

Schwarm der Mäzene

Künstler sammeln im Internet Geld, um ihre Projekte zu finanzieren: Crowdfunding könnte die Kulturlandschaft verwandeln.

Ein junger Bursche mit blonden, in die Stirn gekämmten Haaren steht vor einer Tafel und grinst in die Kamera. Er sieht aus wie ein kalifornischer Sonnyboy, der in letzter Zeit kaum in die Sonne kam. Und er grinst wie jemand, der glaubt, es besser zu wissen.

Das Spiel werde sich verändern, erklärt er in seinem gut dreiminütigen Video. Er meint das – angeblich – freie Spiel der Kräfte. Noch würden Konzerne, die „big players“, bestimmen, was die Menschen konsumieren. Doch die könnten sich befreien. Dann zeigt er viele bunte Menschärgere-dich-nicht-Figuren, die sich bewegen, bis sie ein „C“ bilden: C wie Crowd. Oder Masse. Oder Schwarm.

Timon Birkhofer stammt aus Stuttgart und lebt in Nürnberg. Er ist 27 und dreht Image-Filme für Automobilkonzerne. Nun macht er Werbung in eigener Sache, er bereitet unter dem Titel „Capital C“ einen Dokumentarfilm über Crowdfunding vor, die Finanzierung von Produkten durch das Internet.

Sein Video hat er für Kickstarter gedreht, die weltweit erfolgreichste Internetplattform für Crowdfunding-Projekte. Kickstarter ist in New York ansässig, wurde 2008 gegründet und hat seither mit rund 175 Millionen Dollar über 20 000 Projekte finanziert: von Büchern, Filmen und Computerspielen bis hin zu Forschungsvorhaben.

80 000 Dollar wollte Birkhofer auf Kickstarter für seinen Film „Capital C“ sammeln. Anfang Juni, nach 58 Tagen, war das Ziel erreicht. Seine Crowd, 586 Unterstützer, gab sogar über 4000 Euro mehr. Nun fängt er an zu drehen.

Birkhofer will zeigen, was Crowdfunding ist, wie es funktioniert und wie es die Kulturlandschaft, vielleicht sogar die Marktwirtschaft, verändern kann. Er wird Wikipedia-Mitgründer Jimmy Wales treffen und Brian Fargo, der für sein Computerspiel „Wasteland 2“ über Crowdfunding knapp drei Millionen Dollar eingesammelt hat. Birkhofer will zeigen, was die Masse bewegen kann.

Das Prinzip des Crowdfunding ist nicht neu. Es geht auf das Subskriptionsmodell zurück, mit dem schon im 18. Jahrhundert Schriftsteller Bücher und Komposi-

rial erkannt. Ein Buch wie Jazz, mit seinen eingeschobenen Steppenwolf-Gedichten, dem Traktat, den verschiedenen Erzählern mit ihren Stimmen.

Thomas Mann verglich es mit dem „Ulysses“ von Joyce und schrieb, der „Steppenwolf“ habe ihn „wieder gelehrt, was Lesen heißt“. Er schlug seinen Freund für den Nobelpreis vor, jedes Mal aufs Neue. Mit dem Pazifismus des „Steppenwolfs“ werden die Vietnam-Kriegsverweigerer argumentieren. Das Buch wird aus mehreren Bibliotheken in den USA verbannt, weil es Drogenmissbrauch und sexuelle Perversionen verherrliche, in der DDR gilt es offiziell als „antigesellschaftlich“ – und wird von der Jugend verschlungen. Ein Epochenbuch, Weltliteratur.

Hesse, gerade 50 geworden, bringt sich nicht um, stattdessen liegt sein Freund

Als er 1946 den Nobelpreis erhält, erspart sich Hesse die Reise. Er ist des Trubels müde. Dichterisch ist er verstummt.

Nun verlegt er sich aufs Malen und aufs Briefeschreiben, 40 000 sind es im Laufe seines Lebens, er wird der Guru, der er nie sein wollte, er beantwortet Briefe von jungen Künstlern, von Soldaten, von verzweifelten Teenagern. Allen rät er das Gleiche: Hör auf dich selbst, nicht auf Programme. Hab Mut zum Eigensinn. Auch heute nicht der schlechteste Rat.

Im Museo Hermann Hesse in Montagnola, gleich neben der Casa Camuzzi, gibt es einen schönen stillen Garten, der von einer Schildkröte bewohnt wird. Sie heißt Knulp, nach Hesses Außenseiterfigur. „Ein anderer Name ist mir für sie nicht eingefallen“, sagte die Dörflerin, die sie vorbeibrachte. Die Schildkröte sei, so berichtete die Frau, eine von vieren gewesen, doch die anderen hätten sie ständig gebissen und gemobbt. Hier im Garten, in der Nachbarschaft zu Hesse, lebt sie auf.

