

Crowdfunding contra klassische Kulturförderung



Einen Film zu drehen, Ausstellungen zu verwirklichen, Design-Ideen umzusetzen oder Kataloge zu produzieren – all das kostet Geld. In Zeiten leerer Kassen sind öffentliche Fördermittel jedoch begrenzt. Gerade für diejenigen, die nur geringe Aussichten auf Stiftungsgelder haben, scheint Crowdfunding (das Prinzip der gemeinschaftlichen Finanzierung) eine attraktive Chance zu sein, damit Konzeptblätter nicht unrealisiert in der Schublade verschwinden.

Das Prinzip der Schwarmfinanzierung im Internet ist simpel: Man stellt sein Projekt auf eine der Crowdfunding-Plattformen und wirbt um Fans und sogenannte Supporter. Kommt der erbetene Geldbetrag zusammen, war das Projekt „erfolgreich“, und die gespendeten Summen fließen. Nach dem amerikanischen Vorbild „Kickstarter“ haben sich in den letzten drei Jahren zahlreiche deutsche Crowdfunding-Plattformen etabliert. „Startnext“ ist die größte und bekannteste unter ihnen. Seit der Gründung 2010 flossen gut zwei Millionen Euro in die Taschen von über 500 Künstlern und Unternehmern. Das hört sich erst mal gut an. Dennoch: Jedes zweite Projekt scheitert. Ist Crowdfunding ein erfolgsversprechendes Finanzierungsmodell oder lediglich ein Hype ohne Zukunft? Um darauf eine Antwort zu geben, scheint es derzeit noch zu früh.

Zumindest lassen sich hier und dort geglückte Proben aufs Exempel finden: etwa die Ausstellung „The Blue Noses Group (RUS) 1999–2009“, veranstaltet vom Kunstverein KUNSTRAUM B. Um die russische Performance-Gruppe nach Kiel zu holen, erbat die Kuratorin Ulrike Heine auf dem Portal „Startnext“ 850 Euro für Flugtickets und Visa für die beiden Künstler der Gruppe. „Die ‚Blue Noses‘ nach Kiel einzuladen, war eine relativ kurzfristige Idee und andere finanzielle Töpfe daher auch nicht mehr zugänglich“, so Heine. Dank 27 „Supportern“ konnten Aleksandr Shaburov und Viacheslav Mizin am Ende vor Ort performen und einen Workshop geben.

Crowdfunding-Projekte in den sogenannten Creative Industries werden laut einer Studie des Fraunhofer-Instituts: im Wesentlichen wiederum von Kreativen finanziert. Bei den meisten hiesigen Kampagnen wird mit geringeren Beträgen hantiert. An die Erfolgsmeldungen aus den USA reicht Deutschland lange nicht heran. Ob Crowdfunding wirklich das Potenzial hat, klassische Projektmitelanträge auszustechen, ist fraglich. Aber um Teilsummen für größere Vorhaben zusammenzubekommen oder um kurzfristige Ausgaben zu ermöglichen, scheint dieses Modell durchaus tauglich. Einen Versuch ist's allemal wert.

Sabrina Schleicher