

Kreatives Geldsammeln für gutes Karma

Crowdfunding Einfach war die Finanzierung von Kulturprojekten noch nie. Seit Internet-Plattformen Schwarmfinanzierung anbieten, etabliert sich diese Geldbeschaffung. Vier Kulturschaffende aus der Region berichten über ihre Erfahrungen.

**Hansruedi Kugler
Dieter Langhart**

Kreative sind geübt in fantasievoller Geldbeschaffung: Spendenbarometer auf dem Dorfplatz für die Neuniformierung der Musikgesellschaft; Versteigerung alter Kinosessel für die Kinorenovierung; Dankes-Stickerei auf gesponsorten Kleintheaterkissen. Allen gemeinsam ist, dass man sein Projekt auf möglichst vielen Kanälen bekannt macht und den Spendern, die auch anonym bleiben können, eine Gegenleistung bietet. In der Regel ist diese symbolisch: vom Dankesbrief für die Mitfinanzierung der neuen Pfa-

dihütte bis zum VIP-Abend nach der Theaterpremiere. Das in den letzten Jahren stark gewachsene «Crowdfunding» (Schwarmfinanzierung) ist also grundsätzlich keine neue Idee. Neu daran ist, dass man so übers Internet unbegrenzte Reichweite erhält. Theoretisch zumindest. Denn die Erfahrung zeigt: Es spenden überwiegend Freunde und Bekannte. Etwas salopp gesagt der Facebook-Freundeskreis.

Ständige «Bettelei» auf allen Kanälen

Rund 20 Crowdfunding-Plattformen gibt es in der Schweiz. Auf kulturelle Projekte spezialisiert

haben sich Wemakeit und 100 Days. Deren Leitspruch: Seid nicht schüchtern! Erfolgreich bewerbe man sein Projekt nur, wenn man ein tolles, selbst produziertes Video, gute Bilder und Texte auf die Plattform stelle. Und wenn das Projekt dann auf der Plattform aufgeschaltet ist, beginnt die ständige «Bettelei», auf allen sozialen Kanälen. So hat in der Ostschweiz etwa Renato Kaiser vor vier Jahren sein Buch «Uufpassä, nö aapassä» mitfinanziert, der Journalist Stefan Millius im gleichen Jahr seinen Dokumentarfilm «Die zehn Verbote» und das Kaffeehaus in St. Gallen eine Kaffeeröstmaschi-

ne. Bei den meisten Projekten finanziert das Crowdfunding fünf bis zehn Prozent der Gesamtkosten. Es ist also eine ergänzende Teilfinanzierung. Hauptgeldgeber für Kulturprojekte sind nach wie vor die öffentliche Hand, Stiftungen und Eigenleistungen inklusive Verkaufseinnahmen.

Katrin Meier, Leiterin Amt für Kultur des Kantons St. Gallen, begrüsst das Crowdfunding: «Wir haben deshalb den Aufbau der Plattform Wemakeit in den Jahren 2015 und 2016 mitfinanziert.» Auf ihre Förderpraxis habe das Crowdfunding aber keinen Einfluss, «diese Geldbeschaffung betrachten wir als Teil

der privaten Beteiligung, die wir nach dem Subsidiaritätsprinzip an die Vergabe unserer Fördergelder knüpfen. Wie sie sich zusammensetzt, überlassen wir aber den Kulturschaffenden.»

Dichter Kulturkalender, Gemeinden in der Pflicht

Auch Martha Monstein, Leiterin Kulturamt des Kantons Thurgau, hält Crowdfunding für eine «interessante Ergänzung zur staatlichen Förderung». Denn im Kulturbereich herrsche immer mehr Konkurrenz, aber die Fördergelder nähmen nicht zu. Und kaum ein Kulturprojekt sei selbsttragend. Für Martha Monstein ist

Crowdfunding wie ein Gönnerverein, «es schafft Bindung und vergrössert den Kreis von Unterstützern». Die Zahl der Gesuche an das durch den Lotteriefonds alimentierte Kulturamt nimmt ausser im Bereich Kulturvermittlung leicht ab, da die regionalen Kulturpools mit Gemeinde- und Kantonsmitteln Projekte in ihrer Region unterstützen. Wird ein Gesuch ans Kulturamt abgelehnt, gibt das Kulturamt eine Begründung, «auf Wunsch mündlich auch ausführlicher». Martha Monstein hat auch privat schon diverse Crowdfunding-Projekte unterstützt. «Aber ich habe auf eine Gegenleistung verzichtet.»

