

„Wie man sich Freunde schafft...“ – Das Verhältnis von Freundeskreisen und ihren Institutionen

Bericht vom Symposium zu Förder- und Freundeskreisen in der Kultur am 19. Januar 2007, initiiert von der Stiftung Zukunft Berlin und dem Kulturkreis der deutschen Wirtschaft im BDI

Inhalt

Fazit und Perspektiven

Aspekte: 1. Professionelle Arbeitsmethoden
2. Formen der Zusammenarbeit
3. Rahmenbedingungen

Abschlussdiskussion

Fazit und Perspektiven

Das zweite Symposium zum Thema Förder- und Freundeskreise in der Kultur fand am 19. Januar 2007 unter dem Motto „**Wie man sich Freunde schafft...“ – Das Verhältnis von Freundeskreisen und ihren Institutionen** in der Berliner Staatsbibliothek statt. Die von der Stiftung Zukunft Berlin und dem Kulturkreis der deutschen Wirtschaft im BDI initiierte Veranstaltung befasste sich mit dem oft nicht einfachen Verhältnis zwischen Freundeskreisen und ihren Kulturinstitutionen sowie der notwendigen Professionalisierung der Förder- und Freundeskreise. Auch 2007 nahmen wie im Vorjahr mehr als 200 Gäste aus ganz Deutschland am Symposium teil, was beweist, dass nach wie vor

großes Interesse an der Thematik besteht und das Bedürfnis nach Austausch und Diskussion nicht nachgelassen hat.

Die wichtigsten Herausforderungen, für die Kulturfördervereine in Deutschland bestehen darin, das vorhandene Potenzial auszuschöpfen, ihren wachsenden Einfluss auf die Kulturinstitutionen auszubalancieren und hierfür sowohl professionelle Arbeitsmethoden als auch ein ausgeglichenes Verhältnis zu den jeweiligen Kulturinstitutionen herauszubilden. Eine der wichtigsten Voraussetzungen für die Bewältigung dieser Herausforderungen ist, dass der Staat attraktive steuerrechtliche Spielräume für Spenden und Sponsoringmittel schafft.

In diesem Sinne ging es beim diesjährigen Symposium in erster Linie um drei Aspekte:

1. Professionelle Arbeitsmethoden
2. Formen der Zusammenarbeit
3. Rahmenbedingungen

Aspekte

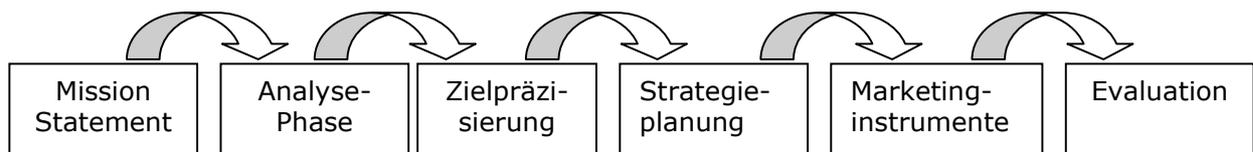
1. Professionelle Arbeitsmethoden

Immer wieder wurde während des Symposiums darauf hingewiesen, dass es im Kulturbereich an Managementstrukturen sowie an professionellen Marketingmodellen fehle. In diesem Zusammenhang wurde gefordert, dass auch in Förder- und Freundeskreisen ausgebildete Führungskräfte Strategien und Lösungskonzepte entwickeln müssten, um auf den Rückgang öffentlicher Mittel im Kulturbereich reagieren zu können (so Dr. Eberhard von Koerber, Eberhard von Koerber AG und Mitglied des Stiftungsrats der Stiftung Berliner Philharmoniker, in seiner Keynote). Eine Zielpräzisierung – dem Mission Statement im Marketingprozess entsprechend – wurde mehrfach als ausschlaggebend für den Erfolg der Arbeit von Förder- und Freundeskreisen genannt. Zudem sollte die Zielpräzisierung in enger Absprache mit den jeweiligen Kulturinstitutionen formuliert werden, um sicherzustellen, dass sich die Zielvorstellungen der Partner vereinbaren lassen und Synergieeffekte in der Ausführung aller Maßnahmen erzielt werden können.

