzfristig erfolgreich zu sein. Dass die Logik der audiovisuellen Publikumsmessung allmählich die Logik der öffentlichen Förderung durchdringen wird. Nach einem gewissen Zeitraum wird jeder Künstler, der den mehr oder weniger klar definierten, mehr oder weniger genau vereinbarten und akzeptierten Beachtungsgrad nicht erfüllt, sich ausgestoßen sehen. Wie eine TV-Sendung, die man nach einer Versuchsphase aus dem Programm kippt.

Kann dieses System trotzdem auch Vorteile haben? Seitens der Entscheidungsträger bedarf es großer Intelligenz, um dem kulturellen Populismus nicht nachzugeben. Solange die öffentliche Hand akzeptieren kann, dass einige Künstler ungeachtet ihrer qualitativ hochstehenden Arbeit einen gewissen Beachtungsgrad nie übersteigen werden, ihnen aber dennoch die erforderlichen Mittel für dieses Schaffen zugesteht, ist alles bestens. Diese Entwicklung, bei welcher der experimentelle Teil der künstlerischen Arbeit seinen Stellenwert behält, ist nicht ausgeschlossen. Schließlich existieren Arte oder Espace 2 weiterhin, ungeachtet ihres lächerlichen Marktanteils (ungefähr 3%). Wenn die Städte kultivierte Kaderleute

anziehen und ihre eigene gebildete Elite behalten wollen, können sie sich nicht allein aufs Populäre beschränken, auch wenn es Qualität hat.

## die Herausforderung, «Scheiß drauf» zu sagen

Das Schlimmste wäre jedoch, dass sich die wirtschaftlichen Kriterien im Zentrum des künstlerischen Schaffens einnisten. Einerseits erwartet die öffentliche Hand für ihre Investitionen einen Gegenwert. Andererseits richten die Künstler ihr Schaffen nach dem Erfolg aus, der mit der Unterstützung verbunden ist, auf die sie nicht verzichten können. Für die Künstler sollte der Erfolg nie mehr sein als eine erfreuliche Konsequenz ihres Tuns. Wird das Kriterium der Rentabilität ausdrücklich zum Thema, stehen die Kunstschaffenden vor einer enormen Herausforderung: Um künstlerisch glaubhaft zu bleiben, gibt es für sie nur eine Lösung: Sie müssen dieses Kriterium vergessen, mit Verachtung strafen. Auf die Forderung mit «Scheiß drauf» antworten.

Was, wenn sie nicht so reagieren? Die zweifellos bedrohlichste Konsequenz ist, dass sich die Künstler – getrieben von der Furcht vor dem Scheitern und vom Erfolgswang – selbst verraten und in Marketingberater verwandeln, ohne dass man es von ihnen verlangt und ohne sich selbst darüber bewusst zu werden. Dann werden sie bestenfalls dem Publikumsgeschmack angepasste Werke produzieren und im schlimmsten Fall vom Geist des Kundenfangs vereinnahmt. Werke, die vielleicht innovativ und originell sind (Qualitäten, die heute das Alpha und Omega der Firmen sind und zu den aktuellen Forderungen der subventionierenden Institutionen gehören), deren Substanz die Kultur jedoch auf einen Konsumgenuss reduziert. Das Publikum wird sich möglicherweise Vergnügungen der Luxusklasse leisten. Dennoch werden diese Werke nicht über eine Unterhaltung hinausreichen, die manchmal raffiniert, angenehm spicy oder verrückt sein mag, aber keine andere Aufgabe erfüllt, als kurzfristig die Freizeit auszufüllen, die Sinne zu kitzeln und das Gesellschaftsleben zu bereichern.

Diese Analyse ist natürlich tendenziös.

Die Kultur hat das Recht, unterhaltsam zu sein und einen breiten Kreis anzusprechen, das ist auch eine ihrer Rollen. Sie hat das Recht, sich auf ein hedonistisches Vergnügen zu beschränken; diese Funktion hat sie seit alters. Doch was geschieht mit ihrer spirituellen Funktion? Die interessantesten Künstler konfrontieren uns mit tiefschürfenden Existenzfragen. Sie führen uns den unerklärlichen, unbegreiflichen, durch und durch geheimnisvollen Charakter der Welt vor Augen. Dadurch erzeugen sie eine fruchtbare Unruhe, die für jede Gemeinschaft unerlässlich ist. Das Problem ist, dass Unruhe häufig von Zweifeln, Ängsten, Konflikten, Ablehnung begleitet ist. Alles Elemente, die nicht unbedingt zu den zwingendsten Anziehungspunkten für Unternehmen und Touristen zählen.

