



Schweiz. Verband der Fachleute für Bildung und Vermittlung im Museum

Association suisse des médiateurs culturels de musée

Associazione svizzera dei mediatori culturali di museo

## Stellungnahme zur Botschaft zur Förderung der Kultur in den Jahren 2012-2015

23.11.2010

mediamus ist der Verband der Fachleute für Bildung und Vermittlung in Museen. Wir konzentrieren uns in unserer Rückmeldung also auf den Bereich der Museen und der Kulturvermittlung.

### Herausforderungen an die Kulturförderung

S. 17 und 18

Die Analyse der Herausforderungen stimmt mit unserer Auffassung überein, nicht jedoch die Umsetzung im Einzelnen. Das Potenzial von Museen ist in einigen der genannten Themenfelder hoch, ohne dass begünstigende Rahmenbedingungen geschaffen werden. Im Einzelnen:

- kulturelle Vielfalt gehört gelebt. Museen können Plattformen dafür sein, wenn sie sich nicht nur im Ausstellungsbereich, sondern auch der Vermittlung engagieren. Neues Publikum anzusprechen ist weniger eine Marketing- als eine Vermittlungsaufgabe. Es muss für Einzelne spürbar werden, dass Museen (und andere kulturelle Orte) eine Rolle im eigenen Leben spielen können. Dafür braucht es oftmals andere Angebote, die in der Entwicklung und manchmal auch Umsetzung personal-, also kostenintensiv sind.
  - Damit einher geht der Kulturaustausch und der kulturelle Dialog: Es ist aufwändig den Dialog so zu führen, dass er in beide Richtungen wirkt und offen genug ist, dass auch (hoch)kulturungewohnte Menschen ihren Platz finden.
  - Der Zugang zur Kultur als Instrument der sozialen Integration: Ja, auch dies bedarf anderer Umsetzungen als klassische Ausstellungen oder auch aufwändige Blockbuster.
- ⇒ Es bedarf Anreize für Museen, diesen Herausforderungen zu begegnen, da dieser Dienst an der Gesellschaft jedenfalls nicht kostendeckend zu haben ist. Betriebsbudgets sind meistens mit den Standardangeboten ausgelastet (Führungen, Schulangebote, schriftliches Material, ...); Stiftungen und Sponsoren können mitunterstützen, aber nicht ausschliesslich; Nutzer sind bei integrativen Zielsetzungen meist nicht in der Lage, die verursachten Kosten selbst zu zahlen.

Vorschlag: Sondermittel für wegweisende Projekte, die diesen Herausforderungen begegnen, z.B. über die Schaffung eines transversalen Themas „Kulturvermittlung“ (spartenübergreifend, nicht nur Museen!)<sup>1</sup>

- Die Kultur- und Kreativwirtschaft hat grosse Kraft, die zu unterstützen ist. Die erwähnten kulturpolitischen Veranstaltungen und Forschungen dazu liegen auch im Interesse des Verbandes mediamus. Wir engagieren uns in Zukunft vermehrt im Aus- und Fortbildungsbereich, der Qualitäts- und Innovationsförderung, unter anderem als Partner von Hochschulen, der Kulturplattform von Pro Helvetia sowie weiteren Netzwerken. Dabei spielen die verschiedenen Ebenen eines kooperativen Kulturförderalismus eine wichtige Rolle.

Damit eine Intensivierung im Sinne der Herausforderungen möglich ist, bedarf es einer schweizweit gut funktionierenden Geschäftsstelle im Bereich Kulturvermittlung, die nicht nur



Schweiz. Verband der Fachleute für Bildung und Vermittlung im Museum

Association suisse des médiateurs culturels de musée

Associazione svizzera dei mediatori culturali di museo

über Mitgliederbeiträge finanzierbar ist. Das Tanznetzwerk hat dies vorgemacht. Die Verankerung in den verschiedensprachigen Regionen ist ein Muss. Vergleiche Kulturförderungsgesetz Art. 6: „Der Bund unterstützt nur Projekte, Institutionen und Organisationen, an denen ein gesamtschweizerisches Interesse besteht. 2 Ein gesamtschweizerisches Interesse liegt insbesondere vor, wenn: ... d. eine Organisation einen wesentlichen Beitrag zur Vernetzung von Kulturschaffenden oder kulturell tätigen Laien aus verschiedenen Sprachregionen oder Gegenden der Schweiz leistet;

