

Kultur & Gesellschaft



Wilde Wikinger In Lerwick auf den Shetland-Inseln setzen sich die Männer Ende Januar geflügelte Hüte auf und feiern Fasnacht. 29

Mein Fan, mein Mäzen

Mit Wemakeit.ch wird am Samstag die erste kulturelle Schweizer Crowd funding-Plattform lanciert. Wie diese Form der Kulturförderung funktioniert, zeigen wir anhand einer Theatergruppe und ihres Yogastücks «True Nature».

Von Thomas Wyss

Mathilde und Hubert sind voll im Trend. Sie geben nämlich Yogakurse - und das erst noch in der inoffiziellen Yogahauptstadt Zürich! Getreu dem Motto «Turne bis zur Urne» offerieren die zwei Gurus 108 Kursstunden für sagenhafte 10 800 Franken. Dabei lernt der Teilnehmer, durch die Kniescheibe einzuatmen, seine 1000 Sonnen zu begrüßen, mit dem Spruch «Yes, I can» aus dem selbst kreierten Schatten herauszutreten - und schliesslich seine «True Nature» (also das wahre Ich) zu finden.

Das riecht schwer nach Abzocke. Und Humbug. Oder, wie man es im Theater nennt, wo das Ganze stattfindet - nach einer Persiflage. Mathilde und Hubert sind nämlich Kunstfiguren, in der realen Welt heissen die Schauspieler Anna Tenta und Hannes Glarner. Sie wurden zum Team, weil beide Yoga praktizieren und deshalb mit der Materie und dem Hype vertraut sind - und weil von den Veranstalter der Reihe «Teppich: offen» im Theater Neumarkt plötzlich ein Angebot vorlag, auf der kleinen Bühne an der Chorgasse ein Stück aufzuführen. Das Stück - es heisst natürlich «True Nature» - haben Tenta und Glarner in nur fünf Wochen geschrieben und inszeniert. Und es kam an; erst beim Publikum, dann auch bei der Presse. Deshalb wurde die Spielzeit mehrfach verlängert, «bis Ende Februar werden es 20 Aufführungen gewesen sein, jede ausverkauft», sagt Glarner.

Das Ziel sind grössere Bühnen

Und doch ist es keine Erfolgsstory im klassischen Sinne. Die Chorgasse-Bühne bietet nur knapp 50 Personen Platz, die Abende waren stets eine finanzielle Gratwanderung. «Ohne unentgeltliche Hilfe von Theaterprofis wäre es nicht gegangen», so Tenta. Weil man von Kunst aber auch leben darf, haben sie entschieden, auf eine weitere Verlängerung von «True Nature» in der Neumarkt-Dépendance zu verzichten. Da die satirische Yoganummer gleichwohl den Nerv der Zeit trifft, fassten sie den Plan, fortan grössere Bühnen anzupfeilen. «Um die 200 Leute wäre ideal», meint Glarner, «damit wäre die wichtige Nähe zum Publikum gegeben, und man könnte auch was verdienen.»

Das hört sich plausibel an, doch der Plan hat einen Haken: Er verursacht Kosten. Man bräuchte ein grösseres Bühnenbild, einen kleinen Tourbus, teure Technik, Hilfe bei der Organisation. Eine verflixte Situation. Doch vor wenigen Wochen öffnete sich - dem sozialen Netzwerk sei Dank - plötzlich die Tür zur allfälligen Lösung. Theatermann Glarner, der es 1994 mit «InSekten» von der Neumarktbühne ans renommierte Berliner Theatertreffen geschafft hatte, ist auf Facebook mit Rea Eggli befreundet. Eggli, bekannt als Kulturunternehmerin und Agenturhaberin («Märli für Erwachsene», Egglieggli), postete auf ihrem Profil einen Link zur Crowd-funding-Plattform Wemakeit.ch, an der sie beteiligt ist. Glarner informierte sich über das neue Kultursponsoringmodell - und reichte umgehend das «True Nature»-Dossier ein.

Das alte Punkprinzip

«Crowdfundig», erklärt Wemakeit.ch-Initiant Johannes Gees beim Kaffee, «heisst eigentlich Schwarmfinanzierung. Dieser Schwarm besteht aus Gönnern, die mithelfen wollen, Kulturideen zu realisieren, und dafür auf originelle Art entschädigt werden.»

