

Gutachten zum Thema:

„Kulturwirtschaft in Deutschland –
Grundlagen, Probleme, Perspektiven“

im Auftrag der

Enquete-Kommission „Kultur in Deutschland“
des Deutschen Bundestages

erstellt von

ICG culturplan Unternehmensberatung GmbH

Menzelstraße 21, 12157 Berlin, www.culturplan.de

in Kooperation mit

STADTart Planungs- und Beratungsbüro

Gutenbergstraße 34, 44139 Dortmund, www.stadtart.com

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	6
Zusammenfassung der Ergebnisse	7
1. Einleitung	12
2. Der Begriff „Kulturwirtschaft“	16
2.1. Viele Begriffe – ein Inhalt?	16
2.2. Die Anforderungen an einen einheitlichen Begriff.....	18
2.3. Die derzeitige Uneinheitlichkeit des Begriffs.....	19
2.3.1. Die statistisch-quantitative Uneinheitlichkeit	19
2.3.2. Die inhaltlich-qualitative Uneinheitlichkeit	26
2.4. Neufassung des Begriffs Kulturwirtschaft	61
2.4.1. Der kulturberufliche Kern	61
2.4.2. Kulturwirtschaft	62
2.5. Weitergehende Begriffe	71
3. Kulturwirtschaft im Kontext der Gesamtwirtschaft.....	74
3.1. Kulturwirtschaft und Gesamtwirtschaft.....	74
3.1.1. Die Umsatzentwicklung der Kulturwirtschaft im Vergleich zur Gesamtwirtschaft.....	75
3.1.2. Erwerbsmuster in der Kulturwirtschaft	81
3.1.3. Die Betriebsgrößenstruktur der Kulturwirtschaft	92
3.1.4. Der Qualifikations- und Bildungsstand in der Kulturwirtschaft.....	95
Exkurs: Die Film- und Fernsehwirtschaft i.e.S. 1998 – 2005	98
Umsatzentwicklung.....	99
Unternehmensspektren.....	101
Beschäftigungspotenziale	105
Besonderheiten im Bundesmaßstab und regionale Spezifika.....	106
Öffentliche Förderung und Förderwirkung	109
4. Kulturwirtschaft im Kontext der politischen Planung.....	112
4.1. Politische Wertsetzungen zur Kulturwirtschaft.....	114
4.2. Kulturwirtschaft, Kulturpolitik und Wirtschaftspolitik	115
4.2.1. Kulturwirtschaft als Gegenstand einer gemeinsamen Kultur- und Wirtschaftspolitik.....	115
4.2.2. Politische Planung und kulturelle Wertschöpfungsketten	117
Exkurs: Kulturelle und wirtschaftliche Folgen einer Änderung der Umsatzsteuerbefreiung für Kulturbetriebe.....	122
4.2.3. Die Förderung der Kulturwirtschaft	133

4.3. Kultur und Kulturwirtschaft im Rahmen der Regional- bzw. Wirtschaftsentwicklung und der Stadterneuerung	148
4.3.1. „Kultur und Kulturwirtschaft“ im Rahmen der Regional- bzw. Wirtschaftsentwicklung ..	149
4.3.2. „Kultur und Kulturwirtschaft“ im Rahmen der Erneuerung der europäischen Stadt.....	157
4.3.3. Fazit.....	166
4.3.4. Empfehlungen zur Stärkung von Kultur und Kulturwirtschaft im Rahmen von Regional- bzw. Wirtschaftsentwicklung und Stadterneuerung	168
4.4. Kulturwirtschaft, Beschäftigungs- und Sozialpolitik.....	177
4.5. Kulturwirtschaft und öffentlich geförderte Kultur	183
5. Zusammenfassende Empfehlungen	187
6. Literaturliste	191

Abbildungsverzeichnis

<i>Abbildung 1 Vergleich der Selbständigen in Kulturberufen nach Mikrozensus (MZ9- und Umsatzsteuer (UST)-Konzept für das Jahr 2003</i>	22
<i>Abbildung 2 Zusammenhang zwischen dem Kultursektor, Wirtschaft und Staat laut dem 1. Hessischen Kulturwirtschaftsbericht</i>	28
<i>Abbildung 3 Das Drei-Sektoren-Modell des 1. Schweizer Kulturwirtschaftberichtes</i>	29
<i>Abbildung 4 Die der Kulturwirtschaft in den USA, Kanada und Australien zugerechneten Branchen und Sektoren</i>	37
<i>Abbildung 5 Die der Kulturwirtschaft in unterschiedlichen Kulturwirtschaftsberichten zugeordneten Branchen und Bereiche</i>	39
<i>Abbildung 6 Die den kulturwirtschaftlichen Branchen und Bereichen in unterschiedlichen Kulturwirtschaftsberichten zugeordneten Teilbereiche der Kulturwirtschaft</i>	40
<i>Abbildung 7 Umsatzanteile der Kulturwirtschaft an der Gesamtwirtschaft in deutschen Ländern laut dem 1. Hessischen Kulturwirtschaftsbericht</i>	45
<i>Abbildung 8 Umsatzanteile der Kulturwirtschaft in deutschen Ländern an der Gesamtwirtschaft laut dem 1. Kulturwirtschaftsbericht des Landes Sachsen-Anhalt</i>	46
<i>Abbildung 9 Gegenüberstellung der Umsatzanteile der Kulturwirtschaft in deutschen Ländern lt. unterschiedlichen Berichten im Vergleich</i>	47
<i>Abbildung 10 Kulturwirtschaft im engeren und weiteren Sinne nach dem 1. Kulturwirtschaftsbericht des Landes Nordrhein-Westfalen</i>	51
<i>Abbildung 11 Kulturwirtschaft im engeren und weiteren Sinne nach dem 1. Kulturwirtschaftsbericht der Schweiz</i>	52
<i>Abbildung 12 Unterschiedliche Benennungen der Stufen der kulturwirtschaftlichen Wertschöpfungskette in der Literatur</i>	55
<i>Abbildung 13 Die kulturelle Wertschöpfungskette</i>	55
<i>Abbildung 14 Funktionen kultureller Prozesse in der Systematik der EU</i>	57
<i>Abbildung 15 Das Drei-Sektoren-Modell des 1. Schweizer Kulturwirtschaftberichtes</i>	67
<i>Abbildung 16 Matrix kulturwirtschaftlicher Tätigkeitsfelder</i>	68
<i>Abbildung 17 Matrix kulturwirtschaftlicher Tätigkeitsarten</i>	70
<i>Abbildung 18 Matrix kulturwirtschaftlicher Betriebsformen mit Beispielbetrieben</i>	71
<i>Abbildung 19 Die Umsatzanteile der Kulturwirtschaft im engeren Sinne und der Kulturwirtschaft im weiteren Sinne an der Gesamtwirtschaft (in Mio. € und Prozent)</i>	76
<i>Abbildung 20 Die Umsatzanteile der Teilmärkte der Kulturwirtschaft (in Prozent)</i>	77
<i>Abbildung 21 Die Entwicklung der Umsätze der Kulturwirtschaft von 2000 bis 2002 in Hessen (in Mio. € und in Prozent)</i>	78
<i>Abbildung 22 Die Entwicklung der Umsätze der Kulturwirtschaft in Deutschland von 2000 bis 2003 (in Mio. € und in Prozent)</i>	79
<i>Abbildung 23 Die Umsatzrückgänge in den kulturwirtschaftlichen Teilmärkten in Hessen (2002-2004) und bundesweit (2000-2003)</i>	80
<i>Abbildung 24 Anteile der in den deutschen Bundesländern in der Kulturwirtschaft Beschäftigten an den Beschäftigten insgesamt laut 1. Hessischen Kulturwirtschaftsbericht</i>	81
<i>Abbildung 25 Anteile der in der Kulturwirtschaft Beschäftigten an der gesamten erwerbstätigen Bevölkerung</i>	82
<i>Abbildung 26 Der Anteil der im kulturellen Sektor Tätigen an den Erwerbstätigen insgesamt in den EU-Ländern</i>	83
<i>Abbildung 27 Anteile der in den kulturwirtschaftlichen Teilmärkten abhängig Beschäftigten an der Gesamtbeschäftigung</i>	84

Abbildung 28 Die Anzahl der Erwerbstätigen (abhängig Beschäftigte, Selbständige und geringfügig Beschäftigte) nach Teilmärkten und Bereichen.....	85
Abbildung 29 Die Entwicklung der Erwerbstätigkeit im kulturellen Sektor in Deutschland von 2003 bis 2004.....	87
Abbildung 30 Struktur der Beschäftigung im Kultursektor in Deutschland.....	88
Abbildung 31 Die Entwicklung der selbständigen Erwerbstätigkeit in ausgewählten Künstlerberufen von 1978 bis 1995.....	89
Abbildung 32 Durchschnittseinkommen der bei der Künstlersozialkasse Versicherten im Jahr 2005.....	90
Abbildung 33 Die Erwerbslosenraten in kulturwirtschaftlichen Teilbereichen von 1999 bis 2003 .	92
Abbildung 34 Die aus jüngsten Kulturwirtschaftsberichten abgeleiteten durchschnittlichen Beschäftigtenzahlen je kulturwirtschaftlichem Betrieb.....	93
Abbildung 35 Größenklassen in der deutschen Kulturwirtschaft.....	94
Abbildung 36 Entwicklung der Umätze und der Zahl an Unternehmen in der Kulturwirtschaft 2000 – 2003 bundesweit.....	95
Abbildung 37 Das Ausbildungsniveau von ausgewählten Künstlern im Jahr 2000.....	96
Abbildung 38 Die Qualifikationsstruktur der abhängig Beschäftigten in kulturwirtschaftlichen Teilmärkten im Jahr 2002 (bundesweit).....	97
Abbildung 39 Schematische Darstellung politischer Eingriffsmöglichkeiten in die kulturelle Wertschöpfungskette.....	117
Abbildung 40 Steuernde und regulierende Eingriffe der öffentlichen Hand in den Buchmarkt....	118
Abbildung 41 Die bei der Herstellung und dem Vertrieb eines Buchs anfallenden Tätigkeiten laut Klassifikation der Wirtschaftszweige 2003.....	119
Abbildung 42 Leistungen und Institutionen zur Förderung kulturwirtschaftlicher Aktivitäten in Ländern der EU.....	134
Abbildung 43 Die vier Säulen des Kultursektors heute.....	149
Abbildung 44 Raumtypen der Kulturwirtschaft in Berlin.....	151
Abbildung 45 Wirtschaftliche Effekte von kulturellen Großveranstaltungen.....	153
Abbildung 46 Cluster der Kulturindustrie im Städtesystem nach ihrem sektoralen Profil (2000).	155
Abbildung 47 20 Jahre Kulturwirtschaft im Ruhrgebiet – eine Auswahl an Initiativen, Projekten, Programmen, Studien und Veranstaltungen.....	156
Abbildung 48 Angebotsstruktur und -elemente von Kultur- und Freizeitvierteln der zweiten Generation in Mittelzentren.....	158
Abbildung 49 Bekanntheit ausgewählter Städte durch Kultur bzw. Kulturwirtschaft.....	160
Abbildung 50 Publikumsbezogene Einflussfaktoren in der Kultur bei der Innen-, Nah- und Außenimagebildung von Städten und Regionen.....	162
Abbildung 51 Wirkungsfelder von Kultur und Kulturwirtschaft in der Regional- und Wirtschaftsentwicklung.....	167
Abbildung 52 Wirkungsfelder von Kultur und Kulturwirtschaft in der Stadterneuerung.....	168
Abbildung 53 Bedeutung der Gestaltungsfelder einer Kulturwirtschaftspolitik auf der Ebene der EU, des Bundes, der Länder und der Regionen bzw. Städte.....	169
Abbildung 54 Vorschläge zur Stärkung von Kultur und Kulturwirtschaft im Rahmen der Regional- bzw. Wirtschaftsentwicklung und der Stadterneuerung.....	175
Abbildung 55 Charakteristika der Beschäftigung im Kultursektor in der EU 2004.....	178
Abbildung 56 Die Einstellung deutscher Künstler zu ihrer beruflichen Selbständigkeit.....	180

Vorwort

Das vorliegende Gutachten wurde von ICG culturplan Unternehmensberatung GmbH, Berlin und Graz, und STADTart Planungs- und Beratungsbüro, Kultur – Freizeit – Sport, Dortmund, verfasst. Das Kapitel zu Kultur und Kulturwirtschaft im Rahmen der Regional- bzw. Wirtschaftsentwicklung und der Stadterneuerung wurde von STADTart unter Federführung von Ralf Ebert und Mitarbeit von Friedrich Gnad und Uwe van Ooy eigenständig erarbeitet. Alle anderen Texte werden von Manfred Gaulhofer und Prof. Dieter Haselbach von ICG culturplan verantwortet.

Neben den Autoren haben Prof. Peter Raue, Berlin, Prof. Armin Klein, Ludwigsburg und Prof. Peter Vermeulen, Krefeld, als Supervisoren die Erstellung des Gutachtens begleitet. Zum Exkurs über die Umsatzsteuer von Leistungen der Kulturbetriebe hat Friedhelm Klinkertz, Rechtsanwalt und Steuerberater in der Sozietät Hogan & Hartson Raue, Berlin, maßgeblich beigetragen.

Der Dank der Autoren gilt Michael Söndermann, der uns mit seinen Stellungnahmen und Anregungen zu Fragen der Kulturstatistik wertvolle Unterstützung gegeben hat. Eva Griesbacher und Lutz Hempel sei für die Aufbereitung und wissenschaftliche Bearbeitung mehrerer Abschnitte des Gutachtens gedankt. Bei Cerstin Gerech bedanken wir uns für die wertvollen Hinweise und Anregungen im Zuge der Endredaktion.

Schließlich gilt unser Dank Bettina Weiß und Alexandra Stangl, die dafür gesorgt haben, dass das Gutachten in Form und technischer Bearbeitung allen Anforderungen gerecht wird.

Anmerkung:

Im Gutachten wird durchgängig die männliche Sprachform verwandt. Dieses Vorgehen folgt keinen diskriminierenden Motiven, sondern wurde ausschließlich zur Erleichterung der Lesbarkeit des Textes gewählt. Selbstverständlich sind jeweils beide Geschlechter gemeint.

Zusammenfassung der Ergebnisse

Das vorliegende Gutachten wurde im Auftrag der Enquete-Kommission „Kultur in Deutschland“ des Deutschen Bundestages erstellt, um

- eine Systematisierung und einheitliche Definition der erwerbswirtschaftlich orientierten Kulturwirtschaft im Spannungsfeld zur öffentlich geförderten Kultur zu erarbeiten;
- Kriterien und Legitimationsstrategien für die Abgrenzung von öffentlich geförderter und privatwirtschaftlich finanzierter Kultur zu entwickeln;
- das Handlungsfeld Kulturwirtschaft in Kultur- und Wirtschaftspolitik zu verankern;
- konkrete Empfehlungen zur Verbesserung ordnungspolitischer Rahmenbedingungen für die Akteure der Kulturwirtschaft zu unterbreiten.

In einem ersten Schritt wird daher eine Systematisierung der Begrifflichkeit zu Kulturwirtschaft unternommen. Die Vielfalt in der Literatur uneinheitlich verwandter Begriffe der Kulturwirtschaft wird gegeneinander gestellt und einer eingehenden Analyse mit dem Ziel unterzogen, eine einheitliche Definition des Begriffs „Kulturwirtschaft“ zu erarbeiten.

Es zeigt sich, dass die Uneinheitlichkeit des Begriffs nicht so sehr im Inhaltlichen begründet liegt, sondern dem unterschiedlichen Umgang der Literatur mit dem statistischen Material geschuldet ist. Die vermeintlich inhaltliche Diskussion von Kulturwirtschaft konzentriert sich bislang auf die sachgerechte Zuordnung von Tätigkeiten zu statistischen Kategorien, die nicht zur Abbildung von Kulturwirtschaft, sondern von produktionsorientierten Wirtschaftsbranchen entwickelt wurden. Der unterschiedliche Umgang mit dem statistischen Material führt zu quantitativ abweichenden Zuordnungen, die die Vergleichbarkeit von Kulturwirtschaftsberichten und anderen Untersuchungen von Kulturwirtschaft erschweren, wenn nicht unmöglich machen.

Auf der Basis dieses Befundes schlägt das Gutachten eine einheitliche Fassung der Kulturwirtschaft vor, die

- von dem Konzept der „kulturellen Wertschöpfungsketten“ ausgeht;
- auf den aktuellen Ergebnissen der Bemühungen der EU um eine Vereinheitlichung der Kulturstatistik aufbaut;
- auf die Entwicklung einer neuen amtlichen Kulturstatistik für Deutschland verzichtet;
- die Berichterstattung zur Kulturwirtschaft auf die Basis eines einheitlich vereinbarten, statistisch eindeutig abgegrenzten Begriffes stellt;
- der modulartig erweitert werden kann.

Die vorgeschlagene einheitliche Fassung von Kulturwirtschaft wird eine Verschiebung des Fokus von Untersuchungen zur Kulturwirtschaft nach sich ziehen. Dieser wird sich von globalen Untersuchungen auf hohem Aggregationsniveau stärker zu Detailanalysen der heterogenen kulturwirtschaftlichen Teilbereiche verlagern, die die Ableitung konkreter Maßnahmen im Rahmen der politischen Planung zulassen.

In einem weiteren Schritt unternimmt das Gutachten eine Neufassung des Begriffs Kulturwirtschaft, die auf den Ansätzen der bisherigen Diskussion aufbaut, die jüngsten Entwicklungen im Drei-Sektoren-Modell aufnimmt und diese um eine gesamthafte Sicht auf das kulturelle Tätigkeitsfeld ergänzt. Die Neufassung

- geht vom künstlerischen Beruf – und damit dem schöpferischen Akt – als Kern von Kulturwirtschaft aus;
- durchbricht die Abgrenzung von öff. geförderter Kultur, intermediärem Sektor und Kulturwirtschaft;
- ordnet kulturelle Tätigkeiten neu entlang den Dimensionen „Anteil öff. Finanzierung“ und „Selbsterwirtschaftungsgrad“;
- berücksichtigt die vielfältigen Interdependenzen zwischen den unterschiedlichen Ausprägungen der Tätigkeiten im kulturellen Feld;
- eröffnet einen neuen Blick auf das Verhältnis von öff. geförderter und privatwirtschaftlich finanzierter Kultur.

Die danach vorgenommene Einordnung der Kulturwirtschaft in den Kontext der Gesamtwirtschaft erfolgt auf der Basis der verfügbaren Daten, die noch nicht den Vorschlägen des Gutachtens für eine künftige Kulturstatistik entsprechen. Die globalen Daten auf hohem Aggregationsniveau weisen relativ große Bandbreiten der Umsatz- und Beschäftigtenzahlen aus, die jedenfalls bestätigen, dass Kulturwirtschaft einen Platz in der Gesamtwirtschaft einnimmt, der anderen großen industriellen und nicht-industriellen Branchen gleichzusetzen ist. Sie erhärten die empirische Beobachtung, dass Kulturwirtschaft im engeren Sinne durchschnittlich immer wieder knapp zwei Prozent des Bruttoinlandproduktes in Flächenstaaten, aber vier bis sechs Prozent in den Metropolen erwirtschaftet. Sie belegen, dass Kulturwirtschaft sehr kleinteilig organisiert ist und einen überdurchschnittlich hohen Anteil an hoch qualifizierten Beschäftigten ausweist. Sie machen auch eine Zunahme von prekären Beschäftigungsverhältnissen deutlich, die die Existenz einer steigenden Zahl von Erwerbstätigen in der Kulturwirtschaft nicht mehr sichern.

In der Folge wird Kulturwirtschaft in den Kontext der politischen Planung gestellt. Entlang der kulturellen Wertschöpfungskette wird untersucht, in welchen Bereichen und in welchem Maß Kulturwirtschaft der Unterstützung durch die Politik bedarf. Die Heterogenität kulturwirtschaftlicher Tätigkeitsfelder lässt hier keine globalen Empfehlungen zu. Diese werden aus den vom Gutachten empfohlenen Detailuntersuchungen kultur-

wirtschaftlicher Teilbereiche abzuleiten sein, die – auf der Basis der vom Gutachten vorgenommenen einheitlichen Fassung von Kulturwirtschaft – erst zu leisten sind. Die bisherigen Untersuchungen zur Kulturwirtschaft ermöglichen nur in sehr eingeschränktem Maß die Ableitung handlungsrelevanter Empfehlungen. Sie nutzen das statistische Material eher zur Darstellung des Umfangs von Kulturwirtschaft als zur Begründung politischen Handlungsbedarfs. Allgemein lässt sich feststellen, dass Unternehmen, die auf weit vom schöpferischen Akt entfernten Stufen der kulturellen Wertschöpfungskette tätig sind, keiner speziellen Förderung durch die Politik bedürfen. Für sie würde es reichen, wenn ihnen die gleichen Förderungen offen stünden wie Unternehmen anderer Branchen.

Im Gegensatz dazu ist die „kleine“ Kulturwirtschaft, die unmittelbar am schöpferischen Kern ansetzt, aufgrund ihrer Besonderheiten auf Förderung im Rahmen der politischen Planung angewiesen. **Auf die Kulturwirtschaft ausgerichtete Politik sollte sich daher in ihren handlungsbezogenen Überlegungen auf die „kleine Kulturwirtschaft“ konzentrieren.** Zur Unterstützung der kleinsten und kleinen Unternehmen der Kulturwirtschaft empfiehlt das Gutachten Maßnahmen, die sich an deren spezifischem Bedarf orientieren. Dazu zählen die Auflage eines Kreditgarantiefonds für die Kulturwirtschaft, die Schaffung von kulturwirtschaftlichen Kompetenzagenturen, die Förderung von Management-Sharing-Programmen und die Förderung von externen Serviceleistungen.

Die ausreichende Berücksichtigung der Interessen der Kulturwirtschaft in der politischen Planung bedarf jedenfalls der Einbeziehung von Kulturpolitik und Wirtschaftspolitik. Daher empfiehlt das Gutachten die Einrichtung von für Kulturwirtschaft zuständigen gemeinsamen Querschnittsgremien durch die für Kulturpolitik und Wirtschaftspolitik zuständigen Ressorts. Ein Exkurs zur Umsatzsteuerbefreiung von Kulturbetrieben bestätigt die Notwendigkeit der empfohlenen engen Abstimmung zwischen Kulturpolitik und Wirtschaftspolitik: er zeigt auf, dass die kulturpolitisch begründete Befreiung von der Umsatzsteuer einer wirtschaftlicher Betrachtung nur eingeschränkt standhält. Das Gutachten empfiehlt daher den Ersatz der Steuerbefreiung durch ein Optionsrecht.

Ein Sonderkapitel widmet sich der Kultur und Kulturwirtschaft im Rahmen der Regional- und Wirtschaftsentwicklung und der Stadterneuerung. Kultur und Kulturwirtschaft weisen in diesem Rahmen vielfältige „Nebennutzen“ auf. U.a. sind sie für manche Branchen ein Standortfaktor, ist die Kulturwirtschaft eine Zukunftsbranche, sind beide relevante Potenziale für die Innenstadtentwicklung und wichtige Faktoren des Images einer Stadt („creatives industries look sexy“). Angesichts der zunehmenden Bedeutung der Kulturwirtschaft für die Raumentwicklung erweist sich die Wirtschaftsbranche, unabhängig vom Anteil öffentlicher Förderung, immer stärker als ein unverzichtbares Handlungsfeld.

Dennoch sind zum einen in den Städten und Regionen Deutschlands Kultur und Kulturwirtschaft noch immer keine selbstverständlich miteinander kooperierenden Bereiche. Zum anderen wird die Kulturwirtschaft als Zukunftsbranche in vielen Städten und Regionen noch immer zu wenig beachtet. Das liegt teilweise auch daran, dass auf der Ebene mancher Bundesländer bzw. des Bundes sowohl Politik wie Verwaltung die Kulturwirtschaft nicht entsprechend promoten.

Sollen die Entfaltungs- und Entwicklungsmöglichkeiten von Kultur und Kulturwirtschaft im Rahmen der Regional- bzw. Wirtschaftsentwicklung und die Stadterneuerung optimiert werden, so sind folgende grundlegenden Aspekte zu beachten:

- Angesichts arbeitsteiliger und interdependenter Wirkungszusammenhänge zwischen Kultur und Kulturwirtschaft bedarf es verstärkt integrierter und kooperierender Ansätze, Konzepte und Strategien;
- Die spezifischen Rahmenbedingungen von Kultur und Kulturwirtschaft erfordern aber gleichzeitig auf die jeweiligen Anforderungen zugeschnittene Handlungskonzepte;
- Vor dem Hintergrund sich verändernder wirtschaftlicher, kultureller etc. Rahmenbedingungen sind bestehende kooperative Ansätze in der Regional- bzw. Wirtschaftsentwicklung und in der Stadterneuerung immer wieder neu zu justieren.

Schwerpunkt der „Regional- bzw. Wirtschaftsentwicklung“ ist die Unterstützung der Branchenentwicklung. Insbesondere sind dabei die endogenen Potenziale durch Maßnahmen der Existenzförderung und Bestandssicherung zu mobilisieren. Dies ist traditionell vor allem eine Aufgabe der Wirtschaftsförderung, jedoch sollten zukünftig die Kulturämter bzw. -büros mit ihrem Sachwissen stärker eingebunden werden. Im Einzelnen empfiehlt die Untersuchung folgende Maßnahmen:

- Regionale Informationsbasis zur Kulturwirtschaft bei den Akteuren verbessern, die Entwicklungspotenziale erkunden und Netzwerke bilden;
- Regionales Monitoring der Kulturwirtschaft etablieren, Märkte bzw. Wettbewerb beobachten und clusterbezogene Entwicklungskonzepte und Maßnahmen erarbeiten;
- Kulturwirtschaftlich relevante Qualifizierungs- und Forschungseinrichtungen für die Regional- und Wirtschaftsentwicklung nutzen.

Schließlich wird der beschäftigungs- und sozialpolitische Kontext von Kulturwirtschaft untersucht. Die prekäre Lage vieler Künstler und Kreativer gerade im Kern der Kulturwirtschaft ist der Enquete-Kommission bekannt. Das Gutachten empfiehlt, dieses Problem weiterhin vorrangig zu behandeln und vor allem der drohenden Altersarmut von Selbständigen in der Kulturwirtschaft besondere Beachtung zu schenken. Es wird außerdem empfohlen, Maßnahmen zur Wiedereingliederung von Erwerbslosen in der Kulturwirtschaft eine detaillierte Analyse des konkreten Qualifikationsbedarfs kulturwirtschaftlicher Teilbereiche entlang der kulturellen Wertschöpfungskette voranzustellen.

Dies sollte zu einer Ablösung von Standardpaketen zur Qualifikation von Erwerbslosen durch branchenspezifische Angebote beitragen, die die Chancen auf Wiedereingliederung erhöhen. Angesichts der Vorreiterrolle, die der kulturelle Sektor in der gegenwärtigen Transformation der Arbeitsmärkte spielt, empfiehlt das Gutachten, der Entwicklung neuartiger Ansätze der Förderung von Erwerbslosen in der Kulturwirtschaft besondere Bedeutung beizumessen. Innovative und effiziente Maßnahmen zur Wiedereingliederung Erwerbloser in der Kulturwirtschaft könnten damit Vorbildcharakter für den Arbeitsmarkt insgesamt haben.

1. Einleitung

Seit rund 15 Jahren ist im deutschsprachigen Raum die „Kulturwirtschaft“ ein immer wieder diskutiertes Thema. Bis zum Beginn der 1990er Jahre ging man davon aus, dass Kultur und Wirtschaft nichts miteinander zu tun hätten. Dies stimmte in dieser pauschalen Gegenüberstellung natürlich schon damals nicht. Trotzdem meinten viele, dass diese beiden zentralen Bereiche der Gesellschaft einander antagonistisch gegenüber stünden. Künstlerisches Schaffen sei einzig seinem Inhalt verpflichtet und dürfe sich nicht nach seiner Verwertbarkeit richten. Die Kultur habe daher von den schädlichen Einflüssen der Wirtschaft freigehalten zu werden, deren Eindringen in die Kultur die Gefahr der Ablenkung künstlerischer Aktivität auf Verkaufbarkeit und Marktfähigkeit mit sich bringe. Bestandteil dieser Einschätzung war der breite Konsens, dass es die Pflicht der öffentlichen Hände sei, die Kultur mit ausreichenden finanziellen Mitteln auszustatten.

Ausgelöst u.a. durch Ausdifferenzierungsprozesse im Kulturbereich, verändertes Nachfrageverhalten im Kultursektor, strukturelle Veränderungen im Medienbereich und wirtschaftliche Einbrüche bildete sich rückblickend seit dem Ende der 1980er Jahre ein mehrfach verändertes Verständnis des Kulturbereichs heraus.

Zum einen wurden Ende der 80er Jahre auf Initiative des kulturellen Sektors erste empirische Untersuchungen zur Kulturwirtschaft in Deutschland durchgeführt (in den Städten Unna und Bochum). Damit sollte das Beschäftigungspotenzial der Kulturwirtschaft und damit ihre arbeitsmarktpolitische Bedeutung aufgezeigt werden. Der 1. Kulturwirtschaftsbericht des Landes Nordrhein-Westfalen aus dem Jahre 1992 machte einer breiteren Öffentlichkeit deutlich, welche wirtschaftliche Bedeutung die Kulturwirtschaft für ein Bundesland hat und dass sie eine Zukunftsbranche ist. In seiner Kernaussage bescheinigte dieser erste Kulturwirtschaftsbericht in Deutschland der „kleinen Kulturwirtschaft“, also der künstlerischen Produktion der selbständig kreativ Tätigen, eine im Vergleich zu allen anderen Branchen überdurchschnittliche Wachstumsdynamik und weiteres Beschäftigtenpotenzial.

Parallel dazu wurde die Bedeutung der Kultur als Standortfaktor erkannt, der die Attraktivität einer Region oder einer Kommune sowohl nach innen als auch nach außen entscheidend erhöhen kann. Untersuchungen hatten deutlich gemacht, dass nicht nur harte Standortfaktoren wie Gewerbeflächenpreise oder Lohnniveau, sondern auch „weiche“ Faktoren wie das Image einer Stadt eine wichtige Rolle bei Standortentscheidungen spielen. Angesichts ihres großen Einflusses auf die Imagebildung von Städten, avancierte die Kultur zum wichtigen Standortfaktor und zum Kernelement einer wachstumsorientierten bzw. den Strukturwandel unterstützenden Wirtschafts- und Standortpolitik der Städte.

In weiterer Folge und ausgelöst durch das erste Gutachten des Ifo-Instituts in München über die volkswirtschaftliche Bedeutung von Kunst und Kultur aus dem Jahr 1988 rückten kulturökonomische Ansätze das wirtschaftliche Potenzial und die Umwegrentabilität der Kultur in den Mittelpunkt der Betrachtung. Nach dem Gutachten des Ifo-Institutes überstiegen die staatlichen Einnahmen von 15,7 Mrd. DM aus Kunst und Kultur einschließlich der vor- und nachgelagerten Bereiche (Produktion, Handel etc.) im Jahr 1984 die Ausgaben der öffentlichen Hände für Kultur um das Eineinhalbfache (*Hummel/Berger 1988:9*). Das Gutachten machte außerdem deutlich, dass trotz eines im internationalen Vergleich sehr hohen Anteils öffentlicher Finanzierung von Kultur die öffentlich geförderte Kultur in Deutschland nur einen Bruchteil der wirtschaftlichen Bedeutung des gesamten kulturellen Sektors repräsentiert.

Diesen kulturökonomisch ausgerichteten Diskussionen der späten 1980er und frühen 1990er Jahre gelang es damit zum ersten Mal und für kurze Zeit, „die Kultur“ aus der Ecke der ewigen Subventionsempfängerin und Kostenverursacherin herauszuholen und ein Bewusstsein für die wirtschaftliche Bedeutung „der Kultur“ zu schaffen. Davon profitierte nicht nur die erwerbswirtschaftlich orientierte Kulturwirtschaft, sondern auch der öffentlich finanzierte Kulturbereich. Die öffentlichen Hände erhöhten die Ausgaben für Kultur noch einmal in beachtlichem Maße. Diese stiegen im Zeitraum von 1980 bis 1990 von 5,96 auf 10,26 Mrd. DM. Dieser Betrag erschien im Lichte der ökonomischen Bedeutung der Kultur und im Vergleich zum Umfang der privatwirtschaftlichen Aktivitäten im Kulturbereich absolut vertretbar, wurde doch das das Volumen der gesamten kulturelevanten Ausgaben in der Bundesrepublik im Jahr 1988 auf 175 bis 185 Mrd. DM geschätzt.

Eine deutliche Änderung der Situation trat in der Folge der Wachstumsprobleme ein, die das Land Mitte der 1990er Jahre erfassten. Die Bereitschaft und die Fähigkeit der öffentlichen Hände nahmen ab, der Kultur finanzielle Mittel im gewohnten Ausmaß weiter zur Verfügung zu stellen. Die Zuwendungen an die öffentlich geförderte Kultur wurden (auf hohem Niveau) eingefroren und in vereinzelt Fällen sogar reduziert. Im Zuge der „Ökonomisierung“ der öffentlich geförderten Kultur wurde eine höhere Wirtschaftlichkeit der Kulturbetriebe eingemahnt, die vor allem durch deutliche Einsparungen bei den Kosten erreicht werden sollte. Gleichzeitig erging an die Einrichtungen die Aufforderung, sich doch im Ausgleich dazu verstärkt „am Markt“ zu orientieren – ganz so, als ob sich jeder Kulturbetrieb bei entsprechender Qualifikation seines Managements in einen florierenden Wirtschaftsbetrieb verwandeln ließe.

In dieser wirtschaftlich so schwierigen Zeit bestätigten Kulturwirtschaftsberichte andererseits die Bedeutung der prosperierenden „erwerbswirtschaftlichen“ Kulturwirtschaft. Die Sättigung vieler traditioneller Produktmärkte, die Erhöhung der für Freizeit ausgegebenen Mittel, die rasante Zunahme der Bedeutung des Internets, die teilweise umwälzenden Veränderungen im Medienmarkt, die Entstehung neuer Sparten und die Differenzierung der Nachfrage nach kulturwirtschaftlichen Gütern und Leistungen: All

dies hatte der Kulturwirtschaft einen massiven Schub verschafft und zu einer deutlichen Ausweitung ihres Angebots geführt. Während sich andere Branchen der Wirtschaft oft dramatischen Umsatzrückgängen gegenübersehen, nahmen die Anteile der Kulturwirtschaft an der gesamtwirtschaftlichen Wertschöpfung, an den Umsätzen und an der Beschäftigung kontinuierlich zu.

In der öffentlichen Diskussion wurde jedoch zwischen den von Budgetnöten hervorgerufenen Veränderungen im öffentlich finanzierten Kulturbereich und der dynamischen Entwicklung der Kulturwirtschaft nicht immer deutlich unterschieden. Vielfach wurde mit dem Begriff Kulturwirtschaft fälschlicherweise die Ausrichtung öffentlicher Kulturbetriebe an höherer Wirtschaftlichkeit verbunden. Diese begriffliche „Gemengelage“ hat zu zahlreichen Fehlinterpretationen und Missverständnissen geführt.

Die Diskrepanz zwischen den (vermeintlich) kränkelnden öffentlich finanzierten Kulturbetrieben und der boomenden „Kulturwirtschaft“ hat die Neugier der Politik darauf geweckt, was denn „die Kulturwirtschaft“ tatsächlich sei, wie sie funktioniert und ob bzw. wie die Politik zur Hebung der Potenziale dieses anscheinend hoch dynamischen Sektors beitragen kann. Diesen Fragen wird im vorliegenden Gutachten nachgegangen.

In den nachfolgenden Kapiteln ist zunächst eine Klärung des sehr vielschichtigen und uneinheitlich gebrauchten Begriffes „Kulturwirtschaft“ zu leisten. Dabei wird sich zeigen, dass die begrifflichen Unsicherheiten und die hinter ihnen stehenden Probleme der statistischen Erfassbarkeit der Kulturwirtschaft eine stärker inhaltlich orientierte Diskussion der Kulturwirtschaft bislang behindert haben. Bei der Begriffsdiskussion wird auch über Kulturwirtschaft im Verhältnis zur öffentlich geförderten Kultur zu sprechen sein.

Anschließend werden die inhaltlichen Dimensionen der Kulturwirtschaft, ihrer Abgrenzungen von und Überschneidungen mit anderen Bereichen kultureller Aktivitäten und Institutionen abgehandelt. Dabei wird besonderer Wert auf folgende Punkte gelegt:

- die pragmatische Brauchbarkeit des Begriffs;
- die Untermauerung der Schnittstelle zwischen Kultur- und Wirtschaftspolitik;
- die Anschlussfähigkeit des Begriffs an die bisherige nationale und internationale Diskussion
- die Abgrenzungen von und Gemeinsamkeiten mit dem öffentlichen Kultursektor.

In der Folge wird Kulturwirtschaft in ihr wirtschaftliches Umfeld eingeordnet. Die Entwicklung der Kulturwirtschaft nach Umsatz, Erwerbsmustern, Betriebsgrößen sowie nach dem Qualifikations- und Bildungsstand wird auf der Basis des verfügbaren Datenmaterials nachgezeichnet.

Danach wird Kulturwirtschaft im Kontext der politischen Planung untersucht. Die Forderung nach einer gemeinsamen kulturwirtschaftsorientierten Kultur- und Wirtschaftspolitik wird vorgetragen. Die Möglichkeit der Ableitung von Ansatzpunkten zur wirtschafts- und kulturpolitischen Förderung der Kulturwirtschaft entlang kulturellen Wertschöpfungsketten werden vorgestellt. Da Kultur seit etwa 20 Jahren ein anhaltend wichtiges Handlungsfeld in der Regional- bzw. Wirtschaftsentwicklung und in der Erneuerung der europäischen Stadt ist, werden auf der Basis des Sektorenmodells die unterschiedlichen „Nebennutzen“ der Kultur für die Raumentwicklung in Deutschland und die sich hieraus ergebenden Handlungsmöglichkeiten bzw. -erfordernisse gesondert dargestellt. Vor diesem Hintergrund macht der Bericht zukunftsorientierte Handlungsvorschläge wie vor allem Regionen bzw. Städte, unterstützt durch Initiativen, Programme sowie öffentlichkeitswirksame Maßnahmen des Bundes bzw. der Länder, die Entwicklungsbedingungen von Kultur und Kulturwirtschaft verbessern können. Dem beschäftigungs- und sozialpolitischen Kontext der Kulturwirtschaft wird nachgespürt. Schließlich wird in diesem Teil nochmals das Verhältnis von Kulturwirtschaft und öffentlicher Kulturfinanzierung thematisiert.

Der letzte Abschnitt des Gutachtens fasst die Empfehlungen an die Politik zusammen, die aus den vorangegangenen Betrachtungen abgeleitet werden können. Bislang haben sich viele Kulturwirtschaftsberichte und Veröffentlichungen zur Kulturwirtschaft auf eine phänomenologische Sicht zurückgezogen. Es wurde in vielen Fällen eine ex-post-Betrachtung zu Volumen und Dynamik der Kulturwirtschaft angestellt, aus denen nur selten Hinweise auf zukunftsbezogenes politisches Handeln abgeleitet werden können. Abweichend hiervon wird im vierten Abschnitt des vorliegenden Gutachtens versucht, zu konkretisieren und zu präzisieren, welche Empfehlungen aus einer handlungsorientierteren Sichtweise auf Kulturwirtschaft für praktische, zukunftsgerichtete politische Planung abgeleitet werden könnten.