## **Priorisierung**

S. 23

Vergleiche: Kulturförderungsgesetz Art. 8 Priorisierung

„Der Bund unterstützt bevorzugt Projekte, die:

- a. der Bevölkerung den Zugang zur Kultur ermöglichen oder erleichtern;
- b. einen besonderen Beitrag zur Bewahrung oder Entwicklung der kulturellen oder sprachlichen Vielfalt leisten.“

Der genannten Priorisierung als Ziel stimmen wir nachdrücklich zu, nicht aber der Umsetzung, beispielsweise mit der Stärkung des bereits stark finanzierten Filmangebots. (Siehe ab S. 40). Vielmehr erwarten wir deutliche Impulse, die die Umsetzung von Artikel 8 fördern. Museen sind ein Ort, der Zugang zur Kultur gestaltet. Innovative Ansätze, die Teilhabe an Kultur fördern, gehören unterstützt.

## **Transversale Themen**

Das Prinzip der transversalen Themen begrüssen wir. Deren Umsetzung sollte von einer spürbaren Mittelerhöhung begleitet sein, damit wirklich glaubhaft Akzente gesetzt werden können. In der vorliegenden Fassung liegt ein zahnloser Tiger auf Lauer. Die Wahl der Themen scheint für diese Periode gesetzt.

⇒ In der nächsten Periode sollte Kulturvermittlung als transversales Thema aufgenommen werden, um den genannten Herausforderungen (die in groben Zügen auch nach 2015 weiterwirken werden) zu begegnen.

## **Statistik und Evaluation**

S. 27

Mediamus begrüsst das Vorhaben, Instrumente zu schaffen, mit denen die Wirkung der Kultur statistisch sichtbar und vergleichbar zu machen. Wir betonen nachdrücklich, dass damit nicht nur quantitativ, sondern auch qualitativ messbare Indikatoren gesucht werden sollen. Als Verband bieten wir unser Netzwerk und Know How an, um zu den nötigen Angaben zu kommen. Dabei sollten in Zukunft auch Freischaffende in der Kulturvermittlung berücksichtigt werden – ein wachsendes Feld.

## **Museen, Sammlungen und Netzwerke Dritter**

S. 35

Die Gesamtkoordination ist begrüssenswert. Die Kürzung der Mittel verwundert vor dem Hintergrund oben genannter Herausforderungen. Wenngleich eine Konsolidierung der Museumslandschaft sicherlich Sinn macht und kein Ziel sein kann, das museale Angebot



Schweiz. Verband der Fachleute für Bildung und Vermittlung im Museum

Association suisse des médiateurs culturels de musée

Associazione svizzera dei mediatori culturali di museo

quantitativ auszuweiten, so ist Handlungsbedarf in Bezug auf das Themenfeld Zugänglichkeit<sup>2</sup>. Hier kann die Kulturvermittlung greifen, wenn die Rahmenbedingungen stimmen. Aufwertende Projekte wie sie beispielweise mit dem Schwerpunkt Kulturvermittlung der Pro Helvetia bis 2012 derzeit gesetzt werden, sind wertvoll. Eine Fortsetzung ist notwendig, die auf Ebene Bund koordiniert und gefördert wird, da dieses Feld noch zu wenig etabliert ist, um ausschliesslich in der Verantwortung von Kantonen, Gemeinden, Städten und Privaten zu funktionieren. Das Berufsfeld der Kulturvermittlung ist noch jung und bedarf offensichtlich Rückenstärkung, wie das Beispiel Basel zeigt. Dort bezeichnet das Kulturleitbild die Kulturvermittlung als wichtiges Feld, ohne jedoch Mittel bereit zu stellen. Den Museen ist es sogar möglich, Stellen in der Kulturvermittlung zu streichen (vgl. Basler Zeitung vom 27.10.10). Solange Kulturvermittlung keine Selbstverständlichkeit in Museen und anderen Einrichtungen ist, bedarf es der Aufwertung durch den Bund (im Zusammenspiel mit Kantonen, Städten, Gemeinden und Privaten).