Konkret funktioniert das so: Kulturtäter, die für ein Projekt (Filmproduktion, Buchproduktion, Lancierung einer Website etc.) Mittel benötigen, präsentieren ihr Vorhaben anhand eines Beschreibs und eines Videos auf Wemakeit.ch - und veröffentlichen dort auch die anvisierte Summe sowie die Frist (30, 45, 60, 90 Tage), in der diese zusammenkommen muss. Danach können kulturaffine Personen, die sich für ein Projekt begeistern, per Kreditkarte oder Paypal Account online einen beliebigen Betrag eingeben; für ihre Spende werden sie durch materielle «Dankeschöns» belohnt. Während die Frist läuft, ist auf der Website ersichtlich, wie viel Geld gesprochen wurde.



Lust auf ein Diner mit den beiden? Für 5000 Franken sitzen Sie mit Hannes Glarner und Anna Tenta am Tisch. Foto: Sabina Bobst

Crowdfunding

Auch Ron Orp sucht Schwarmfinanzierer

Gewisse Ideen liegen in der Luft. Deshalb erstaunt es nicht, dass neben Wemakeit.ch gleich noch eine zweite Schweizer Crowd-funding-Plattform an den Start geht.

Sie heisst 100-days.net, und dahinter stehen mit Romano Strelbel und Christian Klinner jene Köpfe, die vor Jahren den fiktiven Szenekenner Ron Orp auf die Gasse schickten. Dessen Newsletter ist zu einem Portal gewachsen, das nicht mehr nur Zürcher mit Stadtleben und Eventtipps bedient - Ron Orps Mails sind längst auch für Bern, Basel, Genf oder London erhältlich. Das Unternehmen liefert aber nicht nur Ideen, es hat auch oft mitgeholfen, Projekte anzuschieben - der Schritt zur eigenen Crowd-fundig-Site ist da kein grosser mehr.

Mussten Künstler wie Noël Dernes bis vor kurzem noch auf US-Plattformen zurückgreifen - der Zürcher sammelte auf Kickstarter 60 000 Franken für seinen Dokumentarfilm über die Reggae-Szene -, bieten sich ihnen nun also gleich zwei heimische Anlaufstellen an. Eine

komfortable Situation, die aber aus wirtschaftlicher Sicht zur Frage führt: Sind zwei nicht eine zu viel? Romano Strelbel von 100-days.net wie Johannes Gees von Wemakeit.ch (siehe Hauptartikel) sehen der Konkurrenz locker entgegen. Er sei zwar gespannt auf den Auftritt von Wemakeit, sagt Strelbel; wichtiger sei ihm aber, dass das Thema Crowd-funding überhaupt lanciert werde. Das ist auch für Gees vorrangig. Mittelfristig sieht er dabei eine Entwicklung wie in den USA, wo sich die meisten Plattformen spartenmässig diversifiziert haben.

Die Originalität ist zentral

Im Kleinen sind die Differenzen zwischen 100-days.net (wo die Projekte ab dem 16. Februar veröffentlicht werden) und Wemakeit.ch auch bereits angelegt. Beide funktionieren zwar ähnlich - die Projekte werden ausgewählt, es gilt «alles oder nichts» und die Abgaben im Erfolgsfall liegen mit fünf (100-day.net), und sechs Prozent (Wemakeit.ch.) etwa

gleichauf - dennoch scheint Strelbels Plattform etwas informeller. Das zeigt sich darin, dass er und sein Team 100-days.net selber finanzieren; mit «Bauchgefühl», wie schon bei Ron Orp. Wemakeit.ch dagegen ist mit einem Businessplan unterwegs und will in drei bis vier Jahren unabhängig sein. Der Fokus liegt dabei auf der Kultur, während für Strelbel eher die Originalität des Projekts im Vordergrund steht - ein Pop-up-Café für den Sommer, ein Theaterprojekt, das zwischen Berlin und Zürich spielt (beides Projekte, die lanciert werden). Zentral ist für Strelbel die Unterstützung der Initianten. Mit einem Werkzeugkasten, der von einfachen Flyers bis hin zum Newsletter-Tool reicht, will man das mit vollem Engagement tun. Denn eines zeigten Studien klar, sagt der frühere Werber: Wer sein Projekt in 30 Tagen nicht zum Fliegen bringe, der bleibe damit am Boden. Marcel Reuss

www.100-days.net

Ist die Summe am Stichtag erreicht oder überschritten, wird die Kreditkarte des Donators entsprechend der Eingabe belastet und das Geld dem Künstler direkt überwiesen. Wird das Ziel verpasst, müssen die Gönner nichts berappen - und der Künstler geht leer aus.

