Migros-Kulturprozent
Eine Kultur des Kulturförderns

1 Das Modell Migros-Kulturprozent
2 Kulturförderung und -finanzierung in der Schweiz
3 Entwicklung des Migros-Kulturprozent und seiner kulturellen Projekte
4 Organisation des Migros-Kulturprozent
5 Der Kulturbegriff im Wandel der Zeit
6 Motive für den Kulturkonsum und Stellenwert der Kultur in der Bevölkerung
7 Das «Gut-ist-was-gefördert-wird»-Paradox
8 Prinzipien des «guten» Kulturförderers
9 Förderformen und Finanzierungsargumente
10 Kulturförderung und Kultursponsoring im Vergleich

1925 Gründung Migros
1941 Die Migros wird zur Genossenschaft. Duttweiler tritt zum ersten Mal mit der Idee eines «Kulturprozents» an die Öffentlichkeit
1943 Beteiligung an der Praesens Film
1944 Beginn der Klubschule
1946 Schenkung «Park im Grünen»
1948 Erste Klubhaus-Konzerte (seit 2009 Migros-Kulturprozent-Classics)
1950 Die «15 Thesen von Gottlieb und Adele Duttweiler»
1956 Entstehung Eurocentres
1957 Verankerung des Kulturprozent in den Migros-Statuten
1963 Eröffnung des Gottlieb Duttweiler Institut (GDI)
1969 Erste Stipendien für Künstler
1976 Kulturprozent MGB, Direktion für Kultur und Soziales
1987 Musiques Suisses, CD-Label für Schweizer Klassik, Neue Schweizer Volksmusik und Jazz
1988 Tanzfestival Steps
1994 L'arc, l'atelier de réflexion contemporaine – für Kulturschaffende und Künstler
1996 Migros Museum für Gegenwartskunst
1998 Eröffnung des ersten Kulturbüros
2002 digital brainstorming, Plattform für digitale Kultur und Medienkunst
2006 Film Postproduktionsförderung
2007 buzzplay.ch, Medien- und Robsterwettbewerb für Kinder und Jugendliche; ProARTE, Theater-Koproduktionsmodell / Lyrikförderung; ImageART, Bühne für Menschen mit und ohne Behinderung; MyCulture.ch, Bühnenprogramme für Jugendliche anlässlich des 50-Jahre-Jubiläums des Migros-Kulturprozent
2010 Migros-Kulturprozent-Jazz / Comicförderung / Migros-Kulturprozent CH-Dolfiffin-Wettbewerb

Entwicklung des Migros-Kulturprozent und seiner kulturellen Projekte
Infografik 3

«Der MGB setzt Mittel, welche das so genannte Kulturprozent bilden, für kulturelle, soziale und wirtschaftspolitische Zwecke ein. (…) Im MGB stehen die kulturellen, sozialen und wirtschaftspolitischen Zielsetzungen gleichberechtigt neben den wirtschaftlichen Zielen.»

Migros-Genossenschaften (GM)
Aare, Basel, Genf, Luzern, Neuenburg-Freiburg, Ostschweiz, Tessin, Waadt, Wallis, Zürich

Regionale kulturelle und soziale Aktivitäten
Klubschule Migros
Betrieb «Parks im Grünen»

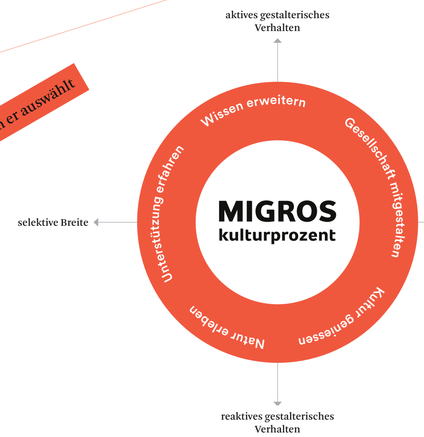
Migros-Genossenschafts-Bund (MGB)
Dachmarkenkommunikation
Migros-Kulturprozent