Prof. Dr. Klaus-Dieter Lehmann, Präsident der Stiftung Preußischer Kulturbesitz, brachte diesen Aspekt in seiner Keynote zur Sprache: „Mit gutem Willen und Enthusiasmus ist es nicht getan. Enthusiasmus ist meist nur übertriebene Hoffnung – und die trägt nicht. Der Förderverein muss über eine eindeutige Befähigung zur Durchführung gemeinsamer Projekte mit seiner zu fördernden Institution verfügen und er muss einen überzeugenden Organisationsgrad aufweisen.“ Von verschiedenen Seiten wurde deutlich gemacht, dass professionelle Arbeitsmethoden in der Regel nur mit Hilfe bezahlter Arbeitskräfte realisiert werden könnten. Der gesteigerte finanzielle Aufwand für neue Stellen könne langfristig durch zusätzliche Einnahmen aus Fundraising-Aktivitäten und höheren Mitgliederzahlen ausgeglichen werden.

Ein Schwerpunkt bei der Erörterung konkreter Wege zur Professionalisierung von Förder- und Freundeskreisen betraf mögliche Maßnahmen zur Mitgliederwerbung und -bindung sowie die Akquisition externer Geldgeber. Dr. Eberhard von Koerber stellte in diesem Zusammenhang die Maxime auf, „Friending“ komme vor Fundraising. Er wies zudem darauf hin, dass das gegenseitige Kennenlernen der Geförderten und Förderer sehr wichtig sei. Prof. Dr. Angela Koch, Professorin für Kulturmanagement im Studiengang Betriebswirtschaft der Hochschule Heilbronn, stellte die Bedeutung einer systematischen Zielgruppenanalyse heraus. Die Notwendigkeit einer professionellen Evaluation einzelner Maßnahmen erläuterte Dr. Gabriele Minz, Leiterin von young.euro.classic.

Fasst man die Ergebnisse der Diskussion um die Professionalisierung der Kulturfördervereine zusammen, lässt sich folgendes Marketingmodell entwickeln:



2. Formen der Zusammenarbeit

Der Vorsitzende des Vereins der Freunde der Nationalgalerie, Prof. Dr. Peter Raue, beschrieb in seiner Rede das Verhältnis zwischen Förder- und Freundeskreisen und ihren Kulturinstitutionen folgendermaßen: „Spannungen zwischen Freundeskreis und gefördertem Institut können von der Lebendigkeit des Dialogs zwischen den Parteien zeugen. Sie können aber verheerend sein, wenn der Freundeskreis Machtansprüche, künstlerisches Mitentscheidungsrecht oder inhaltliche Gestaltungsmöglichkeit einfordert.“ Raue schloss daraus, dass Förder- und Freundeskreise ihre Kulturinstitutionen zwar begleiten, korrigieren und vorantreiben könnten, diese Prozesse jedoch im Dialog stattfinden müssten. Er zog den Vergleich einer Zweckehe heran, in der Freundeskreise ihren Einrichtungen zwar oftmals lästig, aber zugleich die „Seinsgrundlage“ wären. Durch ständige Gesprächsbereitschaft und aufeinander Zugehen könnte man, so Raue, mögliche Spannungen reduzieren und zugleich aushalten lernen.

