

# Crowdfunding Vol. 2

In Rotterdam kann man über eine Brücke gehen, die von der Bevölkerung, von Unternehmen und dem Staat gemeinschaftlich finanziert wurde. Matchedfunding ist auch für die Kultur eine Chance. Wo steht man damit in der Schweiz?

Von Martina Kammermann

Crowdfunding wird zu einem immer wichtigeren Finanzierungs-kanal der Kultur. 2015 steckten Schweizerinnen und Schweizer rund sechs Millionen Franken in über 500 kulturelle Projekte – Tendenz steigend. Doch nicht nur die vermittelten Geldsummen steigen in ganz Europa sprunghaft an, es formieren sich auch neue Co-Finanzierungsmodelle. In den USA und im angelsächsischen Raum sind sogenannte Matchedfundings verbreitet, in denen Gelder von Institutionen, Unternehmen oder Behörden an Crowdfundings gekoppelt werden. Die gängigste Form: Wenn jemand über Crowdfunding einen bestimmten Betrag erreicht, verdoppelt ihn eine Institution.

Nun finden Matchedfundings ihren Weg auch in den Kulturbereich. Im deutschen Projekt «KulturMut» etwa arbeiten die Plattform Startnext und die Frankfurter Stiftung Aventis zusammen. Erst macht die Stiftung eine Ausschreibung und trifft aus den Gesuchen eine Vorauswahl. Diese lancieren ein Crowdfunding. Nach Abschluss unterstützt Aventis die erfolgreichsten Projekte, die ihren Zielbetrag nicht erreicht haben. Das Ziel: Die Kulturschaffenden haben dank dem Hebeleffekt die Chance auf eine grössere Summe – die Stiftung verspricht sich gesellschaftliche Relevanz.

Hierzulande gibt es kaum kulturelle Matchedfundings. Ein Beispiel ist der «Music Booster» der Swisscom: Schafft eine junge Band im Crowdfunding das erste Drittel des Zielbetrags, gibt die Swisscom das zweite Drittel dazu. Dann entscheidet wiederum die Crowd über das Ende. Guter Zweck, gutes Marketing. Auch verschiedene Banken engagieren sich bereits in Matchedfundings mit sozialem Zweck, und die Luzerner Kantonalbank hat im Juni gar die eigene Plattform Funders aufgeschaltet, auf der sie nach bestimmten Kriterien Projekte boosten will. Auf Unternehmerseite zieht man also mit. Doch wie gehen Schweizer Kulturförderinstitutionen mit den neuen Co-Finanzierungsmodellen um?

## Zwischen Jury und Publikum

Für die öffentliche Kulturförderung ist Matchedfunding kein Thema. Die Kulturämter von Basel über Luzern bis Uri sind sich einig: Man sieht Crowdfunding als sinnvolle Ergänzung zur eigenen Tätigkeit. Aber da Crowdfundings im Gegensatz zu den Öffentlichen auf Publikumerfolg basieren, möchte man die Mechanismen keinesfalls vermischen – was fatal wäre.

Auch in der Schweizer Stiftungslandschaft finden sich bis anhin keine kulturellen Matchedfundings. Das hat mehrere Gründe: Grosse

Player wie die Ernst-Göhner- oder die Christoph-Merian-Stiftung unterstützen zwar die Crowdfunding-Plattformen selbst, verzichten im Kulturbereich aber auf Matchedfunding. In der Projektförderung hat man eigene Fachjürys und klare Ziele, die man nicht verwässern will. So sieht auch die Innerschweizer Albert Koechlin Stiftung aktuell keinen Anlass, vom Jury-Modell abzuweichen. Zudem habe man sich noch kaum mit dem Thema befasst. Das ist ein weiterer Punkt: Matchedfunding ist noch wenig bekannt. Für kleine und mittelgrosse Stiftungen wäre dies aber sehr interessant, sagt Beate Eckhardt, Präsidentin des Verbands Swiss Foundations. «Gerade wenn man sehr breit fördert, ist es schwierig, inhaltlich in jedem Bereich nah dran zu sein. Dann kann es sinnvoll und entlastend sein, das Publikum einzubeziehen – auch das Klumpenrisiko wird so kleiner.» Ein etwas extremes Beispiel: Die private Katharina Strebel Stiftung vergibt auf der Plattform 100-Days pro Monat 1000 Franken an ein Aargauer Kulturprojekt. Der Deal: 100-Days listet mögliche Projekte auf, die Stiftung wählt per Mail eines aus. Aufwand praktisch gleich null.

Natürlich wollen die meisten Stiftungen die Fäden nicht so weit aus der Hand geben. Doch zwischen den beiden Polen «eigene Jury» und «Publikumsentscheid» gibt es durchaus Nuancen. So kann man über einen Mix aus Ausschreibung und Crowdfunding sehr gezielt fördern, eigene Themen in die Öffentlichkeit transportieren oder eine höhere Vielfalt erreichen. Ein breites Spektrum an Möglichkeiten, das in der Schweiz aktuell noch nicht genutzt wird.

[www.prohelvetia.ch](http://www.prohelvetia.ch) (Kulturelle Vielfalt / Crowdfunding in der Kultur)  
[www.lukb.ch/sponsoring](http://www.lukb.ch/sponsoring)

## Neues Kunst-Crowdfunding-Modell

Diesen Frühling entstand in Zürich die Plattform Donxt: Hier unterstützt die Crowd keine Produkte oder Projekte, sondern die Künstler selbst, und zwar in Form eines monatlichen Beitrags – eine Art Künstler-Abo. Laut den Betreibern ist Donxt erfolgreich gestartet: Bis jetzt haben sich 800 Künstlerinnen und Künstler gemeldet, 170 sind online, 60 werden unterstützt. Die Monatsbeträge zwischen 5 und 315 Franken sind noch sehr bescheiden – auf der US-Plattform Patreon, dem Vorbild von Donxt, verdienen viele Künstler und Künstlerinnen um die 1000 bis 2000 Dollar pro Monat, in Ausnahmefällen auch über 20000 Dollar. Im Trend liegt das Kunst-Abo auf jeden Fall: Die Kulturproduktion rückt mit der Digitalisierung näher zu den Konsumentinnen und Konsumenten. (mak)  
 Infos: [www.donxt.com](http://www.donxt.com)