

Zeitschrift: Schweizer Monat : die Autorenzeitschrift für Politik, Wirtschaft und Kultur
Band: 92 (2012)
Heft: 998

Artikel: Künstler sucht Förderer
Autor: Wiederstein, Michael / Egli, Rea
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-735471>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. 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. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

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. [Voir Informations légales.](#)

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. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 16.03.2025

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

Künstler sucht Förderer

Niemand zu klein, ein Kulturmäzen zu sein? Mit Crowdfunding generieren amerikanische Plattformen bereits hunderte Millionen Dollar. Nun hat Rea Egli das Konzept in die Schweiz importiert. Wer sein Projekt auf wemakeit.ch lancieren will, erfährt: ohne Mundpropaganda und Moneten läuft nichts.

Michael Wiederstein trifft Rea Egli

Rea, seit Beginn des Jahres existiert die Crowdfunding-Plattform wemakeit.ch, die Kulturprojekten digital auf die Beine hilft. Im angelsächsischen Raum gibt es ähnliche Plattformen schon seit Jahren. Mit grossem Erfolg. Wieso ist die Schweiz so spät dran?

Es dauert erfahrungsgemäss eine Weile, bis solche Trends aus den USA nach Europa und in die Schweiz schwappen. Das Misstrauen ist hierzulande grösser, die Start-up-Mentalität eine andere. Wären wir vor zwei Jahren mit dem Projekt gekommen, das Projekt wäre von vornherein zum Scheitern verurteilt gewesen.

Wieso?

Weil keiner das Prinzip «Crowdfunding» kannte.

Das US-Vorbild Kickstarter generiert dabei jährlich über 100 Millionen Dollar aus Beiträgen seiner Nutzer, die in Kulturprojekte fliessen...

Kickstarter ist unsere Referenz. Sie zeigt, dass etwas Derartiges schon einmal funktioniert hat – und auch in der Schweiz funktionieren kann. Das Konzept stösst bei Künstlern wie bei Unterstützern auf offene Ohren: Jemand meldet sich an, stellt sein Projekt ein und setzt direkt am Anfang sein finanzielles Mindestziel für die Förderung fest. Und wer dieses Mindestziel im ebenfalls selbst gewählten Zeitraum nicht erreichen kann, bekommt...

Nichts?

(lacht) Richtig. Das ist unser Anreizsystem: Bezahlt wird erst, wenn das Ziel erreicht ist. Das gilt auch für die jeweiligen Unterstützer. Ihnen wird erst dann die Kreditkarte belastet, wenn 100 Prozent finanziert sind. Und wir sagen jedem, der mitmacht: Wer über Geld nicht redet, wird dieses Mindestziel nie erreichen.

Müssen die Kulturschaffenden also auch bei euch Bettelbriefe verschicken?

Der Ausdruck betteln impliziert, dass kulturelle Arbeit und Produkte nichts wert sind; das stimmt nicht. Das Publikum macht ein Zahlungsverprechen und erhält dafür einen Gegenwert. Neu ist, dass Künstler ihrem Publikum eine Idee präsentieren und erst produzieren, wenn sich die Nachfrage seitens des Publikums bestätigt hat. Auf Crowdfunding finden aber auch Endfinanzierungen von grösseren Kulturprojekten statt, die teilweise auch öffentliche För-

Rea Egli

ist Kulturunternehmerin und Mitgründerin der Crowdfunding-Plattform wemakeit.ch. Sie hat diverse Kulturprojekte initiiert und ist Teilhaberin von swissandfamous, Westflügel, «Märli für Erwachsene» und showcase.

derung erhalten haben, z.B. eine Postproduktion eines Filmes. Spannend ist jedoch, nebst der Finanzierung von Ideen, dass dieser Prozess bereits in eine erste öffentliche Projektkommunikation fällt, das ist eine neue Situation im Kulturbereich.

Jeder Projekteigner, der über ein Netzwerk verfügt, hat also schon einmal eine Art Startvorteil?