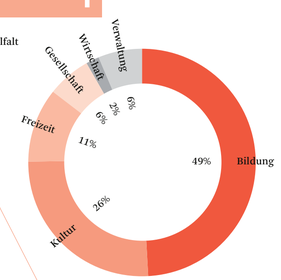
Direktion Kultur und Soziales | GDI Gottlieb Duttweiler Institute | Direktion Koordination Klubschulen | Eurocentres | «Parks im Grünen»; Ferrovia Monte Generoso

Organisation des Migros-Kulturprozent
Infografik 4

Heute das Morgen gestalten
Stärken stärken
Relevanz schaffen
Zu kultureller Aktivität auffordern
Diskurse führen

Das Modell Migros-Kulturprozent
Infografik 1





Ausgabenverteilung Migros-Kulturprozent
2013 120 Mio. CHF

Prinzipien des «guten» Kulturförderers
Infografik 8

Kulturproduzent
unterstützt Kulturproduktion und -vermittlung, setzt Akzente, hat einen kulturellen und gesellschaftlichen Auftrag

realisiert Kulturprojekte und schafft emotionalen und intellektuellen Mehrwert

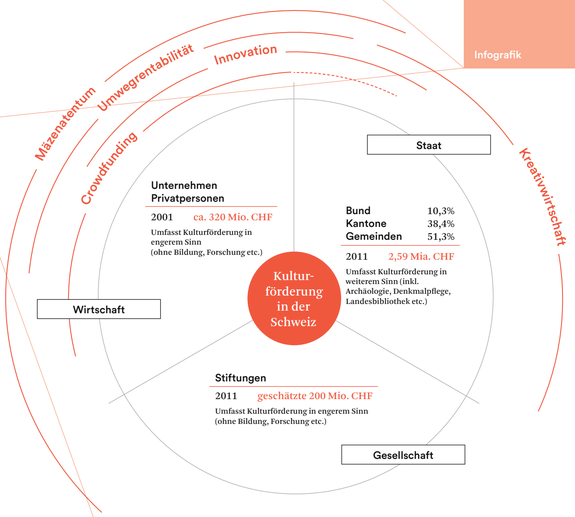
Kulturförderer
- hat eine Vision und ist autonom
- hat Vertrauen in die kreativen Persönlichkeiten
- ist überzeugt, das Richtige zu tun
- macht einen Unterschied, indem er auswählt

geniesst und konsumiert Kultur, schwankt zwischen dem Reiz des Neuen und der Vertrautheit des Bekannten

Kulturnutzer

Das «Gut-ist-was-gefördert-wird»-Paradox
Infografik 7

Förderformen und Finanzierungsargumente
Infografik 9

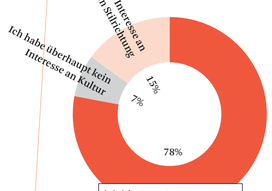


Kulturförderung und Kultursponsoring im Vergleich
Infografik 10

	Private Kulturförderung	Kultursponsoring
Motiv	gesellschafts- und kulturbezogen	marketing- und unternehmensbezogen
Gegenleistung	Reflexion, Vision, gesellschaftlicher Mehrwert	festgelegte Kommunikationsziele, Return on Investment
Inhalte	Fokus Innovation	Fokus Mainstream
Förderungsaktivitäten	Förderbeiträge, Netzwerk, Vermittlung, Plattformen etc.	Geld, Sachzuwendungen oder Dienstleistungen
	Ermöglichen von Kulturproduktion und -vermittlung	Kundensegment erreichen, Imagepflege

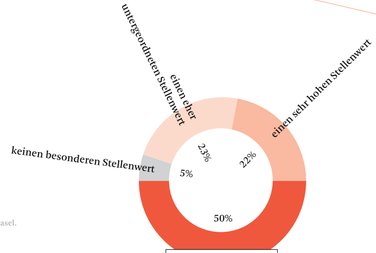
Der Kulturbegriff im Wandel der Zeit
Infografik 5

