

„Das perfekte Konzept für die Krise“

Gudula Kienemund und Jörg Müller von den Kulturpaten Leipzig über ihr Förder-Konzept jenseits von Sponsoring

Beim Jahrestreffen Ende November wurde bescheiden Geburtstag gefeiert: Seit zwei Jahren existieren die Kulturpaten Leipzig – eine Initiative, die Unternehmer anspricht, um Kulturmachern bei der Realisierung ihrer Projekte zu helfen. Wie das funktioniert und dass es dabei nicht um Sponsoring geht, erklären Gudula Kienemund und Jörg Müller im Gespräch.

INTERVIEW

Frage: *Wie kam es zur Initiative?*

Jörg Müller: Ich habe schon eine Weile nach Instrumenten der Förderung für Kulturprojekte gesucht, die jenseits vom üblichen Sponsoring liegen. Dann erfuhr ich von den Kulturpaten in Köln. Eine wunderbare Idee, wie ich fand. Ich sprach einige Leute aus der Kultur und der Wirtschaft an, ob sie sich die Realisierung vorstellen könnten, darunter den BMW-Kommunikationsleiter für Leipzig, Michael Janßen, die Moritzbastei und das Werk II. Ruckzuck fanden da einige Leute zusammen, und wir haben das Projekt gestartet.

Frage: *Was ist das Prinzip der Kulturpaten?*

Müller: Im Allgemeinen läuft ja Kulturförderung so, dass ein Kreativer einen Unternehmer um finanzielle Unterstützung bittet. Wenn es klappt, hat der Künstler mehr Geld und der Geber ein gutes Gewissen plus eine Freikarte für die Veranstaltung – das war es dann aber auch. Unsere Philosophie lautet: Es geht nicht um Geld, sondern andere Formen der Unterstützung.

Kienemund: Patenschaften sind praktische Hilfe. Wenn beispielsweise ein Steuerberater anbietet, für ein Jahr die Abrechnung eines freien Theaters ehrenamtlich zu erledigen, wie es beim Lindenfels Westflügel geschehen ist. Oder Künstler Stellwände

und Unterstützung für den Aufbau einer Grafik-Ausstellung erhalten. Auch Unternehmen, die kein Geld für Sponsoring übrig haben, können sich einbringen. Und die Patenschaften haben spürbar nachhaltigere Folgen als Sponsoring.

Nämlich?

Müller: Schneeballeffekte und gute Netzwerke: Eine Grafikagentur unterstützte das Regiefestival. Als die Kulturmacher nun eine Druckerei suchten, vermittelte die Agentur eine zu besonders günstigen Konditionen. So werden nochmal eigene Förderkreise geschaffen.

Kienemund: Das andere Erfreuliche: Es entstehen Sympathien und Freundschaften – oft auch die Fortsetzung der Patenschaft fürs nächste Jahr. Nicht zu unterschätzen ist auch, dass die Profis aus der Wirtschaft ein neues Verhältnis zur Kultur bekommen. Ein Kulturpate meinte ganz begeistert: „Ich wusste gar nicht, dass es so tolle Veranstaltungen gibt!“.

Frage: *Wie finden Paten und Patenkinder zusammen?*

Kienemund: Die Vermittler sind wir. Wir sprechen mit allen Bewerbern und suchen dann, wer ihnen am besten womit helfen könnte. Die EEG Medienkünstler wünschten sich zum Beispiel Beratung für ihre Kommunikationsstrategie, also wird recherchiert: Wer ist Experte, wer könnte sich für eine Patenschaft interessieren, wen könnten wir begeistern? Umgekehrt gibt es das auch, ein Unternehmen kommt auf die Kulturpaten zu. Die LWB wünschte sich ein Kunstprojekt, das wertvolle Stadtteilarbeit leistet und konkrete Unterstützungen für Hausbau braucht. Das wurde dann die Galerie KUB. Ich treffe mich immer zunächst mit der einen Seite, dann mit der anderen – auch

um zu prüfen, ob die Chemie zwischen den Partnern stimmen könnte. Dann setzen wir uns zusammen. Das ist alles ganz unbürokratisch. Start und die ersten Absprachen werden protokolliert, wir beraten intensiv, alles andere muss sich zeigen.