Ungeachtet ihres bekundeten – und ohne Zweifel aufrichtigen – Willens, der Kultur die Funktion der Infragestellung und Konfrontation zu lassen, versetzt die öffentliche Hand die Künstler auf diese Weise in eine sogenannte *Double-bind*-Situation. Das heißt, sie sind zwei entgegengesetzten Zwängen unterworfen: Einerseits sollen die Kunstschaffenden die spirituelle Rolle eines Kollektivs bereichern und werden dadurch zu einem Unsicherheitsfaktor; andererseits werden sie zum urbanen Marketinginstrument und somit zu einem Mittel der Kommunikation und Promotion. Voraussichtlich wird die Doppelbindung dazu führen, dass der eine der beiden Gegenpole – selbstverständlich der schwächere – entweder gelähmt oder aber eliminiert wird.

Die Realität wird jedoch zweifellos komplexer sein als meine hier skizzierten Szenarien. Bestimmt wird es einer Anzahl Künstlern gelingen, integer zu bleiben, einen Kurs beizubehalten, der ausschließlich der inneren Logik der Kreation folgt und der den von oben verordneten *double-bind* umschifft. Trotzdem bin ich ein bisschen enttäuscht. Man kann sehr wohl feststellen, dass Kultur Geld bringt. Ihr jedoch diese Rolle aufzuzwingen und daraus das wichtigste Argument zur Förderung abzuleiten, scheint mir obszön. Ich habe das Gefühl, in einer Welt zu leben, in der alles aufs Nützliche reduziert und nichts unternommen wird, wenn kein Gewinn winkt. Der Profit ist sakrosankt geworden. In dieser Welt beherrschen Pragmatismus und sozialer Aufstieg die Existenz. Ungeachtet der voraussehbaren pekuniären Vorteile empfinde ich den damit verbundenen Verlust an Menschlichkeit als schmerzlich.

### **Kurzbio von Pierre-Louis Chantre**

Der freischaffende Kulturjournalist und Theaterautor Pierre-Louis Chantre veröffentlichte in den Editions Autrement das Werk «Genève en mouvement», ein aktuelles soziokulturelles Porträt der Calvinstadt. Als Berichterstatter des Rassemblement des artistes et acteurs culturels (RAAC) in Genf bereitet er eine Publikation über die Genfer Kulturpolitik vor, die auf dieser großen Gesprächsrunde basiert.

# gespräch mit Olivier Moeschler

## die Subventionen – eine 160 Jahre alte Geschichte

Die Fragen stellte Pierre-Louis Chantre.

Die Kultur finanzieren, um davon zu profitieren: Was ist daran neu? Im *Glossar zur Schweizer Kulturpolitik*, 2005 von der Pro Helvetia herausgegeben, liest man: «Die Berücksichtigung wirtschaftlicher Faktoren im Kulturbereich ist keine neuzeitliche Erfindung. (...) Neu ist hingegen die Tendenz, die Kultur als Wirtschaftszweig zu betrachten.» Eine historische Studie über die Beweggründe, welche die Kulturpolitik in ihren kantonalen Ausprägungen bestimmte, bleibt noch zu erstellen. Inzwischen gibt der Kulturoziologe Olivier Moeschler, Wissenschaftler an der Universität Lausanne, einen knappen geschichtlichen Überblick.

### **aus welchen Gründen begann der Staat die Kultur in der Schweiz zu unterstützen?**

Die kulturelle Subvention begann 1848 mit der Gründung des Schweizerischen Bundesarchivs, dann mit dem Schweizerischen Landesmuseum und der Schweizerischen Landesbibliothek in den 1890er Jahren. Ihre wichtigste Aufgabe bestand damals in der Bewahrung des schweizerischen Kulturerbes. Es gab auch den Willen, den Zusammenhalt des Staates durch Landesausstellungen zu stärken – die erste fand 1883 statt –, das war jedoch sehr punktuell. Auch die eidgenössische Politik wollte repräsentieren. Die erste Verordnung zur Förderung der bildenden Kunst datiert von 1887. Man wünschte von den Künstlern die Verschönerung öffentlicher Gebäude, etwa des 1902 eingeweihten Bundeshauses. In diesem Fall wurde behauptet, man wolle «dem Volk den Staat näherbringen». Ein marxistischer Soziologe meinte jedoch, dass es vor allem darum ging, die Macht gegenüber der Bevölkerung auf einen Piedestal zu stellen. Diese Politik blieb allerdings auf einem sehr bescheidenen Niveau.

