

# Das Kulturjahr aus der Sicht eines Sponsors

Ein Gespräch mit Kik Schneider, Generalsekretär der 'Banque Générale'

*"forum": Sponsoring gibt es ja nicht erst seit 1995. Auch vorher kam es vor, daß eine Bank dem Staatsmuseum ein Gemälde schenkte oder Françoise Groben ein Cello kaufte. In großem Stil drang Sponsoring im Kulturbereich aber wohl erst 1995 ins öffentliche Bewußtsein. Von welchen Kriterien läßt die 'Banque Générale' sich dabei leiten?*

*Kik Schneider:* Gute Frage. Unsere Kriterien sind die unserer Bank. Wir sind eine Universalbank, also wollen wir auch universal sponsoren, d.h. Diversität ist eines unserer wichtigsten Kriterien: Diversität nach Sektoren, nach Kunstgattungen, nach Zielpublikum. Wir können nicht 'etwas für jeden' machen, doch wir wollen so breit gefächert wie möglich vorgehen. Wir unterstützen höchst selten einzelne Künstler, lieber Kunstschulen, Künstlergruppen oder eine Kunstrichtung. Das Cello für Françoise Groben ist insofern eine große Ausnahme. Wir assoziieren uns sehr selten mit einem einzelnen



Romain Hoffmann

Künstler, weil das ja auch für den Künstler einen großen Druck bedeuten würde.

*"forum": Und Niki de Saint-Phalle?*

*Kik Schneider:* Das ist eine etablierte Künstlerin, die nicht mehr von einem Sponsor abhängig ist, um den Durchbruch zu schaffen. Wir wollen nicht die Arbeit der Galerie-Besitzer leisten. Sie sollen junge Einzeltalente entdecken und fördern.

*"forum": Ich möchte das Thema Sponsoring als solches jetzt nicht vertiefen, weil Ina Notrott dies in der vorliegenden "forum"-Nummer tut. Doch noch kurz zum Prinzipiellen: Die Gefahr des Sponsoring ist doch auch, daß ein Sponsor Kulturpolitik machen oder zumindest beeinflussen kann.*

*Kik Schneider:* Absolut. Nur dank der Diversität der Sponsoren kann diese Gefahr vermieden werden. Wäre unsere Bank die einzige, die Sponsoring betreibt, hätten wir Bedenken. Und jeder Sponsor sorgt zudem ja selbst wieder für Diversität, da-

mit jeder Kunstbereich irgendwann mal dran kommt. Wir wollen die Kulturselektion allein auf keinen Fall tragen. Dazu sind wir nicht qualifiziert.

Im übrigen ist es am Staat, eventuelle Defizite, die durch das Sponsoring entstehen, auszugleichen. Das private Sponsoring darf den Staat nicht aus seiner Verantwortung entlassen.

*"forum": Bedeutet Diversität der Sponsoren nicht auch Konkurrenzdruck der anderen Sponsoren?*

*Kik Schneider:* Ich empfinde die anderen Sponsoren nicht als Konkurrenten. Wir sollten uns den Wettbewerb auf dem Markt der Bankprodukte liefern, nicht auf kulturellem Gebiet. Aber es stimmt, daß manche Kunden versuchen, die potentiellen Sponsoren gegeneinander auszuspielen: 'Jene Bank bietet uns das und das, was bietet ihr?' Das klappt bei uns nie. Dann ziehen wir uns höflich vor der Konkurrenz zurück. Auch im Kulturjahr haben wir uns keinen Konkurrenzkampf geliefert. Klar, jeder will die attraktivste Ausstellung bieten, aber was wir als anziehend empfinden, wird ja nicht unbedingt auch von der BIL als solches empfunden.

Zurück zur Frage der Kriterien. Natürlich gehört auch die Qualität dazu. Wir wollen auch, daß die unterstützte Veranstaltung einen gewissen Publikumserfolg kennt. Wir sind nicht daran interessiert, Kunstobjekte auszustellen, die von unseren Kunden - und dazu gehören alle Volksschichten - als verrückt angesehen werden. Da müssen wir schon Rücksicht nehmen auf unser Image als Bank.

*"forum": Waren insofern die Diskussionen, die um die Statuen der Niki de Saint-Phalle entstanden, ein Problem oder eher ein Erfolg, weil sie auch eure Bank ins Gespräch brachten?*

*Kik Schneider:* Als Bank waren sie für uns eher wertneutral. Sie haben uns sicher nicht geschadet, wir haben uns manchmal sogar darüber gefreut. Ich finde es immer positiv, wenn öffentlich über kulturelle Phänomene diskutiert wird.