«Die Bettelmentalität fiel mir am Anfang ein wenig schwer»

Buch Karl Schimke, Tubist im Sinfonieorchester St. Gallen, hat letzten Sommer mit einem Konzert aller St. Galler Kirchenglocken aufhorchen lassen. Im Herbst erscheint eine Dokumentation über diesen speziellen Anlass, auch als Art Kompendium aller St. Galler Glocken.

Crowdfunding sei schwerer als man es sich vorstelle. «Es funktioniert nach dem Schwarmprinzip, also möglichst viele Menschen anschreiben», erklärt Schimke das Vorgehen. Bücher seien schwieriger über Crowdfunding zu finanzieren. Der Musiker hat es über die Plattform wemakeit.com betrieben, eine Idee im Rahmen des Jubiläums 125 Jahre St. Galler Kantonalbank. Die Ausgangslage für das Glockenbuch war vergleichsweise komfortabel: 45 000 Franken kamen von der Stadt St. Gallen, 30 000 Franken von Sponsoren. Für die fehlenden 30 000 Franken, für die es zudem eine Defizitgarantie gab, musste Schimke erst einmal

10 000 Franken sammeln. Diesen Betrag hat die Bank dann verdoppelt. Die restlichen 10 000 Franken kamen dann problemlos zusammen.

«In den USA geht man mit dem Thema Crowdfunding viel offener um. Der Schweizer Mentalität ist das eher fremd. Bettelbriefe zu schreiben fiel mir recht schwer, diese Mentalität musste ich erst lernen», sagt der gebürtige Amerikaner. Crowdfunding sei harte Arbeit, zumal es in wenigen Wochen funktionieren müsse. Sechzig Spender, darunter einige sehr grosszügige, haben das Buch unterstützt. «Die Gelder kamen praktisch nur von Privaten und Freunden», erzählt Karl Schimke. Ein Patentrezept für erfolgreiches Crowdfunding gebe es nicht, sagt der Musiker, aber es sei eine positive, demokratische Sache. Belohnt wurden die Spender übrigens mit einem Handy-Klingelton einer St. Galler Glocke.

Martin Preisser



Bitte und Danke für guten Zweck: So funktionieren Opferstöcke in der Kirche wie auch modernes Crowdfunding. Bild: Gerhard Trumler/Imagno

Der Thurgau sagte zu, Zürich zögerte zuerst

Theater Noce Noseda ist Mitgründer der Theaterwerkstatt Gleis 5 in Frauenfeld und Mitglied des Kodachrome-Theaters Zürich. Die Stadt Frauenfeld und die Kulturstiftung des Kantons Thurgau hatten Ja gesagt zur Coproduktion «Zeitstillstand», der Kanton Zürich Nein. Gespielt wird in Frauenfeld und Zürich. Die Stadt Zürich wollte das Projekt nicht unterstützen, vielleicht, weil es das erste Gesuch des Kodachrome-Theaters war.

Aufwendige Technik für das EWZ Selnau, vier Schauspieler, Videoprojektionen, das summiert sich. Das Budget? Rund 85 000 Franken, «mit 60 000 machen wir das Ding». Die Hälfte fehlte noch, der Rettungsanker hiess Wemakeit, zehn Prozent Kommission im Erfolgsfall. Kleine Lockungen wie Künstlerpostkarten gab es, grosse wie eine Privataufführung. Ziel bis 29. Juni knapp verfehlt, aber mit eigenen Zusagen und Freundesmitteln gesichert. «Jeder Beitrag zeigt In-

teresse, Goodwill: «Ich will Teil einer guten Idee sein», sagt Noseda. Einige Unterstützer waren den Theatermachern bekannt, andere spendeten anonym. «Ohne Startgeld kann man nicht produzieren – wir leben von unserer Arbeit.» Das Crowdfunding sichert den zwei Theatertruppen zusätzliche Probetage. Und Zürich sagte in letzter Minute zu.

Noseda würde diesen (bereits beschrittenen) Weg erneut wählen, aber neu mit Funders – die TKB und andere Kantonbanken sind Kooperationspartner. Und jetzt wird der Schauspieler, Regisseur und Stückerdeutlich: «Kultur sollte von der Öffentlichkeit unterstützt werden.» Es sei ein politischer Entscheid, ob jeder ins Theater gehen kann oder nur der vermögende Bürger. «Kultur darf nicht elitär sein.» Was Noce Noseda nicht sagt: Kultur darf nicht zur Selbstausbeutung führen.