Das ist so. Sobald aber ein gewisser Prozentsatz finanziert und auf der Website ausgeschrieben ist, steigen auch andere Unterstützer mit ein, die keine persönliche Beziehung zum Künstler haben. Dabei kommt es interessanterweise nicht so sehr auf den Betrag an, der zustande kommen soll, sondern viel mehr auf das Produkt und seine Präsentation.

Was bekommt der Unterstützer als Gegenleistung?

Die Unterstützer erhalten Bücher, Einladungen, Editionen und Leistungen, die nicht käuflich erwerblich sind. Ebenso wichtig ist aber das Wissen, teilzuhaben und mit seinem Geld etwas zu bewirken. Im Gegensatz zum iTunes-Store, wo bestenfalls einige Prozente bis zum Künstler hinabtröpfeln, erhält er auf wemakeit.ch nämlich 90 Prozent der erreichten Summe, sollte die Kampagne erfolgreich finanziert werden.

Nicht, dass ich vermeintlich objektiven Qualitätsstandards für Kulturprodukte das Wort rede, aber dabei nimmt niemand eine Kontroll- oder Kuratorenfunktion wahr?

Vor und während der Sammelphase geben wir als Mitglieder der wemakeit-Redaktion schon den einen oder anderen Tip: Wir empfehlen dem Kulturschaffenden gewisse Vorgehensweisen, geben Inputs zur Aufbereitung für die Inhalte. Meine Mitgründer und ich kommen alle aus dem Graubereich zwischen Kunst und kulturunternehmerischer Praxis: Johannes Gees ist Künstler, Jürg Lehni ist Designer und ich bin Verlegerin. Wir haben vor, künftig für Stiftungen und Unternehmen ganze Portfolios oder Programme von



Rea Egli, fotografiert von Jazo Palkovits.

Künstlern und ihren Arbeiten zusammenzustellen, die diese dann gezielt begleiten können, um sie auch auszustellen und eventuell sogar wachsen zu lassen.

Wachsen?

Ja. Das könnte so aussehen, dass sich eine Bank engagiert und jeden Franken verdoppelt, der von den «normalen» Nutzern gesprochen wurde. Oder es könnte eine Stiftung sein, die das fertige Projekt als «Botschafter» um die Welt schickt, wie gegenwärtig den Appen-

Es ist einfach generell ein Schweizer Problem, über Geld zu reden.

zeller Baumstamm «Bloch» eures Mitarbeiters Johannes Hedinger. Uns schwebt ein breites Netzwerk aus Akteuren vor, die sich – alle auf ihre Art – der Kulturförderung verpflichtet sehen und auf unserer Plattform zusammenfinden. Im Vergleich zu den USA, wo auf ein Projekt etwa 200 Förderer kommen, die jeweils 10 bis 20 Dollar geben, sind es in der Schweiz nämlich bisher deutlich weniger Förderer, vielleicht etwa 30 pro Projekt, die aber mit viel höheren Beträgen einsteigen. Der Schweizer sagt sich: «Wenn ich schon etwas gebe, dann auch richtig.» Die Schwarmbildung, das bedeutet: die grossen Gesamtbeträge durch Mikrofinanzierung, muss sich bei uns aber erst noch einstellen.

Und dann endlich: Die Schweiz als Künstlerparadies...

Vielleicht muss ich direkt nachschieben, dass die hohe Mäzenendichte der Schweiz nicht uneingeschränkt positiv ist: Ich glaube, dass wir auch lernen müssen, für Förderungen etwas zurückzuverlangen. Das muss kein Geld sein, aber doch zumindest eine besondere Anerkennung durch den Künstler. Etwa eine private Theateraufführung, wenn es sich um ein Theaterprojekt handelte, ein Teil einer Kunstaussstellung, eine besondere Edition einer finanzierten CD...

Die Plattformnutzer müssen sich mit dem Gedanken anfreunden, dass es sich hier um einen Markt handelt, nicht um einen Schenkclub?

Ja. Wer bloss eine finanzielle Zuwendung für seinen künstlerischen Lebensraum haben will, der sollte dementsprechend bei den Stiftungen anklopfen, und nicht bei uns.