Die Losung heisse «Selber machen!», sagt Gees. «Man muss initiativ sein und sein Projekt über Facebook, Twitter und andere soziale Netzwerke aktiv bewerben und vermarkten, sonst schafft mans nicht.» Schräge neue Welt: Der Fan wird zum Mäzen - und das im Analogzeitalter geborene Punkprinzip «Do it yourself!» feiert sein Comeback in der Digitalära.

Charity ist nicht erwünscht

Die digitale Welt - namentlich die amerikanische Plattform Kickstarter.com - war es auch, die den Künstler, Kurator und Medienproduzenten auf das Crowd-fundig-Konzept gebracht hat. Mit Eggli und Designer Jürg Lehni, mit denen Gees schon früher zusammenarbeitete, fand er rasch motivierte Mitstreiter. Und das Team wird weiterwachsen. «Wir werden in grösseren Städten Scouts anstellen, die spannende Projekte ausfindig machen», so Gees. Schliesslich soll Wemakeit.ch profitabel sein: «Das Ziel ist es, 50 Prozent aller Eingaben zum Erfolg zu führen, ein Ideenfriedhof interessiert uns nicht.» Deshalb hat man auch Spielregeln kreiert. Sie lauten: Keine Wohltätigkeitsprojekte, keine Egotrips (Ausbildungskredite und Ähnliches). Auf der anderen Seite wird der Begriff «Kultur» bewusst offen definiert: Kreatives aus Bereichen wie Internet, Grafik/Design oder Mode soll via Wemakeit.ch durchaus auch Geldgeber finden können.

Am Samstag wird die Plattform eröffnet, ab dann laufen die Fristen für die 21 bislang eingereichten Unterstützungsbegehren, die ein breites Spektrum abdecken - es reicht von der kleinen Bühnenproduktion von 400 asa (gesuchter Betrag: 2500 Franken) bis hin zu Schoint Ventschrs grosser Filmkiste «Die Schwalbe» (55 000 Franken). Dass Crowd-funding ankommt, zeigt das Beispiel USA: Allein Kickstarter.com hat 2011 mehr als 99 Millionen Dollar an Gönnerbeiträgen generiert. Allerdings pflegen Amerikaner mit Kultur einen unverkrampften Umgang als Schweizer, ihr Motto lautet: «Tue Gutes und sprich darüber». Zudem ist es bestimmt ein Highlight, mit dem nächsten Stern am Hollywoodhimmel einen launigen Abend zu verbringen. Entspricht es aber wirklich auch dem Bedürfnis des Schweizer Naturells, mit der Berner Kinohoffnung Nils Althaus Züri-Gschnätzlets mit Rööschti zu mampfen und ihn über Kindheit oder Karriere auszufragen, um ein mögliches Beispiel zu nennen?

Johannes Gees weiss um den helvetischen Kulturpessimismus, ist aber überzeugt, dass heutige und kommende Generationen weltoffener sind und selbstbewusster agieren - und dass gerade sie es cool finden, Kultur nicht bloss zu konsumieren, sondern auch zu realisieren.

Für 500 Franken gibts Yoga

Hannes Glarner und Anna Tenta hoffen, dass diese Einschätzung richtig ist. Sie haben für «True Nature on Tour» 22 000 Franken beantragt, die Frist beträgt 45 Tage. Der Betrag deckt nicht alle Kosten, er würde das Projekt aber entscheidend voranbringen. Um potenzielle Gönner zu locken, hat man sich diverse «Dankeschöns» in allen Preislagen ausgedacht. Wer zum Beispiel 50 Franken beisteuert, erhält eine Meditations-CD und ein T-Shirt. Für 500 Franken gibts zusätzlich eine Yogastunde und zwei Eintritte für die nächste Show. Und jene, die ganz tief in die Schatulle greifen und 5000 Franken spenden, bekommen ein Diner, eine Yogastunde sowie eine Privatvorstellung für 200 Personen.

Um zu überprüfen, ob sich genügend Mäzene für das Yoga-Theater interessieren, werden wir Tenta und Glarner nach Ablauf der 45 Tage erneut treffen, das Ergebnis analysieren - und ihren weiteren Weg zum Glück aufzeigen.

www.wemakeit.ch