

**Interpellation Fraktion GB/JA! (Lea Bill, JA!/Christine Michel, GB): Schönfärberei im Berner Kunstmuseum - was unternimmt der Gemeinderat?**

Seit dem 2. März 2012 ist im Berner Kunstmuseum die Ausstellung „Industrious“ zu sehen. Im Beschrieb der Ausstellung ist zu lesen, dass zum hundertsten Firmenjubiläum von Holcim „unvergessliche Gesichter aus über achtzigtausend Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern des Konzerns“ gezeigt werden und dass „jedes Porträt (...) Einblicke in individuelle Lebenstiefen und Existenz Erfahrungen unserer Gegenwart“ gewährt.

Es ist nicht das erste Mal, dass sich der Konzern Holcim seine Mitarbeitenden in den Vordergrund zu stellen versucht und uns damit vorgaukelt, eine soziale und faire Arbeitgeberin zu sein. Fakt ist aber, dass Holcim weltweit Bekanntheit erlangt hat durch aggressive Firmenübernahmen, Landraub, Auszahlung von Hungerlöhnen zu miserablen Arbeitsbedingungen und die allgemeine Missachtung der Grundrechte der Mitarbeitenden.

Holcim hat sich also mit den Fotografien ein Geschenk zum 100. Geburtstag gemacht, welches gleichzeitig nützlich für die Imagepflege ist. Das Tragische dabei ist: Das Berner Kunstmuseum als öffentliches Museum zieht mit. Damit bietet das Museum dem internationalen Unternehmen eine Plattform, sich einem breiten Publikum von der schönsten Seite zu zeigen, ohne dabei auf die weltweiten negativen Konsequenzen der unternehmerischen Machenschaften hinweisen zu müssen.

Die Unterzeichnenden sind der Meinung, dass eine solche Firmenwerbung und Imagepflege in einem öffentlichen Museum unhaltbar sind und fordert den Gemeinderat dazu auf, folgende Fragen zu beantworten:

1. Wie steht der Gemeinderat dazu, dass ein öffentliches Museum sich als Plattform für die Imagepflege eines internationalen Unternehmens zur Verfügung stellt?
2. Wie schätzt der Gemeinderat die Tatsache ein, dass der Sponsorenanteil bei dieser Ausstellung bedeutend grösser ist als üblich (40% anstelle der üblichen 20-30%)? Erachtet der Gemeinderat in diesem Zusammenhang die kulturelle und programmatische Unabhängigkeit einer kulturellen Institution noch als gegeben?
3. Hat der Gemeinderat vor, das Gespräch mit der Leitung des Kunstmuseums bezüglich der Ausstellung „Industrious“ zu suchen? Wenn Ja: In welchem Zeitraum soll dies geschehen und mit welchem Inhalt? Und wenn Nein, warum nicht?
4. Kann sich der Gemeinderat Massnahmen vorstellen, die dafür sorgen, dass Firmenwerbung in dieser Masse in öffentlichen kulturellen Institutionen nicht mehr möglich ist? Wenn Ja, wie würden diese Massnahmen aussehen? Wenn Nein, warum nicht?
5. Wo sieht der Gemeinderat die Grenze zwischen Vereinnahmung und Sponsoring durch private Firmen? Gibt es diesbezüglich Richtlinien für subventionierte Betriebe?

*Begründung der Dringlichkeit*

Eine Stellungnahme des Gemeinderats macht nur dann Sinn, wenn die Ausstellung noch geöffnet und eine allfällige Prüfung der Angebrachtheit dieser Ausstellung noch möglich ist.

Interpellation Fraktion GB/JA! (Lea Bill, JA!/Christine Michel, GB): Stéphanie Penher, Judith Gasser, Urs Frieden, Aline Trede, Urs Frieden, Rahel Ruch, Hasim Sancar, Rolf Zbinden, Luzius Theiler, Regula Fischer

Die Dringlichkeit wird vom Büro des Stadtrats abgelehnt.

### **Antwort des Gemeinderats**

Die Ausstellung „Industrious“ des Berner Kunstmuseums, die vom 2. März bis 6. Mai 2012 Fotografien von Marco Grob und David Hiepler/Fritz Brunier zeigte, hat in der Öffentlichkeit und in Museumskreisen einige Diskussionen ausgelöst.

Die Ausstellung, die von 17 500 Besucherinnen und Besuchern gesehen wurde, entstand auf Initiative des Schweizer Konzerns Holcim, der zu seinem 100jährigen Bestehen den drei Fotografen den Auftrag erteilte, Mitarbeitende und Industrieanlagen an beliebigen Standorten der global tätigen Firma zu fotografieren. Das Projekt wurde von einer Zürcher Werbeagentur begleitet, die auch für Gestaltung und Publikation der entsprechenden Jubiläumsschrift zeichnet.

Die Nähe von Auftragskunst eines grossen Konzerns anlässlich eines Firmenjubiläums und der Ausstellungspolitik eines weitgehend von der öffentlichen Hand finanzierten Hauses hat Fragen aufkommen lassen: Wie eng darf oder soll die Kooperation zwischen Privaten und öffentlichen Museen sein? Wie nahe dürfen sich die Interessen eines öffentlichen Museums mit beschränkten finanziellen Mitteln und jene eines Konzerns in seiner PR-Politik kommen?