Ralf Ebert
Manfred Gaulhofer
Dieter Haselbach

2. Der Begriff „Kulturwirtschaft“

2.1. Viele Begriffe – ein Inhalt?

„Unter dem Begriff der Kulturwirtschaft werden in diesem Bericht alle selbständigen und erwerbswirtschaftlich ausgerichteten Unternehmen, die kulturelle Güter und Dienstleistungen erstellen, verbreiten, damit handeln sowie Kulturgüter bewahren, zusammengefasst“ (*Senatsverwaltung für Wirtschaft, Arbeit und Frauen in Berlin/Senatsverwaltung für Wissenschaft, Forschung und Kultur 2005:8*).

„Kulturwirtschaft ist ein Querschnittsbereich zwischen dem ersten, zweiten und dritten Sektor, zwischen Wirtschaft, Staat und gemeinnützigem Bereich, die in ihrer Gesamtheit auch als ‚Kulturbetrieb‘ bezeichnet werden“ (*Schleswig-Holsteinischer Landtag 2004:5*).

„Das hier verwendete Abgrenzungskonzept geht bewusst von einem engen Begriff des ‚Kulturellen‘ aus. Die künstlerische Produktion und die kulturellen Dienstleistungen der Künstlerberufe bilden den Fokus für eine Kulturwirtschaft im engeren Sinne“ (*Weckerle/Söndermann/Hochschule für Gestaltung und Kunst Zürich 2003:10*).

„Cultural Industries beschäftigen sich primär mit der Herstellung, Distribution und Konsumation von Produkten mit hohem Symbolcharakter. Der ökonomische Wert dieser Produkte leitet sich von deren kulturellem (abstraktem) Wert ab“ (*Instinct Domain 2000:6*).

„Kulturwirtschaft‘ (ist) eine ausdifferenzierte Gruppe von oft miteinander verflochtenen Wirtschaftsbranchen. Sie umfasst alle Wirtschaftsbetriebe, selbständigen und erwerbswirtschaftlichen Aktivitäten, die für die Vorbereitung, Schaffung, Erhaltung und Sicherung von künstlerischer Produktion, Kulturvermittlung und/oder medialer Verbreitung Leistungen erbringen oder dafür Produkte herstellen oder veräußern“ (*Arbeitsgemeinschaft Kulturwirtschaft NRW 2001:10f.*).

„Creative industries (...) (are) those industries which have their origin in individual creativity, skill and talent and which have a potential for wealth and job creation through the generation and exploitation of intellectual property“ (*dcms, Creative Industries Mapping document 2001:5*).

Wie obige Zitate aus Kulturwirtschaftsberichten und offiziellen Dokumenten zur Kulturwirtschaft demonstrieren, gibt es bislang keinen einheitlichen Begriff „der Kulturwirtschaft“. Jede Publikation zu diesem Thema bedient sich eines eigenen Begriffs, der sich von den bis dahin verwandten mehr oder weniger deutlich unterscheidet. Dies erschwert die Diskussion um Begriffsinhalte ebenso wie die Vergleichbarkeit der Zahlen. So stehen die recht zahlreichen Kulturwirtschaftsberichte aus den Ländern und die der

Kommunen, die bisher eine solche Arbeit unternommen haben, nebeneinander, ergänzen sich nicht.

Den „richtigen“ Begriff der Kulturwirtschaft gibt es nicht. „Kulturwirtschaft“ ist ein Kunstwort. Der Begriff lässt sich aus der Wirklichkeit nicht eindeutig ableiten, er hat entsprechend immer etwas Konventionelles an sich, bedarf theoretischer Vorannahmen und Vereinbarungen. Die Begriffsbildung in der wissenschaftlichen Literatur wie in der politischen Praxis ist so durch die jeweiligen Erkenntnis- oder Handlungsinteressen angeleitet. Wie „Kulturwirtschaft“ definiert wird, hängt davon ab, was in den jeweiligen Untersuchungen herausgebracht werden soll.

Der in diesem Gutachten vorgestellte Vorschlag einer einheitlichen Definition von Kulturwirtschaft nimmt dies zur Kenntnis. Es wird pragmatisch versucht, einen Begriff zur Verfügung zu stellen, dessen Verwendung erhöhten Nutzen für politische Planung mit sich bringt und der das Erkenntnisniveau bisheriger Begriffsbildung nicht unterschreitet.

Für den Gang der Untersuchung heißt dies, dass wir von der Frage ausgehen, welchen Zweck Politik mit der Klärung des Begriffs Kulturwirtschaft verfolgt. Der Auftrag zum vorliegenden Gutachten gibt eine klare Antwort auf diese Frage: Es geht der Politik nicht um eine unanfechtbare theoretische Abgrenzung des Begriffs der Kulturwirtschaft, sondern vielmehr um

- die Systematisierung und einheitliche Definition des Begriffs der Kulturwirtschaft im Spannungsfeld zu öffentlich geförderten Kultur;
- die Entwicklung von Kriterien und Legitimationsstrategien für die Abgrenzung von öffentlich geförderter und privatwirtschaftlich finanzierter Kultur;
- die Verankerung der Kulturwirtschaft in der Kultur- und der Wirtschaftspolitik sowie in Wirtschaftsförderung und Stadt- und Regionalentwicklung; und um
- die Unterbreitung konkreter Empfehlungen zur Verbesserung ordnungspolitischer Rahmenbedingungen für die Akteure der Kulturwirtschaft.

Mit anderen Worten: Politik erwartet von der einheitlichen Definition der „Kulturwirtschaft“ einen Begriff, den sie zur Grundlage von Entscheidungen, Handlungen und Programmen in der politischen Praxis heranziehen kann. Dazu bedarf es einer Darstellung der Kulturwirtschaft, die i) den Bezug zu den politischen Aktionsfeldern herstellt und ii) die hohe Komplexität der „Kulturwirtschaft“ als eines Querschnittsbereiches berücksichtigt, der in viele traditionelle Wirtschaftsbereiche hineinreicht. Für die politische Praxis steht nicht die isolierte Betrachtung der „Kulturwirtschaft“ oder eines kulturwirtschaftlichen Teilbereichs im Vordergrund, sondern die Einbettung in gesamtwirtschaftliche Zusammenhänge.

Voraussetzung für eine derartige Nutzung in der politischen Planung ist die von der Enquete-Kommission geforderte Einheitlichkeit des Begriffs. Diese mag aufgrund der

derzeit herrschenden fast unüberblickbaren Vielfalt von Begriffsschattierungen schwierig erscheinen. Akzeptiert man jedoch, dass es – wie bereits erwähnt – nicht den richtigen Begriff der Kulturwirtschaft gibt, so eröffnet sich die Möglichkeit der pragmatischen Einigung auf einen einheitlichen Begriff, der den oben angeführten Zwecken der Politik und der Verbesserung der Aussagefähigkeit des Begriffs im gleichen Maße gerecht wird.

Soll das verbesserte Verständnis von Kulturwirtschaft sich in einer neuen Qualität konkreter politischer Handlungen niederschlagen, so muss die Anschlussfähigkeit des Begriffs an die Ebenen und Orte politischer Eingriffsmöglichkeiten hergestellt werden. Bisher hat die kulturwirtschaftliche Diskussion – mit einigen rühmenswerten Ausnahmen¹ – oft auf einem Abstraktionsniveau stattgefunden, das keine unmittelbare Umsetzung der Erkenntnisse in konkrete Politik erlaubte. Sowohl geographisch als auch branchenbezogen ist der Aggregationsgrad der jeweils untersuchten Einheiten meist zu hoch, um daraus konkrete Handlungsempfehlungen ableiten zu können.

In welchem Maße die dauerhafte Verankerung der Kulturwirtschaft in der Kultur- und Wirtschaftspolitik gelingt, wird nicht zuletzt von der Art und Weise abhängen, in der das verbesserte Verständnis von Kulturwirtschaft in die betroffenen politischen Gremien und in die Verwaltungen hineingetragen wird. Wir werden zeigen, dass es dazu einer Änderung der Erwartungen an Kulturwirtschaftsberichte bedarf und sich eine Differenzierung und Fokussierung der Berichterstattung anbietet.

2.2. Die Anforderungen an einen einheitlichen Begriff

Das vorliegende Gutachten hat zur Aufgabe, eine einheitliche und praxisnahe Definition des Begriffes „Kulturwirtschaft“ zu liefern. Um diesem Anspruch gerecht zu werden, muss der von uns in der Folge zu entwickelnde Begriff

1. eindeutig sein (das bezieht sich auf die statistische Beschreibbarkeit des Begriffs),
2. auf die Nutzung im politischen und Planungsgeschäft ausgerichtet – also pragmatisch brauchbar – sein,
3. die Schnittstelle zwischen Kultur- und Wirtschaftspolitik statistisch untermauern,
4. anschlussfähig sein an
 - (1) bisher existierende statistische Untersuchungen,
 - (2) die internationale Diskussion um die „cultural economy“, den „cultural sector“, den „creative sector“ und die „creative industries“,
 - (3) Spartenabgrenzungen traditioneller Art,
 - (4) die vom Gutachten empfohlene Neuordnung der Dimensionen der Kulturwirtschaft,

¹ Die jüngeren Berichte aus Nordrhein-Westfalen verfolgten zunehmend konkrete policy-Ziele.

5. das Feld zwischen öffentlicher und privater kultureller und kulturwirtschaftlicher Aktivität erschließen; Abgrenzungen und Gemeinsamkeiten herausarbeiten,
6. der Ableitung verlässlicher branchen- und sektorenspezifischer volks- und betriebswirtschaftlicher Kennzahlen einen Weg bahnen, wie z.B.
 - (1) Branchenumsatz,
 - (2) Beschäftigungswirkung,
 - (3) Finanzwirkungen,
 - (4) Umwegrentabilität,
 - (5) Wirkungen auf die Attraktivität des Standorts,
 - (6) die Strukturen lokaler und regionaler Märkte der Kulturwirtschaft,
 - (7) die Wirkungen von Umverteilung,
 - (8) die Wechselwirkungen mit anderen Branchen,
7. kulturpolitische Bewertungen und Planungen auf eine sicherere Basis stellen.

2.3. Die derzeitige Uneinheitlichkeit des Begriffs

Bislang liefert fast jede Publikation zum Thema Kulturwirtschaft in Deutschland ihre eigene Definition des Begriffs Kulturwirtschaft, grenzt diesen unterschiedlich ab und fasst ihn verschieden weit. Dies ist dem Umstand geschuldet, dass Publikationen zur Kulturwirtschaft wie z.B. Kulturwirtschaftsberichte, strategische Intentionen verfolgen. Daher werden Basisdaten jeweils auf den Erkenntniszweck zugeschnitten interpretiert. Alle Betrachtungen der Kulturwirtschaft gehen aber vom selben statistischen Grundmaterial aus.

2.3.1. Die statistisch-quantitative Uneinheitlichkeit

Eine der Schwierigkeiten auf dem Weg zu einer einheitlichen Fassung der „Kulturwirtschaft“ ist die schlechte Eignung des verfügbaren statistischen Datenmaterials zur Beschreibung der Kulturwirtschaft. Das wirtschaftsstatistische Instrumentarium, auf das zugegriffen werden kann, ist in einer Zeit entstanden, die von anderen wirtschaftlichen und sozialen Gegebenheiten geprägt war. Es ist auf den Produktionssektor und auf langfristige Vollbeschäftigungsverhältnisse zugeschnitten. Immaterielle Wirtschaftsbereiche, wie die Dienstleistungswirtschaft, können in diesem Datensystem ebenso schwer erfasst und abgebildet werden wie die in der heutigen Zeit immer wichtigeren Mehrfach- und Teilzeit-Beschäftigungsverhältnisse.

Doch damit nicht genug. Die auf den Produktionsbereich und seine typischen Beschäftigungsverhältnisse zugeschnittene Wirtschaftsstatistik ist weiteren Ungenauigkeiten ausgesetzt, die aus der Erfassung der Grundgesamtheiten herrühren. Es mag zwar relativ einfach erscheinen, die Zahl der Unternehmen einer Branche und die Zahl der in dieser Branche selbständig und unselbständig Erwerbstätigen statistisch zu erfassen. In der Realität ist dies mangels entsprechender Daten jedoch für keine Branche exakt

möglich. Dies rührt daher, dass im statistischen Ausgangsmaterial die Grundgesamtheiten an Unternehmen bzw. Erwerbstätigen nicht vollständig erfasst sind und dass die Zuordnung zu selbständiger und unselbständiger Erwerbstätigkeit von Statistik zu Statistik stark variiert.

Die wesentlichen statistischen Quellen, aus denen bei der Beschreibung der Kulturwirtschaft geschöpft wird, sind

- der Mikrozensus des Statistischen Bundesamtes,
- die Beschäftigtenstatistik der Bundesagentur für Arbeit (oft um die Daten der Künstlersozialkasse ergänzt) und
- die Umsatzsteuerstatistik des Statistischen Bundesamtes (auf der Basis der Daten der Steuerbehörden).

Der Mikrozensus, der auf einer jährlich erhobenen Stichprobe von einem Prozent der Bevölkerung basiert, ordnet den Beruf, also in unserem Fall die Kulturberufe, nach der Selbsteinschätzung der Befragten zu. Er rechnet jedoch bestimmte kulturspezifische Berufe nicht zu den Kulturberufen und erfasst Erwerbstätige bereits als berufstätig, wenn sie regelmäßig mindestens eine Stunde pro Woche in ihrem Hauptberuf tätig sind.

Die Beschäftigtenstatistik erfasst nach der jeweils gültigen Wirtschaftszweigsystematik (derzeit Klassifikation der Wirtschaftszweige, Ausgabe 2003 (WZ 2003)) nur abhängig beschäftigte Personen, die als Arbeiter, Angestellte oder Auszubildende in sozialversicherungspflichtigen Arbeitsverhältnissen stehen. Des Weiteren werden nur Personen erfasst, die mindestens 15 Stunden pro Woche arbeiten bzw. mindestens 400 Euro pro Monat verdienen. Die Beschäftigtenstatistik erfasst daher weder Beamte noch Selbständige noch mithelfende Familienmitglieder oder ehrenamtlich Tätige. Geringfügig Beschäftigte (so genannte Mini-Jobs) fließen nur dann in die Statistik ein, wenn aufgrund mehrerer geringfügiger Beschäftigungen Versicherungspflicht eintritt. Die regionale und wirtschaftssystematische Erfassung der Beschäftigten richtet sich nach dem Betrieb, in dem sie beschäftigt sind.

Die Beschäftigtenstatistik erfasst keine Selbständigen. Um auch die in der Kulturwirtschaft selbständig Erwerbstätigen so gut wie möglich zu erfassen, werden die Daten der Beschäftigtenstatistik daher oft um jene der Künstlersozialkasse ergänzt. Diese sollten Aufschluss über selbständig erwerbstätige Künstler und Publizisten geben. Das Datenmaterial – das nicht für diesen Zweck zusammengestellt wurde – ist aus unterschiedlichen Gründen allerdings nicht verlässlich.

Die Umsatzsteuerstatistik erfasst – nach der jeweils geltenden Wirtschaftszweigsystematik – die Unternehmen, die der Umsatzsteuerpflicht unterliegen und im jeweiligen Wirtschaftsjahr einen steuerbaren Umsatz von derzeit mehr als 17.500 Euro, also o-

berhalb der so genannten Abschneidegrenze, erzielt haben. Selbständige Künstler oder andere selbständige Akteure der Kulturwirtschaft mit weniger als 17.500 Euro Jahresumsatz werden nicht erfasst. Alle Umsätze – also auch solche, die in anderen Betriebsstätten des Unternehmens an anderen Orten erzielt werden – werden nur am Hauptsitz des Unternehmens und nicht am Ort anderer Betriebsstätten erfasst. Gemeinnützige Wirtschaftsunternehmen ohne Umsatzsteuerpflicht werden mangels Steuerpflicht nicht erfasst.

Um die Lücken in der Erfassung der hier beschriebenen amtlichen und allgemeinen Statistiken zu schließen und deren Aussagefähigkeit im Hinblick auf die jeweils beobachtete Branche zu erhöhen, werden oft ergänzende, nicht-amtliche Statistiken von Fachverbänden und Interessenvertretungen herangezogen. Die Heranziehung von Verbandsstatistiken (z.B. die Theaterstatistik des Deutschen Bühnenvereins) ist auch in Untersuchungen zur Kulturwirtschaft üblich. Beim Rückgriff auf diese Statistiken ist jedoch zu berücksichtigen, dass sie im Kontext von Verbandszwecken erhoben wurden und nicht auf die Zwecke zugeschnitten sind, die von einer allgemeinen Kulturwirtschaftsstatistik verfolgt werden.

Jede der zur Beschreibung der Kulturwirtschaft herangezogenen Statistiken bildet also nur einen Teilbereich der kulturwirtschaftlich relevanten Grundgesamtheit ab. Der Mikrozensus überzeichnet in der Tendenz die Zahl der in Kulturberufen Tätigen, da er auch geringfügig Beschäftigte und selbst nach der Beschäftigtenstatistik als arbeitslos geltende Personen einbezieht. Die Umsatzsteuerstatistik tendiert zu einem zu geringen Ausweis von den in Kulturberufen (selbständig) Tätigen, da sie nur diejenigen erfasst, die damit Umsätze von mehr als 17.500 Euro im Jahr erzielen. Auch die Beschäftigtenstatistik liefert in der Tendenz zu geringe Zahlen von in Kulturberufen abhängig Beschäftigten, da sie nur sozialversicherungspflichtige Beschäftigungsverhältnisse berücksichtigt.

Der nachfolgende Vergleich von Selbständigen in Kulturberufen nach Mikrozensus und nach Umsatzsteuerstatistik für das Jahr 2003 zeigt, dass unterschiedliche Erhebungsweisen zu deutlich unterschiedlichen Ergebnissen führen. Von den im Mikrozensus erhobenen in Kulturberufen selbständig Tätigen kennt die Umsatzsteuerstatistik nur 37 %, der Rest fällt hier heraus (siehe nachfolgende Abbildung). Den 318.000 im Mikrozensus ausgewiesenen Angehörigen selbständiger Kulturberufe stehen in der Umsatzsteuerstatistik nur knapp 119.000 gegenüber.

Welche quantitative Aussage zur Kulturwirtschaft gemacht wird, hängt also davon ab, in welchem Maße und auf welche Weise die statistischen Quellen genutzt und miteinander kombiniert werden. Zudem sind solche Aussagen immer von Schätzungen abhängig, die auch bei bestmöglicher Nutzung aller statistischen Quellen immer noch notwendig sind. Solche Schätzungen betreffen z.B. Annahmen zur Zahl der nicht sozialversicherungspflichtigen Beschäftigungsverhältnisse in den einzelnen Bereichen der

Kulturwirtschaft oder zur Zahl der Unternehmen unter der Abschneidegrenze in den betrachteten Branchen. Darüber hinaus sind in einzelnen Branchen die kulturellen Tätigkeiten der dort tätigen Unternehmen von ihren nichtkulturellen Tätigkeiten zu trennen (dies gilt z.B. für Architekturbüros, die neben kreativen Tätigkeiten auch reine Ingenieurleistungen erbringen, oder für den Einzelhandel mit Kunstgegenständen, zu denen die Statistik auch Münzen und Geschenkartikel zählt). Auch dies geht nur auf der Basis von Schätzungen.

Abbildung 1
Vergleich der Selbständigen in Kulturberufen nach Mikrozensus (MZ9- und Umsatzsteuer (UST)-Konzept für das Jahr 2003

Selbständige nach MZ-Konzept (mit mindestens einer Wochenstunden Arbeitszeit)			Selbständige nach USt-Konzept (mit mindestens € 16.617,- Jahresumsatz)			Anteil USt-Selbst. an MZ-S.
BO-Nr. (nach MZ)	Berufsgruppenbezeichnung nach MZ	Anzahl in 1.000	WZ-Nr. (nach USt)	Berufsgruppenbezeichnung nach USt	Anzahl in 1.000	Anteil in %
1	2	3	4	5	6	Sp. 6 zu 3
ALL	Selbständige in allen Berufen	3.744,0	ALL	Selbständige in allen Berufen	Ca. 2.300,0	61 %
82	Publizist. Berufe	72,0	--	Selbst. Publizisten	23,9	33 %
821	Publizisten	50,0	92.31.6 + 92.40.2	Selbst. Schriftsteller/Journalisten	17,7	35 %
822	Dolmetscher, Übersetzer	19,0	74.85.1 + 74.85.2	Übersetzungsbüros und Dolmetscher	6,2	33 %
83	Künstl. Berufe	171,0	--	Selbst. Künstler	42,7	25 %
831	Musiker	24,0	92.31.2 + 92.31.5	Selbst. Musiker	4,2	18 %
832	Darstellende Künstler, Sänger	18,0	92.31.7	Selbst. Bühnen-, Film-, Rundfunk-Künstler	7,7	43 %
833	Bildende Künstler (freie Kunst)	30,0	92.31.3 + 92.31.4	Selbst. Bild. Künstler und Restauratoren	8,8	29 %
834/	Designer (angewandte Kunst)	55,0	74.20.6 + 74.87.4	Designbüros	13,78	25 %
837	Fotografen, etc.	12,0	74.81.1	Fotografisches Gewerbe	7,8	65 %
838	Artisten, etc.	3,0	92.31.8	Selbst. Artisten	0,5	16 %
875	Lehrer f. musische Fächer	20,0	80.42	Selbst. Lehrer (u.a. musische Fächer)	14,5	72 %
609/	Architekten, Raumplaner	55,0	74.20.1-3	Architekten	37,6	68 %
Selbständige Kulturberufe		318,0	Selbständige Künstler/ Publizisten u.ä. Berufe		118,6	37 %
%Anteil Kulturberufe		8,5	%Anteil Kulturberufe		5,2	--

Quelle: Söndermann 2004:39

Die nachfolgenden Beispiele aus dem Kulturwirtschaftsbericht des Landes Schleswig-Holstein belegen, mit welchen Schwierigkeiten man bei der exakten Zuordnung von

Aktivitäten und Personen zu kulturwirtschaftlich relevanten Datenkategorien konfrontiert ist. Sie geben Kommentare des schleswig-holsteinischen Kulturwirtschaftsberichts aus dem Jahr 2004 zu den statistischen Daten wieder.

Musikwirtschaft:

Der Großhandel mit Musikinstrumenten wird gemeinsam mit dem Spielwarengroßhandel erfasst. In dieser Sammelkategorie sind Spielwaren nicht nur vom Umfang her überlegen, sondern wahrscheinlich auch für die Zuwachsraten in den vergangenen Jahren verantwortlich (s. Computer-Spiele). Beim Handel mit Musikinstrumenten oder Musikalien ist außerdem relevant, dass hier vieles über Kaufhäuser mit einem großen Sortiment vertrieben wird (z.B. Audio- CDs oder Gitarrenschulen bei Karstadt). Da diese Kaufhäuser ihren hauptsächlichsten Umsatz mit anderen Artikeln bestreiten, tauchen sie in der amtlichen Statistik bei einem anderen Wirtschaftszweig auf – mithin können also auch an dieser Stelle beträchtliche Umsätze für den Musikmarkt nicht dokumentiert werden.

Während die GEMA für 2003 immerhin 1.381 Urheberinnen und Urheber (von Kompositionen und Texten) meldet, zeigt die Umsatzsteuerstatistik für 2001 nur 66 steuerpflichtige Komponisten an und in den Beschäftigtenstatistiken taucht dieser Bereich gar nicht auf. Das Schaffen von musikalischen Werken und Liedtexten scheint also vor allem als Nebenbeschäftigung ausgeführt zu werden.

Buch- und Literaturmarkt:

In den Statistiken des Statistischen Landesamtes (Umsatzsteuerstatistik) und des Landesarbeitsamtes Nord (Beschäftigte in der Kulturwirtschaft) sind die nicht umsatzsteuerpflichtigen Institutionen und Einrichtungen zur Pflege der Literatur in Schleswig-Holstein nicht erfasst.

Die Frage, wie viele Personen in der Branche Literatur- und Buchmarkt tätig waren, kann mit Hilfe der vorhandenen Statistiken nicht hinreichend beantwortet werden, da statistisch nur sozialversicherungspflichtig Beschäftigte bzw. Umsatzsteuerpflichtige erfasst werden. Über Schriftstellerinnen/Schriftsteller, die wegen geringfügiger Einnahmen nicht umsatzsteuerpflichtig, aber auch nicht abhängig beschäftigt sind, liegen keine Daten vor.

Kunstmarkt, Kunsthandwerk und Design:

Die Wirtschaftszweigsystematik der amtlichen Statistiken eignet sich nur ganz eingeschränkt zur Beschreibung dessen, was den Kunstmarkt ausmacht und wie er sich in Schleswig-Holstein entwickelt. Die erfassten einzelnen Branchen und Tätigkeiten decken sich nicht wirklich mit den Wirtschaftsbeziehungen, die von kultureller Produktion ausgehen und in einen Wirtschaftsmarkt eingehen. Der Abgleich mit den zur Verfügung stehenden Statistiken macht aber eine qualifizierte Aussage nur sehr bedingt möglich. So ist das Wirtschaftsfeld des Kunsthandwerks aus den amtlichen Statistiken kaum seriös ablesbar, es überschneidet sich zudem mit dem Wirtschaftsfeld der Designer. Der Kunsthandel (Primärmarkt und Sekundärmarkt) im engeren Sinne taucht in den Statistiken nicht als eigene Kategorie auf. Die Umsatzsteuerstatistik erfasst Einkommen über 16,6 T€; das Jahresdurchschnittseinkommen aus der Produktion der Branche, die bei der KSK erfasst werden, liegt dagegen bei 10.625 €.

Darstellende Kunst:

Da gemäß Umsatzsteuergesetz die Aktivitäten der öffentlichen Theater und Orchester sowie vergleichbarer Einrichtungen von der Zahlung der Umsatzsteuer befreit sind (UStG § 4, Ziff. 20), sind die vorliegenden Zahlen des Statistischen Amtes Nord nicht aussagekräftig. Die dem MBWFK (Ministerium für Bildung, Wissenschaft, Forschung und Kultur, Anm. d. Verf.) vorliegenden Umsatzzahlen der geförderten Privattheater, die ebenfalls nicht steuerlich erfasst werden, betragen ca. 800 T€. Diese und weitere Angaben werden in der Umsatzsteuerstatistik nicht ausgewiesen.

(eigene Zusammenstellung aus: Schleswig-Holsteinischer Landtag 2004)

Die Tatsache, dass es immer nur Annäherungen an einen Begriff von Kulturwirtschaft geben kann, muss allerdings kein Grund dafür sein, dass auch in Zukunft Angaben zur Kulturwirtschaft unvergleichbar bleiben, weil sie auf unterschiedlichen Ansätzen basieren. Nichts spricht dagegen, die einvernehmliche Einigung auf eine gemeinsame statistische Nomenklatur zu versuchen und gemeinschaftlich festzulegen, auf welche Kategorien von Daten und welche Kombination von Statistiken für eine Beschreibung und Analyse der Kulturwirtschaft in Deutschland mindestens zurückgegriffen werden soll.

Eine solche Vereinbarung brächte keine Nachteile mit sich, aber viele Vorteile. Deren wichtigste sind:

- Vergleichbarkeit der Ergebnisse;
- Nutzung des gesammelten bundesweiten Expertenwissens bei der Erstableitung und den Fortschreibungen der gemeinsamen statistischen Datenbasis für die Kulturwirtschaft;
- verbreiterte Verhandlungsbasis mit den Produzenten statistischen Datenmaterials im Hinblick auf eine stärkere Berücksichtigung der Bedürfnisse der Kulturwirtschaft, und
- Ausrichtung der statistischen Auswertungen an den Bedürfnissen der politischen Planung.

Es ist vor diesem Hintergrund legitim, dass Politik Anforderungen formuliert, die sie an eine kulturwirtschaftliche Statistik stellt. Statistik ist nicht mehr und nicht weniger als die Erhebung und Verdichtung von Datenmaterial im Hinblick auf vorgegebene Zwecke. Die Zwecke statistischer Erhebungen sind von denen zu formulieren, die Statistiken in Auftrag geben bzw. sie nutzen wollen.²

Dass es Aufgabe von Politik, und damit auch Aufgabe der Enquete-Kommission Kultur des Deutschen Bundestags ist, die Zwecke der Kulturstatistik vorzugeben, wurde auch im Expertengespräch zum Thema „Leistungsprofil und Leistungsdefizite der Kulturstatistik“ im Dezember 2003 thematisiert. Der Vertreter des Deutschen Städtetages hatte bei diesem Gespräch darauf hingewiesen, dass die Enquete-Kommission sich selbst überlegen müsse, welche Daten sie erhoben haben und welche Erkenntnisse sie aus der Kulturstatistik gewinnen wolle (vgl. *Deutscher Bundestag, 15. Wahlperiode, Enquete-Kommission „Kultur in Deutschland“ 2004:13 und 22*). Aus dem Arbeitskreis Kulturstatistik kam die Forderung an die Politiker, der Kulturstatistik ein Ziel vorzugeben. In Verbindung mit der Wissenschaft müsse Kulturpolitik die Fragen stellen, zu deren Beantwortung die Kulturstatistik das entsprechende Material zur Verfügung stellen soll.

² Dies ist nicht mit der Vorgabe der gewünschten Resultate einer statistischen Erhebung durch den Auftraggeber zu verwechseln, die ja der Statistik oft zum Vorwurf gemacht wird.

Intensiv wurde und wird darüber diskutiert, ob es in Deutschland eine einheitliche Kulturstatistik geben solle oder nicht. Durchaus kritisch nahmen Experten hierzu bei der Arbeitskonferenz des Arbeitskreises Kulturstatistik im März 2005 Stellung, auf der sie sich mit dem Gutachten des Statistischen Bundesamtes für die Enquete-Kommission zu den Anforderungen an eine bundeseinheitliche Kulturstatistik befassten. Die Bedenken einiger Experten gegen eine bundeseinheitliche amtliche Statistik in einem so sensiblen Bereich wie der Kultur sind gut nachvollziehbar, zumal Kultur Eckpfeiler der föderalen Ordnung in Deutschland ist. Natürlich muss – wie auf der Konferenz gefordert – bei der gegebenen Vielfalt von Definitionen und Strukturierungserfordernissen für die Kulturstatistik auf Bundes-, Landes- und kommunaler Ebene die Pluralität von Kultur als Begriff und Strukturgebilde berücksichtigt werden, wenn es um eine Abstimmung der Kulturstatistik zwischen den berichtenden Behörden geht (vgl. *ArkStat 2005:58*). Andererseits waren sich alle Teilnehmer einig, dass es einer Zusammenführung der Kulturstatistiken in einer „kulturstatistischen Gesamtkonzeption“ bedürfe, „aus der zu Bereichswünschen Lösungen systematisch generiert werden können.“

Auch vor diesem Hintergrund spricht vieles für den hier vertretenen Vorschlag, sich auf eine in Form und Inhalt einheitliche, mit Politik und Wissenschaft abgestimmte Basisversion der statistischen Erfassung der Kulturwirtschaft in Deutschland zu verständigen. Diese würde auf der Grundlage der gemeinschaftlich festgelegten und einheitlichen Nutzung der Datenquellen Beschreibungen und Analysen der Kulturwirtschaft generieren, die methodisch befriedigende Vergleiche zulassen. Auf die quantitative und/oder qualitative Vielfalt einer darüber hinausgehenden Nutzung des statistischen Materials für Sonderuntersuchungen und -analysen muss dabei nicht verzichtet werden.

In jedem Fall sind die Bemühungen um eine Verbesserung der Datenbasis zur Erfassung von Kulturwirtschaft weiterzuführen. Selbst eine Einigung auf eine gemeinsame statistische Nomenklatur und auf eine einheitliche Kategorisierung des statistischen Materials würde noch nichts daran ändern, dass die Zuordnung der Daten von Unschärfen geprägt und von vielen Schätzungen abhängig bleibt. Die in den Ämtern generierten Daten zu Kultur und Kulturstatistik sind nach wie vor – trotz aller Verbesserungen in den letzten Jahren – ein problematisches Ausgangsmaterial für auf Kulturwirtschaft bezogene Auswertungen. „Die entscheidende politische Herausforderung liegt (...) in der Gewährleistung von Qualitätsstandards für die Kulturstatistik. Wie ernsthaft über Kulturpolitik und Kulturwirtschaftspolitik, über Kultur und Beschäftigung im politischen Wettstreit gesprochen wird, entscheidet sich nicht zuletzt auch an der Qualität der empirischen Aufarbeitung dazu“ (*ArkStat 2005:56, Diskussionsbeitrag Hofecker*).

2.3.2. Die inhaltlich-qualitative Uneinheitlichkeit

Ungeachtet der Probleme bei einer „richtigen“ und einheitlichen statistischen Erfassung wird der Begriff „Kulturwirtschaft“ auch inhaltlich völlig uneinheitlich verwendet. Wenn Michael Söndermann auf dem 2. Nationalen Jahrestagung Kulturwirtschaft formulierte, dass „kein einziger Experte, der sich ernsthaft mit dem Thema beschäftigt, ... eine definitive Antwort auf die Frage geben können (wird), was denn zur Kulturwirtschaft gehört. Jeder liefert Ihnen erstens eine andere Definition und zweitens eine sehr spekulative Beantwortung: Selbst der entschiedenste Empiriker verwendet viel Hermeneutik, wenn er über das Thema ‚Kulturwirtschaft‘ redet“ ((*Friedrich-Naumann-Stiftung/Büro für Kulturpolitik und Kulturwirtschaft, Hrsg. 2006:48*) dann gibt er den derzeitigen Stand der Entwicklung treffend wieder.

In den Untersuchungen zur Kulturwirtschaft werden in drei Dimensionen unterschiedliche Begriffe für Kulturwirtschaft gebildet. Die unterschiedlichen Zuordnungen betreffen die

- Trägerschaft (welche Träger kultureller Aktivitäten gelten als „Kulturwirtschaft“, welche werden woanders zugeordnet),
- Tätigkeitsfelder (welche Branchen und Sektoren umfasst Kulturwirtschaft, welche sind auszugrenzen) und
- Untersuchungsebene (werden Branchen und Sektoren im Ganzen betrachtet, werden Differenzierungen vorgenommen, werden brancheninterne und branchenübergreifende Netzwerke und Beziehungsgeflechte berücksichtigt).

2.3.2.1. Trägerschaft

In der Dimension Trägerschaft werden Kulturbetriebe und Kulturinstitutionen danach unterschieden, wer sie besitzt, wer sie verantwortet, in welcher Rechtsform sie auftreten. Letztlich geht es bei der Abgrenzung der Kulturwirtschaft darum, wie mit Betrieben und Institutionen umgegangen werden soll, die sich in staatlicher bzw. öffentlicher Trägerschaft befinden.

Im Gegensatz zur vorherrschenden Tendenz in der internationalen Diskussion gehen die meisten Autoren in Deutschland für Kulturwirtschaft davon aus, dass die staatlich geförderte von der privat finanzierten Kultur strikt abgegrenzt werden soll. Als kulturwirtschaftliche gelten dann nur solche kulturellen Aktivitäten, die privat bzw. über „erwerbswirtschaftliche“ Unternehmen finanziert werden. Diese scharfe Trennung zieht sich durch die theoretische Literatur ebenso wie durch die Kulturwirtschaftsberichte.

So definierte z.B. der zweite Kulturwirtschaftsbericht des Landes Nordrhein-Westfalen im Jahr 1995 Kulturwirtschaft als „alle Wirtschaftsbetriebe, Selbständigen und erwerbswirtschaftliche Aktivitäten, die für die Vorbereitung, Schaffung, Erhaltung und Sicherung von künstlerischer Produktion, Kulturvermittlung und/oder medialer Verbrei-

tung Leistungen erbringen oder dafür Produkte herstellen oder veräußern“ (*Arbeitsgemeinschaft Kulturwirtschaft NRW 1995:II, Hervorhebung durch d. Verf.*). Der dritte Kulturwirtschaftsbericht für NRW präziserte: „Zentrales Kriterium dieser Definition von Kulturwirtschaft ist der ‚erwerbswirtschaftliche Zweck‘, also die Zugehörigkeit einer kulturbezogenen Tätigkeit zum privaten Wirtschaftssektor in den Teilmärkten ‚Musikwirtschaft‘, ‚Literatur- und Buchmarkt‘, ‚Kunstmarkt‘, ‚Film/TV-Wirtschaft‘ sowie ‚Darstellende Kunst und Unterhaltungskunst‘. Die Kulturwirtschaft umfasst also nicht die von der öffentlichen Hand getragenen oder geförderten Kultureinrichtungen“ (*Arbeitsgemeinschaft Kulturwirtschaft NRW 1998:I*).

Im 1. Kulturwirtschaftsbericht des Landes Sachsen-Anhalt aus dem Jahr 2001 heißt es ähnlich, dass sich „der Untersuchungshorizont in Kulturwirtschaftsberichte(n) auf privatwirtschaftliche Betriebe und selbstständige Berufstätige, z.B. Künstler, (konzentriert). Dies schließt zwar die Betrachtung von Beziehungen komplementärer oder unterstützender Art nicht aus, doch kann das nicht vorrangiger Zweck derartiger Studien sein“ (*Arbeitsgemeinschaft Kulturwirtschaft LSA 2001:18*).

Und der Bericht zur „Kulturwirtschaft in Berlin“ aus dem Jahr 2005 versteht unter Kulturwirtschaft „alle Selbständigen und erwerbswirtschaftlich ausgerichteten Unternehmen, die kulturelle Güter und Dienstleistungen erstellen, vermarkten, verbreiten, damit handeln sowie Kulturgüter verwahren ... Des Weiteren zählen auch gewerbliche Betriebsteile öffentlich getragener Kulturinstitutionen ... zum erwerbswirtschaftlichen Sektor“ (*Senatsverwaltung für Wirtschaft, Arbeit und Frauen in Berlin/Senatsverwaltung für Wissenschaft, Forschung und Kultur 2005:8*).

Demgegenüber geht der 1. Hessische Kulturwirtschaftsbericht davon aus, dass sich die Kulturwirtschaft „ohne die Einrichtungen des öffentlichen Kulturbetriebs ... nicht sinnvoll darstellen (lässt)“ (*Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung/Hessisches Ministerium für Wissenschaft und Kunst 2003:6*). Der Kulturwirtschaft werden in diesem Kulturwirtschaftsbericht – als Ausnahme von der Regel – neben der erwerbswirtschaftlichen Kulturwirtschaft auch die Freie Kulturszene sowie der öffentliche Kulturbetrieb zugerechnet. Mit dieser Zuordnung steht Hessen in Deutschland alleine da. Eine ähnliche Position bezieht der „1. Kreativwirtschaftsbericht Österreich“, der zum dort verwendeten Begriff „Kreativwirtschaft“ „auch den in Österreich bedeutenden öffentlichen kulturellen Sektor sowie den gesamten gemeinnützigen Bereich“ (*KMU Forschung Austria/Institut für Kulturmanagement und Kulturwissenschaft der Universität für Musik und darstellende Kunst Wien 2003:7*) rechnet (um dann den Terminus „Kulturwirtschaft“ wieder nur für den Teilbereich der Privatwirtschaft/Markt zu verwenden).