Im ersten Stock steht Hesses Schreibmaschine, eine Smith Premier Typewriter No. 4 mit hochstehenden elfenbeinfarbenen Tasten. Auf ihr wird er sie getippt haben, die „Stufen“ aus der Zeit des „Glasperlenspiels“. Sie erzählen Hesse in 22 Zeilen.

„Es wird vielleicht auch noch die Todesstunde / Uns neuen Räumen jung entgegenschend, / Des Lebens Ruf an uns wird niemals enden ... / Wohlan denn, Herz, nimm Abschied und gesunde!“

Am Morgen des 9. August 1962 stirbt Hermann Hesse im Schlaf. Ein kleines Blutrinnsal im Mundwinkel. Auf dem Bett sollen die „Bekenntnisse“ des Augustinus gelegen haben.

Reglos stehen die Zypressen in der Mittagsglut des Friedhofs von Sant'Abbondio. Hier ist er begraben, der Knulp, der Außenseiter, der Narziss, der Steppenwolf, der Weltdichter – nur einige Meter vom noch kleineren, noch unscheinbareren Grab von Hugo Ball.

Hier stört sie keiner mehr.

Doch sie, so möchte man hoffen, verstören weiter.



Hesse-Museum in Montagnola: Eine Schildkröte namens Knulp

Hugo Ball mit Magenkrebs im Sterben. Bewegt nimmt Hesse Abschied und betritt mit „Narziß und Goldmund“ eine neue Stufe. Diesmal aus der Moderne ins Mittelalter, eine wunderbare „éducation sentimentale“, diese Geschichte einer Freundschaft. Der Mönch Narziß bleibt im Kloster, und sein Schüler Goldmund geht in die Welt, sein Weg führt durch die Betten schöner Burgfräulein, durch Pestlandschaften, Hunger und Gefahr und fiebernde Künstlervisionen, bis er wieder im Kloster endet. Beide Wege führen zur gleichen Einsicht.

Danach zieht der Dichter in seine letzte Bleibe, ein paar hundert Meter weiter, in die Casa Rossa, mit seiner dritten Frau Ninon Dolbin. Bereits im selben Jahr beginnen die Arbeiten an seinem Opus magnum „Das Glasperlenspiel“, der Fiktion der Ordensprovinz Kastalien.

Es ist eine leicht fade Welt des Geistes, mit der sich Hesse da zwölf Jahre lang abmüht. Er dichtet sich auch gegen die Barbarei ab. In jenen Jahren finden sich die bei ihm ein, die der Terror aus Deutschland vertreibt, zunächst Thomas Mann, der während einer Auslandsreise vom Reichstagsbrand erfährt, dann kommen Brecht, Weiss und andere.



Video: Matthias Matussek über Hermann Hesses „Steppenwolf“

Für Smartphone-Benutzer: Bildcode scannen, etwa mit der App „Scanlife“. spiegel.de/app322012hesse



Filmemacher Birkhofer, Science-Fiction-Parodie „Iron Sky“: „Das Spiel wird sich verändern“

ten Konzerte finanzierten. Wolfgang Amadeus Mozart etwa verkaufte Eintrittskarten für kommende Konzerte zu ermäßigten Preisen.

Auf Plattformen wie Kickstarter können Erfinder, Künstler oder Wissenschaftler ihre Projekte vorstellen. Sie legen eine Zielsumme und einen Finanzierungszeitraum fest, dann werben sie mit einem Video auf der Plattform um Unterstützung. Ist die angepeilte Summe erreicht, wird sie an die Initiatoren ausgezahlt; sonst geht das Geld an die Unterstützer zurück.

Die Geldgeber bekommen Sachwerte, bei Filmen etwa eine DVD. Auch eine Nennung im Abspann kann man sich erkaufen. Birkhofer legte den höchsten Förderbetrag bei seiner Crowdfunding-Dokumentation auf 7500 Dollar fest. Wer so viel Geld gibt, wird vom Team des Films persönlich zu Hause besucht.

„Hierzulande tun sich die Menschen noch etwas schwer, ihr Portemonnaie zu öffnen, gerade wenn es um Kultur geht“, sagt Denis Bartelt, 35, Mitbegründer der deutschen Crowdfunding-Plattform Startnext. „Die meisten Deutschen denken: Ist das nicht die Aufgabe des Staates?“

In Deutschland fließen jedes Jahr ungefähr neun Milliarden Euro Staatsgelder in die Kulturförderung. In den Vereinigten Staaten sind es dagegen nur rund 150 Millionen Dollar – auf die gleiche Summe könnte Kickstarter 2012 allein kommen.

Nun steigt auch in Deutschland die Bereitschaft, auf Internetplattformen Geld in Filme zu stecken: Die Produzenten des Sexfilms „Hotel Desire“ nahmen 170 000 Euro ein; in die Science-Fiction-Parodie „Iron Sky“ über eine Nazi-Invasion aus dem All steckten Kleininvestoren rund 800 000 Euro; für den „Stromberg“-Film, der auf der TV-Serie mit Christoph Maria Herbst basiert, kam eine Million zusammen – in nur gut einer Woche.