	Kultur vs. Nicht-Kultur →	Kultur vs. Un-Kultur →	Kultur vs. Kulturen →	Kulturen vs. Kulturen
Definitionskriterium	An-/Abwesenheit	Einschluss/Ausschluss	Der Mainstream saugt die Avant-garden auf oder negiert sie	Individualisierter und ökonomisierter Kulturbegriff
Gegenbegriff	Natur	Zivilisation, Unkultur, Trivialkultur	Avantgarde, Gegenkultur, Subkultur	keine interkulturellen Gegenbegriffe mehr, Parallelität von zahlreichen Kulturen, die sich konkurrenzieren, Gegenbegriffe sind neu Politik, Wirtschaft, Wissenschaft
Verhalten zum Gegenbegriff	Bekämpfen	Kulturalisieren, Kolonialisieren	Pathologisieren, Kriminalisieren oder Vereinnahmung/Adelung	Konkurrenzieren
Aufbewahrungssystem	Kanon/Speicher	Kabinett/Museum	Archiv/Schaulager	Privatisierung/ökonomische Auslese/Steinbruch
Aneignungsform	Erhaltung/Überlieferung	Bildung/Erziehung	Sozialisation	Bricolage
	Kultur als Technik der Kultivierung	Kultur als Technologie der Zivilisation	Kultur als Strategie der Avantgarden	Kultur als Gleichzeitigkeit von Hybriditäten und Widersprüchlichkeiten



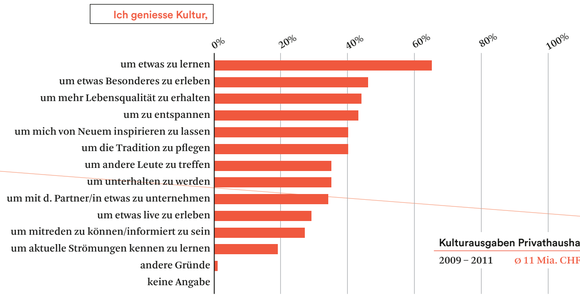
Ich bin an unterschiedlichen Stilrichtungen in der Kultur interessiert

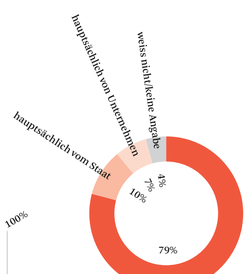
Motive für den Kulturkonsum und Stellenwert der Kultur in der Bevölkerung
Infografik 6



Kultur hat in meinem Leben einen eher hohen Stellenwert

Ich geniesse Kultur,





Kulturförderung ist eine Aufgabe von Staat und Unternehmen

Kulturausgaben Privathaushalte
2009 – 2011 ø 11 Mia. CHF/Jahr

Kulturförderung und -finanzierung in der Schweiz
Infografik 2

Quellen
Katja Girschik, Albrecht Ritschl, Thomas Welskopp (Hg.) (2003): **Der Migros-Kosmos**. Zur Geschichte eines aussergewöhnlichen Schweizer Unternehmens. hier + jetzt, Verlag für Kultur und Geschichte, Baden.
Christoph Weckerle, Manfred Gerig, Michael Söndermann (2008): **Kreativwirtschaft Schweiz**. Daten. Modelle. Szene. Birkhäuser, Basel.
m13.migros.ch (Migros Geschäftsbericht 2013)
www.migros-kulturprozent.ch

Infografik 6
ISOPUBLIC AG, **Bevölkerungsumfrage August/September 2013**, n = 4'048, Bevölkerungsrepräsentativ Schweiz

Infografik 2, 6
Bundesamt für Kultur (2014): **Taschenstatistik Kultur in der Schweiz**. Bundesamt für Kultur, Bern.
Schweizerischer Bundesrat (2011): **Botschaft zur Förderung der Kultur in den Jahren 2012–2015** (Kulturbotschaft).
Peter Knoepfel, Yannis Papadopoulos, Pascal Sciarini et. al. (Hg.) (2014): **Handbuch der Schweizer Politik / Manuel de la politique suisse**. Verlag Neue Zürcher Zeitung, Zürich.