Der 1. Hessische Kulturwirtschaftsbericht stellt die Zusammenhänge wie folgt dar:

Abbildung 2
Zusammenhang zwischen dem Kultursektor, Wirtschaft und Staat laut dem 1. Hessischen Kulturwirtschaftsbericht



(Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung/ Hessisches Ministerium für Wissenschaft und Kunst 2003:25)

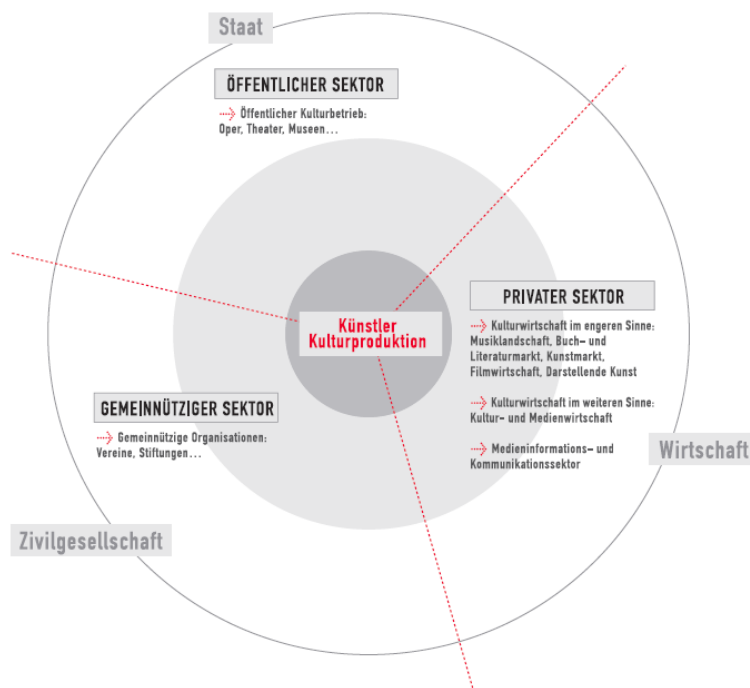
Der dritte Kulturwirtschaftsbericht des Landes Nordrhein-Westfalen geht von der scharfen Trennung zwischen dem privaten und dem öffentlichen Sektor der Kultur zum ersten Mal ab und diagnostiziert im Vorwort: „Die traditionell strikte Trennung zwischen einem öffentlich geförderten Kultursektor und der Kulturwirtschaft ‚weicht‘ zunehmend zugunsten von Mischformen auf. Öffentliche Einrichtungen werden zu ‚marktnahem Verhalten‘ angehalten, ohne sich damit zu einem ‚echten‘ kulturwirtschaftlichen Unternehmen zu wandeln. Angesichts einer auch durch andere Faktoren bestimmten ‚Legitimationskrise‘ der öffentlichen Kulturförderung, bietet die anstehende Funktionsbestimmung öffentlicher Kultureinrichtungen und ihrer Programme aus kulturwirtschaftlicher Sicht eine ergänzende Perspektive“ (*Arbeitsgemeinschaft Kulturwirtschaft NRW 1998:IV*).

In den Kulturwirtschaftsberichten der letzten Jahre wird immer öfter ein „Drei-Sektoren-Modell“ angewandt, das zwischen dem öffentlichen, dem privatwirtschaftlich-gemeinnützigen (oder intermediären bzw. 3. Sektor) sowie dem privatwirtschaftlich-kommerziellen Sektor unterscheidet. Anfänglich wurde versucht, mittels dieses oft zitierten Modells die drei Bereiche unterschiedlicher Trägerschaft trennscharf voneinander abzugrenzen. Inzwischen rücken in diesem Modell jedoch die wechselseitigen Bezüge der drei Sektoren in den Mittelpunkt und die Sektorengrenzen werden durchlässiger. Solche begrifflichen Aufweichungen sind vielleicht nicht vollständig auf einen Paradigmenwechsel zurückzuführen, ebenso mag hinter ihnen eine pragmatische Haltung stehen. Es ist auch bei der besten Definition auf Basis des statistischen Materials in Deutschland meist gar nicht möglich, die drei Sektoren eindeutig und trennscharf gegeneinander darzustellen. Aber die Aufweichung der Begriffe hat auch damit zu tun, dass die Entwicklung auf internationaler Ebene immer stärker in die Richtung geht, den

Interdependenzen zwischen den drei Bereichen Rechnung zu tragen, indem man den „kulturellen Sektor“ als Ganzes betrachtet und gleichzeitig so viele Unterscheidungen wie möglich darstellt. Die nach wie vor starken – aber langfristig nicht aufrecht zu erhaltenden – Vorbehalte gegen diese Vorgehensweise in Deutschland haben erkläre Gründe, die in der Folge diskutiert werden.

Der 1. Schweizer Kulturwirtschaftsbericht aus dem Jahr 2003 gibt den derzeitigen Stand der Diskussion auf der internationalen Ebene wieder. Er verbindet mit dem „Drei-Sektoren-Modell“ die Absicht, „die kapillaren Austauschbeziehungen zwischen den Sektoren zu thematisieren und bis anhin unbetretene Handlungsfelder zwischen Kultur- und Wirtschaftspolitik abzustecken“ (Weckerle/Söndermann/Hochschule für Gestaltung und Kunst Zürich 2003:6). Schließlich erweise sich, „dass die Chancen des kulturellen Sektors von den wechselseitigen Bezügen der drei Teilsektoren abhängen“ (ebda.: o.S.). Folgerichtig werden die drei Bereiche als Segmente eines Kreises gesehen, in dessen Zentrum die selbständigen Künstler und Kulturschaffenden stehen (siehe nachfolgende Abbildung).

Abbildung 3
Das Drei-Sektoren-Modell des 1. Schweizer Kulturwirtschaftsberichtes



Quelle: Weckerle/ Söndermann/ Hochschule für Gestaltung und Kunst Zürich 2003:o.S

Auffällig am Drei-Sektoren-Modell ist die schwierige Bestimmung des gemeinnützigen Sektors. In ihm fließen Formen unterschiedlicher kultureller und kulturwirtschaftlicher Herkunft zusammen; die Zuordnungen liegen auf unterschiedlichen Ebenen. Erstens finden sich hier Betriebe und Einrichtungen, die dem Gemeinnützigkeitsrecht unterliegen, also vom Staat mit einem Steuerprivileg ausgestattet sind – es ist dies eine steu-

errechtliche Bestimmung. Zweitens findet sich hier das Ergebnis mäzenatischen Handelns, soweit ein Mäzen nicht in andere Institutionen spendet, sondern operativ tätig ist. Hier geht es um eine private wirtschaftliche Aktivität, wenn auch ohne Gewinnabsicht. Schließlich werden hier zivilgesellschaftliche Aktivitäten gefasst. Zivilgesellschaft ist selbst ein historisch und systematisch schwieriger Begriff. Ursprünglich fasste er die gesellschaftliche Organisation gegen den Staat in den osteuropäischen Gesellschaften des „real existierenden“ Sozialismus bis 1989. Inzwischen steht der Ausdruck auch im Westen für gesellschaftliche Eigenorganisation, allerdings nicht zwingend im Gegensatz zu staatlicher Organisation, sondern meist in Ergänzung. In der Praxis der Datenerhebung und Zuordnung ist der „gemeinnützige“ oder „intermediäre“ Sektor gerade wegen seiner Unterbestimmtheit oft eine Restkategorie.

Das Schweizer Modell zeigt die Kulturwirtschaft im Zusammenhang privater, staatlicher und „intermediärer“ Akteure. Ohne diesen Zusammenhang zu betrachten, ist eine auf politische Eingriffe ausgerichtete Betrachtung der Kulturwirtschaft nicht sinnvoll, weil sie auseinander reißt, was der Sache nach zusammengehört. Vor diesem Hintergrund ist die in den ersten Kulturwirtschaftsberichten in Deutschland verfolgte scharfe Trennung der Aktivitäten im kulturellen Sektor nach der Trägerschaft kontraproduktiv. Es sollten vielmehr im Begriffsschnitt die zitierten neueren Ansätze und die internationale Diskussion in der Begriffsbildung zum Maßstab genommen werden. Öffentliche Kultur und Kulturwirtschaft gehören hiernach zusammen.

Was passiert, wenn man in der Kulturwirtschaft nach öffentlicher oder privatwirtschaftlicher Trägerschaft oder auch nach der Betriebsform unterscheidet, mag ein Beispiel verdeutlichen: Artgleiche Tätigkeiten werden bei dieser Trennung in ihrer Analyse und Aussagefähigkeit unterschiedlich behandelt, je nachdem ob sie in einem Betrieb vollzogen werden, der zum Zeitpunkt der jeweiligen Untersuchung öffentlich, privat oder gemischt finanziert wird. Die Schauspielerin eines öffentlich finanzierten, als Regiebetrieb einer Kommune betriebenen Theaters wird anders beurteilt als die Schauspielerin eines Privattheaters, diese jedoch wird wiederum gleichgesetzt mit der Schauspielerin eines öffentlich finanzierten, aber als eigenständige GmbH betriebenen kommunalen Theaters.

Die Trennung ist systematisch auch deswegen fragwürdig, weil sie entgegen der wirtschaftlichen und arbeitsweltlichen Realität so tut, als ließen sich Personen und Institutionen bzw. Betriebe eindeutig einem der drei Sektoren zurechnen. Wo ordnet man jedoch z.B. unsere Schauspielerin zu, wenn sie am Vormittag am öffentlichen Theater, an dem sie engagiert ist, probiert (Kultur), am Nachmittag vor der Kamera einer privaten Filmproduktionsfirma steht, die einen öffentlich geförderten Film aufnimmt (Mischform), und am Abend bei der Jubiläumsfeier eines Privatunternehmens (Kulturwirtschaft) oder eines Vereins (Mischform) Texte gegen Bezahlung vorträgt?

Die strikte Trennung der drei Sektoren voneinander ist kontraproduktiv, weil sie die gemeinsame Sicht auf Zusammengehörendes verstellt und damit zu verfälschten Annahmen in der Analyse des Ist-Zustandes und möglicher künftiger Entwicklungen führt. Sie ist auch kontraproduktiv, weil sie zu einer Verkrampfung in der Diskussion der Kulturwirtschaft und im Besonderen ihres Verhältnisses zur öffentlich geförderten Kultur führt. In Ländern wie den USA und Großbritannien, in denen der Anteil an staatlicher Förderung wesentlich geringer als in Deutschland ist, tendiert man immer stärker zu einer gemeinsamen Behandlung von privat und öffentlich finanziertem Kultursektor und betont immer stärker die „public effects of cultural production“ (vgl. *Fronville/Isar 2003:57*). Dagegen sieht man in Deutschland mit der Zusammenschau aller im Kultursektor tätigen Personen und Institutionen die Gefahr verbunden, die Politik könne durch das „Zusammenwerfen in einen Topf“ dazu verleitet werden, sich sukzessive aus der öffentlichen Finanzierung der Kultur zurückzuziehen und bisher öffentlich wahrgenommene Aufgaben an die Kulturwirtschaft zu delegieren.

Vielleicht spielt bei dem begrifflichen Sonderweg zur Kulturwirtschaft in Deutschland noch ein anderes eine Rolle: Die kulturpolitische Unterscheidung zwischen Hochkultur auf der einen und Populärkultur auf der anderen Seite wird in Deutschland weiter hochgehalten. Bei dieser Unterscheidung, wonach die Hochkultur eine Aufgabe des Staates ist, und die Populärkultur privaten und gewinnorientierten Betreibern überlassen werden soll (weil sie „eigentlich“ nicht der wirklichen Kultur zuzurechnen sei), gerät Kulturwirtschaft dann leicht zu einer „minderen“ Form kulturellen Arbeitens. Mit solchem ideologischen Ballast beladen, sind Begriffe aber nicht zu bilden, die die Interdependenzen von öffentlicher Kulturfinanzierung und dem kulturellen und kulturwirtschaftlichen Sektor insgesamt abbilden. Auch ist die Auseinandersetzung darüber, was und was nicht öffentlich durch die Kulturpolitik gefördert werden soll, nicht unter dem Diktat der Schreckensvorstellung zu führen, der Staat wolle sich zugunsten der „Kulturwirtschaft“ (vulgo Populärkultur) aus der Kulturförderung zurückziehen.

Die Ausgrenzung des „gemeinnützigen“ und „öffentlichen“ Kulturbereichs aus einer nur „erwerbswirtschaftlichen“ Kulturwirtschaft übersieht auch einen Widerspruch, den sie weder theoretisch noch praktisch lösen kann. Sie geht davon aus, dass der „erwerbswirtschaftliche“ oder private Bereich einen von öffentlichen Eingriffen materieller und finanzieller Art völlig unabhängig agierenden, gut funktionierenden Markt darstellt. Wäre die Kulturwirtschaft tatsächlich nicht mehr als ein „normaler“, in seinen Beiträgen zu Wirtschaft und Beschäftigung oft unterschätzter, Markt würde sich ihre Bedeutung anhand der auf den Märkten erzielten wirtschaftlichen Ergebnisse beweisen und sie würden kein besonderes Interesse hervorrufen. Die Kulturwirtschaft ist jedoch seit vielen Jahren und in vielen Ländern Gegenstand intensiver wissenschaftlicher und politischer Diskussion, gerade weil sie als Wirtschaftssektor eine Ausnahme darstellt. Auch wenn sie in weiten Bereichen genau so funktioniert wie andere Märkte, ist die Kulturwirtschaft – wie ja selbst die schärfsten Befürworter ihrer strikten Trennung von der öffentlich finanzierten Kultur immer wieder betonen – ein Markt, auf dem Güter und Leistungen

erzeugt und verbreitet werden, die sich ihrer Art nach von denen unterscheiden, mit denen auf anderen Märkten gehandelt wird.

Die Güter und Leistungen, um die es auf dem Markt der Kulturwirtschaft geht, haben einen unmittelbaren Bezug zu den Grundlagen unseres gesellschaftlichen Seins und zur Entwicklung unserer Gesellschaft. Die Kulturwirtschaft reicht damit in Bereichen hinein, in denen die geistigen, ideellen und moralischen Grundlagen für das Funktionieren unserer Gesellschaften bereitet werden.

Die Kulturwirtschaft ist abhängig von den schöpferischen Akten der Künstler und „Kreativen“, auf sie setzt sie auf. Ohne schöpferischen Akt keine kulturwirtschaftliche Verwertung, welcher Art auch immer. An dieser Stelle findet sich das Bindeglied zwischen den öffentlichen Beiträgen zur und Eingriffen in die Kultur und der Kulturwirtschaft. Würde die öffentliche Hand nicht aus ihrem politischen Auftrag heraus die Tätigkeit von Künstlern und anderen Kreativen (mit) finanzieren, wäre es um die Kulturwirtschaft geschehen. Und so sehr sich einzelne Staaten in der Höhe und Art der Beiträge der öffentlichen Hände zur Aufrechterhaltung der Menge, Qualität und Vielfalt der Kultur auch unterscheiden mögen – es herrscht ein Grundkonsens, dass es sich dabei um eine öffentliche Aufgabe handelt.

Es ist verständlich, dass unter Kunstschaffenden und Kunstbewegten in Deutschland die Furcht umgeht, dass der hohe Anteil öffentlicher Finanzierung der Kultur einmal deutlich reduziert werden könnte. Es ist auch nachvollziehbar, dass dieser Möglichkeit dadurch vorgebeugt werden soll, dass man nachweist, wie bescheiden sich die öffentlichen Ausgaben im Vergleich zum Umfang der privatwirtschaftlichen Kulturwirtschaft ausnehmen. Allerdings sollten diese Überlegungen nicht zu Argumenten in der Diskussion um Kulturwirtschaft führen, mit denen Politik von vornherein ihre Handlungsmöglichkeiten einschränkt. Der Kultursektor ist – unabhängig davon, wer in welchem Maße zur Finanzierung seiner Teilbereiche beiträgt – Handlungsfeld von Politik. Sowohl der Kulturwirtschaft als auch den nicht marktmäßig funktionierenden Teilbereichen des Kultursektors kann es nur zuträglich sein, wenn die gegenseitigen Abhängigkeiten und Interdependenzen so transparent wie möglich gemacht werden. Ein vertieftes Verständnis für diese Zusammenhänge wird die Entscheidungsgrundlagen der Politik verbessern und damit die Berücksichtigung des Kultursektors im Ganzen in der Politik in einem Maße fördern, das seiner Bedeutung entspricht.

2.3.2.2. Tätigkeitsfelder

Die Fassung des Begriffes „Kulturwirtschaft“ entlang der Dimension Tätigkeitsfelder variiert fast mit jeder Publikation zum Thema. Die daraus resultierende große Bandbreite unterschiedlich weit gefasster Kulturwirtschaftsdefinitionen trägt zur Begriffskonfusion bei und reduziert die Vergleichbarkeit der Aussagen zur Kulturwirtschaft.

Oft lässt sich nachvollziehen, warum in einer Untersuchung bestimmte Branche einbezogen werden und andere nicht. In vielen Fällen bleibt aber offen bzw. ist es teilweise auch methodischen Fehlern geschuldet, dass ganze Branchen oder Teile davon der Kulturwirtschaft zugerechnet oder als ihr nicht zuzuordnen erklärt werden.

Welche Tätigkeitsfelder der Kulturwirtschaft zugerechnet werden, hängt einerseits von der politischen Intention und strategischen Zielsetzung ab, die mit der jeweiligen Untersuchung verfolgt wird. Andererseits ergibt sich die Auswahl aus der Verfügbarkeit relevanter Daten. Geht es – wie in vielen Kulturwirtschaftsberichten – darum, den beeindruckenden, oft noch nicht erkannten, Umfang der Kulturwirtschaft im Vergleich zu anderen Wirtschaftsbereichen herauszustellen, werden dem Sektor mehr Branchen zugerechnet als dort, wo es um die detaillierte Darstellung von Wirkungszusammenhängen oder um die Beschreibung der Arbeitsbedingungen in der Kulturwirtschaft geht.

In der Forschungspraxis ist der Begriff Kulturwirtschaft so oft von den Erkenntnisintentionen gesteuert. So erwuchs z.B. der Anstoß zum 1. Kulturwirtschaftsbericht des Landes Nordrhein-Westfalen aus der Intention der Landespolitik, deutlich zu machen, dass die Strukturkrise der Altindustrien durch die Dynamik anderer Branchen aufgefangen werden könne. Es ging also um eine neue Strukturpolitik, um die Eröffnung positiver Zukunftsperspektiven. Der Bericht machte für sich geltend, die erste, umfassende Bestandsaufnahme der wirtschaftlichen und arbeitsmarktpolitischen Bedeutung der Kulturwirtschaft in Nordrhein-Westfalen geleistet zu haben (*vgl. Arbeitsgemeinschaft Kulturwirtschaft NRW 1998:II*). Er belegte das beeindruckende Volumen der nordrhein-westfälischen Kulturwirtschaft und deren großes Wachstumspotenzial, das geeignet erschien, einen wichtigen Beitrag zur Überwindung der Strukturkrise zu leisten. Unter je unterschiedlichen Sonderthemen nahmen die Folgeberichte aus dem Land dieses Grundmotiv auf.

In Schleswig-Holstein motivierte ein anderes Interesse zum 1. Kulturwirtschaftsbericht. Im Berichtsantrag wird die Erwartung formuliert: Kulturwirtschaft werde als ein Wirtschaftszweig untersucht, „der große Wachstums- und Beschäftigungspotenziale in sich birgt und der zu den zukunftsorientierten Wirtschaftsbranchen im Lande, insbesondere in Verbindung mit der Tourismuswirtschaft, zählt“ (*Schleswig-Holsteinischer Landtag 2004:3*). Tourismus spielt im nördlichsten Bundesland eine bedeutende wirtschaftliche Rolle, Zusammenhänge zur Kultur sind sinnfällig. Der Bericht sollte die Möglichkeiten der Kulturwirtschaft im Hinblick auf die wirtschaftliche Hoffungsbranche Tourismus bearbeiten. Folgerichtig ging der Bericht davon aus, dass „eine Bestandsaufnahme dessen, was hierzulande an kulturwirtschaftlichen Aktivitäten vorhanden ist, vor allem mit Blick auf das Handlungsfeld ‚Kultur und Tourismus‘ sinnvoll (erscheint), in dem die Landesregierung mit einer Reihe von Partnern bereits Meilensteine abgesteckt hat“ (*ebda:4*).

Berlin wiederum wollte mit seinem Kulturwirtschaftsbericht (2005) die Potenziale der Hauptstadt im Vergleich mit anderen Metropolen in Europa aufzeigen und bezog im Einklang mit Wien und London, aber im Gegensatz zur Mehrzahl der deutschen Kulturwirtschaftsberichte, die Teilmärkte Softwareentwicklung und Werbung in seinen Bericht ein. Die Stadt näherte sich damit dem Begriff der „creative economy“ aus der internationalen Diskussion an. Die Begründung spricht für sich: „Berlin will und muss sich mit anderen europäischen Metropolen vergleichen. Dies ist nur dann möglich, wenn vergleichbare Abgrenzungen gewählt werden“ (*Senatsverwaltung für Wirtschaft, Arbeit und Frauen in Berlin/Senatsverwaltung für Wissenschaft, Forschung und Kultur 2005:9*).

Auch die internationale Diskussion kennt vielfältige Zuordnungen von Sektoren und Branchen zur Kulturwirtschaft. Die im 1982 erschienenen Abschlussbericht des UNESCO zum gleichnamigen vergleichenden Forschungsprogramm mit „cultural industries“ benannte Kulturwirtschaft ist, seit damals unter so unterschiedlichen Benennungen wie „cultural industries“, „creative industries“, „cultural economy“, „creative economy“, „content industries“ und „property right industries“ Gegenstand theoretischer Überlegungen und praktischer Politik. In der deutschsprachigen Diskussion geht es meist um die Kulturwirtschaft oder die Kreativwirtschaft (zwischenzeitlich einige Zeit lang auch um die Kultur- und Medienwirtschaft), aber auch die englischen Termini „creative“ und „cultural industries“ werden in der deutschsprachigen Literatur immer wieder aufgenommen.

In die politische Planung wurden die „cultural industries“ zum ersten Mal Anfang der 1980er Jahre vom Greater London Council in England eingebracht. Hinter dem Interesse an den cultural industries stand eine bewusste strukturpolitische Entscheidung: Die Weichen der Industrie- und Standortpolitik sollten in Richtung auf eine künftige „Informations- und Wissensgesellschaft“ gestellt werden. Im Zuge dieser politischen Setzung wurden Innovation und Kreativität sowohl auf der einzelwirtschaftlichen wie auf der gesamtwirtschaftlichen Ebene größere Bedeutung zur Sicherung und Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit zuerkannt. Das Greater London Council wollte damals auf die wirtschaftliche Bedeutung kommerzieller kultureller Aktivitäten abseits der öffentlich finanzierten Kultur hinweisen und hervorheben, dass der weitaus größte Teil der im Vereinigten Königreich konsumierten kulturellen Güter nichts mit dem öffentlich finanzierten Kultursystem zu tun hatte.

Die New Labour Regierung errichtete nach ihrem Amtsantritt im Jahr 1997 eine „Creative Industries Task Force“ im zum „Department of Culture, Media and Sport (dcms)“ umbenannten Kulturministerium. Dies verschaffte der nunmehr „creative industries“ genannten Kulturwirtschaft zusätzliches politisches Gewicht. Hinter der Begriffswahl „creative industries“ statt der bis dahin üblichen „cultural industries“ stand keine theoretisch-inhaltliche Präferenz, sondern eine politische Entscheidung zu einem umfassenderen Terminus. Mit der Einrichtung der Creative Industries Task Force im Kulturminis-

terium wollte die neue Regierung ein klares Zeichen für die Bedeutung setzen, die sie der Kreativität für die künftige Entwicklung des Landes beimaß. Für New Labour avancierte die Kreativität zum Kernelement einer Wachstumsstrategie für die britische Wirtschaft in einer globalisierten Welt. Die „creative industries“ hatten dabei von vornherein eine Doppelaufgabe: Sie gelten als Mittel zur Generierung wirtschaftlichen Wachstums und sollen der besseren Integration von britischen Bürgern mit Migrationshintergrund (social inclusion) dienen.

Im Jahr 1998 publizierte das dcms das erste „Creative Industries Mapping Document“, in dem eine Definition der creative industries erarbeitet und die Situation und mögliche Entwicklungen des Sektors nach Regionen und Branchen gegliedert beschrieben wird. Die creative industries werden gefasst als *„die Branchen und Sektoren, die der Kreativität, den Fähigkeiten und dem Talent von Einzelpersonen entspringen und das Potenzial in sich tragen, durch die Schaffung und Nutzung von Urheberrechten zu Wohlstand und Beschäftigung beizutragen“* (dcms 2001:5, eigene Übersetzung).

Die im Jahr 2001 erschienene zweite Ausgabe des „Mapping Document“ rechnet den creative industries folgende Tätigkeitsfelder zu:

- Architektur
- Darstellende Kunst
- Design
- Designermode
- Film und Video
- Interaktive Unterhaltungssoftware
- Kunst und Antiquitäten
- Kunsthandwerk
- Musik
- Software und Computer Services
- TV und Radio
- Verlagswesen
- Werbung

Die britische Definition hat sich international rasch zu einer Referenz entwickelt, auf die sich die Diskussion um die Kulturwirtschaft bezieht und anhand derer andere Ab- und Eingrenzungen der Kulturwirtschaft beschrieben werden.

Eine Reihe von Ländern bezieht sich ausdrücklich auf das britische Modell und nimmt dieselbe oder ähnliche Zuordnungen vor. In manchen Ländern werden mehr Tätigkeitsfelder einbezogen, in den meisten europäischen Ländern jedoch weniger. Fast überall wurden immer wieder Anpassungen vorgenommen, die zu einer Verengung oder Ausweitung des Katalogs führten.

Eine Sonderstellung nehmen die USA, Kanada und Australien ein. Diese messen den cultural industries traditionell zwar eine hohe Bedeutung für die wirtschaftliche Entwicklung bei. Vergleiche sind jedoch aus europäischer Sicht nur eingeschränkt möglich, da im Gegensatz zum europäischen Ansatz den creative industries alle als kulturell eingeschätzten Aktivitäten zugerechnet werden, unabhängig davon, in welchem Maße sie privat oder öffentlich finanziert werden. Daher schließen sie auch Unternehmen und ganze Tätigkeitszweige in ihre Statistiken ein, die in europäischer Sicht nicht der Kulturwirtschaft zuzurechnen sind.

Die auf der nächsten Seite abgebildete Aufstellung gibt die Tätigkeitsfelder wieder, die in Australien, Kanada, und den USA den creative industries zugerechnet werden (wobei fett gedruckt ist, was nach dem europäischen Verständnis nicht oder nur in sehr eingeschränktem Maß zur erwerbswirtschaftlichen Kulturwirtschaft zählt). Innerhalb der Felder wird nicht unterschieden zwischen privat bzw. „erwerbswirtschaftlich“ betriebenen und öffentlich (ko-)finanzierten Unternehmen.

Abbildung 4
Die der Kulturwirtschaft in den USA, Kanada und Australien zugerechneten Branchen und Sektoren

Kanada	Australien	USA
Architektur	Architektur, Werbung und Design	Architektur
Archive Bibliotheken	Archive und Bibliotheken	
Darstellende Kunst	Darstellende Kunst	Darstellende Kunst
Design		Design
Filmindustrie		Film und Video
Kulturelle Erziehung		
Kunst und Kunsthandel	Kunst und Kunsthandwerk, Photographie	Kunst, Kunsthandel, Photographie
Kunsthandwerk		Kunsthandwerk
Museen	Landschaftliches Erbe Museen , Antiquitäten und Sammelgegenstände	Museen und Sammlungen
Musikwirtschaft	Musikwirtschaft	
Photographie		
Presse	Presse-, Literatur- und Buchmarkt	Kunstbezogene Presse und Buchmarkt
Rundfunk und TV	Rundfunk, TV, Film, Video, etc.	Radio und TV
Werbung		Werbung
	Musikinstrumente-Handel etc. Künstleragenturen, Kartenbüros etc.	Künstleragenturen
		Kunst-, Tanz- und Theaterschulen Kunst-Förderagenturen

Eigene Zusammenstellung

In den USA wird Kulturwirtschaft grundbegrifflich ganz anders gefasst als meist auf dem europäischen Kontinent. Der Bericht von „Americans for the Arts“ (der größten nationalen Agentur zur Förderung der Künste in den USA) an den US-Kongress zur Entwicklung der creative industries in den USA im Jahre 2005 bezeichnet etwa als creative industries all jene „kunstbezogenen“ for-profit und nonprofit-Angelegenheiten, „an denen wir zu unserem Genuss teilnehmen (einen Film ansehen, ein Konzert besuchen, einen Roman lesen), mit denen wir uns aus geschäftlichen Gründen beschäftigen (Architektur, Design, Erzeugung von Musikinstrumenten) und in die wir investieren, um das Gemeinschaftsleben zu bereichern (Museen, Kunst im öffentlichen Raum, Kulturzentren)“ (Americans for the Arts, o.O. 2005:1). Kunstbezogene Betriebe reichen in der Definition dieses Berichts vom Film, der Architektur und Werbeunternehmen bis hin zu Museen, Orchestern, Theatern und Kunstschulen.

Der US-amerikanische Ansatz erklärt sich aus der in den USA vorherrschenden Auffassung, dass die Förderung der Kultur keine Aufgabe des Staates, sondern der Bür-

ger ist. Der Staat trägt daher im Vergleich zur europäischen Praxis nur in sehr geringem Ausmaß direkt, systematisch allerdings durchaus über (indirekt wirkende) steuerpolitische Hebel, zur Finanzierung des Kultursektors bei. Kultur wird als „Business“ wie alle anderen Geschäftsbereiche gesehen. Die Einschätzung der Bedeutung des Sektors orientiert sich folgerichtig an dessen Beiträgen zur Gesamtwirtschaft und zur Beschäftigung und nicht daran, in welchem (geringen) Maße auch staatliche Mittel zu seiner Finanzierung eingesetzt werden. Dies ist ein Ansatz, der mit der deutschen und den europäischen, einschließlich der britischen Begriffsfassung(en) nicht kompatibel ist und daher auch nicht zu Vergleichszwecken herangezogen werden kann.

Es ist leicht zu sehen, dass das ausweisbare wirtschaftliche Gewicht der Kulturwirtschaft unmittelbar mit der Zahl der der Kulturwirtschaft zugeordneten Branchen und Bereiche korreliert.

Ein Vergleich von Kulturwirtschaftsberichten aus dem deutschsprachigen Raum (siehe nachfolgende Abbildung) zeigt auf den ersten Blick von Bericht zu Bericht sehr unterschiedliche Zuordnungen von Tätigkeitsfeldern. Felder, die in dem einem Bericht genannt werden, scheinen in anderen Berichten nicht auf. Für die Felder gewählte Bezeichnungen sind teilweise sehr unterschiedlich. Diese voneinander abweichende Sicht der „Breite“ der Kulturwirtschaft (also der ihr zugeordneten Zahl von Tätigkeitsfeldern) wird immer wieder beklagt, da sie die Vergleichbarkeit der Berichte stark einschränkt und erschwert.

Abbildung 5
Die der Kulturwirtschaft in unterschiedlichen Kulturwirtschaftsberichten zugeordneten Branchen und Bereiche

Berlin 2005	Hessen 1, 2003	NRW, 4, 2001	Schleswig-Holstein 2004	Österreich 1, 2003	Österreich 2, 2005	Schweiz, 2003
Architektur und Kulturelles Erbe				Audiovisueller Bereich	Audiovisueller Bereich	
Buch- und Pressemarkt	Literatur-, Buch- und Pressemarkt	Buch-, Literatur und Pressemarkt	Buch- und Literaturmarkt	Buch und Presse	Buch und Presse	Literatur-, Buch- und Pressemarkt
Darstellende Kunst	Darstellende und unterhaltende Kunst	Darstellende Kunst und Unterhaltungskunst	Darstellende Kunst	Darstellende Kunst	Darstellende Kunst	Darstellende Kunst
Architektur und Kulturelles Erbe	Kulturelles Erbe inkl. Architekturbüros und Kunsthandwerk		Denkmalschutz und Kulturbauwirtschaft			
Kunstmarkt inkl. Mode/Design und Kunsthandwerk	Kunstmarkt inkl. Antiquitäten, Werbegestaltung und Design	Kunst- und Designmarkt mit ergänzenden Branchen Architektur und Werbung	Kunstmarkt, Kunsthandwerk und Design			Kunstmarkt inkl. Kunsthandwerk und Antiquitäten-sonderrthema Design
Film- und Fernseh-wirtschaft	Film-, Rundfunk-, TV- und Videowirtschaft	Film-, Rundfunk und TV-Wirtschaft	Film, Hörfunk, Fernsehen und Unterhaltungs-elektronik			Filmwirtschaft mit TV-Produktionen, Rundfunk und audiovisueller Markt
Softwareent-wicklung/Daten-verarbeitung/Tele-kommunikation						
Architektur und Kulturelles Erbe			Kulturbauwirtschaft	Kulturelles Erbe	Kulturelles Erbe	
			Kulturverwaltung, -management und -forschung			
Musikwirtschaft	Musikwirtschaft	Musikwirtschaft/ Phonomarkt	Musikmarkt			Musikwirtschaft und Phonomarkt
Film- und Fern-sehwirtschaft			Soziokultur	Transversale Bereiche	Transversale Bereiche	
				Visuelle Kunst	Visuelle Kunst	
						Sonderrthema Design
Werbung						

Eigene Zusammenstellung aus div. Kulturwirtschaftsberichten

Die gravierend erscheinenden Unterschiede in der Zuordnung von Tätigkeitsfeldern werden jedoch deutlich weniger dramatisch, wenn man die Teilbereiche betrachtet, die unter der jeweiligen zusammenfassenden Kategorie ausgewiesen werden. Dann zeigt sich, dass Teilbereiche, die in einem Bericht in einer Kategorie ausgewiesen werden in anderen Berichten unter einer anderen Kategorie erfasst werden. So fehlen z.B. in den Österreichischen Kreativwirtschaftsberichten die Kategorien Film, Fernsehen und Rundfunk. Dies bedeutet jedoch nicht, dass diese Teilbereiche nicht erfasst werden. Sie finden sich in den österreichischen Berichten unter der Kategorie „Audiovisueller Bereich“ wieder. Und die im 4. Kulturwirtschaftsbericht des Landes Nordrhein-Westfalen scheinbar nicht erfasste Architektur findet sich im Teilbereich „Kunst- und Designmarkt mit ergänzenden Branchen Architektur und Werbung“ wieder. Die nachfolgende Tabelle ordnet die Teilbereiche, die sich hinter den unterschiedlichen Bran-

chenbezeichnungen in den Kulturwirtschaftsberichten verbergen, dem jeweiligen Tätigkeitsfeld zu.

Abbildung 6
Die den kulturwirtschaftlichen Branchen und Bereichen in unterschiedlichen Kulturwirtschaftsberichten zugeordneten Teilbereiche der Kulturwirtschaft

Berlin 2005	Hessen 1, 2003	NRW 4, 2001	Schleswig-Holstein 2004	Österreich 1, 2003	Österreich 2, 2005	Schweiz, 2003
Architektur und Kulturelles Erbe	Kulturelles Erbe inkl. Architekturbüros und Kunsthandwerk	Kunst- und Designmarkt mit ergänzenden Branchen Architektur und Werbung			Audiovisueller Bereich	Audiovisueller Bereich
Buch- und Pressemarkt	Literatur-, Buch- und Pressemarkt	Buch-, Literatur und Pressemarkt	Buch- und Literaturmarkt	Buch und Presse	Buch und Presse	Literatur-, Buch- und Pressemarkt
Darstellende Kunst	Darstellende und unterhaltende Kunst	Darstellende Kunst und Unterhaltungskunst	Darstellende Kunst	Darstellende Kunst	Darstellende Kunst	Darstellende Kunst
Kunstmarkt inkl. Mode/Design und Kunsthandwerk	Kunstmarkt inkl. Antiquitäten, Werbegestaltung und Design	Kunst- und Designmarkt mit ergänzenden Branchen Architektur und Werbung	Denkmalschutz Kunstmarkt, Kunsthandwerk, Design und Werbegestaltung	Visuelle Kunst	Visuelle Kunst	
Film- und Fernsehwirtschaft	Film-, Rundfunk-, TV- und Videowirtschaft	Film-, Rundfunk und TV-Wirtschaft	Film, Hörfunk, Fernsehen und Unterhaltungselektronik	Audiovisueller Bereich	Audiovisueller Bereich	Filmwirtschaft mit TV-Produktionen, Rundfunk und audiovisueller Markt
Softwareentwicklung/ Datenverarbeitung/Telekommunikation				Audiovisueller Bereich	Audiovisueller Bereich	
Architektur und Kulturelles Erbe	Kulturelles Erbe inkl. Architekturbüros und Kunsthandwerk		Kulturbauwirtschaft		Kulturelles Erbe	Kulturelles Erbe
Kunstmarkt inkl. Mode/Design und Kunsthandwerk	Kunstmarkt inkl. Antiquitäten, Werbegestaltung und Design	Kunst- und Designmarkt mit ergänzenden Branchen Architektur und Werbung	Kunstmarkt, Kunsthandwerk, Design und Werbegestaltung	Visuelle Kunst	Visuelle Kunst	Kunstmarkt inkl. Kunsthandwerk und Antiquitäten
Kunstmarkt inkl. Mode/Design und Kunsthandwerk	Kulturelles Erbe inkl. Architekturbüros und Kunsthandwerk		Kunstmarkt, Kunsthandwerk, Design und Werbegestaltung			Kunstmarkt inkl. Kunsthandwerk und Antiquitäten
Musikwirtschaft	Musikwirtschaft	Musikwirtschaft/ Phonomarkt	Musikmarkt	Darstellende Kunst	Darstellende Kunst	Musikwirtschaft und Phonomarkt
Buch- und Pressemarkt	Literatur-, Buch- und Pressemarkt	Buch-, Literatur und Pressemarkt		Buch und Presse	Buch und Presse	Literatur-, Buch- und Pressemarkt
Film- und Fernsehwirtschaft	Film-, Rundfunk-, TV- und Videowirtschaft	Film-, Rundfunk und TV-Wirtschaft	Film, Hörfunk, Fernsehen und Unterhaltungselektronik Soziokultur	Audiovisueller Bereich	Audiovisueller Bereich	Filmwirtschaft mit TV-Produktionen, Rundfunk und audiovisueller Markt
				Transversale Bereiche	Transversale Bereiche	
Werbung	Kunstmarkt inkl. Antiquitäten, Werbegestaltung und Design	Kunst- und Designmarkt mit ergänzenden Branchen Architektur und Werbung	Kunstmarkt, Kunsthandwerk, Design und Werbegestaltung	Visuelle Kunst	Visuelle Kunst	

Eigene Zusammenstellung. Das Tätigkeitsfeld, in dem der jeweilige Teilbereich in den Kulturwirtschaftsberichten ausgewiesen wird, ist in der Tabelle fett gedruckt

Diese detaillierte Übersicht der Teilbereiche nach übergeordneten Tätigkeitsfeldern zeigt, dass in der Detailzuordnung von Teilbereichen weitgehende Übereinstimmung in den Kulturwirtschaftsberichten herrscht, d.h. die Mehrzahl der Teilbereiche werden in

allen Fällen der Kulturwirtschaft zugerechnet. Wenige Teilbereiche finden sich nur in einem Teil der Kulturwirtschaftsberichte oder überhaupt nur in einem Bericht wieder.