*"forum": Ich fand, daß die Sponsoren sich im Kulturjahr eher diskret verhielten. Wieso?*

*Kik Schneider:* Da muß man als Sponsor sehr gut aufpassen, sonst schlägt der Effekt ins Kontraproduktive um. Die Zuschauer oder Zuhörer wollen nicht auf Schritt und Tritt daran erinnert werden, welche Bank ihnen diesen oder jenen Kunstgenuß ermöglicht. Deshalb ist Sponsoring immer mehr eine Sache von Profis,

die das sehr nuanciert abwägen, wie man die eigene Firma ins Bild bringt.

*"forum": Mit dem Widerhall, den das Sponsoring in der Luxemburger Presse findet, sind sie aber nicht zufrieden.*

*Kik Schneider:* Nein. Wir verstehen nicht, daß große Presseorgane sich systematisch weigern, den Namen des Sponsors zu nennen. Das finden wir nicht normal. Natürlich sollen die Journalisten in einem Beitrag in der Kulturrubrik nicht unsere Bankprodukte über den grünen Klee loben, aber ihre Leser haben doch ein Recht auf die Information, welcher Sponsor ein kulturelles Ereignis möglich gemacht hat. Wir wissen auch, daß das in den seltensten Fällen die Schuld der Journalisten ist, sondern eher der betreffenden Direktion bzw. Werbergie, die die Nennung unseres Namens in einem redaktionellen Beitrag auch noch verkaufen möchte.

---

### **Wir verstehen nicht, daß große Presseorgane sich systematisch weigern, den Namen des Sponsors zu nennen.**

---

*"forum": Das kann ich aus einem anderen Bereich bestätigen. Wenn das CLUDEM, eine nicht-kommerzielle Forschungsgruppe am Centre universitaire, ein Buch veröffentlicht und ein Presse-Release herausgibt, um das Buch kurz vorzustellen und sein Erscheinen anzukündigen, verweigert die größte Luxemburger Tageszeitung den Abdruck mit der Begründung, das sei Werbung, die sie sich bezahlen lasse.*

*Kik Schneider:* Das scheint uns nicht normal. Da wäre ein ernsthaftes Gespräch zwischen Sponsoren, Kulturverantwortlichen, Journalisten und Presseeigentümern notwendig. Tatsache ist, daß wir mehr Geld ins eigentliche Sponsoring stecken könnten, wenn wir nicht auch noch einen Teil in die Werbung für unser Sponsoring abzweigen müßten, weil sonst niemand erfährt, wer denn nun diese Ausstellung oder jenes Konzert unterstützt.

*"forum": Welche Bilanz ziehen Sie nach dem Kulturjahr?*

*Kik Schneider:* Die wichtigste Feststellung, die man nach dem Kulturjahr treffen muß, ist sein Publikumserfolg. Es gibt offensichtlich eine große Nachfrage nach kulturellen Veranstaltungen in Luxemburg. Wenn bisher bestimmte Leute das manchmal in Frage stellten, dann ist das jetzt nicht mehr möglich. Das hat Folgen. Die Kulturdiskussion muß dem in Zukunft

Rechnung tragen. Das hat z. B. auch Folgen in Sachen Zentrum für zeitgenössische Kunst oder Musikhalle, Projekte, an die man nunmehr unter ganz anderen Voraussetzungen herangehen kann.

Als Bank haben wir 1995 auch erstmals unsere Belegschaft - das sind immerhin 2000 Leute - in unsere kulturellen Aktivitäten einbezogen. Unsere Kommunikationsstrategie nach außen muß sich auch nach innen wenden. Unsere Angestellten sollen nicht den Eindruck haben, Kultur sei nur für einige da, damit die sich auf Cocktails herumtummeln können. Wir haben unseren Angestellten z.B. den ExpoPaß zu einem günstigeren Tarif verkauft. Wir bieten ihnen den Gratis-Eintritt zu 'Main Stations'. Solche Initiativen haben wir 1995 erstmals ergriffen und ich bin sehr zufrieden mit dem Resultat. Unser neues Gebäude auf Kirchberg spiegelt ja auch dieses kulturelle Engagement, das unsere Mitarbeiter also tagtäglich sehen.