### **gab es auch Identitätsgründe?**

Ja, man musste eine kollektive Identität schaffen, das ist bei der Willensnation Schweiz von zentraler Bedeutung. Während dieser Periode entstand denn auch der Schweizerhüschchenstil in der Architektur. Aus mehreren, ganz unterschiedlichen Elementen wurde ein nationaler Stil kreiert. Man führte sogar neue Wappen und Sagenfiguren ein.

### **folgten die Städte und Kantone derselben Logik?**

Die Motivationen waren und sind weniger eindeutig. Aber wenn Städte wie Basel oder Zürich ein Stadttheater bauen, geht es wohl um Identität, aber auch und vor allem um Prestige. Die Stadt will zeigen, dass sie sich eine bedeutende kulturelle Infrastruktur leisten kann.

## wie entwickeln sich diese Motivationen im Lauf der Zeit?

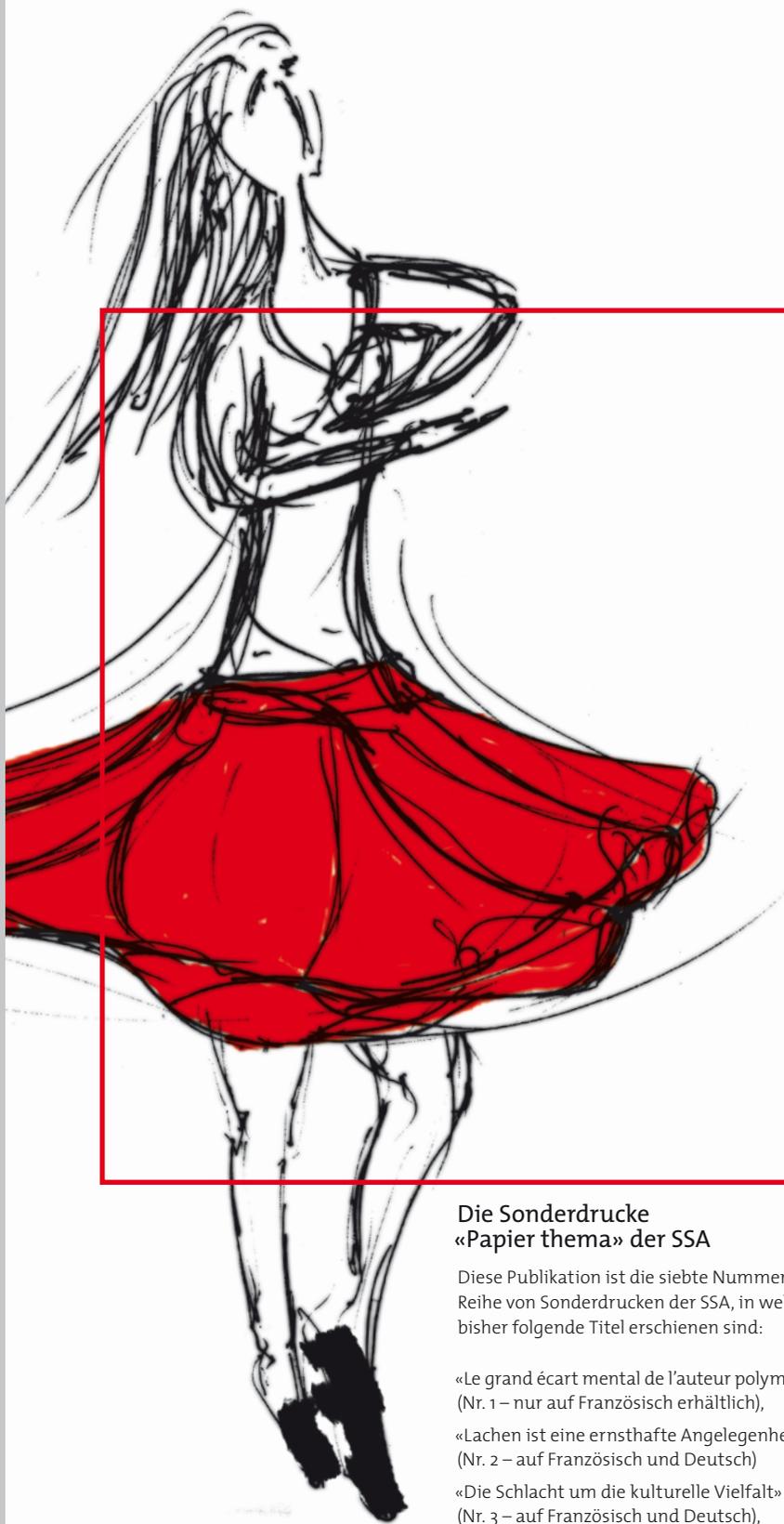
Bis zum Aufstieg des Totalitarismus in den 1930er Jahren blieben sie *grosso modo* dieselben. In dieser Epoche entsteht auf eidgenössischer Ebene eine defensive, ja nationalistische Richtung. 1938 wird die Pro Helvetia ins Leben gerufen, und zwar für die Verteidigung von als spezifisch schweizerisch betrachteten Werten. Was uns heute wie eine autoritäre Parenthese der helvetischen Kulturpolitik vorkommt, war die Instrumentalisierung der Kultur für nationale Interessen im Rahmen der geistigen Landesverteidigung.

