

FOR FOREST ...und das Geld

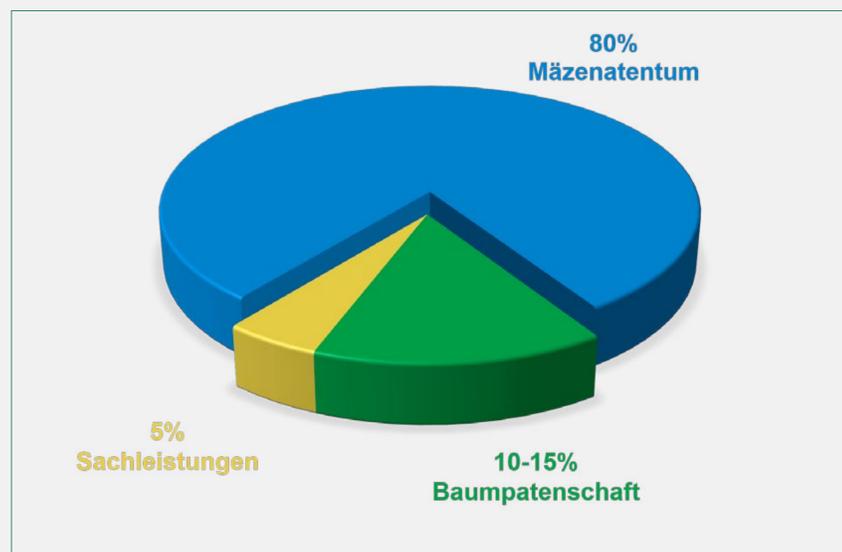


Spitzahorn, latein.: *Acer platanoides*; gehört zur Familie der Seifenbaumgewächse; die in Europa heimische Baumart kann bis zu 150 Jahre alt werden.

In der Kontroverse um *For Forest* ist die Frage der Finanzierung und der Herkunft der Projektgelder zentral. Dabei steht die Frage der öffentlichen Gelder im Mittelpunkt. Ein zweiter Aspekt ist der wiederholte Versuch das Kulturunternehmen Littmann zu bewegen, namentlich zu offenbaren, wer die Geldgeber sind. Darüber hinaus ist das Thema Förderung oder Nicht-Förderung auch mit Blick auf zu erwartende Einnahmen eines durch *For Forest* generierten Tourismus (Umwegrentabilität) von Belang. Das Budget beläuft sich nach Auskunft von Littmann Kulturunternehmen auf zwei Millionen Euro.

Die Finanzierung

For Forest fußt auf drei Finanzierungssäulen. Der Löwenanteil (80 %) stamme (laut Littmann) von ungenannten Schweizer Gönnern (Mäzenatentum), denen die Kunstinstallation und das Thema Klimaschutz wichtig sei. Die zweite Säule seien Baumpatenschaften (€ 5.000 pro Baum), die ca. 10 bis 15 % erwirtschaften sollen. Die dritte Säule erbringe 5 % in Form von Sachleistungen. Hierzu zählen Materialien, Maschinen und Arbeitskräfte, die ebenfalls eine Form des Mäzenatentums darstellen.



Keine Steuergelder, privates Mäzenatentum

Im Streit um *For Forest* wird die Frage, ob es eine direkte öffentliche Förderung für *For Forest* gebe, von den Gegnern des Projekts permanent thematisiert und für unbeantwortet erklärt. Fakt ist: Die Stadt Klagenfurt unterstützt das Projekt nur durch die mietfreie Überlassung des Stadions für die Zeit von sechs Wochen. Das Unternehmen von Klaus Littmann erhält nur eine passive Förderung, da die Stadt auf Mieteinnahmen in Höhe von 35.000 EUR verzichtet. Das sind aber keine Steuergelder, sondern entgangene „Opportunitätskosten“, die bei Nichtstattfinden auch nicht in die Stadtkasse geflossen wären.

Die Behauptung der Intransparenz

Während Littmann Kulturprojekte und die Stadt immer wieder bestätigen, dass keine öffentlichen Gelder fließen, versuchen die Gegner*innen weiterhin diesen Eindruck zu erwecken, ohne hierfür stichhaltige Belege vorlegen zu können. Die FPÖ hat ihre Strategie im Laufe der Monate angepasst und behauptet vor allem, dass das Problem die Intransparenz sei. Insbesondere versucht sie den Eindruck zu erwecken, als ob das anonyme Mäzenatentum etwas Verdächtiges oder Ehrwürdigeres sei bzw. dass die Stadt nach wie vor verschweige, welche realen Kosten anfallen würden: Während einer Diskussion im Stadionwirt behauptete im Februar 2019 ein Sprecher der FPÖ:

„Es war von Anfang an eine Intransparenz, das heißt, die Kosten sind uns nie gesagt worden, man hat immer nur gesagt, es kostet nichts, nur alleine schon, dass das Stadion für mehrere Monate kostenlos, [...] zur Verfügung gestellt wird, das kostet ja die Stadt schon etwas. [...]

Es wäre einmal wichtig die Kosten auf den Tisch zu legen. Das einzige was wir wissen ist, dass im Kärntner Monat die Bürgermeisterin das erste Mal zugegeben, dass vermeintlich 35.000 EUR, naja, ist ja nicht so viel Geld, sagen die, aber einmal umgerechnet sind das 500.000 Schilling, eine halbe Million Schilling und letztendlich werden wir das wahrscheinlich ganz am Ende erfahren, was es kostet.“

In demagogischer Weise werden in dieser Darstellung Euro-Beträge in Schilling verwandelt, um den Anschein besonders hoher Opportunitätskosten zu erwecken. Politisch geht es der FPÖ vor allem darum, der amtierenden Bürgermeisterin zu schaden. Das wird auch während der Diskussion im Stadionwirt offen zugegeben. In populistischer Weise wird gegen das Projekt Stimmung gemacht, in dem man auf die Preissteigerungen von kommunalen Bauprojekten anspielt, obwohl es sich bei *For Forest* um ein überwiegend privat finanziertes Unternehmen handelt.

Umwegrentabilität durch Tourismus

Der Initiator des Projektes, Klaus Littmann, die Tourismusbetriebe und die Stadt sind davon überzeugt, dass von *For Forest* ein positiver Effekt für den Tourismus ausgehen wird: „Was sie davon haben, kann ich ihnen sagen: Es wird einen riesigen Werbeeffekt haben für Kärnten und Klagenfurt, es werden unglaublich viele Menschen hierherkommen [...]“¹ Das Seeparkhotel schnürt bereits seit März „*For Forest Packages*“ und hofft auf eine neue Gästeschlacht, um auf uns aufmerksam machen.² Die Kärnten Werbung hat sich aus diesem Grund der Kunstintervention angenommen und wirbt mit Informationen rund um das Event.³ Bürgermeisterin Maria-Luise Mathiaschitz erwartet, dass diese finanzkräftige Kundenschlacht nicht nur für den Tourismus, sondern für den gesamten Wirtschaftsraum interessant sein wird.⁴ Teilweise profitieren aber auch lokale Kulturinstitutionen von diesem Projekt.