Mit den von uns ausgewählten Kulturereignissen waren wir durchwegs zufrieden. Unsere Zusammenarbeit mit der asbl '95 hat gut geklappt, auch wenn es gelegentlich Meinungsverschiedenheiten gegeben hat, aber das ist ja nur normal. Wir haben uns auch an unser Budget halten können. Insgesamt sind wir also zufrieden.

*"forum": Welches Volumen hatte denn 1995 das Kultursponsoring der 'Banque Générale'? Sie müssen kein Betriebsgeheimnis verraten, aber vielleicht können Sie uns sagen, welchen Anteil das im Gesamtbudget ausmacht.*

*Kik Schneider:* Das würde nicht viel sagen, weil unsere Bilanzsumme, d.h. die gesamte Geldmasse, die im Laufe eines Jahres unsere Bank passiert, so riesig ist und uns doch eigentlich nicht gehört, daß ein derartiger Vergleich nichts sagt. Wir geben normalerweise soviel aus, wie wir über den 'Fonds culturel national' von den Steuern absetzen können. Das sind zur Zeit etwa 10 Millionen. Meistens geben wir sogar etwas mehr aus.

*"forum": Wenn Sie mehr abschreiben dürften, würden Sie mehr ins Kultursponsoring stecken?*

*Kik Schneider:* Ich glaube, ja. Wir hatten gehofft, 1995 würde diese Summe erhöht werden. Das ist leider nicht geschehen. Im Rahmen des Gesetzes zur Schaffung des 'Orchestre philharmonique de Luxembourg' ist anscheinend vorgesehen, die absetzbare Summe auf 20 Millionen zu erhöhen, und wer das Orchester unterstützt, soll sogar noch mehr absetzen dürfen, aber Genaueres ist mir noch nicht bekannt. Ich bedauere, daß es auch keine Diskussions-

---

plattform gibt, auf der sich Sponsoren, Kulturschaffende und Kulturpolitiker über derartige Fragen unterhalten könnten.

Andererseits müssen wir auch Rücksicht nehmen auf unsere Kunden, die wissen wollen, was mit ihrem Geld geschieht, auf unsere Aktionäre, und auf unser Personal, das möglicherweise gerade in schwierigen Kollektivvertragsverhandlungen steht und dann etwas erstaunt sein dürfte über hohe Investitionen im Sponsoring-Bereich. Auch in dieser Hinsicht ist Sponsoring immer eine sehr delikate Aufgabe.

"forum": *Welches Verhältnis besteht bei ihnen zwischen Sport- und Kultursponsoring?*

*Kik Schneider:* In unserem Haus halten beide sich in etwa die Waage. 1995 war ja nicht nur das Kulturjahr, es war auch das Jahr, wo die 'Spiele der kleinen Länder'

in Luxemburg stattfanden, und da wir Sponsoring-Partner des COSL sind, konnten wir den nicht gerade in dem Jahr fallen lassen, so daß auch dieses Budget 1995 gestiegen war.

"forum": *Gibt es auch Sponsoring für wissenschaftliche Forschung?*

*Kik Schneider:* Von unserer Bank aus ja. Wir haben 1990 eine Stiftung Alphonse Weicker gegründet, nach dem Namen des Gründers unserer Bank, deren Zweck es ist, wissenschaftliche Forschung in Luxemburg finanziell zu unterstützen. Zur Zeit geht es da von der Immunologie über atomare Biologie bis hin zur Geschichte der Luxemburger Möbel, in Zusammenarbeit mit dem CRP-CU und dem Centre Universitaire. Zur Zeit unterstützen wir eine Arbeit, die Szenarien ausarbeiten soll, wie Luxemburg in Zukunft aussehen

wird, in Zusammenarbeit mit der Harvard-University und dem CRP-CU.

"forum": *Wie wird es weitergehen?*

*Kik Schneider:* Wenn unser Kulturbudget 1994 bei 100 lag, stieg es 1995 auf 180-200. 1996 wird es zurückgehen auf 130-140, aber es wird wohl kein Sponsor zurückgehen auf seinen Ausgangspunkt von vor 1995. Das gilt natürlich unter der Voraussetzung, daß das Bankgeschäft weiterhin so blüht wie bisher. Das ist aber nicht in alle Ewigkeit abgesichert. Es ist klar, daß im Fall eines Einbruchs, der Haushaltsposten für Sponsoring als einer der ersten zusammengestutzt wird.

"forum": *Herr Schneider, besten Dank für das aufschlußreiche Gespräch.*

Gedächtnisprotokoll eines Gesprächs, das m.p. am 13. Februar 1996 für "forum" geführt hat.