



DEUTSCHER MUSEUMSBUND

Deutscher Museumsbund e.V.

Büro Berlin

In der Halde 1

14195 Berlin

Tel.: 030/ 84 10 95-17

Fax: 030/ 84 10 95-19

E-Mail: office@museumsbund.de

Memorandum des Deutschen Museumsbundes zum Thema "Sponsoring"

Sponsoring gehört heute zum festen Bestandteil von Finanzierungs Konzepten in der Kultur. Auch Politiker vertreten in zunehmendem Maße diese Ansicht. Selbst Verwaltungen veranlassen die Verantwortlichen im Kulturbetrieb immer häufiger, sich selbst um die Einwerbung von Drittmitteln bei potentiellen Sponsoren zu bemühen. Hierbei werden in der Regel prestigeträchtige Projekte und Werke populärer Künstler, die einen spektakulären Besuchererfolg und ein reges Medieninteresse garantieren, bevorzugt.

Der Deutsche Museumsbund steht dem Sponsoring aufgeschlossen gegenüber, und seine Mitglieder haben mit Wirtschaftsunternehmen als Kooperationspartner und Kulturförderer gute Erfahrungen gemacht. Er gibt aber zu bedenken, dass Sponsoring nicht nur Bestandteil einer Marketing-Politik sein kann, in der vorrangig attraktive Ausstellungsstandorte, prominente Institutionen und große Namen von Interesse sind. Sponsoring muß Kooperation bedeuten, Geben und Nehmen sollte in einem angemessenen Verhältnis stehen.

Museen benötigen zur Erfüllung ihrer vielfältigen Aufgaben die Sicherheit kontinuierlicher und einplanbarer Mittelzuwendung, um das gesamte Spektrum der Museumsarbeit zu garantieren. In einer Zeit, in der sich die finanziellen Rahmenbedingungen zusehends verschlechtern, dürfen sich Bund, Länder und Kommunen ihrer kulturstaatlichen Gesamtverantwortung nicht entziehen. Sie müssen gerade in wirtschaftlich schwierigen Zeiten den Unterhalt der Museen zu ihren Pflichtaufgaben rechnen. Dabei darf im Interesse der Vielfalt der historisch gewachsenen deutschen Kulturlandschaft die Arbeit kleinerer und mittlerer Museen nicht übersehen werden.

Jedoch ist es auch aus Sicht des Deutschen Museumsbundes durchaus zu begrüßen, dass sich Museen um Fördermittel aus der Wirtschaft bemühen, insbesondere, um zusätzliche Veranstaltungen, Sonderausstellungen oder Erwerbungen zu ermöglichen. Dem steht allerdings noch eine Gesetzgebung entgegen, die es Unternehmen wie Museen nicht leicht macht, in eine bisher unübliche Kooperation einzutreten.

Der Deutsche Museumsbund fordert die verantwortlichen Politiker auf, wirtschaftliche und administrative Bedingungen zu schaffen, die es den Museen auch in Zukunft ermöglichen, die gesamte Vielfalt ihrer Aufgaben zu erfüllen, ohne sich in der Suche nach Spektakulärem zu verlieren. Er plädiert für eine

Flexibilisierung innerhalb der Trägerschaftsstrukturen, um zu ermöglichen, dass zu beiderseitigem adäquatem Nutzen Kooperationen eingegangen werden können. Gleichzeitig schließt er sich den steuerpolitischen Vorschlägen des Deutschen Kulturrates von 1993 an, insbesondere der Aufforderung, durch steuerrechtliche Maßnahmen stärkere Anreize für Stifter und Sponsoren zu schaffen.

Für den Vorstand des Deutschen Museumsbundes:
Dr. Martin Roth (Präsident)

Dresden, im Februar 1996

This document was created with Win2PDF available at <http://www.daneprairie.com>.
The unregistered version of Win2PDF is for evaluation or non-commercial use only.