Alle Berichte berücksichtigen:

- Buchmarkt
- Darstellende Kunst
- Design
- Fernsehen
- Filmwirtschaft
- Kunstmarkt
- Musikwirtschaft
- Literaturmarkt
- Pressemarkt
- Rundfunk
- Werbung

Der Bereich Architektur wird in allen Kulturwirtschaftsberichten außer dem Schleswig-Holsteinschen und dem Schweizer Bericht der Kulturwirtschaft zugerechnet. Das kulturelle Erbe und der Denkmalschutz finden sich in allen Berichten außer dem nordrhein-westfälischen und dem Schweizer Bericht wieder.

Die einzigen Ausreißer in den ausgewählten Berichten stellen die Softwareentwicklung im Berliner Kulturwirtschaftsbericht sowie die Soziokultur, Kulturbauwirtschaft und Kulturverwaltung im Kulturwirtschaftsbericht des Landes Schleswig-Holstein dar. Berlin folgt mit seiner Zurechnung der Softwareentwicklung zur Kulturwirtschaft bewusst dem britischen Modell, entzieht sich aber damit direkten Vergleichen mit anderen deutschen Ländern. Ohnehin wären Zahlen von Stadtstaaten mit denen von Flächenstaaten kaum zu vergleichen (zur Zweifelhafteit solcher Globalvergleiche siehe weiter unten). Die Einbeziehung der Soziokultur im schleswig-holsteinischen Bericht geht in die Richtung der im angelsächsischen Raum üblichen Miteinbeziehung des gesamten kulturellen Sektors in die Betrachtung der Kulturwirtschaft. Aber auch der 1. Kulturwirtschaftsbericht des Landes Nordrhein-Westfalen hatte die Soziokultur, „obschon nicht ‚Wirtschaft‘ im strengen Sinne“ (*ARCult 1992:15*) noch der Kulturwirtschaft zugerechnet.

Es scheint nun, dass die große Heterogenität der Branchenzuordnung zur Kulturwirtschaft eher eine Frage der Darstellung als der Inhalte ist. Aber dies darf nicht so verstanden werden, als würden die Kulturwirtschaftsberichte bei genauerem Hinsehen weitgehend kongruent sein. Vielmehr ergeben sich die beträchtlichen Unterschiede in der qualitativen und quantitativen Erfassung von Tätigkeitsfeldern zur Kulturwirtschaft erst auf der Ebene der Zuordnung der verfügbaren statistischen Daten zu den inhaltlich ähnlich definierten Feldern.

Die anscheinend relativ problemlose Benennung von kulturwirtschaftlichen Tätigkeitsfeldern darf nämlich nicht darüber hinwegtäuschen, dass die Statistik nur in sehr eingeschränktem Maße Daten liefert, die dieser Benennung entsprechen. Aufgrund der bereits geschilderten Ausrichtung der Wirtschaftsstatistiken an eine produktionszentrierte Wirtschaft müssen bei der Analyse und der Interpretation der statistischen Daten für Kulturwirtschaft eine Fülle von Schätzungen vorgenommen werden.

Abweichungen zwischen den Berichten ergeben sich genau hier. Die Grunddaten liefern in einer Reihe von Bereichen Werte, die teils der Kulturwirtschaft zuzurechnen sind und teils nicht. In den Kulturwirtschaftsberichten in Deutschland wird mit solchen Werten unterschiedlich umgegangen. Zur Illustration der Situation sei hier am Beispiel des Kunstmarktes dargestellt, wie unterschiedlich bei der Nutzung der Daten vorgegangen wird.

Beispiel Abgrenzungsprobleme beim Kunstmarkt

Zum Kunstmarkt zählt nach der Klassifikation der Wirtschaftszweige, Ausgabe 2003, unter der Abteilung 52 Einzelhandel, Reparatur von Gebrauchsgegenständen, Gruppe 52.4. Sonstiger Facheinzelhandel (in Verkaufsräumen), Klasse 52.48. Einzelhandel mit Tapeten, Bodenbelägen, Kunstgegenständen, Briefmarken, Münzen, Geschenkartikeln, Uhren, Schmuck und Spielwaren, dann schließlich in der Unterklasse 52.48.2 der Einzelhandel mit Kunstgegenständen, Bildern, kunstgewerblichen Erzeugnissen, Briefmarken, Münzen und Geschenkartikeln. Weiter geht die Differenzierung nicht.

Diese Lage veranlasst die Verfasser des Kulturwirtschaftsberichts des Landes Schleswig-Holstein zu folgender Anmerkung: Der „Einzelhandel mit Kunstgegenständen, Bildern, kunstgewerblichen Erzeugnissen, Briefmarken, Münzen und Geschenkartikeln ... ist (neben der Werbegestaltung WZ-Nr. 74.40.1) der umsatz- und beschäftigungsstärkste Teilmarkt der Branche mit 582 Steuerpflichtigen und 208 Mio. € Umsatz (2001). Es ist offensichtlich, dass diese Umsatz-Summe nicht in erster Linie mit Kultur-gütern im klassischen Sinne erzielt wird. Eine Differenzierung der WZ-Systematik entsprechend den eigentlichen Kulturbranchen ist ein Desiderat“ (*Schleswig-Holsteiner Landtag 2004:26, Hervorhebung durch d. Verf.*). Der Bericht benennt also die methodischen Schwierigkeiten bei der Übernahme statistischer Daten, berücksichtigt gleichwohl den „Kunstmarkt“ in seinem gesamten Umfang im Kulturwirtschaftsbericht.

Der 1. Kulturwirtschaftsbericht des Landes Hessen listet die Unterklasse 52.48.2 zunächst vollständig und richtig benannt in der Übersicht über den Kunstmarkt auf. Er kombiniert ihn jedoch in der Auswertung der Zahlen mit dem Versteigerungsgewerbe und weist die beiden gemeinsam als den zweitgrößten Teilmarkt des Kunstmarktes in Hessen mit einem Gesamtumsatz von 533 Mio. Euro aus. Allerdings wird in der Beschreibung dieser so ausgewiesenen Kategorie nicht darauf hingewiesen, dass in dieser Abgrenzung auch „Geschenkartikel“ zum Teil des Kunstmarktes geadelt sind.

Der Kulturwirtschaftsbericht des Landes Berlin benennt die Unterklasse zunächst als „Einzelhandel mit Kunstgegenständen, Bildern, Briefmarken und Münzen“ und erwähnt die Geschenkartikel nicht. Er kombiniert die Unterklasse sodann mit dem Antiquitätenhandel und weist beide gemeinsam als „Einzelhandel mit Kunstgegenständen, Bildern und Antiquitäten“ als zur Gänze (mit einem Gesamtumsatz von 517 Mio. Euro) der Kulturwirtschaft zugehörig aus. Eine Begriffskritik findet in diesem Text nicht statt: Dass ein großer Prozentsatz dieses Teilmarktes nicht den im Kulturwirtschaftsbericht genannten eindeutig kulturellen Sektoren zuzurechnen ist, wird verschwiegen.

In ihrer Behandlung des „Kunstmarktes“ verfahren die drei zitierten Berichte gleich. Alle fassen den „Kunstmarkt“ in einer denkbar weiten Interpretation; Hessen und Berlin ordnen sogar weitere Teilmärkte zu. Allerdings lässt sich das Zustandekommen des Begriffs „Kunstmarkt“ und ein feineres begriffliches Verständnis nur beim Bericht aus Schleswig-Holstein nachvollziehen.

Michael Söndermann dagegen nimmt in seinem Bericht zur „Beschäftigung im Kultursektor in Deutschland 2003/2004“ für diese wie für einige andere Unterklassen „besondere Schätzwerte oder Zuordnungen“ vor „um die spezifischen kulturellen Aktivitäten von nichtkulturellen zu trennen“ (Söndermann 2005:474). Er berücksichtigt die von der Statistik für diese Unterklasse 52.48.2 gelieferten Zahlen anteilig mit 10 % des in der Statistik ausgewiesenen Werts.

Im 1. Schweizer Kulturwirtschaftsbericht schließlich wird in mühevoller, beispielhafter Arbeit jede Unterklasse auf ihre kulturwirtschaftliche Relevanz untersucht, um eine realitätsnahe Zuordnung zu erreichen. Im Fall des Kunsthandels konnte man hier von der Besonderheit profitieren, dass die Schweizer Statistik diesen gesondert erfasst und daher die ausgewiesenen 790 Mio. CHF dem Wert des „Kunsthandels mit zeitgenössischen Kunstgegenständen“, also dem tatsächlichen kulturellen Kern der Unterklasse exakt entsprechen.

In Berlin wird dem Kunstmarkt übrigens noch mehr zugerechnet: Unter Berufung auf den 1. Kreativwirtschaftsbericht der Stadt Wien werden auch die statistischen Klassen und Unterklassen

- Herstellung von Bekleidung, Lederbekleidung und Schuhen,
- Einzelhandel mit Bekleidung,
- Einzelhandel mit Schuhen und Lederwaren, und
- Versandhandel mit Bekleidung

einbezogen. Im Berliner Kulturwirtschaftsbericht wird dies damit begründet, dass „diese Wirtschaftszweige (...) Bestandteile der Wertschöpfungskette des Kunstmarktes (sind), (...) jedoch auch Unternehmen mit geringeren kreativen Leistungen und Produkten umfassen“ (Senatsverwaltung für Wirtschaft, Arbeit und Frauen in Berlin/Senatsverwaltung für Wissenschaft, Forschung und Kultur 2005:62).

Diese begriffliche Erweiterung des „Kunstmarktes“ in Berlin ist nicht ohne statistische Relevanz. Im „Kunstmarkt“ macht der eben angesprochene Bereich

- 30 % der Unternehmen
- 62 % des Umsatzes und
- 77 % der Beschäftigten

aus. Das Ergebnis, dass der „Kunstmarkt“ bei so weitreichenden Zuordnungen zu wesentlichen Teilen in Bekleidungs- und Schuhgeschäften lokalisiert ist, sollte zumindest bei der Umsetzung von Kulturwirtschaftsstatistik in politische Planung den Beteiligten bewusst bleiben.

Es wird am Beispiel des Kunstmarktes deutlich, dass die inhaltliche Uneinheitlichkeit des Kulturwirtschaftsbegriffs weniger aus einer unterschiedlichen Zuordnung ganzer Tätigkeitsfelder zur Kulturwirtschaft resultiert. Über diese herrscht, wie gezeigt, trotz abweichender Darstellungen, weitgehende Übereinstimmung. Vielmehr entstehen die großen Unterschiede aus der Erfassung oder Nichterfassung von Teilmärkten, über die statistisches Datenmaterial verfügbar ist, deren Zuordnung jedoch von Fall zu Fall unterschiedlich vorgenommen wird. – Die Unschärfe des Begriffs der Kulturwirtschaft entsteht auf der Ebene der statistischen Klassen und Unterklassen (der sogenannten „Fünfsteller“) in der Wirtschaftsklassensystematik.

Die folgenden Tabellen zeigen, in welchem Maße die der Kulturwirtschaft beigemessenen Volumina in Abhängigkeit von der Erfassung oder Nichterfassung von Teilbereichen variieren. Nachfolgende Abbildung zeigt die im 1. Hessischen Kulturwirtschaftsbericht ausgewiesenen Umsätze der Kulturwirtschaft in den Bundesländern. Diese beruhen auf der sehr großzügigen Zuordnung von Teilbereichen zur Kulturwirtschaft, auf deren Basis die verfügbaren Daten auch der anderen Länder hochgerechnet wurden.

Demgegenüber weist der 1. Kulturwirtschaftsbericht des Landes Sachsen-Anhalt in seinem Überblick wesentlich geringere Werte aus. Die Zahlen hier sind von 1998, die des hessischen Berichts aus dem Jahr 2002. Die Differenzen zwischen den Zahlen lassen sich nicht aus dem Wachstum der Kulturwirtschaft in diesen vier Jahren erklären, sondern gehen zum größten Teil auf unterschiedliche statische Fassungen zurück. In Sachsen-Anhalt wird eben eine „sehr eng oder konservativ gefasste Definition“ verwandt (*Arbeitsgemeinschaft Kulturwirtschaft LSA 2001:40*), die außerdem wirtschaftliche Anteile von Hörfunk und Fernsehen wegen ihrer unklarer Abgrenzung zu öffentlich-rechtlich bedingten Ausgaben nicht erfasst.

Abbildung 7
Umsatzanteile der Kulturwirtschaft an der Gesamtwirtschaft in deutschen Ländern laut dem
1. Hessischen Kulturwirtschaftsbericht

Bundesland	Umsatz in Mrd. € insgesamt	Anteil am Gesamtumsatz (in %)
Baden-Württemberg	30,5	4,6
Bayern	44,6	6,6
Berlin	6,9	6,7
Brandenburg	1,2	2,5
Bremen	1,2	2,3
Hamburg	17,8	7,2
Hessen	18,8	4,9
Mecklenburg-Vorpommern	0,7	2,0
Niedersachsen	11,5	3,2
Nordrhein-Westfalen	52,0	4,5
Rheinland-Pfalz	7,2	4,9
Saarland	1,2	3,1
Sachsen	3,1	3,9
Sachsen-Anhalt	1,0	2,5
Schleswig-Holstein	5,4	5,1
Thüringen	1,2	2,7
Deutschland	204,2	4,9

*Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung/
Hessisches Ministerium für Wissenschaft und Kunst 2003:156*

Abbildung 8
Umsatzanteile der Kulturwirtschaft in deutschen Ländern an der Gesamtwirtschaft laut dem
1. Kulturwirtschaftsbericht des Landes Sachsen-Anhalt

Bundesland Deutschland (Länderfolge entspricht Gliederungsdarstellung in Tabelle A)	Anzahl der Kulturunter- nehmen/r 1998	Umsätze der Kulturun- ternehmen/r 1998		Kulturwirtschaft an jewei- liger Gesamtwirtschaft 1998	
		Absolut	Mio. EUR	Mio. DM	Anzahl in %
Baden-Württemberg	9.933	8.715	17.045	2,5	1,50
Bayern	15.120	12.589	24.621	3,1	2,12
Berlin	5.786	2.408	4.710	5,3	2,39
Brandenburg	1.543	552	1.080	2,1	1,12
Bremen	509	231	451	2,4	0,53
Hamburg	4.842	7.111	13.907	6,4	3,40
Hessen	6.131	4.729	9.249	2,7	1,35
Mecklenburg- Vorpommern	903	430	840	1,9	1,35
Niedersachsen	5.526	2.749	5.376	2,3	0,86
Nordrhein-Westfalen	16.128	14.188	27.750	2,6	1,35
Rheinland-Pfalz	3.044	1.495	2.923	2,1	1,08
Saarland	646	342	668	1,9	0,89
Sachsen	2.836	905	1.769	2,2	1,15
Sachsen-Anhalt	1.166	343	670	1,8	0,77
Schleswig-Holstein	2.297	986	1.928	2,4	0,96
Thüringen	1.207	483	944	1,7	1,13
Deutschland (Zur Information: Kul- turwirtschaft einschl. Rundfunk/TV-Branchen)	77.617 (78.244)	58.253 (65.126)	113.932 (127.376)	2,7 (2,7)	1,54 (1,72)

Arbeitsgemeinschaft Kulturwirtschaft LSA 2001:18

In der Gegenüberstellung von Hessen und Sachsen-Anhalt wird deutlich, dass Aussagen zur Größe der Kulturwirtschaft allein von den Kriterien abhängen, die an das statistische Material herangetragen werden. Eine Analyse der anderen vorliegenden Kulturwirtschaftsberichte erbringt kein schlüssigeres Bild (siehe nachfolgende Abbildung, die die beiden erwähnten bundesweiten Vergleiche im hessischen und sachsen-anhaltinischen Bericht Angaben aus einzelnen Kulturwirtschaftsberichten gegenüberstellt).

Abbildung 9
Gegenüberstellung der Umsatzanteile der Kulturwirtschaft in deutschen Ländern lt. unterschiedlichen Berichten im Vergleich

Bundesland	Vergleich Hessen 2003		Vergleich Sachsen-Anhalt 2001		Diverse Kulturwirtschaftsberichte	
	Absolut	In %	Absolut	In %	Absolut	In %
Baden-Württemberg	30,5	4,6	8,715	1,35		
Bayern	44,6	6,6	12,589	2,12		
Berlin	6,9	6,7	2,408	2,39	8,104	7,29
Brandenburg	1,2	2,5	0,552	1,12		
Bremen	1,2	2,3	0,231	0,53		
Hamburg	17,8	7,2	7,111	3,40		
Hessen	18,8	4,9	4,729	1,35	18,818	4,93
Mecklenburg-Vorpommern	0,7	2,0	0,430	1,35		
Niedersachsen	11,5	3,2	2,749	0,86		
Nordrhein-Westfalen	52,0	4,5	14,188	1,35	37,887	3,57
Rheinland-Pfalz	7,2	4,9	1,495	1,08		
Saarland	1,2	3,1	0,342	0,89		
Sachsen	3,1	3,9	0,905	1,15		
Sachsen-Anhalt	1,0	2,5	0,343	0,77		
Schleswig-Holstein	5,4	5,1	0,986	0,96	2,994	2,57
Thüringen	1,2	2,7	0,483	1,13		
Deutschland	204,2	4,9	58.253	1,54		

Eigene Zusammenstellung

Um die verwirrende Vielfalt einzudämmen und zu einer gemeinsamen Begriffsabgrenzung zu kommen, starteten die Vertreter der deutschen Bundesländer im Jahr 2004 eine Initiative mit dem Ziel, ein gemeinsames Gerüst zur Definition des Kulturwirtschaftssektors auf der Basis der Wirtschaftszweigsystematik 2003 zu entwickeln (vgl. *Schleswig-Holsteinischer Landtag 2004:6*). Als Ausgangspunkt war eine Umfrage bei den Wirtschaftsministerien der Länder und des Bundes vorgesehen, auf deren Grundlage die bisherigen Abgrenzungen der Branche in den einzelnen Bundesländern dargestellt werden sollten. Bislang erbrachte diese Initiative allerdings keine konkreten Ergebnisse.

Es ist an dieser Stelle auf die Entwicklungen auf der europäischen Ebene hinzuweisen. Sowohl die Diskussionen zur Revision der NACE-Wirtschaftszweigklassifikationen der Europäischen Union als auch die jahrelangen Beratungen der bei Eurostat eingerichteten „Leadership Group (LEG) on cultural statistics“ der EU haben erste vorzeigbare Resultate gezeigt. Es wurden dringend erforderliche Modifikationen der Datenbasis vorgenommen und wichtige Schritte zur Erhöhung der Kompatibilität nationaler Statistiken mit der Statistik auf EU-Ebene unternommen.

Die Erwartungen hinter diesen Bemühungen waren realistisch. Es ging nicht um die Neuerfindung der Wirtschaftsstatistik nach den Anforderungen des kulturellen Sektors. Vielmehr handelte es sich „um den Versuch, einen thematisch wünschenswerten Katalog (Was gehört zu einer zukunftsfähigen Definition der Kulturwirtschaft?) zu kombinieren mit der derzeit vorliegenden empirisch-statistischen Gliederung (Welche relevanten Daten werden bereits erfasst?“ (*Weckerle/Söndermann/Hochschule für Gestaltung und Kunst Zürich 2003:44*)

Die mit dem 1. Schweizer Kulturwirtschaftsbericht auf dieser Basis vorgelegten Ergebnisse, die einer schweizerisch-deutsch-österreichischen Kooperation entspringen, sind zukunftsweisend. Sie zeigen nicht nur, in welche Richtung die Statistik für die Zwecke des Kultursektors weiter entwickelt werden soll, sondern belegen auch, dass dies praktisch machbar ist.

An diesen positiven Entwicklungen der letzten Jahre bestätigt sich auch, dass der Prozess der Verbesserung der statistischen Datenbasis nur schrittweise vor sich gehen kann. Er muss ja nicht nur alle Akteure im Feld – von der EU über den Bund bis zu den Ländern – einbeziehen, sondern auch auf die bestmögliche Nutzung amtlicher und nichtamtlicher Statistiken achten.

Wegen der europäischen Dimension der Frage ist die Vorstellung unrealistisch, ein einzelnes Mitgliedsland wie Deutschland könne eine völlig neue, amtliche Kulturstatistik inklusive einer Kulturwirtschaftsstatistik nach den Wünschen und Bedürfnissen des Kultursektors aufbauen. Dazu ist die Verflochtenheit mit der internationalen Statistik inzwischen zu groß geworden. Darüber hinaus sind die nicht-amtlichen, freiwilligen und speziell auf die jeweilige Interessentengruppe zugeschnittenen Statistiken der Verbände und Interessenvertretungen von zu großer Bedeutung für die realitätsnahe Abbildung des Kultursektors. Sie fließen jedoch in amtliche Statistik nicht ein – und es wäre auch nicht wünschenswert, die Verbände mit diesem Arbeitsbereich unter die statistische Hoheit der Behörde zu bringen: Das widerspräche der Aufgabe und Rolle von Verbänden in einer freiheitlichen Gesellschaft.

Die Erarbeitung einer neuen und eigenen deutschen Kultur- und Kulturwirtschaftsstatistik würde wieder die Gefahr eines Einzelweges und damit der Entkoppelung von der europäischen Entwicklung in sich tragen. Statt dem deutschen Weg der scharfen Trennung des privatwirtschaftlichen vom öffentlichen und intermediären Bereich rückt in den internationalen Bestrebungen zur Verbesserung und Vereinheitlichung der Kulturstatistik der „kulturelle Sektor“ im Ganzen in den Mittelpunkt. Statt das Rad wieder einmal neu zu erfinden, täte die deutsche Statistik besser daran, ihr eigenes Instrumentarium mit dem verbesserten und verfeinerten kompatibel zu machen, das heute in der EU zur Verfügung steht und innerhalb dieses Rahmens Vorkehrungen dafür zu treffen, dass Spezialuntersuchungen zu anderen und spezifischeren Fragen weiter durchgeführt werden können.

2.3.2.3. Beobachtungsebenen

Die Unterscheidung der unterschiedlichen Begriffsfassungen der Kulturwirtschaft nach der Beobachtungsebene bezieht sich auf die Untersuchungseinheiten, auf die sich die jeweilige Analyse konzentriert. Werden also ganze Branchen und Sektoren der Kulturwirtschaft auf hohem Aggregationsniveau in den Mittelpunkt der Betrachtung gestellt oder brancheninterne und branchenübergreifende Netzwerke bzw. Beziehungsgeflechte von Personen, Betrieben und Institutionen?

Die erste Generation der Untersuchungen zur Kulturwirtschaft war vor allem darauf ausgerichtet, die Bedeutung dieses Wirtschaftszweiges anhand der Zahl der in ihm aktiven Unternehmen, der von diesen erzielten Umsätze oder erwirtschafteten Wertschöpfungsbeiträge und anhand der Zahlen der in der Kulturwirtschaft Beschäftigten zu demonstrieren. Kulturwirtschaftsberichte gaben meistens Auskunft über den Bestand an Betrieben und Beschäftigten und deren Entwicklung im Zeitablauf.

Solche Berichte liefen und laufen Gefahr, nicht mehr als eine Fülle von Zahlen zu liefern, die eine komplexe und (zu) umfangreiche Momentaufnahme des Zustandes der Kulturwirtschaft einer Stadt, einer Region oder eines Landes darstellen. Sie lassen die Zahlen für sich sprechen und begnügen sich in vielen Fällen damit, das bedeutsame Volumen und die hohe Dynamik der Kulturwirtschaft Branche für Branche zu betonen. Weitere Differenzierungen sind in den Berichten meist nicht sehr ausgeprägt; dies mit der rühmlichen Ausnahme der Berichte aus Nordrhein-Westfalen, in denen weitergehende Differenzierungen angelegt sind. Werden Daten pauschal präsentiert, ohne eine Tiefendimension in den Branchen und/oder den Untersuchungsregionen, fällt es oft schwer, Erkenntnisse zur (politischen) Gestaltung im Handlungsfeld Kulturwirtschaft und zu seiner Verankerung in den relevanten Politikbereichen abzuleiten.

Die nur auf Volumen und Dynamik konzentrierte statistische Abbildung ganzer Branchen und Sektoren verstellt auch den Blick auf die innere Struktur der Kulturwirtschaft. Globale Aussagen über ganze Branchen täuschen einen Grad an Homogenität vor, der der Realität widerspricht. Die Kulturwirtschaft ist ein äußerst heterogener Wirtschaftsbereich, der sowohl innerhalb einzelner Branchen als auch von Branche zu Branche völlig uneinheitlich strukturiert ist. Was für einen Teilmarkt der Kulturwirtschaft gilt, muss nicht auch Gültigkeit für andere Teilmärkte besitzen. Was für Großbetriebe relevant ist, mag sich für mittlere, kleine und vor allem die kleinsten Unternehmen, wie sie in manchen Branchen der Kulturwirtschaft weit verbreitet sind, anders darstellen.

Bereits im richtungweisenden 1. Kulturwirtschaftsbericht des Landes Nordrhein-Westfalen wurde z.B. auf Verzerrungen hingewiesen, die sich aus der statistischen Erfassung eines internationalen Großkonzerns wie der Bertelsmann AG in einem Teilmarkt der Kulturwirtschaft ergeben können. So zeigte sich damals bei genauer Analyse des Buchgroßhandels, des mit 3,5 Mrd. DM umsatzmäßig bedeutendsten Bereichs des Literatur- und Buchmarktes, dass davon mehr als 85 %, nämlich 3 Mrd. DM, auf die

„Vereinigte Verlagsauslieferung“ der Bertelsmanngruppe mit Sitz in Gütersloh zurückzuführen war.

Je intensiver die Beschäftigung mit der Kulturwirtschaft in Theorie und Praxis wurde, umso deutlicher wurde, dass Globaldarstellungen der Kulturwirtschaft im Ganzen und ihrer nicht weiter differenzierten Branchen und Sektoren für differenzierte Planungsanliegen nicht ausreichend aussagefähig sind. Diese Erkenntnis bahnte einer Sicht von Kulturwirtschaft den Weg, die diese als Netzwerk von Personen und Unternehmen versteht, die in mehr oder weniger direkter Abhängigkeit voneinander agieren. Darüber hinaus setzte sich immer deutlicher die Abgrenzung der künstlerisch-kreativen Tätigkeit und der mit ihr unmittelbar verbundenen Wirtschaftsbereiche von nachgelagerten bzw. weiter entfernten Bereichen der Kulturwirtschaft durch. Diese Abgrenzung schlägt sich in der heute allgemein üblichen Unterscheidung von Kulturwirtschaft „im engeren Sinne“ und Kulturwirtschaft „im weiteren Sinne“ nieder.

Die Sicht auf Kulturwirtschaft als Beziehungsgeflecht von Personen und Unternehmen ermöglicht – soweit die Datengrundlage dies zulässt – eine Darstellung der Tätigkeitsfelder und Teilmärkte der Kulturwirtschaft nach unterschiedlichen Kriterien, wie den Detailaktivitäten, der Umsatzhöhe, der Zahl der abhängig Beschäftigten, der Art der gegenseitigen Abhängigkeiten (Zulieferer, Abnehmer, Dienstleister, etc.), der regionalen Verankerung und Streuung, der Kapitalintensität etc. Unter diesem Blickwinkel bietet sich ein wesentlich differenzierteres, aber auch komplexeres Bild der Tätigkeitsfelder, das der Wissenschaft und der Politik bessere Einblicke in mögliche Handlungsfelder und -möglichkeiten eröffnet.

Allerdings tritt dieser Effekt nur ein, wenn das statistische Material einer komplexen Analyse unterzogen wird. Eine tatsächliche Erhöhung der Aussagekraft ergibt sich nicht allein durch eine intellektuelle Ausdifferenzierung des Untersuchungsgegenstandes Kulturwirtschaft, sondern erfordert eine entsprechende Anpassung der verfügbaren Daten.

Die Unterteilung der Kulturwirtschaft in die Kulturwirtschaft im engeren Sinne (i.e.S.) und die Kulturwirtschaft im weiteren Sinne (i.w.S.) zielt auf eine Systematisierung der Kulturwirtschaft unter qualitativen Gesichtspunkten. Es geht um die Trennung des kulturwirtschaftlichen Kernbereichs und der unmittelbar mit ihm in Verbindung stehenden Tätigkeitsfelder von den Bereichen der Kulturwirtschaft, die nur in mittelbaren Beziehungen zum Kernbereich stehen.

Ausgehend vom 1. Kulturwirtschaftsbericht des Landes Nordrhein-Westfalen hat sich in der Literatur weitgehende Übereinstimmung darüber entwickelt, welche Teilbereiche der Kulturwirtschaft im engeren Sinne zuzurechnen sind. Vergleicht man die nachfolgenden tabellarischen Zusammenstellungen der Kulturwirtschaft im engeren Sinne im nordrhein-westfälischen Pionier-Bericht aus dem Jahr 1992 und im ausgefeilten 1. Kul-

turwirtschaftsbericht der Schweiz aus dem Jahr 2003, sieht man außer der unterschiedlich dargestellten Einordnung der Künstler und Publizisten (sowie natürlich der Nichtberücksichtigung der Architektur im Schweizer Bericht) keine wesentlichen Abweichungen. Allerdings betrifft diese Einheitlichkeit leider nicht die Interpretation und Zuordnung statistischer Daten zu den Begriffen.

Abbildung 10

Kulturwirtschaft im engeren und weiteren Sinne nach dem 1. Kulturwirtschaftsbericht des Landes Nordrhein-Westfalen

Allgemeine Kategorie	Wirtschaftszweige (Zusammenfassung datenmäßig verfügbarer Kategorien)
Kulturwirtschaft im engeren Sinne	
Musikwirtschaft (M)	Herstellung von und Handel mit Instrumenten und Tonträgern, Musikverlage, Orchester u. a.
Literatur-/Buchmarkt (B)	Verlage, Buchhandel, ohne Pressemarkt
Kunstmarkt (K)	Kunstverlage, Kunsthandel, Ausstellungswesen, ohne Antiquitäten, Design, Kunsthandwerk etc.
Filmwirtschaft (F)	Herstellung/Verleih/Vertrieb, Filmtheater, ohne ergänzende techn. Betriebe, aber mit entsprechender TV-Produktion
Darstellende und Unterhaltungskunst/Sonstige (D)	Theater-(gruppen), Variétés, Gastspielformen; Einrichtungen für Kunst, Kultur und Sport (nur erwerbswirtschaftliche Betriebe oder Betriebsteile – Sport hier i.d.R. nicht trennbar!)
Selbstständige Künstler und Publizisten	
Selbstständige Künstler und Publizisten (sind zumindest ergänzend hier einzuordnen, da umsatzsteuerlich als Unternehmer definiert – allerdings sind die Kategorien der Abgrenzung hier besonders problematisch und bei vielen „Freien Mitarbeitern“ mit wechselnder Berufsstellung zwangsläufig unscharf)	<ul style="list-style-type: none"> ■ Bildende Künstler/Restauratoren (BI) ■ Komponisten/Musikbearbeiter (KO) ■ Freiberufl. Musik-/Kunstlehrer (HL) ■ Bühnen-/Film-/Rundfunkkünstler (RU) ■ Artisten (AT) ■ Schriftsteller/Autoren (AU), Journalisten (JO)
Medien- und Kulturwirtschaft i.w.S. mit ergänzenden Branchen	
Kultur- und Medienwirtschaft i.w.S. mit ergänzenden Branchen	Antiquitäten/Kunsthandel/Gold- und Silberschmiede etc.; Fotomarkt und filmtechn. Betriebe, Pressemarkt, Werbegestaltung/Medienwerbung, Druckereien, Rundfunk- und Phonogerätmarkt etc.
Büros von selbstständigen Architekten, Designern und Übersetzern (Arbeitnehmer dieser Kategorien z.T. unter B.)	<ul style="list-style-type: none"> ■ Architektenbüros (AB) ■ Ateliers für Gebrauchsgrafik (DE) ■ Dolmetscher- und Übersetzungsbüros (DO)

ARCult 1992:30, eigene Zusammenfassung der Darstellung

Abbildung 11

Kulturwirtschaft im engeren und weiteren Sinne nach dem 1. Kulturwirtschaftsbericht der Schweiz

Die Kulturwirtschaft im engeren Sinne		
Künstler/Autoren als Ausgangspunkt		
Musikwirtschaft		
Komponisten und Musikbearbeiter, Tonträgerindustrie, Musikverlage, Einzelhandel mit Musikinstrumenten, Musikalien, Ballettgruppen, Orchester, Kapellen, Chöre, Tonstudios		
Literatur- und Buchmarkt		
Schriftsteller, Journalisten und Pressefotografen, Einzelhandel mit Büchern, Fachzeitschriften, Buchverlage, Bibliotheken und Archive		
Kunstmarkt		
Bildende Künstler, Restauratoren, Einzelhandel mit Kunstgegenständen und Bildern, Museen und Kunstaustellungen		
Filmwirtschaft mit TV-Produktionen		
Bühnen-, Film-, Hörfunk- und TV-Künstler, Film- und Videofilmherstellung, Filmverleih und Videoprogrammanbieter, Filmtheater, Rundfunk-/TV-Anstalten und -unternehmen		
Darstellende Kunst		
Artisten, Theaterensembles, Theater- und Konzertveranstalter, Opern- und Schauspielhäuser, Konzerthallen und ähnliche Einrichtungen, Variétés, Kleinkunsth Bühnen, sonstige kulturelle Leistungen (Zirkus, Puppentheater etc.)		
Die graduelle Abstufung der Kulturwirtschaft		
Kulturwirtschaft im engeren Sinne		Kulturwirtschaft im weiteren Sinne
Musikwirtschaft	plus	Phonomarkt
Literatur- und Buchmarkt	plus	Pressemarkt
Kunstmarkt	plus	Kunsth Handwerk/Antiquitäten
Filmwirtschaft mit TV-Produktionen	plus	Rundfunk/Audiovisueller Markt
Darstellende Kunst	plus	Sonstiges

*Weckerle/Söndermann/Hochschule für Gestaltung und Kunst Zürich 2003:10,
eigene Zusammenfassung der Darstellung*

In der Literatur reichen die Begründungen für die Unterteilung der Kulturwirtschaft in einen enger gefassten Bereich und in die Kulturwirtschaft im weiteren Sinne von pragmatischen Überlegungen bis zu kulturtheoretisch angereicherten Ansätzen. Im 1. Kulturwirtschaftsbericht des Landes Nordrhein-Westfalen wurde pragmatisch so unterschieden wie es nach der amtlichen Systematik der Wirtschaftszweige eben möglich war (vgl. *ARCult 1992:30*).

Der 1. Kulturwirtschaftsbericht des Landes Hessen versteht unter Kulturwirtschaft im engen Sinn all jene Tätigkeiten, die ein kreatives Moment beinhalten, ihren Schwerpunkt aber nicht in der kommerziellen und massenmedialen Vermarktung großen Stils haben. Demgegenüber zählen zur Kulturwirtschaft im weiten Sinn der Vertrieb von Kulturgütern durch den Großhandel, die Vervielfältigung von Kulturgütern im Sinne der Massenproduktion, der Pressemarkt und große Teile des Kunstgewerbes und Tätigkeiten, die inhaltlich weiter vom Kulturbegriff entfernt sind oder mit kulturfremden Leistungen

gen "durchmischt" sind (vgl. *Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung/Hessisches Ministerium für Wissenschaft und Kunst 2003:30, Hervorhebungen durch d. Verf.*).

Der Kulturwirtschaftsbericht der Stadt Aachen ordnet der Kulturwirtschaft im engeren Sinne diejenigen Wirtschaftszweige zu, „welche zentrale künstlerische/kreative und/oder kulturelle Aktivitäten auslösen“ (*Backes/Holzer/Söndermann 2005:14*). Dazu zählen in erster Linie Künstler- und Autorenberufe und an zweiter Stelle kulturelle Produktions-, Handels- und Dienstleistungsunternehmen, die manuell, industriell oder durch direkte Dienstleistung die Produkte und Dienstleistungen in den Markt einführen oder vertreiben. Zur Kulturwirtschaft im weiteren Sinne rechnet der Bericht verwandte Märkte v.a. aus den Medienbranchen, wie den Pressemarkt, den Phonomarkt und die Rundfunkunternehmen sowie die Teilmärkte Design, Architektur und Werbung (vgl. *ebda.:14*).

Der 1. Kulturwirtschaftsbericht der Schweiz erweitert die pragmatische Zuordnung von Branchen und Sektoren um eine kulturpolitische Zielsetzung. Seine Autoren stellen ihrer traditionellen Definition von Kulturwirtschaft im engeren Sinne und Kulturwirtschaft im weiteren Sinne (siehe Abbildung oben) ein klares Bekenntnis zur künstlerischen Produktion und den kulturellen Dienstleistungen der Künstlerberufe als Kern der Kulturwirtschaft zur Seite. Sie fassen den Begriff des Kulturellen bewusst eng, um einen klar identifizierbaren künstlerischen Fokus der Kulturwirtschaft zu gewährleisten und zu verhindern, dass „die freischaffenden Künstler und kleineren Kulturbranchen lediglich noch als weitgehend zweitrangige Zulieferer für die riesigen Medien- und IT-Sektoren fungieren“ (*Weckerle/Söndermann/Hochschule für Gestaltung und Kunst Zürich 2003:10*).

In einem kulturtheoretisch angereicherten Ansatz unterscheidet das „Canadian Framework for Culture Statistics“ zwischen kulturellen *Kerngütern* („core culture goods“) und *Nicht-Kerngütern* („non-core culture goods“). Zum kulturellen Kernbereich werden jene Güter und Dienstleistungen gezählt, deren Zweck in der *Vermittlung eines ästhetischen oder intellektuellen Konzepts* liegt, die darauf ausgerichtet sind, eine *emotionale oder kognitive Resonanz auszulösen* und die geistig-intellektuelle *Urheberrechte* beinhalten. Nicht zum Kernbereich zählende Güter und Dienstleistungen sind ebenfalls das Ergebnis einer kreativen künstlerischen Tätigkeit, haben aber entweder nicht den originären Zweck, ein ästhetisches oder intellektuelles Konzept zu vermitteln, oder es handelt sich um die Massen-Reproduktion von Werken der bildenden Kunst (vgl. *Canadian Minister of Industry 2004:10*).

Die Unterteilung der Kulturwirtschaft in einen engeren (oder Kern-) und einen weiteren (oder Nicht-Kern-) Bereich trägt sicher dazu bei, das Gesamtgebilde „Kulturwirtschaft“ transparenter zu machen und den Blick dafür zu schärfen, welche Branchen und Sektoren unmittelbar mit der kreativen Tätigkeit von Künstlern verbunden sind und welche

dieser Tätigkeit ferner stehen. Allerdings werden die Branchen und Sektoren bei dieser Unterteilung in der Regel dem einen oder dem anderen Bereich der Kulturwirtschaft wiederum als Globalgröße und nicht in differenzierter Form zugerechnet. Dabei wird also das mit der Differenzierung verbundene zusätzliche Erkenntnispotenzial nicht genutzt.