Und wenn die Chemie eben nicht stimmt ...

Kienemund: ... ist das kein Beinbruch. Eine Patenschaft kann man nicht durchpeitschen, es bräcete nichts. Auch ein Scheitern wird diplomatisch und harmonisch gelöst. Das ist allerdings extrem selten, weil die

Vorgespräche ja bereits ergeben, wer wie tickt und wer zusammenpasst.

Frage: *Wie finanziert sich die Kulturpaten-Initiative?*

Müller: Wir brauchen natürlich Förderer, die unsere Arbeit unter dem Dach der Freiwilligenagentur finanzieren. Inzwischen haben wir 20 da-

von, die uns pro Jahr zwischen 500 und 1000 Euro spenden. Damit kommen wir klar, können die Projektstunden und den Verwaltungskram bezahlen. Natürlich steckt auch ehrenamtliche Arbeit drin.

Ein Unternehmer könnte aber sagen: Wozu soll ich das Kulturpaten-Büro bezahlen – da stecke ich mein Geld doch lieber direkt in ein Projekt.

Müller: Es gibt eine ganz einfache Rechnung: Durch unsere Vermittlung sind bislang jedes Jahr 25 neue Patenschaften entstanden – unter dem Strich liegen so Wert und Nutzen der individuellen

Unterstützung wesentlich höher als 500 oder 1000 Euro. Und durch die besagte Entstehung eines neuen Netzwerks, die steigende Bekanntheit und eine eventuelle Fortsetzung der Patenschaft bekommt das Engagement einen kaum bezahlbaren Wert.

Wie stark werden die Kulturpaten

von Kulturmachern und Unternehmern wahrgenommen?

Kienemund: Da es uns erst seit zwei Jahren gibt, sind wir natürlich noch nicht überall bekannt. Doch wir sind mit der bisherigen Resonanz absolut zufrieden, schon jetzt verzeichnen wir eine Warteschleife von Interessenten, die wir trösten müssen.

Müller: Deutlich mehr als 25 Patenschaften pro Jahr würden auch unseren Rahmen sprengen – das würden wir weder personell noch finanziell schaffen. Aber das Interesse wächst, auch von Unternehmen, die gerne Kulturpaten werden

Jörg Müller: Das Interesse wächst, auch von Unternehmen, die gerne Kulturpaten werden möchten.

möchten.

Kann sich das drohende Kürzungsszenario bei städtischen Fördermitteln auf Patenschaften auswirken – indem Unternehmer auf den Spar-Zug aufspringen oder eine „Jetzt helfe-ich-erst-recht“-Haltung einnehmen?

Kienemund: Die soziale Verantwortung ist natürlich bei solchen Einschnitten ganz besonders gefragt. Das Engagement des Bürgertums hat gerade in Leipzig eine bedeutende Tradition.

Müller: Bei unserem Start vorletztes Jahr habe ich gesagt: Wir haben das perfekte Konzept für die Krise – wenn der Wirtschaft das Sponsoring schwer fällt, sagen wir: Ihr müsst nichts spenden, eure Hilfe muss keine monetäre sein.

Ein Appell, der auch für andere Bereiche gelten könnte...

Müller: Absolut! Ich warte schon auf die Sozialpaten oder Schulpaten. Das überlassen wir gerne anderen, wir haben mit Leipzigs Kunst und Kultur schon zu viel zu tun.

Interview: *Mark Daniel*



Mit Blick auf zu fördernde Kulturprojekte: Jörg Müller und Gudula Kienemund von den Kulturpaten Leipzig. Foto: Franziska Richter