Die Produzenten dieser Filme boten Internetinvestoren einen zusätzlichen Anreiz: Gewinnbeteiligungen. Dennoch gelang es den „Iron Sky“- und „Stromberg“-Machern wohl nur deshalb, so viel Geld einzutreiben, weil sie sich auf eine Fangemeinde stützen konnten. „Stromberg“

läuft als Serie seit 2004 erfolgreich auf ProSieben, der „Iron Sky“-Regisseur Timo Vuorensola dreht seit Mitte der neunziger Jahre Science-Fiction-Parodien, die er unter dem Serientitel „Star Wreck“ kostenlos ins Internet stellt. Sie fanden mehrere Millionen Zuschauer. Als der Regisseur sein erstes Kinoprojekt „Iron Sky“ vorstellte, konnte er viele tausend Fans über das Internet persönlich kontaktieren, erzählt Oliver Damian, 43, deutscher Co-Produzent des Films.

Die Fans schickten daraufhin Drehbuchideen und Entwürfe für die Raumschiffe der Nazis, die „Reichsflugscheiben“. Einige der Fans waren Computerspezialisten, die schon bei anderen Filmen an visuellen Effekten mitgearbeitet hatten. Mit Billigflügen wurden sie ins



Internetseite der Crowdfunding-Plattform Kickstarter „Nicht der einfachste Weg, aber der spannendste“

finnische Tampere verfrachtet und dort „in einen großen Raum gesteckt, in dem nur Computer standen“, erzählt Damian. „Im Nu versank alles in Zigarettenqualm.“

Die Produzenten stellten mehrere Mitarbeiter ein, um die Fans ständig über den Fortgang des Projekts auf dem Laufenden zu halten, Tausende „Iron Sky“-T-Shirts mussten in die Welt verschickt werden, die Planung der Premieren war extrem schwierig, weil sehr viele Fans einen Anspruch auf ein Ticket erworben hatten. „Der Aufwand“, so Damian, „war immens.“

Wer keine große Fangemeinde hinter sich hat, ist erst mal mit dem Crowdfunding beschäftigt. Das gilt für die meisten derjenigen, die ihre Projekte über Internetplattformen finanzieren wollen.

Die Berliner Filmemacherin Nana Rebhan, 33, steht Sonntagnachmittag mit ei-

nem fast zwei Meter hohen, selbstgebastelten Rollkoffer am Berliner Mauerpark. „Ick hab keen Bock uff die alle!“ steht auf dem Koffer. Rebhan plant einen Dokumentarfilm über den Hauptstadttourismus: „Welcome, Goodbye!“ Über Startnext will sie 10 000 Euro einsammeln.

Wer die Masse sucht, der findet sie hier. Jeden Sonntag strömen Tausende Touristen zum Trödelmarkt. Rebhan hat 15 000 Flyer drucken lassen. „Werde Filmproduzent – ab 5 Euro!“ steht darauf. Freunde helfen ihr, die Zettel unter Volk zu bringen, einer springt im rosa Affenkostüm über den Bürgersteig.

Berlin verbucht derzeit zweistellige Zuwachsraten bei den Besucherzahlen, doch gleichzeitig wächst in der Bevölkerung der Unmut, auch weil immer mehr Miet-

wohnungen in Ferienwohnungen umgewandelt werden. Manche Kreuzberger rufen schon zum „Touristen-Bashing“ auf.

Rebhan will alle Seiten zu Wort kommen lassen, und möglicherweise ist das der Grund, warum ihr Crowdfunding etwas schleppend verlief. „Polarisieren hilft“, sagt Startnext-Gründer Bartelt. „Du brauchst eine klare Botschaft, die sich wie ein Virus verbreitet.“

„Crowdfunding ist nicht der einfachste Weg, einen Film zu finanzieren“, meint Birkhofer, „aber der spannendste.“ Denn es sei auch eine Möglichkeit, die Marktchancen seines Projekts zu testen. Wären die 80 000 Dollar, die er für „Capital C“ einsammeln wollte und die etwa ein Fünftel seines Gesamtbudgets ausmachen, nicht erreicht worden, hätte er den Film abgesagt. Dann wäre ihm das Interesse zu gering gewesen.

Knapp 60 Prozent der Projekte, die auf deutschen Plattformen vorgestellt werden, verfehlen ihr Finanzierungsziel – oft sehr deutlich. Das Scheitern sei vor allem für Künstler schwer zu verkraften, sagt Bartelt. Es ist schmerzhafter, von der Masse abgelehnt zu werden als von einem Fördergremium. „Die Crowd ist knallhart“, sagt er. „Das muss man wissen.“

LARS-OLAV BEIER