Wieso macht ihr den Stiftungen nicht auch in anderen Segmenten – Stichwort: Hochkultur – Konkurrenz?

Das können wir gar nicht. Crowdfunding ist eine Ergänzungslösung zur traditionellen Kulturförderung. Es gibt sehr viele Kunstprojekte, die über Crowdfunding nicht oder nur sehr schwierig zu finanzieren sind. Künstlerische Austauschprogramme beispielsweise. Stipendien sind auch so ein Fall: Wieso sollte ein einzelner Bürger einem Schriftsteller etwa ein Stipendium finanzieren? Auf absehbare Zeit ist eine Ersetzung klassischer Kulturförderung durch ein Konzept wie unseres undenkbar...

Einspruch! Eben hast du gesagt, vor ein paar Jahren sei Crowdfunding in der Schweiz ebenso undenkbar gewesen – nun beweist ihr aber das Gegenteil. Warum sollte nicht auch bei klassischer Kulturförderung das Undenkbare zur Realität werden?

Bei der Populärkultur funktioniert der Markt, hier kann Crowdfunding seinen Teil beisteuern – bei uns bis zu einer Summe von CHF 50 000 pro Projekt. Wer nun das Zürcher Opernhaus durch Crowdfunding finanzieren will, der verkennt die finanzielle Potenz der einzelnen Kulturförderinstitutionen. Umgekehrt gilt: kantonale Stellen müssen bestimmt nicht die Produktion von Musikvideos fördern. Die öffentlichen Institutionen und auch die grossen Stiftungen sollten sich also vermehrt auf die Produktion und Förderung von Inhalten und um den Unterhalt der Bühnen kümmern, eine marktgerechte Umsetzung von Kulturprodukten kann dann wiederum das Crowdfunding besorgen.

Ihr habt auch Geld von Stiftungen erhalten, um euer Unternehmen aufzubauen...

Stimmt, wir sind ein gutes Beispiel: *wemakeit* gäbe es wahrscheinlich gar nicht, wenn wir nur auf die privaten Investoren hätten bauen können. Das Vertrauen der grösseren Förderakteure ist für uns aber auch ein inhaltlicher Qualitätsstempel. Sie machen weiterhin ihre Antragssteller auf uns aufmerksam, wenn sie in unser Förderkonzept passen. Unser Vorteil: wir haben lange nicht so hohe «kulturelle Hürden» wie die meisten Stiftungen. Eine Vorschrift haben sie uns aber für die Finanzierung gemacht: Wir mussten zusichern, die Plattform ausschliesslich auf Kulturprojekte zuzuschneiden.

«Kultur» ist ein weites Feld.

Richtig. Klar ist aber: Charity-Projekte oder Ingenieur-Start-ups bleiben bei uns zunächst einmal draussen.

Das hat euch nicht vor Kulturkommerzialisierungsvorwürfen aus dem Kuchen geschützt.

Crowdfunding ist Community Funding. Projekte werden von einigen Dutzend bis einigen Hundert Fans unterstützt. Das ist das Gegenteil von kommerzieller Massenkultur. Wer uns vorwirft, dass wir für unsere Arbeit entlohnt werden, ist weltfremd. Es ist einfach generell ein Schweizer Problem, über Geld zu reden, Kuchen hin, Kuchen her. Künstler, die über uns ein Projekt lancieren, müssen über Geld reden, denn ohne Mundpropaganda und Moneten läuft auch bei *wemakeit* nichts. Wir sind kein Verein, keine Stiftung und kein Club, wir sind eine GmbH. 6 Prozent des erfolgreich gesammelten Endbetrags für ein bei uns lanciertes Kunstprojekt gehen an das Unternehmen. Etwa 40 bis 50 Prozent der Projekte schaffen es, die selbstgelegte Messlatte des Finanzierungsziels zu erreichen. Das ist eine vergleichsweise gute Quote – und sie muss auch gut sein, denn unser Unternehmenserfolg hängt direkt vom Erfolg der lancierten Kulturprojekte ab. Und unser Ziel ist natürlich, die Plattform auf Dauer profitabel unterhalten zu können. ◀