Sowohl Prof. Dr. Peter Raue (als Vertreter eines Freundeskreises) als auch Prof. Dr. Klaus-Dieter Lehmann (als Vertreter einer Institution) wiesen daraufhin, dass Kulturinstitutionen ihre Unabhängigkeit und die Gestaltungsfreiheit ihrer Intendanten nicht an Förder- und Freundeskreise verlieren dürften. Dies stelle allerdings im Einzelfall einen Balanceakt dar, da die Förder- und Freundeskreise, so Raue, notwendigerweise in das Geschehen der jeweiligen Institutionen eingreifen müssten, um Werbemaßnahmen oder Fundraising-Aktivitäten ausführen zu können. Gerade aus diesem Grund sei es besonders wichtig, dass Förder- und Freundeskreise professionelle Arbeitsmethoden entwickelten: Erstens müssten die Ziele der Förder- und Freundeskreise für die jeweilige Kulturinstitution transparent und verständlich aufgestellt werden. Zweitens sollten die Kulturinstitutionen in die Planung der Förder- und Freundeskreise einbezogen werden, um Synergieeffekte zu erzielen und kontraproduktive Folgen zu vermeiden.

3. Rahmenbedingungen

Allgemein wurde positiv zur Kenntnis genommen, dass die Mitgliedsbeiträge zu Kulturfördervereinen in Zukunft auch dann steuerlich absetzbar bleiben, wenn der Förderverein seinen Mitgliedern geldwerte Vorteile anbietet. In einer gemeinsamen Initiative hatten sich der Kulturkreis der deutschen Wirtschaft im BDI, der Deutsche Kulturrat, der Bundesverband der Fördervereine deutscher Museen für bildende Kunst und die Wirtschaftskanzlei Hogan & Hartson Raue LLP im Oktober 2006 für den Erhalt der steuerlichen Abzugsfähigkeit eingesetzt. Die meisten Teilnehmer des Symposiums waren sich allerdings darüber einig, dass der Staat größere steuerliche Spielräume für Spenden und Sponsoringmittel schaffen müsse.

Prof. Dr. Karl-Heinz Paqué, Vorsitzender der FDP-Fraktion im Landtag von Sachsen-Anhalt, ging auf den „Referentenentwurf für ein Gesetz zur weiteren Stärkung des bürgerschaftlichen Engagements“ (IV A 3 - S 1910 - 253/06) des Bundesfinanzministeriums zum steuerlichen Umgang mit Spenden ein: Dieser Entwurf bringe zwar einige Verbesserungen für die Zivilgesellschaft, es sei aber zu hinterfragen, ob dieser Schritt ausreichend sei, da die gesetzten Grenzen für die steuerliche Absetzbarkeit zu eng seien. Auch Rupert Graf Strachwitz, Direktor des Maecenata Instituts, bemängelte den Referentenentwurf, der „große Tanker“ bevorzuge und kleine Initiativen benachteilige.

Prof. Dr. Angela Koch, Professorin für Kulturmanagement im Studiengang Betriebswirtschaft der Hochschule Heilbronn, berichtete in ihrem Beitrag über die Praxis privater Kulturförderung in Amerika und plädierte in diesem Zusammenhang für höhere Anreize für bürgerschaftliches Engagement in Deutschland. Es ginge nicht darum, den Kulturbetrieb in Deutschland zu entstaatlichen, sondern die Kultureinrichtungen noch mehr als bisher zu öffentlichen Orten gesellschaftlicher Partizipation zu machen. Schließlich würden jüngsten Studien zufolge drei Viertel der Bevölkerung mit den bestehenden Kulturangeboten kaum oder gar nicht erreicht. Bei den Mitgliedsbeiträgen der Freundeskreisen, aber auch bei den Eintrittspreisen zu Kulturinstitutionen, seien zudem die Möglichkeiten einer stärkeren preislichen Differenzierung (beispielsweise zwischen Studenten und Unternehmen) noch nicht ausgeschöpft. Es komme darauf an, Freundeskreise bewusst für neue gesellschaftliche Gruppen zu öffnen. Auch Prof. Monika Grütters, MdB und Vorstandsmitglied der Stiftung Brandenburger Tor der Bankgesellschaft Berlin, betonte, dass eine neue Anerkennungskultur wichtig sei.