Dass Schweizer Firmen von der öffentlichen Hand subventionierte Kulturhäuser oder Kunstschaffende finanziell unterstützen, ist erfreulicherweise häufig der Fall. Auch Holcim ist ein traditionsreicher Schweizer Industriebetrieb, der sich in verschiedenen gesellschaftlichen Bereichen wie Umweltschutz oder eben Kultur engagiert. Das Berner Kunstmuseum hat schon wiederholt mit Holcim zusammengearbeitet oder anders gesagt: Holcim hat Aktivitäten des Berner Kunstmuseums schon wiederholt gesponsert.

Ein konkreter Auftrag von öffentlichen oder privaten Stellen steht häufig am Anfang von Kunst, sei es in den Bereichen Bildende Kunst oder Musik, aber auch bei Literatur, seltener bei Theater und Tanz. Holcim hat Kunstschaffenden den Auftrag gegeben, anlässlich des Firmenjubiläums Portraits und Fotografien zu schaffen, die einen Blick auf die Mitarbeitenden auf der ganzen Welt und die Industrieanlagen ermöglicht. Entstanden sind dabei Werke von grosser künstlerischer Qualität, die nicht einfach nur abbilden, sondern sich mit den Realitäten auseinandersetzen. Dies war nur möglich, weil Holcim den Fotografen keinerlei Auflagen machte. Die Bilder an sich haben nichts zu tun mit „Imagepflege“ oder „Werbefotographie“, sie machen auch keine politischen Aussagen.

Das Unternehmen Holcim ist nicht ein Konzern, mit dem sich eine Zusammenarbeit aus moralischer Sicht verbieten würde. Die Tatsache, dass Holcim in Indien in einen Prozess zum Thema der Arbeitsbedingungen verwickelt ist, ändert nichts daran. Für den Entscheid des Kunstmuseums, die Bilder zu zeigen, war wichtig, dass sie von unabhängigen Künstlern geschaffen wurden, dass das Resultat von künstlerischer Qualität ist und dass bei der Auswahl der gezeigten Bilder und deren Hängung keinerlei Einfluss genommen wurde.

Dennoch war es absehbar, dass diese Form von Zusammenarbeit in der Öffentlichkeit Kritik auslösen würde. Der Gemeinderat hätte sich deshalb gewünscht, dass das Kunstmuseum proaktiv und frühzeitig den zu erwartenden kritischen Fragen eine Diskussionsplattform gegeben hätte, zum Beispiel unter Einbezug der Verantwortlichen und Initianten. Hilfreich für eine sachliche Auseinandersetzung wäre sicher auch eine Begleitdokumentation zur Entstehung der Fotografien gewesen und Informationen zur Firma und deren weltweiten Tätigkeit. Die vom Kunstmuseum organisierte Podiumsdiskussion entstand erst als Reaktion auf die öffentliche Kritik und kam deshalb zu spät.

Zu den einzelnen Fragen:

*Zu Frage 1:*

Sponsoring hat immer mit Imagepflege zu tun. Mit der Kooperation zwischen dem Kunstmuseum und Holcim bei der Ausstellung „Industrious“ wurden allerdings die Grenzen einer solchen Zusammenarbeit aufgezeigt, welche zumindest kritische Begleitmassnahmen rechtfertigen. Festzuhalten ist jedoch, dass die gezeigten Fotografien höchsten künstlerischen Ansprüchen genügen und das Ergebnis einer Zusammenarbeit kompetenter Kuratoren und renommierter Künstler sind.

*Zu Frage 2:*

Es gibt keinen „üblichen“ Sponsorenanteil beim Kunstmuseum Bern oder den anderen Berner Museen. Der Anteil variiert je nach Projekt. Unabhängig vom Anteil Sponsoring-Gelder ist es Ehrgeiz und Verpflichtung jedes öffentlichen Museums, absolut unabhängige Ausstellungen zu zeigen, die den Qualitätsanforderungen im künstlerischen Bereich bzw. dem Ausstellungskonzept des Museums entsprechen.

*Zu Frage 3:*

Die Stadt Bern subventioniert das Kunstmuseum Bern in einem Vierjahresvertrag gemeinsam mit Kanton und Regionsgemeinden. Der Gemeinderat garantiert jeder subventionierten Kulturinstitution die künstlerische Programmfreiheit. Er erwartet jedoch, dass die Ausstellung „Industrious“ und deren Resonanz in der Öffentlichkeit am Controllinggespräch über das Geschäftsjahr 2012 thematisiert werden wird.

*Zu Frage 4:*

Nein. Ohne Sponsoring könnten die Berner Museen keine Wechselausstellungen mehr zeigen. Die Zusammenarbeit mit Privaten, Public-Private-Partnership, ist im Gegenteil ein Auftrag an die Museen und alle andere Berner Kulturinstitutionen.

*Zu Frage 5:*

Es gibt keine solchen Richtlinien. Aus Sicht des Gemeinderats könnten solche Richtlinien den Diskussionsbedarf im Einzelfall auch nie ersetzen. Nur im Dialog zwischen Kunstinstitutionen und Öffentlichkeit kann eine Auseinandersetzung über Sinn und Grenzen von Auftragskunst und insbesondere von neuen Formen des Kunst-Marketings stattfinden.

Der Gemeinderat hat Vertrauen in den Stiftungsrat und die Museumsleitung, dass diese mit Sponsoren und ihren Ansprüchen an die Öffentlichkeitswirksamkeit sorgfältig und eindeutig im Interesse der Kunst umgehen.

Bern, 4. Juli 2012

Der Gemeinderat