Dieter Langhart

Als Geschenk einen persönlichen Schnyder-Text

Theater «Wenn nicht alles Geld zusammenkommt, verzichte ich als Autorin und Produktionsleiterin auf ein Honorar.» Rebecca C. Schnyder sammelt auf dem Portal 100 Days noch 66 Tage Geld für ihr drittes Theaterprojekt mit der Gruppe Freirampe. Ziel sind 9500 Franken, bei einem Budget von 117 000 Franken. Vom Lotteriefonds gibt es 20 000 Franken. Den Rest müssen Tickets, Eigenleistungen und Stiftungen decken. Im Stück «Alles trennt» geht es um eine zerstörerische Mutter-Tochter-Symbiose. Die Premiere in der Kellerbühne St. Gallen und die Tournee mit 12 Vorstellungen auf weiteren Kleinbühnen sind gebucht. Mit den Tickets spiele man höchstens die Aufführungsgagen ein, Probearbeiten und Ausstattungskosten blieben aber ungedeckt. Die Theater sind dafür zu klein.

Das Portal 100 Days zieht bei einem erfolgreichen Crowdfunding 6 Prozent der Gesamtsumme als Prämie ein. «Ein fairer

Deal», findet Schnyder. Deren Unterstützung sei grösser als bei WeMakeIt, wo sie vor drei Jahren ihr erstes Crowdfunding durchführte. Der Bettelaspekt beim Crowdfunding sei unangenehm, gibt Schnyder zu. «Man muss bereit sein, 100 Tage lang Freunde und Bekannte zu nerven.» Auf allen Social-Media-Kanälen. Ihr beliebtester: Whatsapp. Denn es sind hauptsächlich Leute aus dem eigenen Umfeld, die spenden. Doch Schnyder relativiert gleich: Umgekehrt spende sie selbst bei anderen Projekten: «Ein tolles Projekt zu unterstützen, gibt mir ein gutes Gefühl.» Zuletzt hat sie ein Filmprojekt einer Freundin unterstützt. Zudem: «Als Belohnung gibt es gutes Karma, denn wer kann das nicht gebrauchen?», sagt sie lachend im Video. Im Ernst: Für 250 Franken bekommt man einen thematisch frei wählbaren, persönlichen Schnyder-Text.

Hansruedi Kugler

Scheitern ist verboten – das wäre Antiwerbung

Performancekunst Vom 1. bis 10. September findet im Hochmoor von Gais AR Unerhörtes statt. Unter dem Titel «Klangmoor-Schopfe» präsentieren zehn nationale und internationale Künstler (darunter Roman Signer) Soundinstallationen. Die Klangkünstler und Soundtüftler bespielen neun Scheunen, die am Fusse des Hirschberg-Walds stehen.

Die ortsspezifischen Installationen konnte der Initiant und Musiker Patrick Kessler dank Stiftungen, der Ausserrhoder Kulturförderung und Privaten finanzieren. Um während der 10 Tage dauernden Ausstellung ein Rahmenprogramm bieten zu können, suchten Kessler und der Kulturmanager Jacques Erlanger die Mittel dafür via Wemakeit.

1800 Adressen konnte man anschreiben, um die angestrebten 10 000 Franken zusammenzubringen – das schien realistisch. Doch: «Ein Selbstläufer wurde es nicht», betont Erlanger. Es brauche einigen zeitlichen und admini-

strativen Aufwand, nicht nur weil man die Leute via Mail oder telefonisch an die laufende Sammlung erinnern müsse. Auch ein Video wurde extra produziert: «Viele dieser Videos sind sehr professionell gemacht» – da durfte der eigene Auftritt nicht zu sehr abfallen.

Dass sie ihr Finanzierungsziel erreichten, habe man wohl auch sogenannten «Multiplikatoren» zu verdanken, die zusätzlich auf das Projekt hingewiesen haben, wie in ihrem Fall der Newsletter des Palace. Zu scheitern, das kam laut Erlanger nicht in Frage. «Das wäre Antiwerbung gewesen», sagt Patrick Kessler. Und obwohl sie lediglich Geld für das Rahmenprogramm gesucht hatten, sei das offensichtlich nicht allen Spenderinnen und Spendern klar gewesen. Beschenkt wurden die Geldgeber – die Mehrheit spendete zwischen 26 und 100 Franken – mit Gratinen.

Andreas Stock