

“Amerika, Du hast es besser?”, eine Buchrezension von Wigbert Böll, New York

Mit der Schliessung von kulturellen Institutionen und weitreichenden öffentlichen Einsparungen im Kulturbudget der Länder und Gemeinden wird auch der Bedarf an alternativen Finanzierungsmodellen immer dringlicher. Schnell wird dann vielerorts auf die USA verwiesen, wo scheinbar Orchester, Opernhäuser und Museen privatwirtschaftlich erfolgreich existieren - trotz oft nur minimalster öffentlicher Förderung.

Mit dem Buch **“Amerika, Du hast es besser? Kulturpolitik und Kulturförderung in kontrastiver Perspektive”** (244 Seiten, Leipziger Universitätsverlag 2005) hat *Steffen Höhne* (Hrsg.) eine gute Analyse vorgelegt, die ein weitreichendes Vorurteil in kulturpolitischen Diskussionen untersucht: Ist das amerikanische Modell der Kulturförderung wirklich besser, und damit auch nachahmenswert?

In dem ersten Kapitel beschreibt *Steffen Höhne* die Grundlagen der Kulturpolitik in USA und Deutschland und stellt ihre Unterschiede heraus. Kann die USA Vorbild sein, wenn Kulturförderung doch seit Jahrhunderten auf anderen gesellschaftlichen Zusammenhängen beruht? („kompetitiver Individualismus vs. solidarischer Etatismus“).

Durch die Auflistung historischer Zusammenhänge und die Darstellung des grundlegend unterschiedlichen Wertesystems („volle Eigenverantwortlichkeit des Menschen“; „Gleichheit der Chancen, nicht der Lebensverhältnisse“) erläutert *Steffen Höhne* detailliert, warum amerikanisches „Beschaffungsmarketing“ (Fundraising, Volunteering) nicht einfach auf Deutschland übertragen werden kann.

Darüberhinaus gibt der Artikel eine gute Übersicht der Methoden der Kulturförderung und weist auf grundsätzliche Unterschiede im Denken hin, wie z.B. der Staat als „Ermöglicher“ (Facilitator) in den USA anstatt garantierter „Förderer“ in Deutschland.

Weitere Kapitel in dem Buch befassen sich mit 1. Kulturfinanzierung und Fundraising, 2. Sinfonieorchester in den USA, 3. dem Musiktheater anhand von Fallstudien und 4. einem Vergleich von Museen-Webseiten und Internetmarketing.

So ist es z.B. auch zweifelhaft, ob amerikanische Sinfonieorchester wesentlich erfolgreicher als ihre Deutschen Kollegen sind, wie *Jelka Lüders* in Ihrem Beitrag aufzeigt. Selbst bekannte Orchester können nur durch verschiedene ineinandergreifende Massnahmen überleben, wie z.B. eine hohe Anzahl von Aufführungen, flexibles Buchungsmanagement, gemischte Finanzierung und exzellenter Marketing.

Bei einer Veranstaltung des *International Forum for Business & Culture* im April 2005 in New York, sagte Zarin Mehta - Executive Director der *New York Philharmonic* -, dass es sein Orchester nur durch grosszügige private Spenden schafft, in den schwarzen Zahlen zu bleiben. „Individual Donors“ machen den der grössten Anteil des Budgets aus (nach Ticketverkäufen von ca. 40%); nur 5-7% der Einnahmen kommen von Business Sponsorships, sowie unter 2% von staatlichen Förderungen.

Das vorliegende Buch ist der 1.Band der neuen Reihe **„Weimarer Studien zur Kulturpolitik und Kulturökonomie“**. Es wäre gut, wenn der 1.Band mehr über die weiteren Themen und Inhalte der nächsten Bände aufzeigen würde („Ausblick“). Ebenso fehlen die in den USA üblichen Kurzbiographien zu den Autoren im Anhang. Auch ein „Index“ (Sachwörterverzeichnis) ist nicht vorhanden – dafür gibt es aber umfangreiche Literaturhinweise zu jedem Kapitel.

Insgesamt ist dieses Buch sehr interessant und eine gute Einführung in einen Problemkreis, der in Deutschland gerade erst am Anfang einer langfristigen Entwicklung steht. Vielleicht beschäftigt sich ja einer der zukünftigen Bände auch mit dem in den USA sehr entspannten Zusammenspiel von Kultur und Kommerz („Business & Culture“). Dass dieser Bereich auch in Deutschland wächst, zeigt sich beispielsweise in Konzerten von Musikern der Semper-Oper in den neuen VW-Produktionshallen bei Dresden.