## wie reagierten die Künstler darauf?

Es gab lokale Widerstände. Doch die Filmbranche beispielsweise stieg voll darauf ein. Die Schweizer Produzenten realisierten Filme, die die nationalen Werte zelebrierten und ein sehr breites Publikum ansprachen. In gewisser Weise war dies die große Epoche des Schweizer Films... Nach dem Krieg füllten diese Filme die Kassen allerdings nicht mehr. Und die Pro Helvetia wechselte ihrerseits die Zielsetzungen. Sie kümmert sich seither um den Austausch unter den Sprachregionen und die kulturellen Kontakte sowie um die Ausstrahlung und das nationale Prestige im Ausland über Kulturzentren wie etwa in Paris.

## wann begriffen die Behörden, dass die Kultur für die Wirtschaft eine Rolle spielt?

In den 1980er Jahren. Die Bevölkerung der Städte begann zu sinken, und man setzte deshalb auf ein attraktives kulturelles Angebot, um die Leute zu behalten. 1987, als Lausanne Maurice BÉjart kommen ließ, dachte die Stadt ebenfalls an ihr Prestige – nicht zuletzt mit einem Seitenblick auf ihre ewige Rivalin Genf –, aber auch ans internationale Niveau. Seit den 1990er Jahren verteidigen die Kulturverantwortlichen ihr Budget mit dem Hinweis auf die lokalen Auswirkungen. An sich ist die Kultur als wirtschaftliches Argument also nicht absolut neu. Ihr Einsatz als Instrument, ja als Sektor der Wirtschaft hingegen ist offenbar eine neue Entwicklung, die gut überlegt sein will.



## Die Sonderdrucke «Papier thema» der SSA

Diese Publikation ist die siebte Nummer einer Reihe von Sonderdrucken der SSA, in welcher bisher folgende Titel erschienen sind:

- «Le grand écart mental de l'auteur polymorphe» (Nr. 1 – nur auf Französisch erhältlich),
- «Lachen ist eine ernsthafte Angelegenheit » (Nr. 2 – auf Französisch und Deutsch)
- «Die Schlacht um die kulturelle Vielfalt» (Nr. 3 – auf Französisch und Deutsch),
- «Der Schweizer Animationsfilm: gefeiert, vielfältig und einzelgängerisch» (Nr. 4 – auf Französisch und Deutsch),
- «Die Moral des Droit moral» (Nr. 5 – auf Französisch und Deutsch),
- «Autoren begleiten – Schritte, die auf die Bühne führen» (Nr. 6 – auf Französisch und Deutsch).

Gratis-Nachbestellungen über [feedback@ssa.ch](mailto:feedback@ssa.ch) oder PDF-Datei unter [www.ssa.ch](http://www.ssa.ch).

**GRAFIK UND ILLUSTRATION**  
Estève Despond, Fribourg

**ÜBERSETZUNG**  
Claudia und Robert Schnieper, Sion