

Langfristig gewinnt Kultur – auch gegen politischen Mainstream



Lahor Jakrlin
Creative director und Publizist, www.fruitcake.ch
Worb und Luzern

Marketing und Werbung leben in einem Zwiespalt. Kurzfristig zählt oft nur Kommerz, die Sofort-Resultate. Ist Nachhaltigkeit also ein Ergebnis vieler einzelner Aktionen und Events? Ich empfehle eine langfristige Marketingstrategie. Vielleicht verdient sich damit weniger. Und trotzdem bleibt mehr übrig. Zum Beispiel Werhaltung – ein anderes Wort für Kultur.

Die Rettung des BOGA beginnt

1999 entstand unter der Leitung der FDP-Grossrätin und meiner heutigen Kollegin Susanne Bommeli sowie von dem damaligen Direktor des HIV des Kantons Bern, Dr. Rolf Portmann, ein Förderverein für den Botanischen Garten der Universität Bern. Daraus wurde später eine Stiftung. So weit, so gewöhnlich, viele Institutionen sind von Stiftungen umgeben. Im Falle der

grünen Oase gings aber um erste Hilfe, denn: Der Kanton und die Universität kehrten dem schönsten Park der Bundesstadt den Rücken. Der Kanton musste aus dringenden Spargründen der Uni Teilbeiträge streichen. Die Uni wiederum wollte im Botanischen Garten jene Mittel einsparen, die nicht direkt mit der Forschung, sondern mit der öffentlichen Nutzung im Zusammenhang standen. Das sind jährlich 500'000 Franken!

Mit Sparpolitik wären wohl alle wirtschaftlich Orientierten einverstanden... würde es sich beim Botanischen Garten nicht um ein internationales Juwel seiner Art handeln. Bommeli und Portmann erkannten die Alarmsignale und starteten 2001, moralisch unterstützt durch eine Petition mit über 30'000 Unterschriften (!), für den Botanischen Garten eine ambitionierte Lobbyarbeit.

Ein Kampf gegen die Zeit

Bommeli und Portmann sind Verfechter der freien Wirtschaft und Eigenverantwortung, sie sind keine Subventionenjäger oder Etatisten. Ihr Rezept lautete darum: Gründung einer tragenden privaten Stiftung für den öffentlichen Teil des Gartens. Das einzige «Problem»: es geht hier um ein jährliches Investitionsvolumen von 500'000 Franken in Arbeitsplätze und Betrieb. Kein Pappenstiel in Zeiten wachsender Staatsquote und sinkender Wirtschaftskraft. Und: Die Regierung gab den Initianten nicht viel Zeit...

Aufbau imagefördernder Strukturen

Der Förderverein hatte auf der Aktivseite einige Trümpfe: Berns hohe Tradition in Biologie und Botanik, einen international bekannten Prof. Dr. Klaus Ammann als Direktor der Anlage (und energiegeladenen



☒ Gute Instinkte: Setzen zur Rettung des BOGA auf private Initiative und Kunstprojekte: Susanne Bommeli und Rolf Portmann, FDP-Grossräte.



☒ Kunst vereint. Wie hier an der Museumsnacht 2005 im BOGA (v.l.n.r.): SVP-Regierungsrätin Elisabeth Zölch im angeregten Gespräch mit Berns Aushängeschild der «Broncos», Rockerlegende und Musiker Jimy Hofer, und BOGA-Direktor Prof. Dr. Klaus Ammann, Biologe, Gentechbefürworter und SP-Mitglied.



☒ Kultur für Natur: Covers der BOGA-Ausstellungsdokumentationen für die Museumsnächte 2004 und 2005.

Agent provocateur), sowie ein Kommunikationsteam, das auf langfristige Wirkung abzielte. Dieses entwickelte ein Kommunikationskonzept, welches die Popularität des Gartens ab 2001 enorm steigerte und ihn zum politischen Dauerbrenner im Kantonsparlament machte. Was wiederum die Donation eines bernischen Industriellenehepaars (Marianne und Rudolf Styner) von 5 Mio. Franken und damit die Gründung einer starken Stiftung ermöglichte.