Zum anderen ändert die Trennung nichts daran, dass die Zuordnung von Branchen und Sektoren zur Kulturwirtschaft der Intention der jeweiligen Untersuchung folgt. So lässt sich z.B. darüber diskutieren, ob der Phonogerätemarkt tatsächlich zur Gänze der Kulturwirtschaft im weiteren Sinne zuzurechnen ist, weil „Teile der Musikwirtschaft ohne Phonoindustrie nicht denkbar“ sind (*Weckerle/Söndermann/Hochschule für Gestaltung und Kunst Zürich 2003:7*). Auf die inzwischen bereits technisch weiter entwickelten Verfahren der Wiedergabe von Musik- und Sprachaufnahmen bezogen müsste dann auch darüber nachgedacht werden, welche Teile der Computer- und Mobiltelefonindustrie der Kulturwirtschaft zuzurechnen sind, weil diese Geräte immer stärker zum Abspielen von Musik eingesetzt werden.

In der internationalen Diskussion greift in den letzten Jahren mit dem Konzept der kulturellen Wertschöpfungskette („cultural value chain“, „creative value chain“) ein Ansatz immer stärker Platz, der geeignet erscheint, die Vorteile der hier geschilderten Varianten zu vereinen. Dieser Ansatz zeichnet die Wertschöpfungskette kultureller Aktivitäten vom kreativen Akt bis zur Aufnahme durch das Publikum und zur eventuell nachfolgenden Kritik (durch das Feuilleton) und die mögliche Archivierung nach.

Der Wertschöpfungsansatz ordnet die kulturellen Aktivitäten nicht nur den Tätigkeitsfeldern zu, sondern gleichzeitig auch einer Funktion bzw. Stufe in der Wertschöpfungskette. Diese Funktionen/Stufen werden dabei z.B. wie folgt benannt (siehe nachfolgende Abbildung):

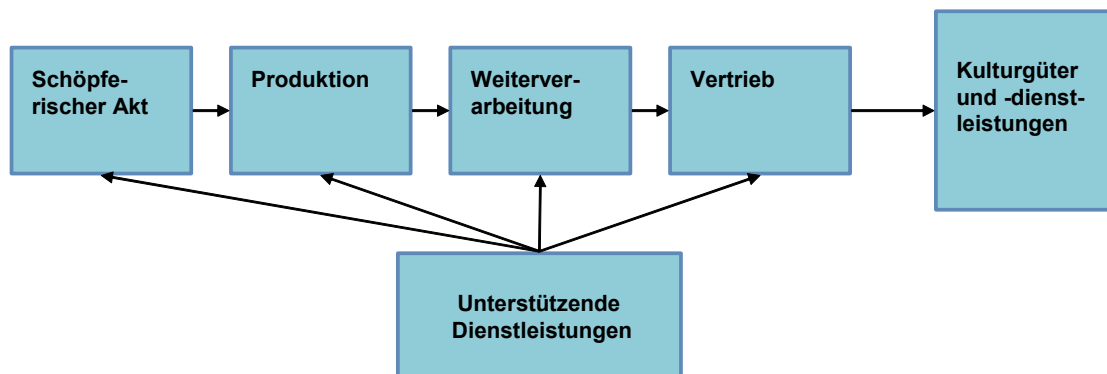
Abbildung 12
Unterschiedliche Benennungen der Stufen der kulturwirtschaftlichen Wertschöpfungskette in der Literatur

creation	content origination	creation	die eigentlichen schöpferischen Akte
making	reproduction	production	die Produktion von Kunst und kulturellen Gütern
dissemination	manufacturing inputs	dissemination	die Dienstleistungen zur Vermarktung und Verbreitung von Kunst und Kultur
exhibition/ reception	exchange	trade/sales	der Handel mit kulturellen Gütern
archiving/ preservation	archiving	preservation	die Bewahrung von Kulturgütern
education/ understanding	education and critique	education	die kulturelle Erziehung
dcms, 2004	Pratt, o.J.	European Commission, 2000	Hess.Min.f. WVl; Hess.Min.f. WuK, 2003

Eigene Zusammenstellung aus unterschiedlichen Quellen

Grafisch lässt sich die Wertschöpfungskette vereinfacht wie folgt darstellen:

Abbildung 13
Die kulturelle Wertschöpfungskette



Aus: Canadian Minister of Industry 2004:13, Übersetzung und graphische Adaptation durch d. Verf.

Am Beispiel eines Buches lässt sich die Wertschöpfungskette vom Autor bis zum Käufer des Werks nach diesem Modell folgendermaßen nachzeichnen:

- Der schöpferische Akt (Creation)
Das Buch wird von einem selbständigen Schriftsteller geschrieben (WZ 92.31.6).
- Die Produktion (Production)
Das Buch wird von einem Literaturverlag herausgegeben (WZ 22.11.1), der (z.B. durch die Erbringung von Lektorats- und anderen herausgeberischen Leistungen) zur inhaltlichen Werterhöhung des Produktes (Buches) beiträgt.
- Die Weiterverarbeitung (Manufacturing)
Die Massenproduktion des Buches wird von einer Druckerei vorgenommen (WZ 22.22.0).
- Der Vertrieb (Distribution)
Die Bücher werden über Handelsvermittlungen von Büchern (WZ 51.18.8), den Buchgroßhandel (WZ 51.47.8), den Bucheinzelhandel (WZ 52.47.2), den sonstigen Einzelhandel mit Waren verschiedener Art (WZ 52.12) oder den Versandhandel (WZ 52.61) vertrieben.
- Unterstützende Dienstleistungen (Support Services)
Der Autor lässt sich von einer Agentur vertreten (WZ 92.72.2) oder gehört einem Schriftstellerverband an, während der Verlag z.B. Mitglied des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels ist (WZ 91.11.1).

Die Wertschöpfungskette bezeichnet alle wirtschaftlichen Aktivitäten und Stufen, die ein künstlerisches Werk von seiner Kreation bis zum Verkauf an den Kunden durchläuft. Sie erlaubt auch eine eindeutige Zuordnung von Branchen und Sektoren zum kulturellen Kern- und Nicht-Kernbereich: Sektoren, die in allen Stufen der Wertschöpfungskette auf den kulturellen Inhalt des in Herstellung befindlichen Produktes bezogen sind, werden dem Kernbereich zugerechnet. Sektoren, in denen nur bei einem Teil der Wertschöpfungskette der kulturelle Inhalt im Mittelpunkt steht, zählen dagegen zum Nicht-Kernbereich.

Untersucht man die Wertschöpfungskette in anderen Bereichen als der hier beispielhaft herangezogenen Buchproduktion, dann werden die Kategorien anders gefüllt. Bei einem Film oder einem Bild fallen schöpferischer Akt und Produktion ununterscheidbar zusammen, in der Theater- wie in der Musikaufführung sind Produktion und Vertrieb nicht zu unterscheiden etc.

Die Zerlegung des Wertschöpfungsprozesses in seine einzelnen Stufen ermöglicht eine tiefgehende Betrachtung der Art und Weise, wie unterschiedliche Personen und/oder Unternehmen in die Entstehung eines kulturellen Gutes einbezogen sind. Diese kann in eine differenzierte Analyse der Beziehungen zwischen allen Akteuren münden, die statt wenig aussagefähiger Globalgrößen detaillierte Erkenntnisse über

den gesamten Entstehungs- und Verwertungsprozess von kulturellen Gütern und über einzelne Schritte dieses Prozesses ermöglicht.

Das Modell der kulturellen Wertschöpfungskette bezieht sich auf den gesamten kulturellen Sektor und ist nicht auf die (privatwirtschaftliche) Kulturwirtschaft eingeschränkt. Aufgrund der detaillierten Betrachtung der einzelnen Wertschöpfungsstufen und der diesen vor- bzw. nachgelagerten Tätigkeiten und Stufen lassen sich jedoch privatwirtschaftlich organisierte Aktivitäten von den öffentlich finanzierten eindeutig trennen bzw. deren Ineinandergreifen konkret beschreiben.

Das Modell der kulturellen Wertschöpfungskette ist inhaltlich den Überlegungen der EU zur Kulturstatistik (LEG, siehe oben, Kap. 2.3.2.2) und jüngerer deutscher Kulturwirtschaftsberichte nahe verwandt. So hat die EU auf ihrem Weg zur Vereinheitlichung der Kulturstatistik in den Mitgliedsländern einen Ansatz gewählt, der die Ordnung nach Tätigkeitsfeldern mit einer Ordnung nach Funktionen verbindet (vgl. *European Commission 2000:25*). Die EU nennt folgende sechs Funktionen, die mit den Tätigkeitsfeldern eine Matrix bilden:

Abbildung 14
Funktionen kultureller Prozesse in der Systematik der EU

Bewahrung und Erhaltung	alle Tätigkeiten der Bewahrung, Restaurierung und Instandhaltung des kulturellen Erbes
Kreation	der originäre schöpferische Akt, der in der Regel den Anspruch auf Tantiemen auslöst
Produktion	Aktivitäten, durch die das originäre Werk dem Publikum verfügbar/ zugänglich gemacht wird
Verbreitung	Aktivitäten der Verbreitung inkl. Promotion und Veranstaltungsorganisation
Handel/Verkauf	
Erziehung/Ausbildung	

Aus: *European Commission 2000:25*, Übersetzung durch d. Verf.

Der 4. Kulturwirtschaftsbericht des Landes Nordrhein-Westfalen betrachtet die Kulturwirtschaft als „dynamisches Zentrum im Netz anderer Branchen“ (*Arbeitsgemeinschaft Kulturwirtschaft NRW 2001:4*) und befindet sich damit im Einklang mit anderen Sichtweisen der Kulturwirtschaft in jüngster Zeit, die in den netzwerkartigen Strukturen des Kultursektors ein zentrales Charakteristikum erkennen. Damit gerät auch hier die kulturelle Wertschöpfungskette in das Blickfeld, was erlaubt, Wertschöpfungsbeiträge in vor- und nachgelagerten und in lateralen Branchen sowie über externe Effekte zu berücksichtigen.

Der Ansatz, die Kulturwirtschaft entlang der Wertschöpfungsketten zu untersuchen, die im Zuge der Herstellung und Verbreitung von Ergebnissen schöpferischer Akte entstehen, erscheint somit als aussichtsreicher Versuch, die Aussagefähigkeit von Analysen der Kulturwirtschaft deutlich zu erhöhen. Er ermöglicht die Betrachtung von Teileinheiten von Märkten, Branchen und Sektoren, statt diese als homogenes Ganzes darzustellen, was an der Realität des kulturellen Sektors vorbeigeht. Gleichzeitig erfordert dieser Ansatz eine differenzierte und detaillierte Untersuchung der Beziehungen zwischen den Akteuren der Kulturwirtschaft, die über die pauschalierende Analyse von Umsatz- und Beschäftigungswirkungen hinausgeht. Damit trägt dieser Ansatz auch das Potenzial in sich, konkrete Anhaltspunkte für die Kultur- und die Wirtschaftspolitik zu liefern.

Allerdings ist die Hebung der Potenziale, die die Wertschöpfungsbetrachtung der Kulturwirtschaft bietet, an eine wesentliche Bedingung geknüpft, die sich auf die Nutzung des statistischen Materials bezieht.

Größere Aussagekraft stellt sich nicht automatisch ein. Vielmehr erfordert die Ausrichtung von Untersuchungen an den kulturwirtschaftlichen Wertschöpfungsketten eine tiefgehende, auf entsprechendem Sachverstand basierende Detailanalyse der zugrundeliegenden statistischen Daten, wie auch profunde Kenntnis der volks- und betriebswirtschaftlichen Grundlagen und Zusammenhänge sowie der Beziehungsgeflechte im Kultursektor. Betrachtungen von Wertschöpfungsketten, die solche Differenziertheit unterlaufen, die einfach weiterhin ganze Tätigkeitsfelder dem einen oder dem anderen Bereich zuordnen, ohne sich die Mühe zu machen, die tatsächlichen Beiträge der beteiligten Akteure zur jeweiligen Wertschöpfungsstufe zu untersuchen und anteilig zuzurechnen, bringen keinen Erkenntniszuwachs. Sie zeigen zwar, wie z.B. die Kulturwirtschaftsberichte des Landes Hessen (nur sehr cursorisch) oder der 1. Kulturwirtschaftsbericht des Landes Berlin (deutlich differenzierter), wie viele Branchen oder Märkte zur Erstellung kultureller Güter und Dienstleistungen beitragen, reichen aber in ihren Schlussfolgerungen nicht weiter.

Kulturwirtschaftsberichte in der Logik des Wertschöpfungsmodells werden eine andere Form haben als die bisherigen Berichte. Es sollte in Zukunft zwei Arten von Kulturwirtschaftsberichten geben. Die einen bieten wie bisher eine zusammenfassende Darstellung eines umfangreichen Berichtsgebietes. Daneben sollten sachlich differenzierte, oft kleinräumige Untersuchungen die Kenntnisse der inneren Zusammenhänge vorantreiben und damit planungsnähere Daten generieren. In derselben Untersuchung kann die Anforderung einer flächendeckenden Gesamtdarstellung und einer differenzierenden Analyse für die politische Planung nicht erfüllt werden.

Auf der einen Seite werden globale Berichte weiterhin dafür sorgen (müssen), dass die wirtschaftliche Bedeutung der Kulturwirtschaft im Bewusstsein der Entscheidungsträger weiterhin ausreichend verankert bleibt. Wünschenswert wäre es, wenn diese Berichte

einheitlich einen abgestimmten Kernbereich kulturwirtschaftlicher Tätigkeitsfelder entlang einer einheitlichen statistischen Nomenklatur abbildeten. Dies würde die Berichte vergleichbar machen. Zusätzliche Untersuchungen über den Kernbereich hinaus bleiben dabei unbenommen und können modulartig darauf aufbauen, solange die statistische Dimension der Module ebenso exakt benannt wird wie die des Kernbereichs.

Auf der anderen Seite werden auf Teilbereiche der Kulturwirtschaft fokussierende Berichte in Zukunft als Lieferanten von Entscheidungshilfen und -vorlagen für die politische Planung in Zahl und Bedeutung deutlich zunehmen müssen. Aufgrund der Vielfältigkeit und Uneinheitlichkeit der Kulturwirtschaft kann sich politische Steuerung nicht auf Kulturwirtschaft insgesamt beziehen. Vielmehr wird es der detaillierten Untersuchung einzelner Wertschöpfungsketten oder Teilen davon bedürfen, um herauszufiltern, wo und in welchem Maße politisches Eingreifen erforderlich und sinnvoll ist. In vielen Fällen werden überhaupt erst durch diese Detailbetrachtungen Ansatzpunkte für politisches Handeln erkennbar werden.

Die Notwendigkeit, die Untersuchungen zu Kulturwirtschaft stärker zu differenzieren, wird durch die Entwicklung bestätigt, die die Berichterstattung zur Kulturwirtschaft in Nordrhein-Westfalen genommen hat: Im 1. Kulturwirtschaftsbericht des Landes Nordrhein-Westfalen wurde noch betont, dass „mit der hier vorliegenden Studie zum ersten Mal in der Geschichte der Bundesrepublik der gesamte Kulturwirtschaftsbereich für ein Bundesland durchleuchtet und mit der Situation in anderen Ländern verglichen“ wird (*Vorwort zu ARCult 1992:o.S.*). Der 2. Kulturwirtschaftsbericht für Nordrhein-Westfalen wählte mit dem Blick auf die „Struktur der Kulturwirtschaft (Beschäftigte und Unternehmen) in den 15 Handlungsregionen der regionalisierten Strukturpolitik des Landes“ bereits einen deutlich schärferen Fokus. Der 3. Kulturwirtschaftsbericht konzentrierte sich auf inhaltliche Schwerpunkte wie die Interdependenzen zwischen öffentlich geförderten Kultureinrichtungen und der Kulturwirtschaft, Qualifikation als Basis des kulturellen Arbeitsmarktes und der Kulturwirtschaft, und lieferte mit der Untersuchung der Kulturbauwirtschaft zum ersten Mal eine Detailanalyse eines kulturwirtschaftlichen Teilmarktes. Der 4. und jüngste veröffentlichte Kulturwirtschaftsbericht für Nordrhein-Westfalen schließlich widmet sich der vertiefenden Analyse der branchenübergreifenden Vernetzungen der Kulturwirtschaft mit und in der Tourismus-, der Immobilien-, der Mode- und der Möbelwirtschaft. Auch für den 5. Bericht ist eine branchenspezifische Zuspitzung angekündigt.

Die Entwicklung in Nordrhein-Westfalen ist gleichzeitig symptomatisch und beispielgebend. Sie ist symptomatisch für die zunehmende Erkenntnis, dass die auf die gesamte Kulturwirtschaft eines Landes abstellenden Globalaussagen auf Dauer zu abstrakt bleiben. Beispielgebend ist sie in der verbesserten, weil fokussierten Nutzung des statistischen Materials zur Betrachtung von Teilbereichen der Kulturwirtschaft.

Fassen wir zusammen

- Der Begriff der Kulturwirtschaft scheint auf den ersten Blick ebenso vielfältig zu sein, wie die unterschiedliche wertmäßige Bedeutung, die der Kulturwirtschaft von verschiedenen Autoren beigemessen wird. Diese reichen von den bescheidenen 0,53 (Bremen) bis 3,40 (Hamburg) Prozent Umsatzanteil der Kulturwirtschaft am volkswirtschaftlichen Gesamtumsatz nach der Messung des 1. Kulturwirtschaftsberichts des Landes Sachsen-Anhalt bis hin zu den beeindruckenden 2,0 (Mecklenburg-Vorpommern) bis 7,2 (Hamburg) Prozent, die der 1. Hessische Kulturwirtschaftsbericht misst.
- Die genauere Analyse hat gezeigt, dass dazu, welche Tätigkeitsfelder der Kulturwirtschaft zugerechnet werden, weitgehend Übereinstimmung herrscht. Allerdings entstehen große Unterschiede daraus, dass innerhalb der Sektoren Wirtschaftsklassen und -unterklassen der amtlichen Statistiken mal ganz, mal teilweise und mal gar nicht den Teilmärkten und -branchen der Kulturwirtschaft zugerechnet werden.
- Die Statistik und ihre Eignung zur Abbildung des kulturellen Sektors stehen seit Beginn der Berichterstattung über Kulturwirtschaft im Zentrum des Interesses und haben die Fachdiskussion bislang dominiert. Gleichzeitig gibt es seit Jahren auf deutscher wie europäischer Ebene erfolgreiche Bestrebungen, die amtlichen Wirtschaftsstatistiken aussagefähiger zu gestalten, dies durchaus zum Vorteil des kulturellen Sektors. Es gibt noch beträchtliches Verbesserungspotenzial in diesem Bereich.
- Zum jetzigen Zeitpunkt erscheint es aussichtsreich und dringend angebracht, zwischen den beteiligten Ämtern und Wissenschaftlern eine Einigung über Begriff und statistische Darstellung von Kulturwirtschaft herbeizuführen. Diese Einigung würde sich sowohl auf die einzubeziehenden Teilbereiche wie darauf beziehen, welche Klassen und Unterklassen der amtlichen Statistiken und welche Bereiche nicht-amtlicher Statistiken bei der Beschreibung von Kulturwirtschaft zu berücksichtigen sind.
- Das Ergebnis einer solchen Einigung wäre ein abgestimmter Begriff der Kulturwirtschaft, der deren unbestrittenen Kern einheitlich und damit vergleichbar abbildet. Die Problematik der Unvergleichbarkeit von Kulturwirtschaftsberichten wäre mit einem Schlage vom Tisch. Gleichzeitig sollten die Bestrebungen zur Verbesserung und Verfeinerung der Statistik von Experten weitergeführt werden, die in ausreichendem Maße sowohl über statistischen Sachverstand als auch über eine profunde Kenntnis des kulturellen Sektors verfügen.
- Die Festlegung auf einen Kernbereich der Kulturwirtschaft lässt alle Möglichkeiten offen, zusätzliche Untersuchungsfelder oder -fragen je nach Interessenlage und Notwendigkeit zu bearbeiten.
- Mit der Neutralisierung des Problems der statistischen Vielstimmigkeit in der Erforschung von Kulturwirtschaft würde der Weg frei für eine inhaltliche Diskussion. Die Fachdiskussion könnte sich nun vertiefenden Fragen zuwenden, um Modellierungen

und Detailanalyse etwa zu kulturellen Wertschöpfungsketten. Voraussichtlich wird sich die Berichterstattung zur Kulturwirtschaft immer stärker von der Erstellung globaler Kulturwirtschaftsberichte mit eingeschränkter Aussagekraft auf die Untersuchung von sektoralen und Detailfragen verlagern, die konkrete politische Handlungsmöglichkeiten im Blick haben.

- Die vorstehende Analyse des Kulturwirtschaftsbegriffs sollte das Feld bereiten, um im folgenden Abschnitt einige Vorschläge zur Ausgestaltung eines einheitlichen Begriffs von Kulturwirtschaft zu formulieren.

2.4. Neufassung des Begriffs Kulturwirtschaft

Es hat sich gezeigt, dass eine begriffliche Zusammenfassung und die Einigung auf einen gemeinsamen Kulturwirtschaftsbegriff in Deutschland – und optimal auch auf europäischer Ebene – sinnvoll ist. In der Folge stellen wir unseren Vorschlag für einen solchen gemeinsamen Begriff vor.

2.4.1. Der kulturberufliche Kern

Unsere Begrifflichkeit³ setzt nicht an einer Definition solcher schwieriger Begriffe wie „Kultur“ oder „Kreativität“ an, sondern beginnt in einem ersten Schritt mit einer berufssoziologischen Setzung: Kern der Kulturwirtschaft ist der künstlerische Beruf. Künstlerische Berufe werden pragmatisch nach der Berufsstatistik gefasst.

Es sollte bei allen Differenzen darüber, wie der Begriff der Kulturwirtschaft im Einzelnen gefasst werden soll, möglich sein, einen Konsens darüber herzustellen, dass der künstlerische Beruf im Zentrum der Kulturwirtschaft steht. Insbesondere erspart man sich mit diesem begrifflichen Ansatz alle Argumentationsschleifen darüber, welcher Kulturbegriff und welches Verhältnis von Kultur und Wirtschaft für die Begriffsbestimmung zentral sein soll: Man kann bei dem hier vorgeschlagenen Ansatz auf solche Festlegungen verzichten, den Künstlerberuf pragmatisch so fassen, wie er in der Statistik erhoben wird. Damit erübrigt sich auf dieser Ebene und in der statistischen Fassung der Kulturwirtschaft insgesamt auch die leidige Diskussion über Qualität in der Kultur und der Kunst.

³ Viel verdanken wir hier und in den folgenden Abschnitten der intensiven Diskussion mit Michael Söndermann vom Arbeitskreis Kulturstatistik. Ihm sei an dieser Stelle herzlich gedankt.

Bei der Berufsbezeichnung handelt es sich um eine Selbstauskunft. Sie wird nicht durch begriffliche oder fachliche Eingrenzungen infrage gestellt oder kritisiert. Es ist bei der berufssoziologischen Bestimmung auch gleichgültig, in welcher Funktion oder an welcher Stelle in der Wirtschaft oder im Arbeitsmarkt die jeweiligen Künstler arbeiten, ob sie also

- im privaten Sektor, dem Staatssektor oder dem intermediären Sektor tätig sind,
- mit der persönlichen Absicht arbeiten, ein Einkommen (Gewinne) zu erzielen oder aus idealistischen Motiven heraus tätig werden.

Wie in künstlerischen Berufen gearbeitet wird, ist sehr unterschiedlich. Nach allem, was über künstlerische Berufe lebenspraktisch und statistisch bekannt ist, kann man davon ausgehen, dass die klassischen Unterscheidungen (staatlich, intermediär oder privatwirtschaftlich) in vielen Fällen gar nicht wichtig sind: Viele Künstler arbeiten mal in dem einen, mal in dem anderen Sektor, andere haben feste Anstellungen, dritte üben den künstlerischen Beruf nur zeitweise aus, unterbrochen von einer anderen Beschäftigung im ersten oder zweiten Arbeitsmarkt, wieder andere sind dauerhaft auf die Unterstützung von Partnern oder persönlichen Netzwerken angewiesen. Der Begriff der „Bastelbiographie“, den der Soziologie Ronald Hitzler geprägt hat, beschreibt recht anschaulich einen Trend zu einer Fragmentierung beruflicher Biographien. Künstlerische Berufe haben hier, nach allem, was wir wissen, eine Pionierfunktion. Im Westen ist die „Bastelbiographie“ schon lange soziale Realität in weiten Teilen künstlerischer Arbeit, beim Staatskünstlertum in der DDR betrafen solche Berufsverläufe nur diejenigen, denen die Anerkennung als Künstler versagt wurde oder die eine solche Anerkennung im Berufssystem des Landes gar nicht anstrebten.

Es gibt gute Gründe dafür, mit der berufssoziologischen Setzung zu beginnen und nicht mit einer Definition. Was sonst soll im Zentrum der Kulturwirtschaft stehen als die kreative, künstlerische Arbeit? Im Gegensatz zu einer Definition, die je nach Erkenntnisinteresse zugeschnitten sein wird, ist der berufssoziologische Begriff des Künstlers pragmatisch und unpolemisch: Künstler sind diejenigen, die in den entsprechenden Befragungen (Mikrozensus vor allem) eine entsprechende Berufsbezeichnung angeben. Es entfällt ein Werturteil über den Inhalt der künstlerischen Arbeit, es entfällt die Auseinandersetzung darüber, was genau Kreativität oder was Kunst und Kultur sein sollen.

2.4.2. Kulturwirtschaft

In einem zweiten Schritt zum Begriff der Kulturwirtschaft erfolgt der Übergang von der berufssoziologischen Betrachtung auf die Betriebsstatistik, also in ein anderes statistisches Medium. Es wird aus der Betriebsstatistik ausgewählt, welche Bereiche der Kulturwirtschaft zuzuordnen sind und welche nicht.

Nach der ersten berufssoziologischen Setzung ist es möglich, anhand der in der Betriebsstatistik vorliegenden Klassifizierungen (NACE auf europäischer Ebene, WZ 2003 auf nationaler Ebene) Tätigkeitsfelder und Teilbereiche pragmatisch der Kulturwirtschaft zuzuordnen. Diese Zuordnungen beinhalten, wie erläutert, immer ein Moment der Willkür, der Setzung. Sie sind zum einen davon abhängig, was in der Systematik der Betriebsstatistik und ihren Fortschreibungen darstellbar ist oder über diese Systematik hinaus sinnvoll geschätzt werden kann. Möglichkeiten und Grenzen sind oben an den existierenden Untersuchungen dargestellt worden. Zum anderen kann man über eine Zuordnung zu oder einen Ausschluss von der Kulturwirtschaft in jedem Einzelfall unterschiedlicher Meinung sein. Wie sich im vorherigen Abschnitt gezeigt hat, lässt sich die Ableitung der zuzuordnenden Tätigkeitsfelder bzw. von Teilen von ihnen durch die Betrachtung der Wertschöpfungskette eines kulturellen Gutes vom künstlerischen Akt bis zu seinem Verkauf systematisieren und vereinheitlichen.

Leitkriterium für die Zuordnung zur Kulturwirtschaft ist die „Nähe zur berufssoziologischen Kategorie des Künstlers“; hiernach sind strittige Einzelfälle zu entscheiden.

Als Anhaltspunkte für eine Zuordnung von Tätigkeitsfeldern und ihren Teilbereichen (oder Klassen und Unterklassen der Wirtschaftszweigsystematik) zur Kulturwirtschaft können die traditionellen und gut eingeführten Spartenbegriffe der Kultur dienen (also Literatur, Darstellende Künste, Bildende Künste, Musik, Film, TV und Rundfunk, Design). In den bisherigen Berichten zur Kulturwirtschaft hat sich hier ja eine weitgehende Übereinstimmung ergeben (siehe oben, Kap. 2.3.2.2).

Wir empfehlen, wie im ersten Abschnitt beschrieben, eine konsensuale Festlegung der Tätigkeitsfelder und Teilbereiche, die jedenfalls der Kulturwirtschaft zuzurechnen sind. Deren einheitlicher Kernbereich würde ungefähr den Tätigkeitsfeldern entsprechen, die in den jüngeren Kulturwirtschaftsberichten der „Kulturwirtschaft im engeren Sinn“ zugeordnet werden. Allerdings sollte diese um eine Ein- und Abgrenzung innerhalb der Sektoren verfeinert werden, so dass nicht in jedem Fall (aus Gründen der Einfachheit) die Tätigkeitsfelder als ganze erfasst werden, sondern nur jene Teilbereiche, die tatsächlich in enger thematischer Nähe zum kreativen Kern angesiedelt sind.

Bisher sehr stark unterschiedlich behandelte Tätigkeitsfelder (besonders betrifft dies den Bereich der Architektur und der stark IT-bezogenen Leistungen wie der Softwareentwicklung) können diesem Kernbegriff hinzugefügt werden. Dies würde einen modulartigen Aufbau des Kulturwirtschaftsbegriffes ergeben. Alle Berichte würden ein gemeinsames Kernmodul enthalten, das den unbestrittenen Teil der Kulturwirtschaft abbildet. Die Verständigung auf das Kernmodul Kulturwirtschaft muss so weit gehen, dass nicht nur die Tätigkeitsfelder und Teilbereiche benannt sind, sondern dass auch vereinbart ist, wie aus Teilbereichen, die kulturwirtschaftliche und nicht kulturwirtschaft-

liche Komponenten enthalten (der Kunstmarkt war weiter oben ein Beispiel hierfür) weitgehende und eingrenzende Schätzungen vorgenommen werden.

Diesem einheitlichen und für alle Untersuchungen der Kulturwirtschaft verbindlichen Kernmodul kann jede Untersuchung je nach ihrer spezifischen (politischen und/oder wissenschaftlichen) Intention weitere Module hinzufügen. Diese wären jeweils genauso exakt zu beschreiben wie das Kernmodul, um auch hier möglichst weitgehend vergleichbare Aussagen zu ermöglichen.

Unter den bisher veröffentlichten Berichten kommt der Schweizerische Kulturwirtschaftsbericht von 2003 in seiner Systematik und seiner Modellierung der Kulturwirtschaft dem hier vertretenen Begriffsverständnis am nächsten. Er stellt unseres Erachtens das derzeit am besten balancierte Modell dar. Er hat zudem den Vorteil, dass er von vornherein darauf angelegt ist, mit einem einheitlichen Begriffsverständnis europäisch zu vergleichen. Seine Kategorienbildung setzt an den derzeitigen Standards statistischer Berichterstattung an, wie sie europaweit verbindlich gemacht werden sollen.⁴

Auch die Vorschläge des Schweizer Gutachtens zur Unterscheidung eines engeren und einen weiteren Begriffs der Kulturwirtschaft erscheinen uns plausibel,⁵ dies auch und besonders, weil die Schweizer Statistik in Teilbereichen wie dem Kunstmarkt, eine exaktere Zuordnung zulässt als die deutschen Statistiken. Als Kulturwirtschaft im engeren Sinne sind zu fassen: Künstler, soweit sie in der Betriebsstatistik auftreten (evtl. ergänzt mit einer auf anderem Wege gewonnenen Schätzung zu den Künstlern, die in der Betriebsstatistik eben nicht erfasst sind) sowie die unmittelbar zuzuordnenden Hilfsdienste und Infrastrukturen, die für die künstlerische Arbeit unverzichtbar sind. Diese sind in einer Wertschöpfungskettenbetrachtung leicht herleitbar.

Ein weiter Begriff der Kulturwirtschaft würde dann weitere Stufen der kulturwirtschaftlichen Wertschöpfungskette berücksichtigen – auch hier kann der Schweizer Kulturwirtschaftsbericht als Ausgangspunkt genommen werden, um eine begriffliche Vereinheitlichung herbeizuführen und auf die europäischen und nationalen betriebsstatistischen Gegebenheiten abzustimmen.

In der vergleichenden Betrachtung, die im Schweizer Kulturwirtschaftsbericht angestellt wird, zeigt sich, dass die einbezogenen Länder auf dem europäischen Kontinent – trotz aller strukturellen Unterschiede – in der Größenordnung immer wieder einen vergleichbaren Umfang der Kulturwirtschaft ausweisen. Die Kulturwirtschaft im engeren Sinne erwirtschaftet hiernach immer wieder knapp zwei Prozent des BIP in Flächenstaaten, aber vier bis sechs Prozent in den Metropolen. Das ist weit weniger als die deutlich höheren Zahlen, die in manchen Kulturwirtschaftsberichten in Deutschland ausgewiesen

⁴ Eine andere Frage ist, wie weit die einzelnen Länder in Europa damit sind, die europäischen Empfehlungen umzusetzen.

⁵ Mit der Festlegung im Schweizer Kulturwirtschaftsbericht allerdings, nur die erwerbswirtschaftlichen Betriebe darzustellen, wird hier nicht mitgegangen – dies ist gleich zu diskutieren.

werden, aber gerade in den Metropolregionen gleichwohl ein merklicher und nicht unwichtiger Wirtschaftsfaktor.

Bei der Auswertung der amtlichen Statistiken, die zur Beschreibung der Kulturwirtschaft herangezogen werden (Mikrozensus, Beschäftigtenstatistik, Umsatzsteuerstatistik), muss man sich, wie weiter oben beschrieben, bewusst sein, dass diese (wie jede Statistik) ihre Lücken und Fehlstellen haben. Sie müssen daher um nicht-amtliche, verbandliche und andere Statistiken ergänzt werden, um ein weniger verzerrtes und lückenhaftes Bild der Kulturwirtschaft zu liefern. Ein solches verzerrtes Bild wird mit dem vorhandenen amtlichen Material selbst dann entstehen, wenn die Kategorienzuordnungen so präzise und sorgfältig vorgenommen werden, wie dies nach dem statistischen Standard möglich ist. Ganz wesentlich sind deshalb Schätzungen, die die möglichst exakte Zuordnung von Bereichen und Teilbereichen entlang der Wertschöpfungskette begleiten. Diese müssen auf der Basis profunden statistischen und inhaltlichen Sachverständnisses zur Kulturwirtschaft vorgenommen werden. Weil Schätzungen so wichtig bleiben werden, muss bei der Dokumentation der Schätzverfahren große Klarheit und Sorgfalt angewandt werden. Nur, wenn überall nach gleichen Vorgehensweisen geschätzt wird, werden auch die Schätzergebnisse vergleichbar sein.

Wir empfehlen also einen Kulturwirtschaftsbegriff, der am Künstlerberuf ansetzt. Im engeren Sinne wird als Kulturwirtschaft gefasst, was unmittelbar an der Ausübung des künstlerischen Berufs ansetzt, also die Berufsausübung selbst (der schöpferische Akt) und die dafür notwendigen Infrastrukturen sowie die unmittelbar und ausschließlich mit der Be- und Verarbeitung sowie dem Vertrieb des kulturellen Gutes in Verbindung stehenden Tätigkeiten. Dies entspricht den ersten Stufen der kulturwirtschaftlichen Wertschöpfungsketten.

Im weiteren Sinne kommen infrastrukturelle Voraussetzungen und Tätigkeitsfelder hinzu, die im Zusammenhang mit dem künstlerischen Beruf stehen und die nicht ausschließlich auf das jeweilige Gut oder die jeweilige Dienstleistung bezogen sind. Dies entspricht den vom kreativen Kern entfernteren Stufen der kulturwirtschaftlichen Wertschöpfungsketten. Begrenzende Bedingung der Erhebung von Kulturwirtschaft ist, was aus den (amtlichen und nichtamtlichen) Statistiken nicht entnommen oder auf deren Grundlage geschätzt werden kann. Es ist sinnvoll, für eine Rationalisierung der Diskussion bei einem etablierten Modell anzusetzen. Nach Durchsicht der vorhandenen Kulturwirtschaftsberichte erscheint uns der Schweizer Ansatz das solideste Fundament für die Vereinbarung eines Kulturwirtschaftsbegriffs zu sein.

Nur auf den ersten Blick kann es überraschen, dass wir mit dem Ansetzen beim Künstler einen recht engen Begriff von Kulturwirtschaft favorisieren. Wir gehen davon aus, dass das der Summe der Erkenntnisinteressen an Kulturwirtschaft am Besten gerecht wird. Nur dort, wo der Begriff der Kulturwirtschaft nahe am Kern des künstlerischen Berufs modelliert wird und nur dort, wo die Wertschöpfungsketten aus der künstlerischen

Arbeit den Maßstab für den Begriff der Kulturwirtschaft geben, sind aus den Darstellungen zur Kulturwirtschaft auch Maßnahmen zu generieren, die zielgenau auf diesen Bereich zugreifen und nicht eine zu starke Streuwirkung in andere Branchen oder den Dienstleistungssektor insgesamt haben. Die Generierung des Begriffs unter Zuhilfenahme des Modells der Wertschöpfungskette stellt dabei sicher, dass die ausgewiesenen kulturwirtschaftlichen Aktivitäten mit dem produktiven Kern der Kulturwirtschaft immer eng verknüpft bleiben.

Der Begriff der Kulturwirtschaft im weiteren Sinne öffnet auf ein weiteres Tätigkeitsfeld – mit den Zuordnungen hier wird an den Begriffsgebrauch einer Reihe von Kulturwirtschaftsberichten deutscher Bundesländer angenähert. Allerdings werden dann auch Branchen und Tätigkeitsfelder erfasst, die nicht durchgängig oder nur mittelbar im Zusammenhang mit dem künstlerischen Kern kulturwirtschaftlicher Aktivitäten stehen. Sie umfassen jene Bereiche von Kulturwirtschaft, die in der Tat als „normale“ Märkte funktionieren und daher kein der Kulturwirtschaft spezifisches Erkenntnisinteresse hervorrufen. Noch umfassendere Begriffe können leicht gebildet werden, indem zum Kern der Kulturwirtschaft weitere Begriffsbestandteile hinzugenommen werden. Es bringt so in unterschiedlichen Forschungskontexten keinen Nachteil mit sich, wenn von einem eng zugeschnittenen Begriff ausgegangen wird und diesem Kernmodul nach Bedarf weitere Module zugeschaltet werden.