Abschlussdiskussion

Das Symposium wurde mit einer einstündigen Diskussion beendet, die live auf Deutschlandradio Kultur übertragen und vom Intendanten des Deutschlandradios, Prof. Ernst Elitz, moderiert wurde. Podiumsgäste waren Prof. Monika Grütters (MdB und kulturpolitische Sprecherin der CDU-Fraktion in Berlin), Dr. Thilo Sarrazin (Senator der Finanzen des Landes Berlin), Prof. Dr. Karin Freifrau von Welck (Kultursenatorin der Freien und Hansestadt Hamburg) und Dr. Tessen von Heydebreck (Vorsitzender des Kaiser Friedrich-Museums-Vereins und Vorstandsmitglied der Deutschen Bank AG).

In der Abschlussdiskussion unterstrich Monika Grütters die Bedeutung kultureller Aktivitäten und rief dazu auf, Kultur nicht als bloßen Kostenfaktor zu begreifen. Gefördert werden müsse eine künstlerische Avantgarde – mit dem Recht, auch einmal scheitern zu können. Dr. Thilo Sarrazin erwiderte, dass die Qualität der Kultur nicht zuallererst vom Geld, sondern von den Inhalten abhänge. Es bestünde ein Missverhältnis, wenn in München die Opernkarte mit 110 Euro, in Berlin aber mit 160 EUR subventioniert werden müsse. „Unter dem Schutz der Kultur gedeiht mitunter Altholz“, äußerte Sarrazin.

Dr. Tessen von Heydebreck kritisierte den politischen Schlagabtausch zwischen Grütters und Sarrazin. Er betonte, dass es an den Schnittstellen zwischen Darstellender Kunst und Bildung unendlich viel zu tun gäbe. Die Politik erwarte von der privaten Wirtschaft zu Recht mehr finanzielles und ideelles Engagement. Dazu müsse man auf der privaten Seite Kräfte bündeln und existierende Berührungspunkte zum Kultursektor abbauen.

Ein Beispiel für erfolgreiches Public-Private-Partnership sei die Elbphilharmonie in Hamburg, so Karin von Welck: Das Projekt könne nur aufgrund zusätzlicher privater Förderung zur staatlichen Förderung realisiert werden. Gleichzeitig führe das Engagement privater Förderer, das in Hamburg auf eine lange Tradition zurückblicke, jedoch nicht zum Rückzug der Politik. Die Sorge, dass im Zuge der staatlichen Ausgaben für die Elbphilharmonie bei der Sozialpolitik gespart werden müsse, sei unbegründet. Kultur- und Sozialprojekte dürfe man nicht gegeneinander aufrechnen. Politik solle vorrangig das fördern, was es schwer habe, so Karin von Welck.

Die Teilnehmer des Symposiums hatten im Rahmen der anschließenden Abendveranstaltung im Bode-Museum die Gelegenheit, das restaurierte Museum kennenzulernen. Dank gebührt in diesem Zusammenhang dem Kaiser Friedrich-Museums-Verein, der den Empfang im Bode-Museum mitunterstützte.

Autoren: Kulturmanagement Network (Dirk Heinze, Stefanie Kaniuth, Wigbert Böll) sowie Sarah Brabender.

Die Initiatoren des Symposiums danken Kulturmanagement Network für die Unterstützung bei der Erstellung des Berichtes (www.kulturmanagement.net).

Falls Sie Interesse an der Studie des Kulturkreises der deutschen Wirtschaft im Bundesverband der Deutschen Industrie e.V. zur aktuellen Situation von Förder- und Freundeskreisen der Kultur in Deutschland haben, wenden Sie sich bitte an:

Friederike von Reden
Kulturkreis der deutschen Wirtschaft im BDI
Telefon 030 / 2028 – 1506
f.reden@bdi.eu

Die Studie ist auch im Internet unter www.kulturkreis.org abrufbar.