Wie sahen aber die Strategien aus? Die Agentur präsentierte das, was sie auch jedem Privatunternehmen empfohlen hätte. Nämlich:

- eine starke Marke (BOGA)
- ein schlüssiges Erscheinungsbild
- eine gute Dokumentation
- eine animierende Website und
- viel Präsenz im hoch stehenden städtischen Kultur-Umfeld.

Von Franz Gertsch über Adrian Frutiger zu Büro Destruct

Der BOGA ist an sich ein Museum, Ausstellungsraum für über 6000 Pflanzenarten aus der ganzen Welt. Wir fanden, dass es kein besseres Umfeld für grosse Kunst geben kann. Also startete der BOGA mit einem Paukenschlag: in der ersten Berner Museumsnacht (2003) präsentierte der BOGA den renommiertesten Schweizer Maler der Jetztzeit, Franz Gertsch. Seine Werke, ausgestellt im Kakteenhaus, waren reine Poesie fürs Auge und einer der Hauptmagneten der ersten Museumsnacht. Mit nur

einer Nacht wurde der BOGA in den Kreis der führenden Kulturinstitutionen Berns katapultiert. – 2004 die Steigerung: Diesmal mit zwei Berner Virtuosen von Typografie und Sprache, Adrian Frutiger und Rudolf Mumprecht. Flankiert vom jüngeren Berner Designer René Rüegsegger. Und wieder wurde der BOGA zu einem der Hauptziehungspunkte. – Dann März 2005, 3. Berner Museumsnacht: Im Angebot Live Acts der Berner Musiker Carlo Brenni und Pesche Gurtner (ex Patent Ochsner und Slapstick) und «Grafischer Garten», eine Werkschau des Berner Design-Quintetts Büro Destruct, der Schweiz stärkster Grafikexport seit Frutiger! Ja, und wieder neuer Besucherrekord, Tausende, diesmal vor allem aus der Jugend- und Partyszene.

Respekt ist Macht

Die kulturellen Aktivitäten machten den BOGA zur handlungsfähigen und selbstbestimmenden Einheit. Selbst als 2004 nur ein Schauhaus, das Kakteenhaus, vom Ausstellungs- zum Forschungsbereich umgezogen werden sollte und im Kantonsparlament über die nötigen Kredite abzustimmen war, vermochte die kleine Interessensgruppe aus Stiftung und BOGA-Mitarbeiter/innen das Ansinnen – für Medien, Unileitung und Classe politique völlig überraschend – zu stoppen. Und was war der eigentliche Motor hinter dem anscheinend aussichtslosen Kampf? Die Kunst! Das trockene Kakteen-Schauhaus ist nämlich klimatisch das einzige, wo Malerei

und Multimedia mehr als einige Minuten überleben können. Das Kakteenhaus ist die Seele der Kulturplattform BOGA. ::

BERNS KULTURMÄZENE HABENS SCHWER!

Wie schwer es hier zu Lande ist, Gutes zu tun, zeigt die Stadt Bern immer wieder gern. Wenn in Basel Gigi Oeri etwas projiziert, dann wird daraus meist ein Schweizermeister-Titel. Wenn Luzern ein KKL will, dann gehts schnell. Wenn in Burgdorf der Industrielle Willy Michel ein Gertschmuseum hinstellen will, dann klappt das, mit moderner Architektur und an bester Lage. Doch wenn in Bern der Mediziner Maurice Müller mit über 70 Mio. Franken ein auf die ganze Welt ausstrahlendes Paul-Klee-Zentrum mit aufsehenerregender Architektur von Renzo Piano stiftet oder wenn der Pharmaunternehmer Hansjörg Wyss für ein Zentrum für zeitgenössische Kunst («Progr») oder der Industrielle Rudolf Styner für den BOGA Millionen locker machen, dann müssen sie sich in der Bundesstadt auf einen erbarmungslosen gesellschaftlichen Spiessrutenlauf gefasst machen. Viele Politiker/innen (in Bern sind sie ausnahmslos rotgrüner Provenienz; «RGM») wittern eine Publicity-Chance, indem sie Neid schüren und gleichzeitig schwierigste Rahmenbedingungen diktieren. Warum sie das tun? Weil private Initiative im krassen Widerspruch zum etatistisch gefärbten Mainstream liegt? Die Vermutung liegt auf der Hand.