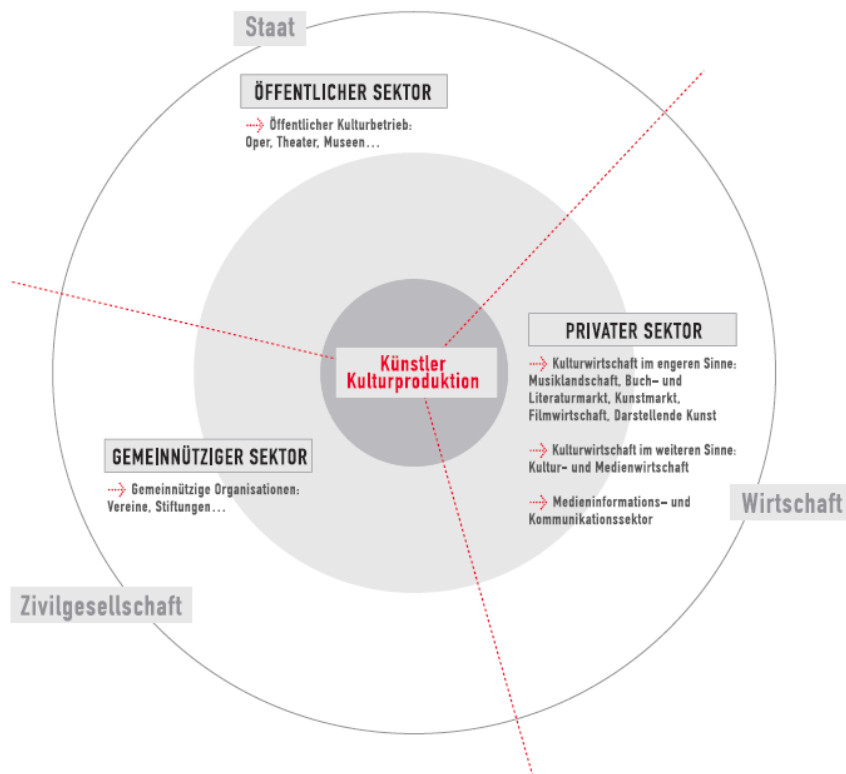
Die Kulturwirtschaftsberichte in Deutschland unterscheiden, wie dargestellt, oft zwischen öffentlicher Kultur und privater Kulturwirtschaft und berichten meist nur über die private Kulturwirtschaft. Die dahinter liegenden Motive sind nicht alle klar. Zum einen ist es sicherlich ein Impuls, die Kunst von kommerziellen Motiven freizuhalten, zwischen reiner Kunst und wirtschaftlichen Erwägungen strikt zu unterscheiden. Andere Motive liegen auf europa- und handelspolitischer Ebene: Während die Kulturwirtschaft in handelspolitischen Verhandlungen auf europäischer (Dienstleistungsrichtlinie) wie auf Welthandelsebene (GATS) eine Rolle spielt, soll Kunst hiervon strikt unterschieden werden. In anderen Ländern (etwas in Österreich oder dem Vereinigten Königreich) wird dieser Unterschied in der Berichterstattung über die Kultur vernachlässigt, hier gibt es solche Rücksichten nicht. Wir schlagen vor, Kulturwirtschaft immer im Zusammenhang zu betrachten, also öffentliche und privatwirtschaftliche Aktivitäten gleichermaßen zu berücksichtigen. Wo es vom statistischen Material her möglich ist, ist es selbstverständlich sinnvoll, die Anteile der öffentlichen Hände und der wesentlich geförderten Einrichtungen separat nachzuweisen. Gerade beim Nachzeichnen der kulturwirtschaftlichen Wertschöpfung zeigt sich aber nicht selten, dass Aktivitäten von privater Seite und solche der öffentlichen Hände ineinander greifen. Und wo es darum geht, Handlungsräume der öffentlichen Hände zu finden, in denen Kulturwirtschaft gefördert werden kann, sind gerade solche Felder der Zusammenarbeit von besonderem Interesse.

Auch der Begriff des intermediären Sektors oder der gemeinnützigen Kulturwirtschaft hat sich immer wieder als brauchbar erwiesen und wurde in nicht wenigen Untersu-

chungen zur Kulturwirtschaft verwandt. Er ist zwar, wie bereits erwähnt, in der Abgrenzung nicht durchgängig klar und stark abhängig von der theoretischen Modellannahme, die hinter ihm steht; gleichwohl kann er – wo Zuordnungen aus dem Material heraus möglich sind – ergänzende Informationen beisteuern. So ist es durchaus relevant, ob kulturelle Unternehmen dem deutschen Gemeinnützigkeitsrecht gerecht werden, ob Branchen überwiegend in dieser Form oder in konventionellen Wirtschaftsbetrieben organisiert sind. Auch findet ehrenamtliches bürgerschaftliches Engagement in diesem Zwischenbereich und nicht in konventionellen kulturwirtschaftlichen Betrieben statt.

Zur modellhaften Darstellung des von uns vorgeschlagenen Begriffs von Kulturwirtschaft sind unseres Erachtens besonders zwei Bilder geeignet, die jeweils andere Konturen hervortreten lassen.

Abbildung 15
Das Drei-Sektoren-Modell des 1. Schweizer Kulturwirtschaftberichtes



Das Schaubild des Schweizer Berichts unterscheidet klassisch die Sektoren

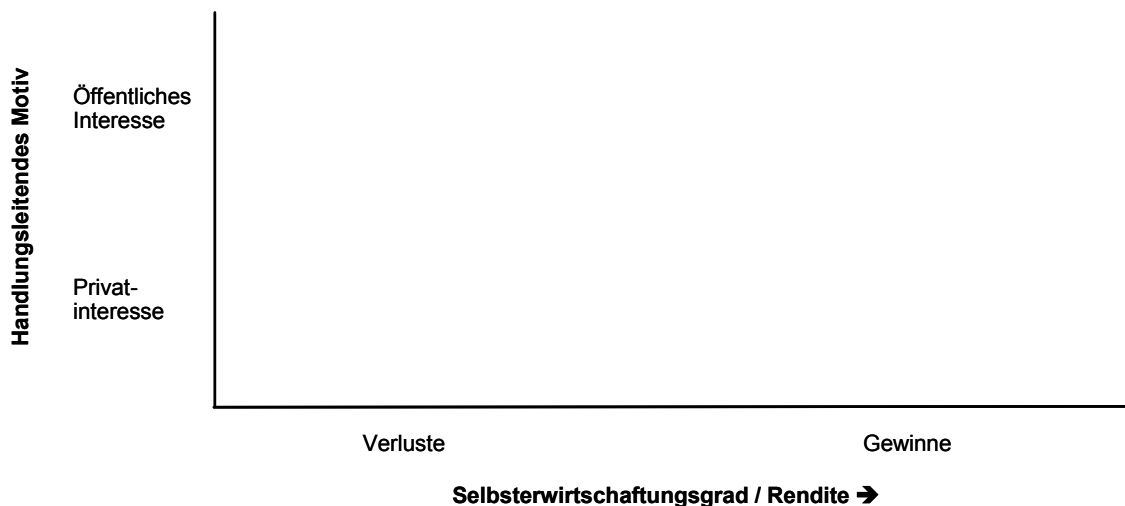
- staatliche Kultur
- intermediärer Sektor (in dem es keine letztendliche Gewinnabsicht gibt (oder geben darf)) und
- privatwirtschaftliche Kulturwirtschaft (in der die erwerbsorientierte Arbeit dominiert).

Deutlich ist in dieser Grafik der Bezug auf den gemeinsamen Kern künstlerischer Berufe und die Darstellung des Sektors im engeren Sinne. Allerdings widerspricht das

Durchziehen der Unterscheidungslinien zwischen privatem, staatlichem und intermediärem Wirtschaften bis in den Kern der künstlerischen Produktion der berufssoziologischen Sicht auf den Künstler. Diese unterscheidet eben nicht danach, in welcher Funktion oder an welcher Stelle in der Wirtschaft oder im Arbeitsmarkt die jeweiligen Künstler tätig werden. Die Darstellung hat den Vorteil, dass sie grundsätzlich mit bisherigen Kulturwirtschaftsberichten verträglich ist. Dazu gehört auch die Unterscheidung in einen engen und einen weiten Begriff von Kulturwirtschaft. Ein Nachteil in diesem Schaubild ist, dass suggeriert wird, es gäbe scharfe Unterschiede zwischen den drei Sektoren. In der Praxis ist nicht immer klar zu trennen, ob kulturwirtschaftliche Akteure dem staatlichen, dem intermediären oder dem for-profit-Sektor zuzuordnen sind. Deutlich wird in der Kreisanordnung aber, dass es enge Zusammenhänge durch den gesamten Bereich gibt. Dass man in der Schweiz nur den privatwirtschaftlichen Sektor „Kulturwirtschaft“ nennt, ist eine Frage der Konvention. Wir halten es für sinnvoller, das ganze Feld im Zusammenhang zu betrachten.

In einer Matrix, die von ICG culturplan für die Kulturwirtschaft entwickelt wurde, wird die Durchlässigkeit der Sektoren „staatlich“, „intermediär“ und „privatwirtschaftlich“ hervorgehoben. Dafür bleiben andere Differenzierungen, die im Schweizer Schaubild sehr anschaulich sind, ausgeblendet.

Abbildung 16
Matrix kulturwirtschaftlicher Tätigkeitsfelder



eigene Darstellung

Die kulturellen Tätigkeitsbereiche werden in einem Feld lokalisiert, das durch zwei Dimensionen definiert ist. Auf der senkrechten Achse wird abgetragen, an welcher Stelle des Kontinuums zwischen öffentlich und privat motivierter Leistungserbringung das jeweilige Tätigkeitsfeld lokalisierbar ist. Oben stehen die Tätigkeiten, die aufgrund eines öffentlichen Interesses von öffentlichen Einrichtungen allein betrieben werden, unten solche Tätigkeiten, die ausschließlich aus privatem Interesse in vollem Umfang privatwirtschaftlich erfüllt werden. Dazwischen finden sich Tätigkeitsbereiche, die auf einem

gemeinsamen Interesse der Öffentlichkeit und einzelner Personen beruhen, und die unterschiedliche Anteile öffentlicher und privatwirtschaftlicher Charakteristika aufweisen. Hierzu gehört das breite Spektrum von Tätigkeiten gemeinnütziger Institutionen, die zwar privat organisiert sind, aber unter staatlichem Schutz und mit diesen entsprechenden wirtschaftlichen Beschränkungen arbeiten. Auch die Tätigkeiten von privatwirtschaftlich verfassten Betrieben, die dem Staat gehören (z.B. von ausgegründeten Theater-GmbHs oder ähnlichen Betrieben), fallen in diesen Bereich.

Waagrecht wird abgetragen, in welchem Umfang die Tätigkeitsfelder marktgängig sind. Rechts stehen Tätigkeiten, die allein aus Erwerbsmotiven heraus betrieben werden, links solche, bei denen Erwerbgesichtspunkte überhaupt keine Rolle spielen. Rechts steht also z.B. die Tätigkeit großer Musikproduzenten oder Verlage, links die Tätigkeit eines städtischen Archivs oder kulturelle Liebhaberei. Dazwischen würden sich Tätigkeiten finden, die sowohl erwerbswirtschaftlich als auch kulturpolitisch bzw. zivilgesellschaftlich motiviert sind.

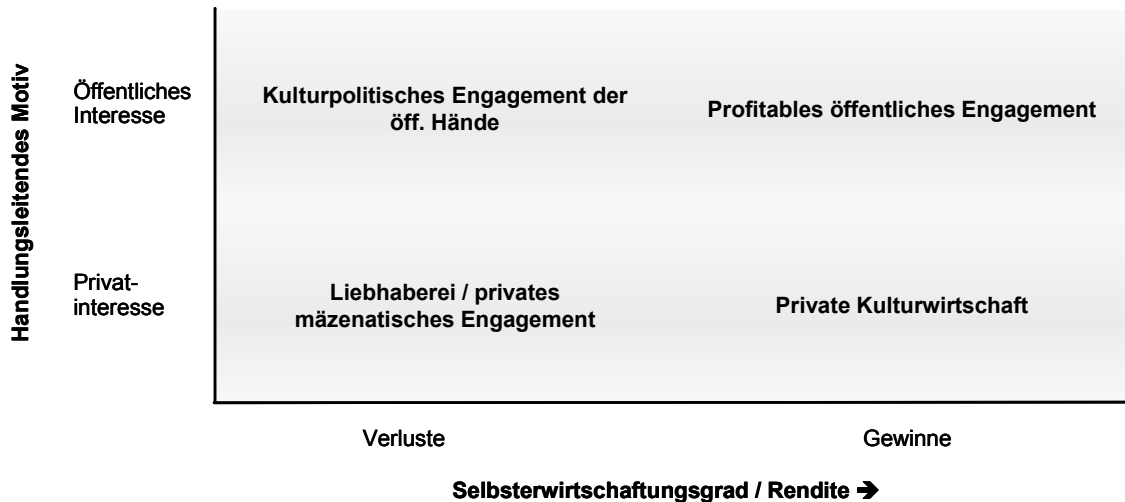
In dieser Betrachtung wird deutlich, dass in beiden Dimensionen keine scharfen Unterscheidungen möglich sind, sondern es sanfte Übergänge, ein Kontinuum gibt⁶. Entsprechend lassen sich in der Aufbereitung statistischer Daten auch keine harten Zuordnungen leisten, sondern in der Kulturwirtschaft gibt es Grade von erwerbswirtschaftlicher Orientierung, Grade der Staatsnähe oder -ferne. Die Grafik zeigt so, dass in der Kulturwirtschaft eine zu strikte Abgrenzung, etwa auf der Linie erwerbswirtschaftlich gegen staatlich, immer relevante Informationen willkürlich abscheiden und Ausgrenzungen vornehmen wird. Eine scharfe Abgrenzung der Kulturwirtschaft vom kulturellen Sektor insgesamt erscheint in der Betrachtungsperspektive dieser Matrix als wenig sinnvoll. Vor allem wird in der kulturwirtschaftlichen Matrix sinnfällig, dass ein kulturpolitisches und kulturwirtschaftspolitisches Handlungsfeld sich auch auf den staatlichen und den intermediären Bereich bezieht. Ein intermediärer Bereich ist hier überhaupt nicht besonders ausgewiesen, die Matrix bildet Rechts- und Gesellschaftsformen nicht ab, weil sie kein wirklicher Indikator für Zugehörigkeiten sind.

Benennt man einige konkrete Tätigkeitsvarianten, die sich aus der kulturwirtschaftlichen Matrix ableiten lassen, werden die fließende Übergänge noch deutlicher (siehe nachfolgende Abbildung). So gibt es unter den Tätigkeiten, die keine positiven Renditen erwarten lassen, sowohl ausschließlich kulturpolitisch motiviertes Engagement der öff. Hände (wie z.B. die Künstlerförderung oder die Archivierung und Konservierung von Teilen des kulturellen Erbes) als auch eine große Zahl von Fällen, in denen der kulturpolitische Auftrag um erwerbswirtschaftliche Ziele wie die Erhöhung des Eigenwirtschaftungsgrades kultureller Einrichtungen ergänzt wird. Und die Tätigkeitsfelder privater Akteure reichen von den vielen Bereichen der Kulturwirtschaft, die sich an hohen Renditeerwartungen orientieren über kulturwirtschaftliche Kleinunternehmen, in

⁶ Der Bereich rechts oben sollte allerdings frei bleiben: Profitable Betriebe des Staates im Kulturbereich widersprechen der staatlichen Aufgabe. Was profitabel ist, sollte von Privaten betrieben werden.

denen inhaltliche und wirtschaftliche Zielsetzungen einander die Waage halten bis hin zu privatem Mäzenatentum, das steuerlich als Liebhaberei bezeichnet wird.

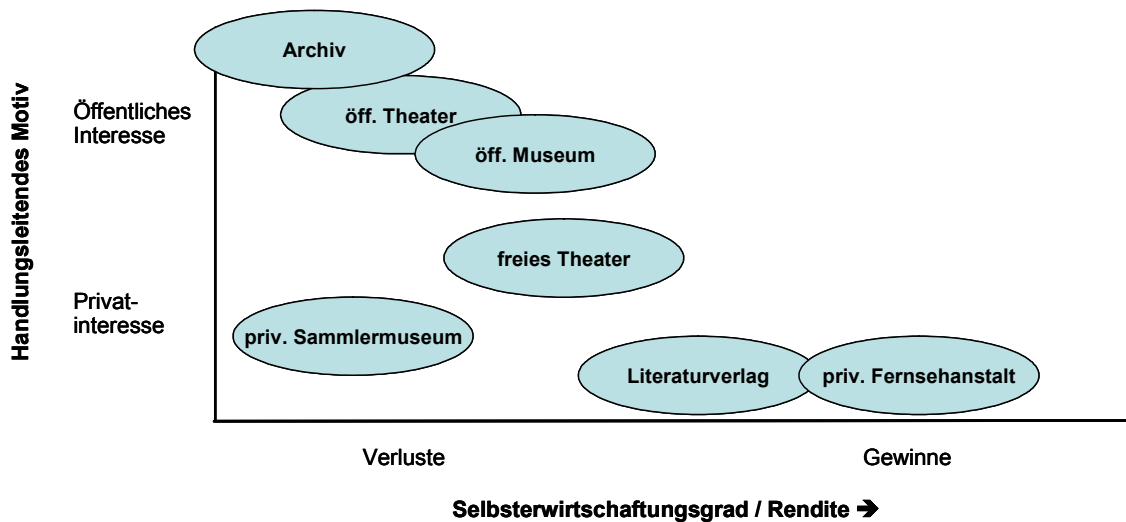
Abbildung 17
Matrix kulturwirtschaftlicher Tätigkeitsarten



eigene Darstellung

Die konkrete Benennung der Akteure, die den jeweiligen Tätigkeiten nachgehen, bestätigt schließlich die Durchlässigkeit der Grenzen zwischen öffentlich finanzierten und erwerbswirtschaftlichen Unternehmen im kulturellen Sektor (siehe nachfolgende Abbildung). Unter kulturwirtschaftlichen Gesichtspunkten ist es nicht wesentlich, ob das öffentliche Museum mit hohem Eigenerwirtschaftungsgrad eine öffentliche Einrichtung oder ein kulturwirtschaftlicher Betrieb ist. Wesentlich ist, dass und in welchem Ausmaß in den Tätigkeitsfeldern des Kultursektors Wertschöpfung entsteht und wie die im Schweizer Bericht zitierten „kapillaren Austauschbeziehungen“ zwischen den an der Wertschöpfung beteiligten Akteuren aussehen. Und für die Politik ist relevant, an welchen Orten im kulturwirtschaftlichen Gesamtfeld sich Ansatzpunkte für politisches Handeln im Sinne der Stärkung und Förderung der Kulturwirtschaft ableiten lassen.

Abbildung 18
Matrix kulturwirtschaftlicher Betriebsformen mit Beispielbetrieben



eigene Darstellung

Es muss hier betont werden, dass sich durch die schematisch-graphischen Darstellungen an den statistischen Zuordnungen nichts ändert. Beide Betrachtungen betonen jeweils unterschiedliche Aspekte des selben Zahlenmaterials. In unterschiedlicher Weise werden jeweils zwei Dinge in den Blick genommen:

- der kulturelle Sektor insgesamt,
- die Kulturwirtschaft als ein Teil von Kultur.

Immer stehen die Künstler im Mittelpunkt, als Kraftzentrum von Kultur und Kulturwirtschaft.

2.5. Weitergehende Begriffe

Unsere begriffliche Strategie ist, Kulturwirtschaft nahe am künstlerischen Kern, dem Kraftzentrum des Sektors, zu orientieren. Definitionen, wie sie in den letzten Jahren in der internationalen Diskussion üblich wurden, lassen sich als eine Anlagerung zum hier vorgeschlagenen Begriff der Kulturwirtschaft beschreiben. Es lässt sich folgende Reihe aufstellen, bei der der Umfang des untersuchten Feldes jeweils zunimmt, die Schärfe und Aussagekraft korrespondierend geringer wird:

- Enger Begriff von Kulturwirtschaft
 Der kreative Akt und die unmittelbar an ihn anschließenden ersten Stufen der kulturwirtschaftlichen Wertschöpfungskette.
- Weiter Begriff von Kulturwirtschaft
 Die vom kreativen Kern weiter entfernten Stufen von Wertschöpfungsketten, die zur Gänze oder überwiegend kulturelle Güter und Leistungen umfassen. Darüber hi-

nausgehend kulturwirtschaftliche bzw. kulturwirtschaftlich veranlasste Stufen nicht-kulturwirtschaftlicher Wertschöpfungsketten (z.B. der Teilbereich Phonogeräte des Elektrogerätemarktes).

- „Creative Industries“ (CI), verwandt in den entsprechenden Untersuchungen im Vereinigten Königreich. Die CI greifen (bei allen Zuordnungen im Einzelnen) über die Kulturwirtschaft hinaus, indem die Branchen Werbung, Software und Computerspiele insgesamt mit hinein genommen werden.

Begriffsfassung, die zum einen von einem erweiterten, nicht mehr am Künstler ansetzenden Begriff ausgeht und die, zum anderen, Wertschöpfungsketten, in denen nur einzelne Stufen kulturwirtschaftlich veranlasst sind, zur Gänze der Kulturwirtschaft zurechnen. Für kulturpolitische Auswertungen erscheint uns diese Erweiterung von Nachteil, weil sie weniger trennscharf ist als der Begriff der Kulturwirtschaft. Zweifellos aber ist dieser Begriff sinnvoll, wenn man „kreative Berufe“ insgesamt betrachten möchte: Wie immer man den Begriff der Kreativität nämlich definiert, es liegen kreative Anteile in der Werbung, in Softwareproduktion sowie in der Computerspielbranche. Das mag dann aber auch für andere Branchen gelten.

- Der vor allem in Nordamerika und Australien verwandte Begriff „Creative Economy“ (CE) greift noch weiter. Zur CI kommen im wesentlichen Research and Development hinzu. Weiterhin werden freizeitbezogene Branchen eingerechnet. Der Begriff ist sehr weit gefasst und spannt sehr unterschiedliche Dinge zusammen. Kunst und Kultur als Kern der Kulturwirtschaft geraten hier an den Rand des Blickfelds; die Policy-Bedürfnisse von R&D, also allen Universitäten und Forschungsinstituten, Entwicklungsabteilungen der Industrie u.a.m. sind von denen der Kultur auf weite Strecken sehr unterschiedlich. Ähnlich breit und unscharf ist der Begriff der „Copy Right Industries“ (CRI) in der angelsächsischen Diskussion. Er setzt zudem auf ein US-Verständnis von Copyright, das sich vom Urheberrecht mit seinem schärfer gefassten Begriff des Urhebers wiederum in seiner Breite unterscheidet.

Die bekannten Arbeiten Richard Floridas fügen sich nicht dieser Systematik: Den bisher genannten Begriffen ist gemeinsam, dass sie als Grundgröße Tätigkeiten und Betriebe nehmen, damit auf die Betriebs- oder Unternehmensstatistik zurückgreifen. Floridas „Creative Class“ (CC) ist allein aus berufssoziologischen Statistiken gebildet. Die CC umfasst, salopp definiert, alles außer dem Kernbereich industrieller Produktion und den einfachen Dienstleistungstätigkeiten. Floridas Arbeiten sind deshalb für die Überlegungen hier nicht einschlägig.

Zusammenfassend

- Es gibt gute Gründe, den Begriff der Kulturwirtschaft kulturnah und eng zu fassen. Zwar erscheint die Kulturwirtschaft in weiteren Begriffszuschnitten als noch größer und bedeutender, aber als Datengrundlage für politische Planung ist der Begriff dann weniger brauchbar.
- Der hier vorgeschlagene enge Begriff ermöglicht die Sammlung von präzisen und sektoral zugespitzten Daten für politische Eingriffe an der Schnittstelle von Kulturpolitik und Wirtschaftspolitik. Die weiten Begriffe sind für eine politische Planungsdiskussion nicht im selben Maß geeignet, zumindest dann nicht, wenn die Verbindungslinie zwischen Kulturwirtschaft, Kunst und Kultur nicht gekappt werden soll.

3. Kulturwirtschaft im Kontext der Gesamtwirtschaft

3.1. Kulturwirtschaft und Gesamtwirtschaft

Die Untersuchung der statistischen Grundlagen von Kulturwirtschaft hat gezeigt, dass sich Kulturwirtschaft zu einem wichtigen Wirtschaftszweig entwickelt hat. Auch bei enger Auslegung ist sie in Umsatz- und Beschäftigenvolumen anderen traditionellen großen Märkten vergleichbar. Im Folgenden werden einige statistische Beobachtungen zur Kulturwirtschaft im Kontext der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung dargestellt.

Die Einordnung der Kulturwirtschaft in den gesamtwirtschaftlichen Kontext wird dabei zum einen anhand von Momentaufnahmen zum Volumen des Sektors zum Zeitpunkt der jeweiligen Untersuchung vorgenommen. Zum anderen wird der Entwicklung im Zeitablauf nachgegangen.

Neben ihrer an Volumen und Wachstumsdynamik gemessenen quantitativen Bedeutung zeichnet sich die Kulturwirtschaft durch qualitative Merkmale aus, die bei ihrer Einordnung in den gesamtwirtschaftlichen Kontext zu beachten sind. Dazu zählen vor allem

- die in der Kulturwirtschaft dominierenden Beschäftigungsmuster,
- die hier typische Betriebsgrößenstruktur und
- der Qualifikations- und Bildungsstand der Erwerbstätigen im Kultursektor.

Die nachfolgende Einordnung der Kulturwirtschaft in den Kontext der Gesamtwirtschaft ist entlang dieser Besonderheiten gegliedert. Vorab muss jedoch betont werden, dass die Datenlage es nicht zulässt, mehr als Tendaussagen auf einem hohen statistischen Abstraktionsniveau zu generieren. Dies mag dem an exakten Angaben zum Umfang von Kulturwirtschaft interessierten Leser als unbefriedigend erscheinen. Es folgt jedoch unmittelbar aus dem Befund über die derzeitigen Begriffsfassungen von Kulturwirtschaft im vorhergehenden Kapitel. Es war nicht Aufgabe der vorliegenden Untersuchung, eigene statistische Erhebungen zu unternehmen. Veröffentlichte Daten haben, wie im vorhergehenden Kapitel ausführlich dargestellt, noch nicht das Niveau an Differenzierung erreicht, um Details trennscharf darzustellen. Die Datenlage zwingt also dazu, in vielen Fällen Bandbreiten anzugeben, innerhalb derer sich die tatsächlichen Werte bewegen, statt diese präzise benennen zu können. An die unzureichende statistische Erfassung besonders jener Unternehmen, die in der Umsatzsteuerstatistik nicht erfasst werden und jener Erwerbstätigen, die durch die Raster der Beschäftigtenstatistik wie die der Umsatzsteuerstatistik fallen, sei in diesem Zusammenhang noch einmal besonders hingewiesen. Es besteht so auch hier die Gefahr, dass Kulturwirtschaft als weit homogener erscheint, als sie in Wirklichkeit sein dürfte. Ob die hier vorgetragenen

Trendaussagen schon ausreichen, um Maßnahmen der politischen Planung zu fundieren, steht so auf einem anderen Blatt.

Im vorliegenden Kapitel wird auch dort, wo nur Trendaussagen möglich sind, jeweils benannt, auf welche Fassung des Kulturwirtschaftsbegriffes sich die Aussagen beziehen. Außerdem werden nicht kompatible Daten nebeneinander gestellt, wenn heuristische Aussagen sich daraus plausibilisieren lassen.

3.1.1. Die Umsatzentwicklung der Kulturwirtschaft im Vergleich zur Gesamtwirtschaft

Das am Umsatz gemessene Gewicht der Kulturwirtschaft variiert natürlich mit der Breite des zugrunde gelegten Kulturwirtschaftsbegriffes. Die Spannweite in den Darstellungen von Umsatzanteilen der Kulturwirtschaft an der Gesamtwirtschaft hat uns schon oben beschäftigt. Bei weiter Auslegung des Kulturwirtschaftsbegriffes (1. Hessischer Bericht) bewegen sich die Umsatzanteile der Kulturwirtschaft an der Gesamtwirtschaft von 2,0 % in Mecklenburg-Vorpommern bis zu 7,2 % in Hamburg. Bei enger Auslegung (1. Bericht aus Sachsen-Anhalt) schwanken sie zwischen 0,53 % in Bremen und 3,40 % in Hamburg. Andere Kulturwirtschaftsberichte weisen Umsatzanteile nur für das jeweilige Untersuchungsgebiet aus. Sie reichen von 7,29 % im Falle des weit gefassten Kulturwirtschaftsbegriffes in Berlin bis zu 2,57 % in Schleswig-Holstein.

Wo zwischen allen Bundesländern verglichen wird, liegen jeweils Hamburg, Berlin und Bayern auf den ersten drei Rängen. Dies stimmt mit der Erkenntnis überein, dass der Anteil der Kulturwirtschaft an der Gesamtwirtschaft nach Größe und Zentralfunktion von Städten immer größer wird. Der hohe Rangplatz Bayerns erklärt sich dann aus der kulturwirtschaftlichen Bedeutung der Landeshauptstadt München.

Die Rangfolge der restlichen Bundesländer differiert in den beiden vergleichenden Aufstellungen aus Hessen und Sachsen-Anhalt erheblich. Ein Grund dafür mag sein, dass der Bericht zu Sachsen-Anhalt die kommerziellen Anteile von Hörfunk und Fernsehen – also einen wesentlichen Teil des Film- und Fernsehmarktes – wegen der unklaren Abgrenzung zu öffentlich-rechtlich bedingten Ausgaben nicht berücksichtigt. Sonst verweisen die Differenzen einmal mehr darauf, wie wichtig es ist, allen Untersuchungen in Zukunft einen einheitlichen Begriff zugrundezulegen, um zumindest sichere Basisdaten zu bekommen.

Die in den Kulturwirtschaftsberichten erarbeiteten globalen Zahlen vermitteln zwar einen Eindruck über das wirtschaftliche Gewicht von Kulturwirtschaft insgesamt in den jeweiligen Bundesländern bzw. bundesweit. Sie lassen allerdings keine Rückschlüsse darauf zu, in welchen Bereichen der Kulturwirtschaft welche Umsätze erzielt werden. Ein detaillierteres Bild ergibt sich, wenn man die Umsätze nach der Kulturwirtschaft im engeren Sinn und der Kulturwirtschaft im weiteren Sinn erfasst. Die Gegenüberstellung

von Zahlen aus Kulturwirtschaftsberichten, deren Datenbasis eine entsprechende Auswertung zulässt, gibt den folgenden tendenziellen Einblick in das Verhältnis der Umsätze der Kulturwirtschaft i.e.S. zu jenen in der Kulturwirtschaft i.w.S. Die Zahlen können wiederum ein nur heuristisches Bild vermitteln, weil die statistische Füllung dessen, was jeweils unter „eng“ und „weit“ verstanden wird, in den Berichten eben nicht identisch ist.

Abbildung 19
Die Umsatzanteile der Kulturwirtschaft im engeren Sinne und der Kulturwirtschaft im weiteren Sinne an der Gesamtwirtschaft (in Mio. € und Prozent)

	NRW 1, 1992		NRW 4, 2001		Berlin, 2005		Schweiz 1	
	absolut	in %	absolut	in %	absolut	in %	absolut	in %
Kulturwirtschaft i.e.S.								
Umsatz	4.759	0,74	9.309	0,88	2.750	2,47	3.560	0,31
Kulturwirtschaft i.w.S.								
Umsatz	18.834	2,92	28.578	2,69	5.353	4,82	7.831	0,68
Kulturwirtschaft insgesamt								
Umsatz	23.593	3,67	37.887	3,57	8.104	7,29	11.391	1,00

Eigene Zusammenstellung aus den Kulturwirtschaftsberichten der genannten Länder

Die Aufstellung macht deutlich, dass der Anteil der Kulturwirtschaft i.e.S., also jener Bereiche der kulturellen Wertschöpfungskette, die unmittelbar an den schöpferischen Kern anschließen, bei zwischen 20 und rund 35 % der gesamten kulturwirtschaftlichen Umsätze liegt. Dies gilt auch für Untersuchungen, in denen die Kulturwirtschaft insgesamt eher eng gefasst ist, wie z.B. in der Schweiz. Die absoluten Zahlen zeigen, dass damit auch die Kulturwirtschaft im engeren Sinne eine wirtschaftliche Bedeutung hat, die weit über das hinausgeht, was „der Kultur“ in der politischen Diskussion in der Regel zugeschrieben wird.

Ein weiter differenziertes Bild kann sich ergeben, wenn sich die Untersuchung auf die Anteile der kulturwirtschaftlichen Teilmärkte bezieht, die hinter den globalen Zahlen und Anteilen stehen. Eine Betrachtung nach Teilmärkten sollte bessere Ansatzpunkte für die Einschätzung der tatsächlichen Ausprägung der Kulturwirtschaft in der jeweiligen Untersuchungsregion liefern. Aus den Kulturwirtschaftsberichten, deren Datenbasis eine solche Zuordnung erlaubt, ergibt sich im Hinblick auf die Umsatzanteile der kulturwirtschaftlichen Teilmärkte an der Gesamtwirtschaft z.B. folgendes Bild (siehe nachfolgende Abbildung):

Abbildung 20
Die Umsatzanteile der Teilmärkte der Kulturwirtschaft (in Prozent)

Umsatz in %	Berlin 2005	Hessen 1, 2003	NRW, 4	Schleswig- Holstein 2004	Schweiz, 2004
Architektur und Kulturel- les Erbe	0,46	0,34	0,18	n.e.	n.e.
Buch- und Pressemarkt	1,69	1,94	1,50	1,28	0,42
Darstellende Kunst	0,21	0,09	0,08	0,03	0,01
Kunstmarkt, Mode/ Design, Kunsthandwerk	1,19	0,49	0,16	0,36	0,15
Film- und Fernsehwirt- schaft inkl. Video	1,24	0,63	0,51	0,61	0,25
Musikwirtschaft	0,87	0,22	0,36	0,10	0,16
Werbung	0,59	1,23	0,83	0,19	n.e.
Software	1,03				
Insgesamt	7,29	4,94	3,62	2,56	1,00

Quelle: eigene Zusammenstellung

Anm.: Der hier ausgewiesene Anteil von 3,62 % für NRW im Jahr 2001 weicht geringfügig vom weiter oben angeführten Anteil von 3,57 % ab, weil einzelne Teilbereiche mehreren Tätigkeitsbereichen zugeordnet werden.

Die Darstellung lässt nur Rückschlüsse auf die unterschiedlichen relativen Gewichte der Teilmärkte innerhalb des jeweiligen Bundeslandes und Hinweise darauf zu, welche Teilmärkte in welchen Bundesländern umsatzbezogen bedeutsamer als in anderen Ländern sind. So ist z.B. das große Gewicht der darstellenden Kunst in Berlin – **der** großen Theaterstadt – im Vergleich zu den anderen angeführten Ländern wenig überraschend. Die weiter gehenden Interpretationsmöglichkeiten, die eine Differenzierung der Zahlen nach den Teilmärkten grundsätzlich eröffnet, können hier jedoch nicht genutzt werden. Die dazu nötige Verknüpfung mit Faktoren, die geeignet sind, die Unterschiede zu erklären, wird in der bisherigen Berichterstattung zur Kulturwirtschaft in der Regel (noch) nicht geleistet. Ob die teilweise beachtlichen Unterschiede im Gewicht der kulturwirtschaftlichen Teilmärkte auf industriepolitische Unterschiede, auf politische Schwerpunktsetzung, auf geschichtliche Entwicklungen zurückzuführen oder unterschiedlichen Begriffszuschnitten geschuldet sind, muss daher an dieser Stelle offen bleiben.

Die Entwicklung der Kulturwirtschaft im Zeitablauf stellt sich wie folgt dar: Seit den ersten Untersuchungen Ende der 1980er Jahre galt die Kulturwirtschaft als einer der dynamischsten Wirtschaftssektoren überhaupt. Dies sowohl in der Umsatzentwicklung als auch mit ihrem Beschäftigtenpotenzial. So meldete der 1. Kulturwirtschaftsbericht des Landes Nordrhein-Westfalen einen Umsatzzuwachs in der Kulturwirtschaft von 75 % zwischen 1980 bis 1988, der 4. Kulturwirtschaftsbericht des Landes ein Wachstum von 21 % über drei Jahre und der 1. Kulturwirtschaftsbericht des Landes Berlin 8 % in fünf Jahren. All diese Wachstumsraten liegen jeweils deutlich über den Wachstumsraten der Gesamtwirtschaft im Vergleichszeitraum.

Etwa seit dem Jahr 2000 hat sich diese Entwicklung umgekehrt. In den Jahren von 2000 bis 2003 nahm der Anteil kulturwirtschaftlicher Umsätze an den Umsätzen der gesamten Wirtschaft deutlich ab, gleichgültig, wie man misst.

In Hessen z.B., wo der Kulturwirtschaftsbegriff sehr weit gefasst wird, sind die kulturwirtschaftlichen Umsätze in den Jahren 2000 bis 2002 von 18,8 auf 16,1 Mrd. € d.h., um 14,3 % zurückgegangen (siehe nachfolgende Abbildung).

Abbildung 21
Die Entwicklung der Umsätze der Kulturwirtschaft von 2000 bis 2002 in Hessen (in Mio. € und in Prozent)

Teilmärkte	2000	2002	Veränderung
Literatur-, Buch- und Pressemarkt	7.417	7.054	- 4,9 %
Kunstmarkt inkl. Design	6.538	4.712	- 27,9 %
Film/TV/Video	2.412	2.208	- 8,4 %
Kulturelles Erbe	1.297	1.178	- 9,2 %
Musikwirtschaft	831	608	- 26,8 %
Darstellende Kunst und unterhaltungs- bezogene Kunst	323	363	+ 12,3 %
Kulturwirtschaft insgesamt	18.818	16.123	- 14,3 %
Gesamtwirtschaft	381.420	370.573	- 3,0 %

Quelle: Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung/Hessisches Ministerium für Wissenschaft und Kunst 2005:150

Deutschlandweit gingen die kulturwirtschaftlichen Umsätze (unter Zugrundelegung der von Michael Söndermann gewählten engeren Fassung des Kulturwirtschaftsbegriffs) in den Jahren von 2000 bis 2003 um 11,3 %, von rund 83 Mrd. € auf rund 74 Mrd. € zurück (siehe nachfolgende Abbildung).

Abbildung 22
Die Entwicklung der Umsätze der Kulturwirtschaft in Deutschland von 2000 bis 2003 (in Mio. € und in Prozent)

Wirtschaftsgliederung	Umsatz		Anteil am Gesamt	Veränderung	
	2000 in Mio. EUR	2003 in Mio. EUR		2003 in %	2003 zu 2000 in %
Verlagsgewerbe, Tonträgerindustrie	40.918	36.974	50	-9,6	-3,8
Filmwirtschaft mit TV-Produktion	10.000	7.223	10	-27,8	-4,4
Rundfunk-/TV-Unternehmen	8.614	7.656	10	-11,1	6,6
Darstellende/bildende Künste, Literatur, Musik	5.678	5.558	8	-2,1	-3,0
Journalisten-/Nachrichtenbüros	1.667	1.865	3	11,9	-3,5
Museumsshops, Kunstausstellungen etc.	432	521	1	20,4	0,6
Einzelhandel Bücher, Zeitschriften etc. (50 %)	3.980	3.791	5	-4,7	-2,0
Architekturbüros	8.275	7.058	10	-14,7	-6,4
Designbüros (Industrie, Grafik, Foto)	3.519	3.059	4	-13,1	-4,4
Kulturwirtschaft nach EU	83.083	73.706	100	-11,3	-3,0
Anteil Kulturwirtschaft an Gesamtwirtschaft	2,0 %	1,7 %	--	--	--
Z. Vgl.: Alle Wirtschaftszweige (A.-O.)	4.152.927	4.248.074	--	2,3	-0,1

Quelle: Söndermann 2006:16

Der Rückgang um 14,3 % in Hessen und 11,3 % deutschlandweit innerhalb von drei bzw. vier Jahren ist massiv und lässt auf einen deutlichen Bedeutungsverlust der Kulturwirtschaft gegenüber der Gesamtwirtschaft schließen. Dies umso mehr, als die gesamtwirtschaftlichen Umsätze im gleichen Zeitraum in Hessen weniger stark zurückgingen und bundesweit sogar um 2,3 % zugenommen haben. Der Umsatzanteil der Kulturwirtschaft an der Gesamtwirtschaft sinkt damit nach unseren Referenzuntersuchungen in Hessen von 4,9 % auf 4,4 % und bundesweit von 2,0 % auf 1,7 %.