⇒ Stärkung bestehender Netzwerke durch Förderung von Infrastruktur, Tagungen und Projekten.

## Preise, Auszeichnungen und Ankäufe

S. 47

Dieser Bereich wird mit bisherigen Mitteln der Museen neu ausgestattet – eine fragwürdige Massnahme vor dem Hintergrund der genannten Herausforderungen in der Kultur. Damit die Prioritätensetzung (Zugang zur Kultur) glaubwürdig bleibt, muss bei der Schaffung von Auszeichnungen zumindest auch der Aspekt der Vermittlung berücksichtigt werden und zwar die Auszeichnung von Kulturvermittlung (die auch Projekte in kleinen Museen sowie innerhalb der Spartenvielfalt jenseits der Kunst berücksichtigt) und nicht alleinig Kunstvermittlung.

Dies kann auf zweierlei Wegen geschehen:

- indem innerhalb der Spartenpreise jeweils die Vermittlung stark mitberücksichtigt wird. Dies birgt die Gefahr, dass KünstlerInnen und Kulturschaffende Ihre Arbeit auch noch selber vermitteln müssen, wodurch eigentlich zu viel Sprengkraft genommen wird.
- Dynamischer ist als die zweite Möglichkeit die Schaffung einer eigenen Auszeichnung im Bereich Kulturvermittlung für innovative Projekte, die Kooperationen und Integration fördern.

## Kulturelle Anlässe und Projekte

S. 53-54

Die Zielsetzung, dass das BAK eine aktivere Rolle in der kulturpolitischen Debatte spielen möchte, beispielsweise auch im Bereich der kulturellen Bildung, ist zu begrüßen. Überzeugend ist jedoch nicht die Mittelausstattung mit unter einer Million jährlich. Um das genannte transversale Thema „Sinne“ umsetzen zu können, sind Museen mit ihren Fachleuten im Bereich Kulturvermittlung sicherlich eine gute Quelle. Der Verband mediamus bietet gerne Hand bei der Vernetzung.

---

<sup>2</sup> Dass Museen insgesamt aktuell sind und auf breites Interesse stossen, zeigt die Statistik des Museumsverbandes vms ([www.museums.ch](http://www.museums.ch)) Während die Statistik der Schweizer Museen rund 18 Mio. Eintritte aufweist mit seit Jahren leicht steigender Tendenz, so schlagen 550'000 Eintritte in Schweizer Filme zu Buche (für das Jahr 2009). Der Bund plant für Museen, Sammlungen und Netzwerke Dritter im Jahr 2012 CHF 8.1 Millionen auszugeben und die Ausgaben bis 2015 auf CHF 6.9 Millionen zu reduzieren. Hingegen erhält der Film 2012 CHF 37.7 Millionen mit Einsparungen von knapp einer Million bis 2015. Auch wenn Besuchereintritte nicht im Vordergrund der Argumentation stehen sollten, so ist dieses Ausgabenverhältnis offenkundig unplausibel.



Schweiz. Verband der Fachleute für Bildung und Vermittlung im Museum  
Association suisse des médiateurs culturels de musée  
Associazione svizzera dei mediatori culturali di museo

## Fazit

Herausforderungen sind erkannt, Zielsetzungen formuliert, doch die Umsetzung und finanzielle Ausstattung scheint nicht geeignet und ausreichend, um tatsächlich das Potenzial im Bereich Museen und Kulturvermittlung zugunsten der übergeordneten Zielsetzungen zu realisieren. Langfristig braucht es mehr Geld oder mutigere Verschiebungen innerhalb der Sparten.