Der Rückgang ist unbestreitbar, gleichgültig, wie gemessen wird. Auch hier ist eine differenzierende Betrachtung hilfreich. Betrachtet man Teilmärkte der Kulturwirtschaft, zeigt sich, dass einem Rückgang in einzelnen Teilmärkten Umsatzzunahmen in anderen Teilmärkten gegenüberstehen. Während z.B. der Film- und Fernsehmarkt bundesweit dramatische Umsatzeinbrüche in Höhe von 27,8 % zu verzeichnen hatte, nahmen die Umsätze der Journalisten- und Nachrichtenbüros sowie im Ausstellungsbereich deutlich zu.

Eine regionale Differenzierung zeigt, dass die Entwicklung auch hier sehr unterschiedlich ist. So war in Hessen der bundesweit nicht stark rückläufige Kunstmarkt am stärksten von den Umsatzrückgängen betroffen (minus 27,9 %); dies findet in anderen Bundesländern kein Äquivalent. Umgekehrt ist der Rückgang im Teilmarkt Film/Video/TV in Hessen deutlich geringer als bundesweit (siehe nachfolgende Abbildung).

Abbildung 23
Die Umsatzrückgänge in den kulturwirtschaftlichen Teilmärkten in Hessen (2002-2004) und bundesweit (2000-2003)

	Hessen	Deutschland
Film, TV, Video	– 8 %	– 27,8 %
Kunstmarkt	– 28 %	– 4,7 %
Musikwirtschaft	– 27 %	– 2,1 %
Literatur, Buch, Presse	– 5 %	– 9,6 %
Darstellende Kunst	+ 12 %	– 2,1 %

*Anmerkung: Zahlen nur mittelbar vergleichbar, da unterschiedliche Abgrenzung der Teilmärkte
 Quellen: Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung/Hessisches Ministerium für Wissenschaft und Kunst 2005; Söndermann 2006*

Selbst die Rückführung der globalen Zahlen auf Teilmärkte erhöht deren Aussagefähigkeit nicht wesentlich. Zur Ableitung fassbarer und in politische Entscheidungen bzw. Maßnahmen umsetzbarer Aussagen aus den Daten wären diese einer wesentlich differenzierteren, auf die Akteure in den jeweiligen Teilmärkten und ihre Stellung in der Wertschöpfungskette bezogenen, Analyse zu unterziehen. Dies gibt die Datengrundlage aber nicht her.

Wie der Rückgang der Umsätze seit dem Jahr 2000 zu interpretieren ist, lässt sich auf der Basis der vorhandenen Daten nicht sagen. Eine in der Literatur diskutierte Hypothese zu den Rückgängen ist, dass es sich um eine Auswirkung des Platzens der Internet-Blase an den Börsen der Welt und auf den hiervon betroffenen Märkten handelt – dafür spricht einiges. Von anderer Seite werden Veränderungen im Vertrieb von Büchern und Tonträgern durch die rapide Zunahme des Handels über Internet für Rückgänge im Buch- und Musikmarkt verantwortlich gemacht. Die Umsatzrückgänge in der Filmwirtschaft werden auf den Zusammenbruch des Kirch-Konzerns und die Sparmaßnahmen der TV-Sender in Folge der Krise des Werbemarktes zurückgeführt.

Wo auch immer die Gründe liegen: Die Kulturwirtschaft ist kein Sektor mit Wachstumsautomatik. Sie muss eher als ein den wechselnden Konjunktoren naher Wirtschaftsbereich angesehen werden. Allerdings: Von den Schwankungen – dies eine Hypothese der Autoren der vorliegenden Studie – sind tendenziell jene Bereiche der Kulturwirtschaft stärker betroffen, die nicht unmittelbar am schöpferischen Kern anschließen, sondern eher auf einer entfernteren Stufe der kulturellen Wertschöpfungskette angesiedelt sind. Belege hierfür finden sich in der folgenden Betrachtung der Beschäftigungsentwicklung in der Kulturwirtschaft.

Zusammenfassend lässt sich aus den globalen Zahlen zur Umsatzentwicklung ableiten,

- dass die Kulturwirtschaft trotz sinkender Umsätze in den letzten Jahren einen Platz in der Gesamtwirtschaft einnimmt, der der Position anderer großer industrieller und nicht-industrieller Branchen entspricht.

- Dies gilt sowohl für die Kulturwirtschaft im weiteren Sinn als für die Kulturwirtschaft im engeren Sinn, die im Schnitt rund ein Drittel aller kulturwirtschaftlichen Umsätze auf sich vereinigt.

3.1.2. Erwerbsmuster in der Kulturwirtschaft

Auch die Zahl der der Kulturwirtschaft zugerechneten Beschäftigten variiert natürlich mit dem Kulturwirtschaftsbegriff, der der jeweiligen Untersuchung zugrunde gelegt wird. Die nachfolgende Abbildung zeigt die Anteile sozialversicherungspflichtiger Beschäftigter in der Kulturwirtschaft im Landesvergleich, wie sie der 1. Hessische Kulturwirtschaftsbericht sieht. Dabei ist in Erinnerung zu rufen, dass dieser Kulturwirtschaftsbericht von einem sehr weit gefassten Begriff der Kulturwirtschaft ausgeht.

Abbildung 24
Anteile der in den deutschen Bundesländern in der Kulturwirtschaft Beschäftigten an den Beschäftigten insgesamt laut 1. Hessischen Kulturwirtschaftsbericht

Bundesland	Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte in der Kulturwirtschaft	Anteil an allen sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in %
Baden-Württemberg	191.331	5,0
Bayern	235.009	5,4
Berlin	78.732	6,9
Brandenburg	30.344	3,7
Bremen	14.128	5,0
Hamburg	70.534	9,3
Hessen	112.081	5,2
Mecklenburg-Vorpommern	23.715	4,0
Niedersachsen	90.193	3,7
Nordrhein-Westfalen	279.610	4,7
Rheinland-Pfalz	50.654	4,3
Saarland	11.519	3,2
Sachsen	68.695	4,5
Sachsen-Anhalt	26.820	3,2
Schleswig-Holstein	40.914	5,0
Thüringen	27.626	3,4
Deutschland	1.351.905	4,9

Quelle: Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung/Hessisches Ministerium für Wissenschaft und Kunst 2003:161

Deutlich geringer sind die Zahlen der in der Kulturwirtschaft Beschäftigten laut der sehr detaillierten Analyse von Michael Söndermann zur Beschäftigung im Kultursektor in Deutschland 2003/2004. Laut dieser Untersuchung waren im Jahr 2003 im Kultursektor in Deutschland insgesamt rund 965.000 Personen beschäftigt. Diese setzten sich aus 815.000 Erwerbstätigen im Kultursektor und rund 150.000 Angehörigen von Kulturbe-

rufen in anderen Wirtschaftsbereichen zusammen. Der Anteil der kulturell Erwerbstätigen lag damit bei rund 2,7 % an der gesamten erwerbstätigen Bevölkerung.

Die Angaben Söndermann's liegen damit deutlich unter den Zahlen aus Hessen und etwas unter den Angaben zum Anteil der in der Kulturwirtschaft Tätigen an der gesamten erwerbstätigen Bevölkerung in der Mehrzahl der vorliegenden Kulturwirtschaftsberichte (siehe nachfolgende Abbildung).

Abbildung 25
Anteile der in der Kulturwirtschaft Beschäftigten an der gesamten erwerbstätigen Bevölkerung

Land/Berichtsjahr	In der Kulturwirtschaft Beschäftigte	
	Anzahl	absolut in%
NRW 1, 1992	231.553	3,28
NRW 4, 2001	278.630	2,92
Hessen 1, 2003	120.562	4,03
Sachsen-Anhalt, 2001	13.000	1,22
Schleswig-Holstein, 2004	29.486	2,42
Berlin, 2005	110.076	8,18
Köln, 2000	45.600	k.A.
Aachen, 2005	3.900	3,50
Österreich 1, 2003	129.520	4,75
Schweiz 1, 2003	81.689	2,23

*Quelle: Angeführte Kulturwirtschaftsberichte, eigene Berechnung der Anteile
(Bezugsgröße, wo möglich, Erwerbstätige, sonst sozialversicherungspflichtig Beschäftigte)*

Die Zahlen sind schwer vergleichbar und von unterschiedlicher Qualität. Söndermann folgt den Ergebnissen der im Kapitel 2 erwähnten Vereinheitlichung und Verbesserung der Kulturstatistik auf europäischer Ebene. Der von ihm angewandte Ansatz steht im Einklang mit den jüngsten Entwicklungen der EU-Kulturstatistik. Es ist daher nicht verwunderlich, dass die EU-eigene Erhebung des Anteils der im Jahr 2002 im Kultursektor Beschäftigten im Europäischen Wirtschaftsraum den von Söndermann für Deutschland ermittelten Wert bestätigt. Die auf dem Konzept des „Labour Force Survey“ der Task Force „Cultural Employment“ durchgeführte Untersuchung errechnete einen durchschnittlichen Beschäftigtenanteil des kulturellen Sektors (nicht der „erwerbswirtschaftlichen“ Kulturwirtschaft allein) an den im europäischen Wirtschaftsraum Erwerbstätigen von 2,5 %. Im Detail sehen die Anteile in den einzelnen Ländern wie folgt aus (siehe nachfolgende Abbildung):

Abbildung 26**Der Anteil der im kulturellen Sektor Tätigen an den Erwerbstätigen insgesamt in den EU-Ländern**

	Beschäftigung im Kultursektor in 1000	Beschäftigung im Kultursektor (in % der Gesamtbeschäftigung)
EU25	4 164.3	2.5
Belgien	89.0	2.3
Dänemark	79.9	3.1
Deutschland	929.7	2.7
Estland	19.9	3.7
Finnland	78.8	3.5
Frankreich	434.0	2.1
Griechenland	81.7	2.5
Großbritannien	877.1	3.2
Irland	42.8	2.7
Italien	453.0	2.2
Lettland	15.0	1.8
Litauen	30.1	2.7
Luxemburg	3.2	1.8
Malta	k.A.	k.A.
Niederlande	249.1	3.3
Österreich	70.4	2.0
Polen	k.A.	k.A.
Portugal	60.4	1.4
Schweden	139.6	3.3
Slowakei	27.0	1.4
Slowenien	20.1	2.5
Spanien	307.9	2.0
Tschechische Republik	79.6	1.8
Ungarn	69.0	1.9
Zypern	7.3	2.5
Island	6.1	4.2
Norwegen	48.4	2.2
Bulgarien	50.5	2.1
Schweiz	93.3	2.7

Quelle: Eurostat 2004:o.S.

Selbst bei Zugrundelegung der engen Fassung des kulturellen Sektors der Task Force „Cultural Employment“ liegt die Zahl der im kulturellen Sektor Erwerbstätigen in Deutschland über der der Automobilindustrie. Nimmt man als Bezugsgröße nur die Beschäftigtenzahl im erwerbswirtschaftlichen Teil der Kulturwirtschaft, so entspricht diese Zahl etwa jener der bundesweit im Kreditgewerbe Beschäftigten.

Wie bei den Umsatzanteilen der Kulturwirtschaft, so dienen solche globalen Vergleiche auch bei der Beschäftigung zu nicht mehr, als der Kulturwirtschaft bzw. dem kulturellen Sektor sein ökonomisches Gewicht zu bestätigen. Für mehr Aussagekraft empfiehlt sich auch hier eine Differenzierung nach Teilmärkten.

Die beiden nachfolgenden Abbildungen stellen die Beschäftigung in einzelnen kulturwirtschaftlichen Teilmärkten dar. Die nachfolgende Abbildung gibt die Angaben für abhängig Beschäftigte wieder, wie sie sich in ausgewählten Kulturwirtschaftsberichten

finden. Wieder ist zu betonen, dass die Berichte unterschiedliche Begriffe zugrundelegen bzw. unterschiedliche Zuordnungen zu Teilbereichen vornehmen. Damit kann ein Vergleich in der Zeile kaum mehr als heuristischen Wert beanspruchen. Die Abbildung 28 auf der nächsten Seite ordnet die insgesamt im Kultursektor in Deutschland erwerbstätigen Personen nach dem erwähnten Konzept der Task Force „Cultural Employment“ zu. Die dort ausgewiesenen Zahlen sind daher den Ergebnissen von Untersuchungen in anderen EU-Ländern vergleichbar, die auch den Empfehlungen der EU zur Vereinheitlichung der Kulturstatistik folgen.

Abbildung 27
Anteile der in den kulturwirtschaftlichen Teilmärkten abhängig Beschäftigten an der Gesamtbeschäftigung

Beschäftigte in %	Berlin 2005	Hessen 1, 2003	NRW, 4	Schleswig- Holstein 2004	Schweiz, 2004
Architektur und Kulturel- les Erbe	0,66	0,95	0,12	n.e.	n.e.
Buch- und Pressemarkt	1,79	2,01	1,49	2,10	0,92
Darstellende Kunst	0,49	0,23	0,05	0,15	0,09
Kunstmarkt, Mode/ Design, Kunsthandwerk	1,29	0,60	0,12	0,10	0,24
Film- und Fernsehwirt- schaft inkl. Video	1,19	0,89	0,52	0,64	0,51
Musikwirtschaft	0,52	0,08	0,23	0,11	0,47
Werbung	0,58	0,39	0,49	0,20	n.e.
Software	1,67				
Insgesamt	8,18	5,15	3,02	3,30	2,23

*Anteile bezogen auf sozialversicherungspflichtige Beschäftigte
Quelle: Angeführte Kulturwirtschaftsberichte, Berechnung der Anteile durch d. Verf.*

Abbildung 28
Die Anzahl der Erwerbstätigen (abhängig Beschäftigte, Selbständige und geringfügig Beschäftigte)
nach Teilmärkten und Bereichen

	Branchen/Spartengruppen	Anzahl in 1.000	Anteil in %
A.	Kulturwirtschaft (nur privatwirtschaftliche Branchen)	528,0	1,46
1.	Buchverlage und Buchhandel (Verlegen von Büchern, sonst. Verlagsgewerbe, Buchfachhandel, selbstständige Journalisten- und Nachrichtenbüros)	188,0	0,52
2.	Architektur und Design Architekturbüros ohne Hoch-/Tiefbau, Innenarchitekten, Land- schaftsgestaltung; Industrie-/Grafikdesign u.ä., Fotodesign)	104,5	0,28
3.	Film und Video (Film/Videoproduktion, Filmverleih, Videoprogrammanbieter, Film- theater)	47,0	0,13
4.	Musikinstrumente, Musikverlage und Musikhandel (Musikinstrumentenherstellung, Tonträgerindustrie, Musikverlage, Musikfachhandel)	30,0	0,08
5.	Kunsthandel/Galerien (Kunsthandel, Galerien, Auktionatoren, ohne Antiquitäten, Teppi- che)	2,6	0,01
6.	Presse (Presseverlage ohne Druckgewerbe)	162,0	0,44
B.	Gemischte Kulturbereiche (öffentlich, gemeinnützig, privatwirtschaftlich)	287,2	0,79
1.	Kulturelle/künstlerische Tätigkeiten und Aufführungen (Künstlerbüros/selbstständige Künstler, Oper, Theater, Konzert- veranstalter, Musicals, Agenturen, kulturelle Jugend-/Er- wachsenenbildung, theatertechnische Betriebe, sonstige Hilfsbe- triebe etc.)	160,8	0,44
2.	Rundfunk und Fernsehen Rundfunk- und Fernsehveranstalter, Herstellung von Hörfunk-/ TV-Programm	76,0	0,21
3.	Bibliotheken und Kulturelles Erbe (Bibliotheken, Museen, Archive, Denkmalwesen)	50,4	0,14
A.+B.	Kultursektor insgesamt	815,1	2,25
C.	Zusätzlich: Kulturberufe außerhalb des Kultursektors (in sonstigen Produktions-, Handelssektoren, unternehmensnahe und öffentliche Dienstleistungen)	150,0	0,41
A.-C.	Kultursektor einschließlich Kulturberufe insgesamt	965,1	2,66
	Anteil an der Gesamtbeschäftigung in Prozent		2,7

Quelle: Söndermann 2005:464

Auch die Entwicklung der Beschäftigung in der Kulturwirtschaft war über viele Jahre durch beeindruckende Wachstumsraten gekennzeichnet. Zwischen 1995 und 2000 verzeichnete die Kulturwirtschaft einen Beschäftigungszuwachs von rund 20 %, während die Beschäftigung in der Gesamtwirtschaft nur um zwei Prozent zunahm. Der 4. Kulturwirtschaftsbericht des Landes Nordrhein-Westfalen berichtete von einem Zu-

wachs der Beschäftigten um 9 % in vier Jahren und Berlin im Jahr 2005 über eine Zunahme von 7 % in fünf Jahren.

Seit dem Jahr 2002 ist allerdings auch die Beschäftigung in der Kulturwirtschaft rückläufig. Die Entwicklung der Beschäftigung verläuft aber nicht im Gleichklang mit der Entwicklung der kulturwirtschaftlichen Umsätze. Zwar nimmt die Zahl sozialversicherungspflichtig Beschäftigter auch in der Kulturwirtschaft in letzter Zeit ab. Sie tut dies jedoch in deutlich geringerem Maße als die Umsätze und zeitversetzt zu diesen. So hatte bundesweit bis 2001 und in Hessen bis 2002 die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten zugenommen, obwohl die kulturwirtschaftlichen Umsätze seit dem Jahr 2000 zurückgegangen waren.

Die ab den Jahren 2002/2003 zu beobachtende Abnahme der Zahl sozialversicherungspflichtig Beschäftigter verläuft gedämpfter als die Umsatzrückgänge. Sanken die Umsätze in Hessen um 14,3 % und bundesweit um 11,3 %, so beschränkte sich der zeitlich versetzte Beschäftigungsrückgang im Jahr 2003 in Hessen auf 3 % und bundesweit auf rund 3,5 %. Der Rückgang hat sich 2004 bundesweit fortgesetzt und führte zu einer Beschäftigungslage bei den sozialversicherungspflichtig Beschäftigten, die um 1,5 % unter der des Jahres 1999 liegt, was einem Rückgang von rund 6,7 % im Vergleich zum Höchststand des Jahres 2002 entspricht.

Auch die Beschäftigungsrückgänge betreffen die Teilmärkte der Kulturwirtschaft in unterschiedlichem Maße. Zahlen aus Hessen zeigen etwa, dass im Jahr 2003 im Druck- und Verlagsgewerbe sowie in der Werbe- und Filmbranche insgesamt 4.400 Arbeitsplätze verloren gingen, die Beschäftigten in der Kulturwirtschaft jedoch insgesamt „nur“ um 3.400 abnahmen. Das heißt, dass es andere Teilmärkte der Kulturwirtschaft gegeben haben muss, in denen die Beschäftigung im Jahr 2003 zugenommen hat.

Die Beschäftigungsentwicklung in der Kulturwirtschaft verläuft offensichtlich zeitversetzt und mit geringeren Ausschlägen als die Umsatzentwicklung. Zunächst ist eine gewisse Trägheit des Arbeitsmarktes keine Auffälligkeit. Allerdings lohnt sich ein vertiefender Blick in die Beschäftigungsmuster in der Kulturwirtschaft. Er enthüllt einige Besonderheiten in der kulturwirtschaftlichen Beschäftigung.

Zwar haben in der Kulturwirtschaft die Umsätze in den letzten Jahren deutlich und die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten (weniger deutlich) abgenommen.

Die Summe der Erwerbstätigen, d.h., der

- sozialversicherungspflichtig Beschäftigten,
- der geringfügig Beschäftigten und
- der Selbständigen

hat jedoch leicht zugenommen.

Diese Aussage bezieht sich auf eine Grundgesamtheit, die über die rein erwerbswirtschaftlich gefasste Kulturwirtschaft hinausgeht und den kulturellen Sektor nach der Definition der Task Force „Cultural Employment“ der EU umfasst. Sie kann jedoch, vor allem unter Beachtung des hohen und stetig wachsenden Anteils der Selbständigen (und damit unter wirtschaftlicher Betrachtung des Anteils an Unternehmern) im kulturellen Sektor als repräsentativ für die Kulturwirtschaft angesehen werden.

Die in der nachfolgenden Tabelle dargestellten Veränderungen in den Zahlen der abhängig und selbständig Erwerbstätigen in der Kulturwirtschaft zeigt, dass die deutliche Abnahme der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten im Jahr 2003 durch eine Zunahme bei den Selbständigen überkompensiert wurde.

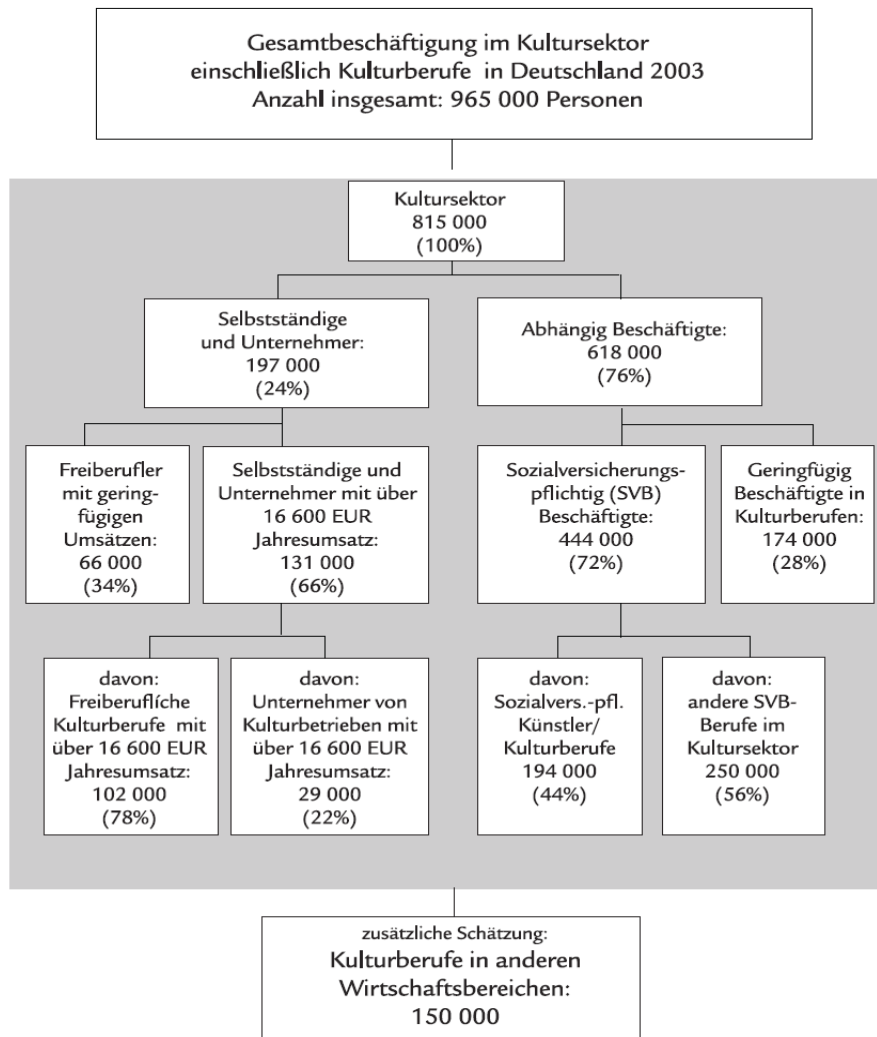
Abbildung 29
Die Entwicklung der Erwerbstätigkeit im kulturellen Sektor in Deutschland von 2003 bis 2004

Teilmärkte	2003	2004	Veränderung in %	Veränderung absolut
Selbständige über 16.700,- €	131.000	132.200	0,92	1.200
Selbständige insgesamt	197.000	209.400	6,29	12.400
Sozialversicherungspflichtig abhängig Beschäftigte	444.000	431.302	-2,86	-12.700
Sozialversicherungspflichtige und geringfügig abhängig Beschäftigte	618.000	613.800	-0,68	-4.172

Quelle: Söndermann 2005, eigene Zusammenstellung

Die Ausgangssituation hinter diesen Veränderungen wird in der nachfolgenden Abbildung der Struktur der Erwerbstätigkeit im kulturellen Sektor sehr anschaulich dargestellt (siehe nachfolgende Abbildung).

Abbildung 30
Struktur der Beschäftigung im Kultursektor in Deutschland



Quelle: Söndermann 2005:467

Wie die Darstellung zeigt, ist die Situation im Kultursektor (nicht der erwerbswirtschaftlichen Kulturwirtschaft allein) vor allem durch zwei Besonderheiten geprägt: Den hohen Anteil von Selbständigen und die hohen Anteile von Erwerbstätigen, die nur ein geringfügiges Einkommen aus ihrer kulturwirtschaftlichen Tätigkeit erzielen – sei es als geringfügig Beschäftigte oder als Selbständige mit einem Umsatz unter 16.700 € pro Jahr (der bis zum Jahr 2003 geltenden Abschneidegrenze).

Der Anteil der Selbständigen ist im kulturellen Sektor deutlich höher als in der Gesamtwirtschaft. Dies ist nachvollziehbar, bedenkt man, dass in dieser Kategorie von Erwerbstätigen Künstler und „künstlerische Berufe“ wie Publizisten, Dolmetscher und Designer erfasst werden, die zu einem großen Teil selbständig tätig sind. 1995 lag die Quote selbständig Erwerbstätiger in ausgewählten künstlerischen Berufen bei 43,5 %. In den knapp zwanzig Jahren davor hatten sowohl die Erwerbstätigkeit in diesen aus-

gewählten Künstlerberufen als auch die Rate der selbständig Erwerbstätigen in künstlerischen Berufen insgesamt laufend zugenommen (siehe nachfolgende Abbildung).

Abbildung 31
Die Entwicklung der selbständigen Erwerbstätigkeit in ausgewählten Künstlerberufen von 1978 bis 1995

Alle Erwerbstätigen	1978	Anteil Selbstständige	1987	Anteil Selbstständige	1995	Anteil Selbstständige
Publizisten	38.900	27,5	48.500	24,1	80.900	34,8
Dolmetscher, Übersetzer	14.100	27,5	17.000	30,6	17.900	52,8
Publizisten und Dolmetscher	53.000	24,3	65.500	25,8	98.700	38,1
Musiker	18.400	18,5	25.500	27,5	34.400	39,0
Darstellende Künstler, Sänger	17.300	23,7	20.900	26,3	26.300	33,2
Bildende Künstler (freie/angewandte Kunst)	30.900	49,8	49.100	50,5	75.300	56,4
Künstlerberufe Gesamt	66.600	34,4	95.400	39,1	136.000	47,5
Publizistische/künstlerische Berufe Gesamt	119.600	29,9	161.000	33,7	234.700	43,5

Quelle: Haak, Schmid 1999:6

Im Zeitraum 1978 bis 1995 nahm der Anteil der Selbständigen in den ausgewiesenen Kulturberufen von 29,9 auf 43,5 %, also um ca. 46 %, zu. In der Gesamtwirtschaft nahm die Selbständigenquote im selben Zeitraum von 8,5 % auf etwas mehr als 9 %, also um etwa 6 % zu.

Auch die rasante Zunahme der Selbständigkeit in der Gesamtwirtschaft in den 90er Jahren infolge arbeitsmarktpolitischer Maßnahmen hat an der Sonderstellung des kulturellen Sektors nichts geändert. Während heute der Anteil der Selbständigen in der Gesamtwirtschaft bei knapp unter 10 % liegt, sind 24 % der im Kultursektor Tätigen selbständig.

Und in den oben genannten ausgewählten Künstlerkernberufen hat die Selbständigkeit von 43,5 % Mitte der 90er Jahre auf rund 47 % im Jahr 2003 noch weiter zugenommen (vgl. Söndermann 2004:39, Abb. 11, Ergebnisse nach Mikrozensus).

Die Gruppe der selbständig Erwerbstätigen im Kultursektor ist sehr heterogen, was die Art der Selbständigkeit betrifft. Rund zwei Drittel von ihnen erzielen steuerpflichtige Einkünfte oberhalb der so genannten Abschneidegrenze⁷, ab der Umsätze der Umsatzsteuerpflicht unterliegen. Das restliche Drittel sind Unternehmer und freiberuflich Tätige mit steuerpflichtigen Umsätzen unter der Abschneidegrenze.

⁷ Die Abschneidegrenze wurde am 01.01.2003 von 16.600 € auf 17.500 € angehoben.

Von den Selbständigen, deren Einkünfte über der Abschneidegrenze liegen, sind rund 80 % als Einzelpersonen ohne weitere Beschäftigte tätig. Etwas mehr als 20 % betreiben ihre Tätigkeit als steuerpflichtige Unternehmen in der Form eines Gewerbebetriebs mit abhängig Beschäftigten.

Die Zahlen sprechen dafür, dass das Phänomen der „neuen Selbständigkeit“ in der Kulturwirtschaft stark ausgeprägt ist. Die „neue“ unterscheidet sich von traditionellen Formen der Selbständigkeit (Kleingewerbetreibende, Professionen und Mittelstandsbetriebe), darin, dass diese in der Regel auf einem gewissen Vermögens- und Kapitalstock der Gründer als Eigenkapital aufbauen, während „neue Selbständige“ ihre Kleinst- und Kleinunternehmen meist ohne oder mit ganz geringen Kapitalwerten betreiben. Der Kulturbereich ist generell einer jener Sektoren, in denen „neue Selbständige“ besonders stark vertreten sind (vgl. *Schulze Buschoff 2006:2f.*).

Den bei Söndermann für 2003 ausgewiesenen 197.000 Selbständigen und Unternehmern im Kultursektor standen 132.000 bei der Künstlersozialkasse Versicherte gegenüber. Die Künstlersozialkasse nimmt nur solche Künstler auf, die selbständig oder freiberuflich und ohne eigene Angestellte arbeiten. Alle statistischen Daten der Künstlersozialkasse beruhen auf Selbstangaben der Versicherten. Seit 2003 ist der Bestand an Versicherungen bei der KSK stark gestiegen: 2005 werden schon 148.000 Personen gezählt. Die Durchschnittseinkommen – auf Basis einer Selbsterklärung der Versicherten erhoben – sprechen auch für die These von der neuen Selbständigkeit, sie liegen 2005 bei knapp 11.000 € pro Jahr (siehe nachfolgende Abbildung). Das ist nicht viel, läuft auf ein zu versteuerndes Monatseinkommen von durchschnittlich unter 1.000 Euro hinaus. Zu beachten ist hier, dass Einkommens- und Umsatzzahlen auf verschiedenen Ebenen liegen und nicht verglichen werden können.

Abbildung 32
Durchschnittseinkommen der bei der Künstlersozialkasse Versicherten im Jahr 2005

Bereich	Durchschnittseinkommen
Wort	13.292
Bildende Kunst	10.214
Musik	9.459
Darstellende Kunst	10.448
Alle Bereiche	10.814

Quelle: Website der Künstlersozialkasse, Download 01.09.2006

Auch die Gruppe der abhängig Beschäftigten im Kultursektor umfasst sehr unterschiedliche Beschäftigungsformen. In diesem Bereich dominieren noch die sozialversicherungspflichtig Beschäftigten mit einem Anteil von etwas mehr als 70 %. Es wird davon ausgegangen, dass solche Beschäftigungsverhältnisse existenzsichernd sind. Knapp 30 % der abhängig Beschäftigten sind geringfügig beschäftigt, dies oft mit auf

eine bestimmte Projektlaufzeit befristetem Vertrag und nicht existenzsicherndem Einkommen.

Darüber hinaus ist der Anteil von abhängig Beschäftigten, die über einen unbefristeten Arbeitsvertrag verfügen, im Kultursektor deutlich geringer als in der Gesamtwirtschaft. Eine Erhebung des WZB auf der Basis des Mikrozensus zeigt, dass bereits 1995 nur mehr rund 55 % aller in Künstlerberufen Erwerbstätigen über unbefristete Arbeitsverträge verfügten, während über 80 % der in der Gesamtwirtschaft Tätigen in unbefristeten Beschäftigungsverhältnissen standen (vgl. Haak, Schmid 1999:16).

Dieselbe Untersuchung zeigt, dass der Anteil von Teilzeitbeschäftigten im Kultursektor nicht wesentlich von den Verhältnissen in der Gesamtwirtschaft abweicht. Dies wird in einer Untersuchung zur „Arbeit in Kreativbranchen“ in Hamburg (Henninger; Mayer-Ahuja 2005) aus dem Jahr 2005 für die Kulturwirtschaft bestätigt. Laut dieser Untersuchung der Hamburger Verhältnisse spielt die Teilzeitarbeit in allen untersuchten Teilmärkten eine untergeordnete Rolle. In den Kernbereichen der Kulturwirtschaft müssen anhängig Beschäftigte in der Regel Vollzeit zur Verfügung stehen. Wer dies – aus welchen Gründen auch immer – nicht kann, dem bleibt nur der Weg in die Selbständigkeit und die Tätigkeit als Freelancer, die „zwar der Form nach selbständig, aber auf Grundlage ihres Erwerbseinkommens (zumindest außerhalb des IT-Bereichs) mehrheitlich nicht in der Lage sind, eine private Absicherung zu finanzieren“ (Henninger; Mayer-Ahuja 2005:112).

Bei den Kulturberufen nimmt allerdings die Teilzeitbeschäftigung seit 2001 wieder stärker zu als in der Gesamtwirtschaft, nachdem sie jahrelang parallel zur gesamtwirtschaftlichen Entwicklung verlief. Stieg der Anteil der Teilzeitarbeit seit 1996 generell kontinuierlich in Jahresschritten von etwas mehr als 4 %, so nahm die Wachstumsgeschwindigkeit seit dem Jahr 2001 bei den Kulturberufen auf mehr als 7 % jährlich zu (vgl. Söndermann 2004:32ff).

Die Arbeitslosenrate ist im Kultursektor deutlich höher als in der Gesamtwirtschaft. Laut Bundesanstalt für Arbeit belief sich die Zahl der Arbeitslosen unter den Angehörigen der Kulturberufe in Deutschland im Jahr 2003 auf 86.000 Personen (vgl. Söndermann 2004:38), was einem Anteil von 24,5 % an allen sozialversicherungspflichtigen Beschäftigten im Kultursektor entspricht. Diese Zahl bezieht sich auf den engen Bereich der Kulturberufe.

Die bereits erwähnte Untersuchung „Arbeit und Beschäftigung in den Hamburger Creative Industries“ zeichnet ein differenziertes Bild der bundesweiten Arbeitslosigkeit und deren Entwicklung über die Zeit in einzelnen Teilmärkten der Kulturwirtschaft. Bei der in dieser Untersuchung gewählten weiten Fassung der „Kreativwirtschaft“ ergeben sich folgende Erwerbslosenraten in kulturwirtschaftlichen Teilbereichen (siehe nachfolgende Abbildung):

Abbildung 33
Die Erwerbslosenraten in kulturwirtschaftlichen Teilbereichen von 1999 bis 2003

	1999	2000	2001	2002	2003
Presse und Verlagswesen	8,60	8,00	8,30	10,90	12,90
Film und Rundfunk					
Darstellende Künstler	21,70	21,20	23,20	23,40	36,70
Bühnen-, Bild-, Tontechniker	14,50	14,80	16,00	19,20	22,00
Fotografen, Kameraleute	21,00	20,70	20,60	22,30	24,40
Design	23,40	21,70	24,50	31,90	36,20
Werbung und Multimedia	9,50	9,60	13,50	19,30	24,30
Software/IT	5,50	5,10	5,80	9,20	12,30
Wirtschaft gesamt	13,20	12,50	12,40	13,30	14,50

Quelle Henninger; Mayer-Ahuja 2005, eigene Zusammenfassung

Zusammenfassend lässt sich festhalten

- Rund ein Viertel der im Kultursektor insgesamt Erwerbstätigen ist selbständig tätig (im Vergleich zu rund 10 % in der Gesamtwirtschaft), während dieser Prozentsatz im Kernbereich der künstlerischen Berufe bei fast der Hälfte der Erwerbstätigen liegt. Im Gegensatz zu den deutlichen Rückgängen der Umsätze und der Zahl der abhängig Beschäftigten im Kultursektor nimmt die Zahl der Selbständigen nach wie vor zu.
- Rund 75 % der Erwerbstätigen im Kultursektor sind abhängig Beschäftigte. Ihre Zahl hat in den letzten Jahren deutlich abgenommen.
- Sowohl bei den abhängig Beschäftigten als auch bei den Selbständigen arbeiten jeweils rund ein Drittel der Erwerbstätigen unter finanziellen Bedingungen, die ihre Existenz nicht sichern können.
- Der Kultursektor leidet deutlich stärker als die Wirtschaft insgesamt unter der Arbeitslosigkeit.

3.1.3. Die Betriebsgrößenstruktur der Kulturwirtschaft

Die Kulturwirtschaft ist sehr kleinteilig organisiert. Dies ist offensichtlich für den großen Bereich der im Kultursektor selbständig Erwerbstätigen. Diese sind, wie im vorhergehenden Kapitel beschrieben, überwiegend als Einzelkämpfer tätig und beschäftigen in ihrer Mehrzahl keine Arbeitnehmer. Bei weiter Fassung des Kulturwirtschaftsbegriffs zählen jedoch – wie gezeigt – auch große Unternehmen und teilweise auch internationale Konzerne zur Grundgesamtheit der kulturwirtschaftlichen Betriebe.

Dennoch liegt die durchschnittliche Betriebsgröße in der gesamten Kulturwirtschaft unter Zugrundelegung aller Unternehmen und Freiberufler, die einen Jahresumsatz von mehr als 17.500 € erzielen, deutlich unter 10 Beschäftigten je Unternehmen. Die nachfolgende Abbildung fasst die Analyse der Unternehmensgrößen der Kulturwirtschaft zusammen, die sich aus Kulturwirtschaftsberichten der letzten Jahre ableiten. Sie zeigt, dass mit zwei Ausnahmen (Darstellende Kunst in der Schweiz, Buch- und Pressemarkt in Schleswig-Holstein) die durchschnittliche Zahl sozialversicherungspflichtiger Beschäftigter in allen Teilmärkten mehr oder weniger deutlich unter der 10-Personen-Grenze liegt – obwohl den Berechnungen jeweils die Kulturwirtschaft im weiteren Sinn zugrunde gelegt wurde (siehe nachfolgende Abbildung).

Abbildung 34
Die aus jüngsten Kulturwirtschaftsberichten abgeleiteten durchschnittlichen Beschäftigtenzahlen je kulturwirtschaftlichem Betrieb

	Berlin 2005	Hessen 1, 2003	NRW, 4	Schleswig-Holstein 2004	Schweiz, 2004
Architektur und Kulturelles Erbe	2,54	5,01	0,76	n.e.	n.e.
Buch- und Pressemarkt	4,99	8,28	9,32	10,39	5,93
Darstellende Kunst	6,69	2,57	1,26	4,35	12,09
Kunstmarkt inkl. Mode/Design und Kunsthandwerk	3,04	3,73	0,95	0,50	2,63
Film- und Fernsehwirtschaft inkl. Video	7,78	7,72	5,99	7,24	8,27
Musikwirtschaft	5,02	2,18	2,43	2,25	5,27
Werbung	3,45	2,00	2,96	2,69	n.e.

Quelle: Die angeführten Kulturwirtschaftsberichte in der Zusammenfassung durch die Verf.

Diese aus den jüngsten Kulturwirtschaftsberichten abgeleiteten Zahlen erfahren eine Bestätigung durch einen im 1. Hessischen Kulturwirtschaftsbericht wiedergegebenen Überblick über die Größenklassen der in der Kulturwirtschaft tätigen Unternehmen nach Bundesländern. Nach der dortigen Berechnung beschäftigen bundesweit knapp über 60 % der Unternehmen in der Kulturwirtschaft weniger als 10 Mitarbeiter und in über 81 % der Unternehmen sind höchstens 24 Mitarbeiter tätig.

Abbildung 35
Größenklassen in der deutschen Kulturwirtschaft

Bundesland	Anzahl der Beschäftigten						
	1 bis 2	3 bis 4	5 bis 9	10 bis 24	25 bis 99	100 bis 999	über 1000
Baden-Württemberg	22,3	17,8	21,2	22,1	11,7	4,6	0,3
Bayern	25,1	19,0	22,2	18,9	10,9	3,5	0,5
Berlin	23,1	19,3	24,8	19,2	9,7	3,8	0,2
Brandenburg	19,7	18,9	26,3	20,3	12,6	2,1	0,0
Bremen	19,5	20,2	23,0	18,5	14,6	3,1	1,0
Hamburg	32,3	18,7	19,6	16,7	9,4	3,3	0,0
Hessen	23,6	20,0	23,5	19,2	10,8	2,8	0,1
Mecklenburg-Vorpommern	23,3	19,2	25,8	18,8	8,8	4,2	0,0
Niedersachsen	18,8	19,1	24,4	21,8	11,2	4,3	0,3
Nordrhein-Westfalen	24,0	19,8	23,2	19,9	10,0	2,8	0,3
Rheinland-Pfalz	19,9	19,8	26,1	20,9	10,0	3,0	0,3
Saarland	18,6	20,7	28,4	18,0	10,7	3,4	0,3
Sachsen	18,1	20,0	26,1	20,8	12,5	2,1	0,3
Sachsen-Anhalt	15,6	19,6	26,5	22,7	13,1	2,2	0,3
Schleswig-Holstein	23,5	18,0	21,9	18,9	11,6	5,2	0,9
Thüringen	21,1	12,4	28,1	19,5	14,3	4,6	0,0
Deutschland	23,3	19,1	23,1	19,9	10,8	3,4	0,3
Alle Unternehmen in Deutschland	23,6	15,9	21,1	21,2	13,3	4,4	0,5

Quelle: Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung/Hessisches Ministerium für Wissenschaft und Kunst 2003:160.

Im Gegensatz zur Entwicklung der Umsätze und der Beschäftigung in der Kulturwirtschaft ist die Zahl der Unternehmen in den letzten Jahren annähernd gleich geblieben. Nach einer engen Begriffsfassung waren in der Kulturwirtschaft im Jahr 2003 mit 134.578 Betrieben bundesweit um 447 umsatzsteuerpflichtige Unternehmen mehr tätig als im Jahr 2000. Dies entspricht einem Anteil von 4,61 % an allen umsatzsteuerpflichtigen Unternehmen in Deutschland. (vgl. Söndermann 2006:15)

Daraus ist zum einen zu schließen, dass es in den letzten Jahren tendenziell zu einer Verringerung des Umsatzes pro Unternehmen gekommen ist (geringerer Gesamtumsatz verteilt auf eine gleich bleibende Zahl von Unternehmen). Zum anderen muss sich auch die Zahl der durchschnittlich abhängig Beschäftigten pro Unternehmen, die durchschnittliche Unternehmensgröße, verringert haben (geringere Gesamtzahl an abhängig Beschäftigten bei gleich bleibender Zahl von Unternehmen).

Die nachfolgende Abbildung zeigt, dass es in einigen Teilmärkten der Kulturwirtschaft in den letzten Jahren aufgrund dieser Entwicklung zu deutlichen Verschiebungen gekommen sein muss.

Abbildung 36
Entwicklung der Umsätze und der Zahl an Unternehmen in der Kulturwirtschaft 2000 – 2003
bundesweit

Wirtschaftsgliederung	Umsatz		Veränderung	Zahl der Unternehmen		Veränderung
	2000 in Mio. EUR	2003 in Mio. EUR	2003 zu 2000 in %	2000	2003	2003 zu 2000 in %
Verlagsgewerbe, Tonträgerindustrie	40.918	36.974	-9,6	9.375	9.356	-0,2
Filmwirtschaft mit TV-Produktion	10.000	7.223	-27,8	7.535	8.134	7,9
Rundfunk-/TV-Unternehmen	8.614	7.656	-11,1	751	826	10,0
Darstellende/bildende Künste, Literatur, Musik	5.678	5.558	-2,1	35.008	35.305	0,8
Journalisten-/Nachrichtenbüros	1.667	1.865	11,9	12.441	13.931	12,0
Museumsshops, Kunstausstellungen etc.	432	521	20,4	1.096	1.187	8,3
Einzelhandel Bücher, Zeitschriften etc. (50 %)	3.980	3.791	-4,7	8.191	7.712	-5,8
Architekturbüros	8.275	7.058	-14,7	38.727	36.789	-5,0
Designbüros (Industrie, Grafik, Foto)	3.519	3.059	-13,1	21.007	21.338	1,6
Kulturwirtschaft nach EU	83.083	73.706	-11,3	134.131	134.578	0,3
Anteil Kulturwirtschaft an Gesamtwirtschaft	2,0 %	1,7 %	--	4,6	4,6	
Z. Vgl.: Alle Wirtschaftszweige (A.-O.)	4.152.927	4.248.074	2,3	2.909.150	2.915.482	0,2

Quelle: Söndermann 2005, eigene Zusammenfassung

So verteilt sich der deutlich gesunkene Umsatz in der Film- und TV-Wirtschaft auf eine um fast 8 % gewachsene Unternehmenszahl, was den durchschnittlichen Umsatz pro Unternehmen von 1.327 T€ auf 880 T€, um rund 34 %, sinken lässt. Die Veränderungen bei den Rundfunk- und TV-Unternehmen haben zu einem Umsatzrückgang pro Unternehmen von 11.470 T€ auf 9.269 T€, um 19 %, geführt.

Zusammenfassend ist festzuhalten,

- dass der bereits sehr hohe Anteil an Einpersonenernternehmern und Freiberuflern ohne abhängig Beschäftigte in der Kulturwirtschaft weiter zunimmt und
- sich Neuankömmlinge auf dem Markt offensichtlich mit geringeren Umsätzen abfinden.
- Die durchschnittliche Größe der kulturwirtschaftlichen Unternehmen nimmt in Folge dieser Entwicklung weiter ab und
- der Trend zu immer mehr Kleinst- und Kleinunternehmen auf dem Kulturmarkt verstärkt sich.

3.1.4. Der Qualifikations- und Bildungsstand in der Kulturwirtschaft

Das Qualifikations- und Bildungsniveau ist im Kultursektor insgesamt (der auch die Kulturwirtschaft umfasst) deutlich höher als in anderen Wirtschaftsbereichen. Dies gilt sowohl für Künstler im engen Sinn wie für den Kultursektor insgesamt und die Kulturwirtschaft.

Das Ausbildungsniveau von Musikern, darstellenden Künstlern und bildenden Künstlern ist durchgehend von einem sehr hohen Anteil an Hochschul- und Fachhochschulabsolventen gekennzeichnet (siehe nachfolgende Abbildung).

Abbildung 37
Das Ausbildungsniveau von ausgewählten Künstlern im Jahr 2000

	Musiker		Darstellende Künstler		Bildende Künstler
	Abhängig Beschäftigte	Selbstständige	Abhängig Beschäftigte	Selbstständige	Selbstständige
MÄNNER					
ohne Ausbildung	12,7	25,4	25,0	32,3	23,1
Lehrausbildung	2,8	20,6	18,2	19,3	21,5
Fachhochschulabschluss	38,0	15,9	25,0	3,2	18,5
Hochschulabschluss	46,5	38,1	31,8	45,2	36,9
Gesamt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
FRAUEN					
ohne Ausbildung	16,7	15,0	32,0	43,5	13,6
Lehrausbildung	21,4	10,0	12,0	17,4	25,0
Fachhochschulabschluss	19,0	30,0	24,0	13,0	22,7
Hochschulabschluss	42,8	45,0	32,0	26,1	38,6
Gesamt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Quelle: Haack 2005:9

Eine auf dem Mikrozensus 1995 basierende Erhebung des WZB geht von einer Akademikerquote bei allen Erwerbstätigen im Bundesdurchschnitt von 15 % aus, der eine Akademikerquote von rund 35 % bei den künstlerischen und publizistischen Berufen gegenübersteht.

Die Europäische Union weist in ihrer Studie zur Beschäftigung im Kultursektor im Jahre 2002 europaweit einen durchschnittlichen Anteil von 42 % aller im Kulturbereich Erwerbstätigen mit einem Universitätsabschluss aus. In Deutschland beträgt nach dieser Studie der Anteil an Universitätsabsolventen an den Erwerbstätigen im Kultursektor 39 % gegenüber einem Anteil von 24 % im Durchschnitt aller Erwerbstätiger.

Die Untersuchung der Arbeit in den Hamburger Kreativbranchen gibt einen Überblick über die bundesweite Qualifikationsstruktur der abhängig Beschäftigten kulturwirtschaftlicher Teilmärkte laut Angaben der Bundesanstalt für Arbeit. Der Anteil an Fachhochschul- und Hochschulabsolventen unter den abhängig Beschäftigten ist nach diesen Angaben zwar geringer als unter den Erwerbstätigen insgesamt (abhängig und selbständig Tätige). Die (weit gefasste) Kreativwirtschaft zeichnet sich jedoch auch bei den abhängig Beschäftigten durch ein höheres Bildungsniveau als die Gesamtwirtschaft aus (siehe nachfolgende Abbildung).

Abbildung 38
Die Qualifikationsstruktur der abhängig Beschäftigten in kulturwirtschaftlichen Teilmärkten im Jahr 2002 (bundesweit)

	Keine Angaben	Ohne abgeschl. Berufsausbildung	Abgeschl. Berufsausbildung	Fachhochschul-Abschluss	Universitäts-Abschluss
Presse und Verlagswesen	22	6,3	31,6	4,6	35,5
Film und Rundfunk					
Darstellende Künstler	48,8	3,1	27,4	6,1	14,1
Bühnen-, Bild-, Tontechniker	36,6	5,7	49,1	4,9	3,8
Fotografen, Kameraleute	21,3	6,4	68,1	2,1	2,1
Design	24,2	4,7	50,3	10,9	9,9
Werbung und Multimedia	24,7	4,5	56,2	5,3	9,3
Software/IT	13,3	4,7	46,5	11,5	23,9
Wirtschaft gesamt	12,4	12,8	65,4	3,5	5,9

Quelle: Henninger; Mayer-Ahuja 2005, Zusammenfassung durch die Verf.

Sowohl der Kultursektor insgesamt als auch die Kulturwirtschaft sind also durch ein hohes Bildungs- und Qualifikationsniveau der Erwerbstätigen gekennzeichnet. Dies gilt sowohl für die in der Kulturwirtschaft insgesamt Erwerbstätigen als auch für die in diesem Bereich abhängig Beschäftigten.

Zusammenfassung

Die Einordnung der Kulturwirtschaft in den Kontext der Gesamtwirtschaft ergibt folgendes Gesamtbild:

- Die Kulturwirtschaft hat auch in ihrer engen Fassung eine signifikante wirtschaftliche Bedeutung. Dabei gibt es von Bundesland zu Bundesland Schwankungen. Am stärksten ausgeprägt ist die Kulturwirtschaft in den großen Städten, wie Hamburg und Berlin.
- Nach vielen Jahren eines deutlich über dem gesamtwirtschaftlichen Durchschnitt liegenden Wachstums haben in den letzten drei Jahren die Umsätze und die Zahl der abhängig Beschäftigten in der Kulturwirtschaft erstmals wieder abgenommen. Bislang wurde der Rückgang bei den abhängig Beschäftigten durch die nach wie vor starke Zunahme der Selbständigen mehr als kompensiert, deren Anteil in der Kulturwirtschaft mehr als vier Mal so hoch ist wie in der Gesamtwirtschaft. Die Zahl der in der Kulturwirtschaft Erwerbstätigen ist somit über die letzten Jahre insgesamt annähernd gleich geblieben.
- Die Zahl der Unternehmen ist bundesweit trotz der Umsatzrückgänge und des Rückgangs der abhängig Beschäftigten gleich geblieben. Dies hat zu einer Abnahme der Umsätze je Unternehmen und einer weiteren Reduktion der bereits sehr geringen Unternehmensgrößen in der Kulturwirtschaft geführt.
- Die Künstler und Angehörigen künstlerischer Berufe verfügen ebenso wie die in der Kulturwirtschaft Erwerbstätigen über ein deutlich höheres Ausbildungs- und Qualifi-

zierungsniveau als die Erwerbstätigen in der restlichen Wirtschaft. Der Anteil an Erwerbstätigen mit Hochschul- oder Fachhochschulabschluss im Kultursektor beträgt ein Mehrfaches des Anteils in der Erwerbsbevölkerung insgesamt.

- Trotzdem verdienen Künstler und Angehörige künstlerischer Berufe im Schnitt wesentlich weniger als Erwerbstätige mit vergleichbaren Qualifikationen in anderen Wirtschaftsbereichen. Wenn die Selbstauskünfte stimmen, dann liegen die Einkünfte der bei der Künstlersozialkasse versicherten Selbständigen und freiberuflichen Künstler mit durchschnittlich rund 11.000 € im Jahr auf einem sehr niedrigen Niveau. Umsatzzahlen von kulturwirtschaftlich Selbständigen zeigen ein ähnliches Bild.

Exkurs: Die Film- und Fernsehwirtschaft i.e.S. 1998 - 2005

Die Enquete-Kommission erwartet sich vom vorliegenden Gutachten unter anderem die „Einbeziehung vorhandener empirischer Eckdaten beispielhafter Branchen nach Aspekten der Umsatzentwicklung, Unternehmensspektren (inhaltlich, strukturell, rechtlich), Beschäftigungspotenzialen und Besonderheiten der jeweiligen Branche im Bundesmaßstab und regionale Spezifika. Dabei ist zu kennzeichnen, durch welche Akteure (Unternehmenstypen) die Kulturwirtschaft maßgeblich getragen wird“ (*vgl. Leistungsbeschreibung der Enquete-Kommission für das vorliegende Gutachten, K-Drs. 15/355a:3*).

In den vorangegangenen Kapitel wurde gezeigt, mit welchen Schwierigkeiten die Darstellung von Kulturwirtschaft im Ganzen und ihrer Teilmärkte und Teilbereiche verbunden ist, und dass dies zu einem guten Teil der nicht ausreichenden Differenzierung des statistischen Materials geschuldet ist.

Davon ist auch ihr am besten dokumentierter Teilbereich, die Film- und Fernsehwirtschaft, betroffen, dessen Beispiel insofern gut dafür geeignet ist, einen Eindruck darüber zu vermitteln, welche Erkenntnisse zur Lage und Entwicklung kulturwirtschaftlicher Teilmärkte aus den derzeit verfügbaren Daten abgeleitet werden können, und welche Grenzen einer Detailanalyse derzeit gesetzt sind.

Die Darstellung beschränkt sich auf die in der Umsatzsteuerstatistik unter dem Wirtschaftszweig 92 geführte Film- und Fernsehwirtschaft im engeren Sinn⁸, die den Kern der Branche ausmacht und über die Umsatzsteuerstatistik hinaus statistisch umfang-

⁸ Film- und Videoherstellung, Filmverleih- und Videoprogrammanbieter, Kinos, Rundfunkveranstalter, Herstellung von Rundfunkprogrammen, Selbständige Film- und Hörfunkkünstler.

reicher und klarer abgegrenzt erfasst ist als die Film- und Fernsehbranche im weiteren Sinn⁹.

Als Betrachtungszeitraum wurden die Jahre 1998 - 2005 abgesteckt. Für diesen Zeitraum wurden als aussagekräftige Datenquellen identifiziert:

- Die filmstatistischen Jahrbücher der Spitzenorganisation der Filmwirtschaft.
- Die Studie „Film- und Fernsehbranche in Deutschland 2000/2001“ des Deutschen Instituts für Wirtschaftsforschung (im Auftrag der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten).
- Die Informationsschriften und Statistiken der Filmförderungsanstalt.
- Die Studien „Filmbarometer 2006“ und „Film- und Fernsehbranche: Standorte mit Zukunft? – Berlin, Hamburg, Köln und München im Vergleich“ der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Ernst & Young.
- Die Kulturwirtschaftsberichte des Landes Berlin 2005, des Landes Hessen 2004 und 2005 und des Landes Schleswig-Holstein 2004.

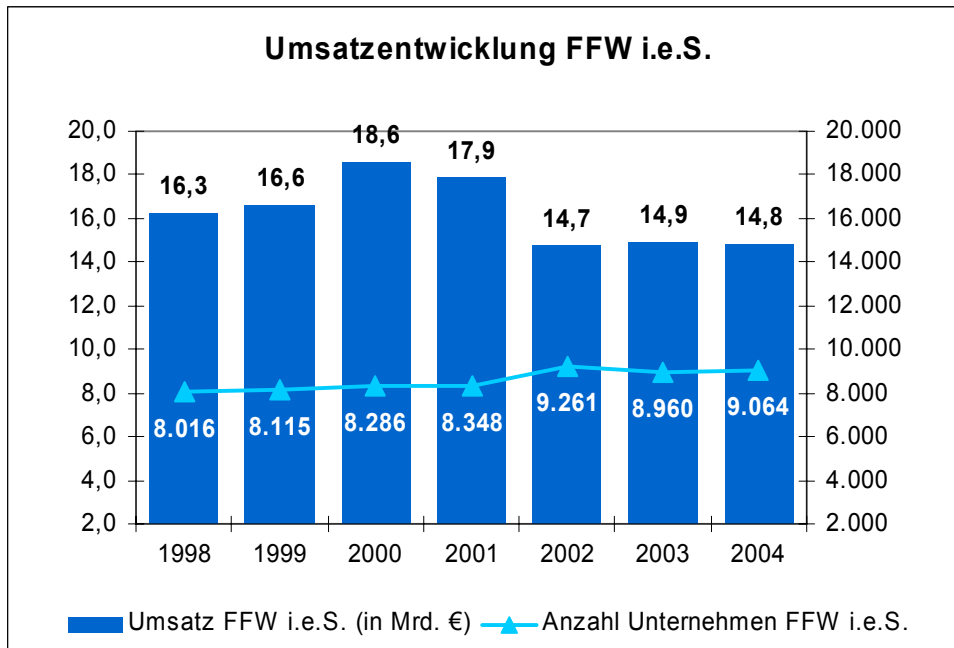
Umsatzentwicklung

Die Umsatzentwicklung der Film- und Fernsehbranche im engeren Sinne (Wirtschaftszweig 92, im Folgenden „FFW i.e.S.“ oder „WZ 92“)¹⁰ in Deutschland hat sich nach deutlichen Einbußen in den Jahren 2001 und 2002 zuletzt gefangen. Der Ausgangswert von 1998 wurde jedoch noch nicht wieder erreicht. Parallel ist der Umsatzanteil der Branche an der deutschen Kulturwirtschaft von ca. 22,4 % auf 20,2 % gesunken¹¹. Die Anzahl der Unternehmen der FFW i.e.S. ist indes gerade in der Phase des Umsatzrückgangs gestiegen und hat sich zuletzt bei 9.000 eingependelt. Grund für diesen gegenläufigen Trend ist vermutlich die allgemeine Zeitverzögerung von Unternehmensgründungen gegenüber der Marktentwicklung.

⁹ Vervielfältigung von bespielten Bildträgern, Vervielfältigung von bespielten Datenträgern, Herstellung von unbespielten Ton-, Bild- und Datenträgern, Herstellung von Unterhaltungselektronik, Herstellung Projektions- und Kinogeräten, Einzelhandel mit Geräten der Unterhaltungselektronik, Videotheken.

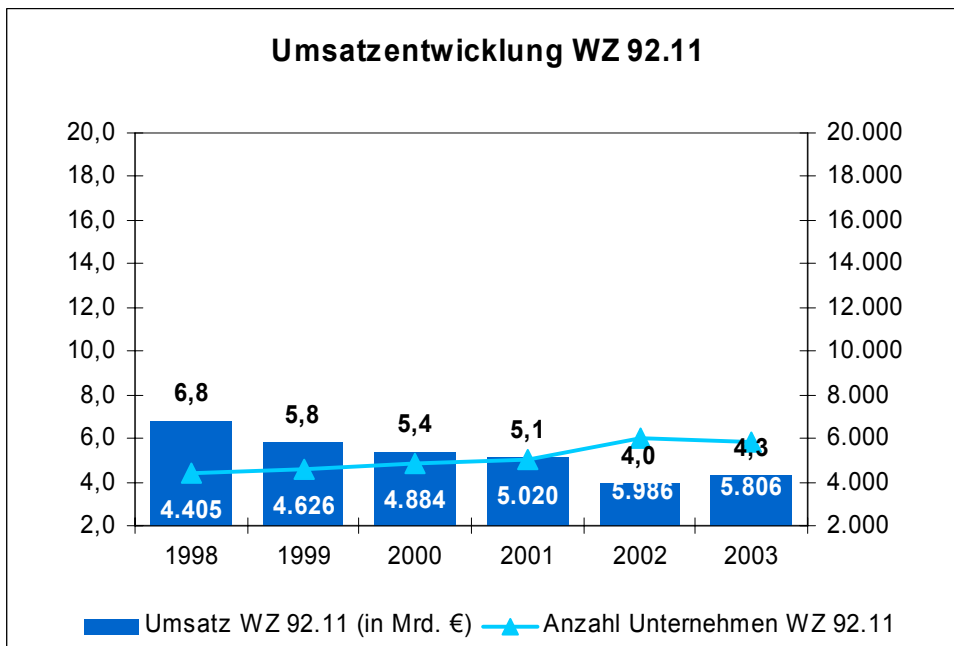
¹⁰ Der Systematik des Kulturwirtschaftsberichts Berlin 2005 folgend, allerdings ohne WZ 92317 „Selbständige Film- und Hörfunkkünstler (anteilig)“, da die zu Grunde gelegten Daten aus den filmstatistischen Jahrbüchern diesen nicht berücksichtigen.

¹¹ Laut dem Büro für Kulturpolitik und Kulturwirtschaft Bernd Fesel



Datenquelle: Studien Ernst & Young, eig. Darstellung

Im produktiven Kernbereich der Film- und Fernsehwirtschaft, dem Wirtschaftszweig 92.11 (Film- und Videofilmherstellung) dauerte der Negativtrend in der Umsatzentwicklung länger an und hat sich erst 2003 gefangen. Jüngere Daten werden auch im filmstatistischen Jahrbuch 2005 nicht aufgeführt. Die Anzahl der Unternehmen ist erst in 2003 nach längerem Anstieg leicht zurückgegangen. Im Ergebnis ist der Umsatz pro Unternehmen um mehr als die Hälfte zurückgegangen.

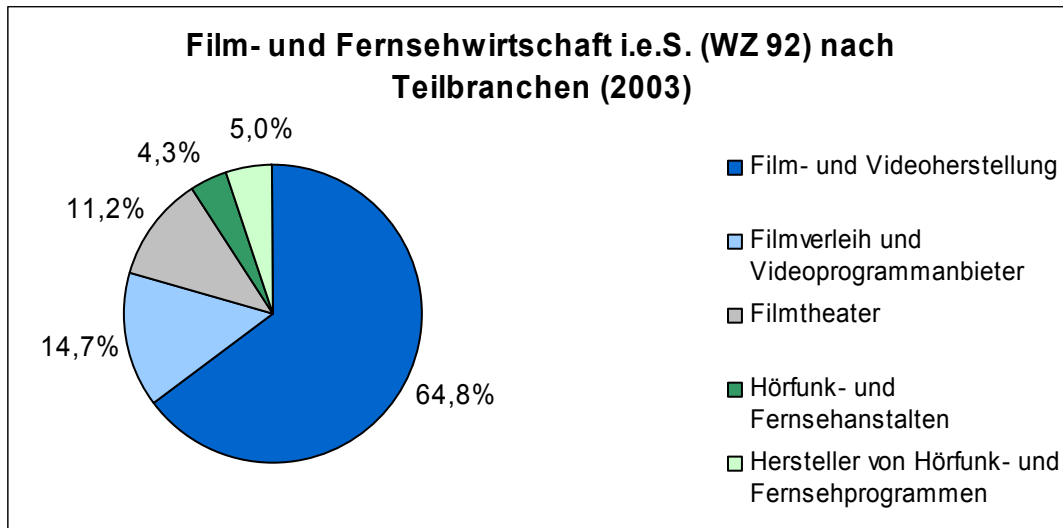


Datenquelle: Studien Ernst & Young, eig. Darstellung

Unternehmensspektren

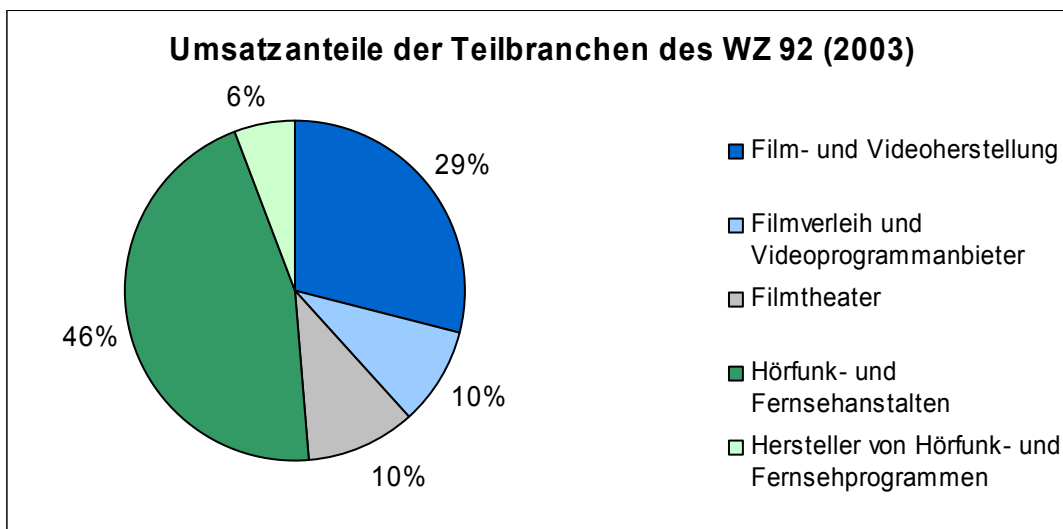
In den Teilbranchen des WZ 92

Auf Ebene des WZ 92 erlaubt die Datenlage für die Jahre 1999 - 2003 einen guten und lückenlosen Aufschluss über die Branche. Die FFW i.e.S. unterteilt sich in fünf Teilbranchen, von denen der produktive Kernbereich der Film- und Videoherstellung, gemessen an der Anzahl der Unternehmen, den mit Abstand größten Anteil ausmacht.



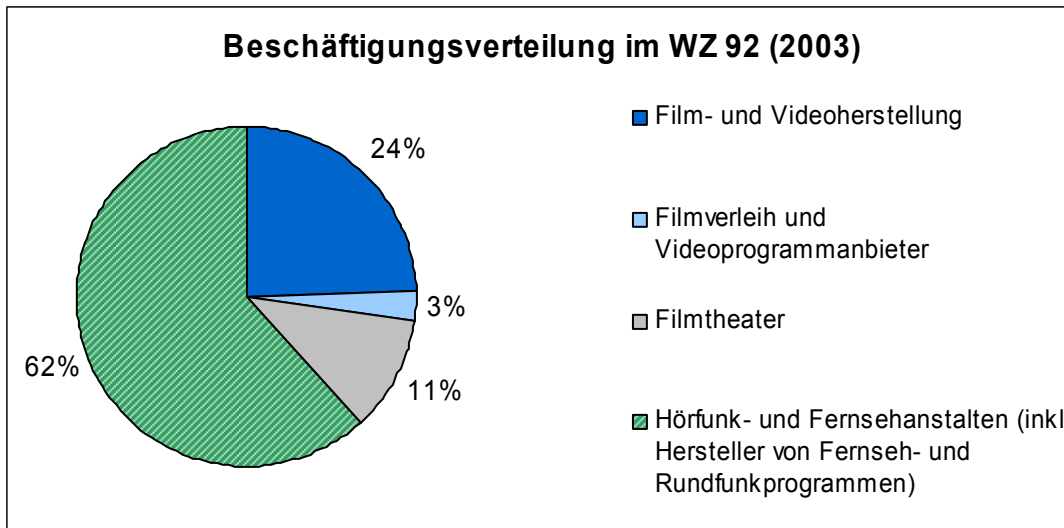
Datenquelle: Filmstatistisches Jahrbuch 2005, eig. Darstellung

Gemessen am Umsatz haben die Hörfunk- und Fernsehveranstalter das größte Gewicht. Durchschnittlich erzielte ein Unternehmen hier 2003 einen Umsatz von rund 17,8 Mio €, ein Unternehmen der Film- und Videoherstellung von nur rund 739 T€.



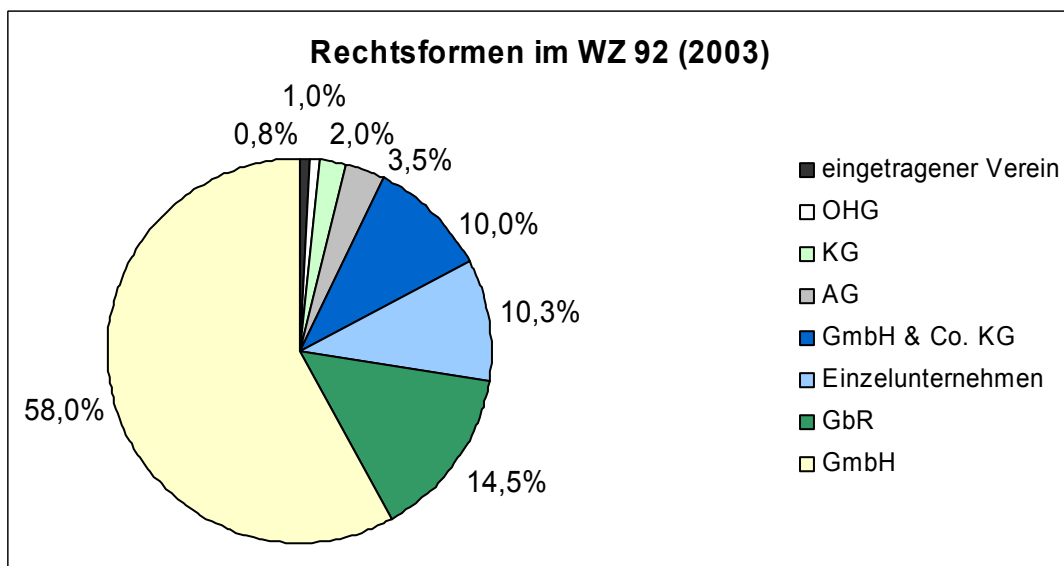
Quelle: Filmstatistisches Jahrbuch 2005, eig. Darstellung

Noch größer ist der Beschäftigtenanteil der Hörfunk- und Fernsehanstalten. 2003 waren 62 % aller in der Branche sozialversicherungspflichtigen Beschäftigten bei nur 9,3 % der Unternehmen des WZ 92 beschäftigt. Anders als bei der Unternehmensanzahl und dem Umsatz der jeweiligen Teilbranchen des WZ 92 fasst das filmstatistische Jahrbuch bei den Beschäftigten die der Hörfunk- und Fernsehanstalten und der Hersteller von Fernseh- und Rundfunkprogrammen zusammen.



Datenquelle: Filmstatistisches Jahrbuch 2005, eig. Darstellung

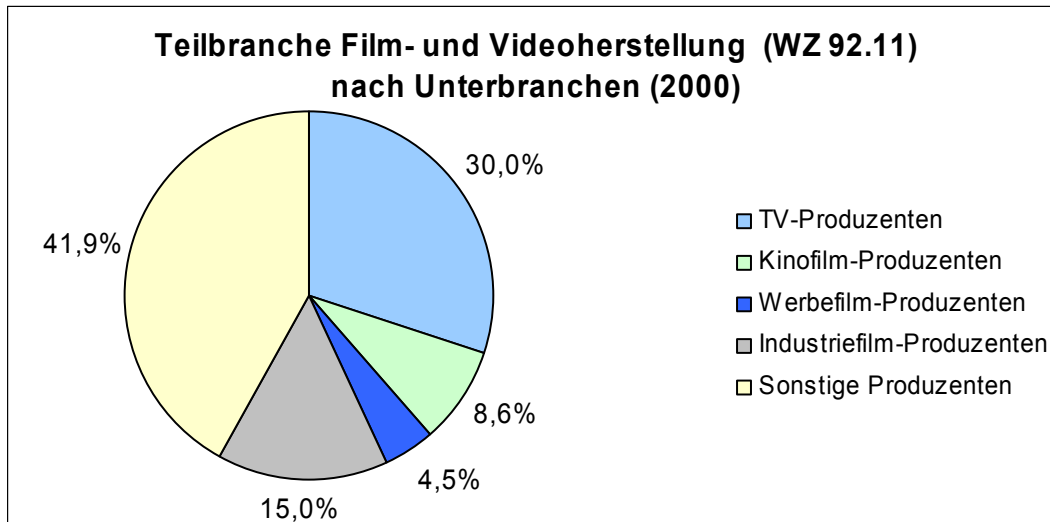
Bei der rechtlichen Struktur der Unternehmen des WZ 92 herrscht die GmbH als Rechtsform deutlich vor. Bis zum eingetragenen Verein sind alle wichtigen Unternehmensrechtsformen vertreten. Die Rechtsformen sind bisher erst einmal im Zuge einer Studie der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Ernst & Young erhoben worden.



Quelle: Studie „Film- und Fernsehbranche: Standorte mit Zukunft?“ – Berlin, Hamburg, Köln und München im Vergleich“ von Ernst & Young, eig. Darstellung

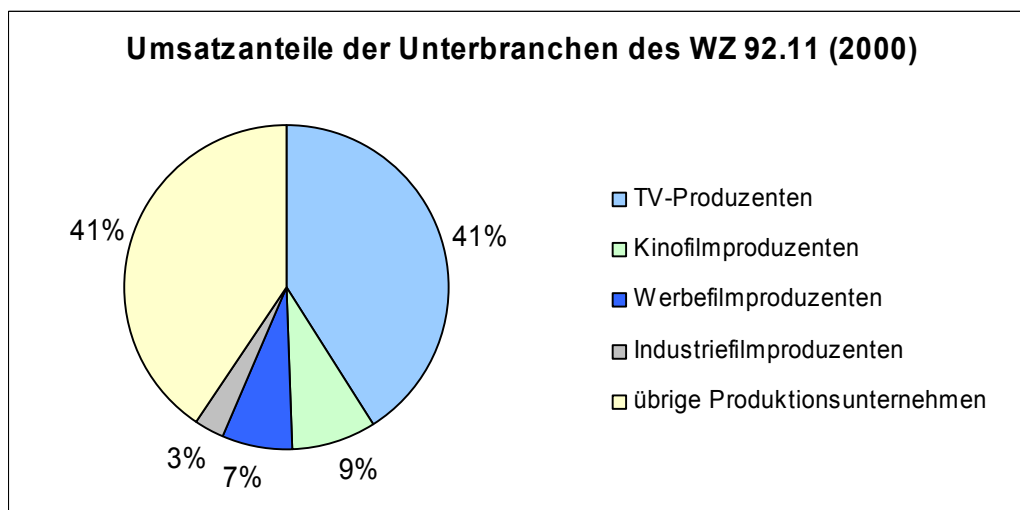
In den Unterbranchen des WZ 92.11

Auf Ebene der einzelnen Teilbranchen des WZ 92 wird die Datenlage lückenhaft. Umfassend untersucht ist die Teilbranche WZ 92.11. Die letzte detaillierte Untersuchung liegt allerdings schon fünf Jahre zurück¹² und geht von einer geringfügig anderen Branchenabgrenzung aus als die filmstatistischen Jahrbücher mit ihren Eckdaten¹³.



Datenquelle: DIW-Studie, eig. Darstellung

Anders als auf der übergeordneten Ebene des WZ 92 deckte sich die Verteilung nach Unternehmenszahl und nach Umsatzanteil in 2000 weitgehend. Die höchste relative Umsatzleistung erbrachten die Werbefilm-, gefolgt von den TV- und den Kinofilm-Produzenten. Die Umsatzleistung der Industriefilm-Produzenten war viel geringer.

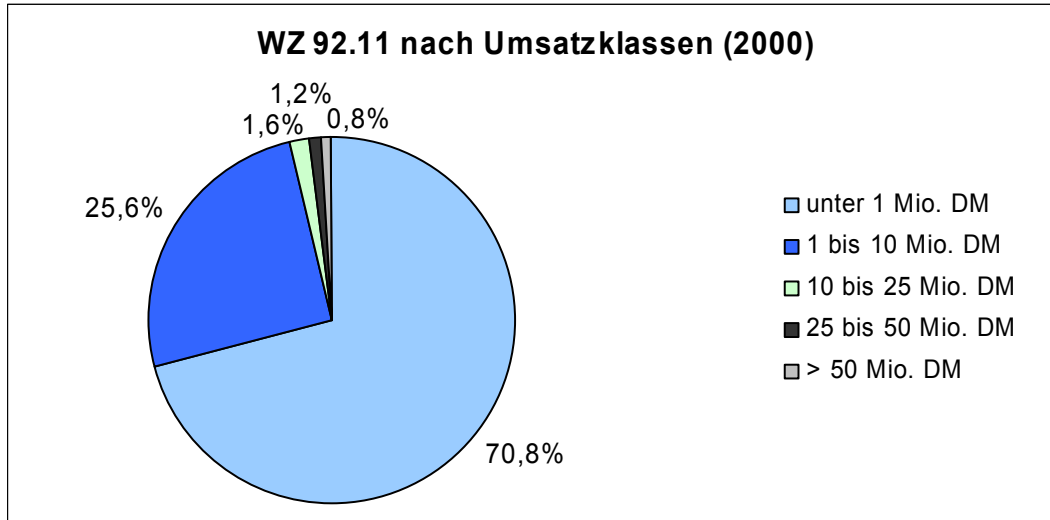


Datenquelle: DIW-Studie, eig. Darstellung

¹² „Film- und Fernsehwirtschaft in Deutschland 200/2001“ des DIW

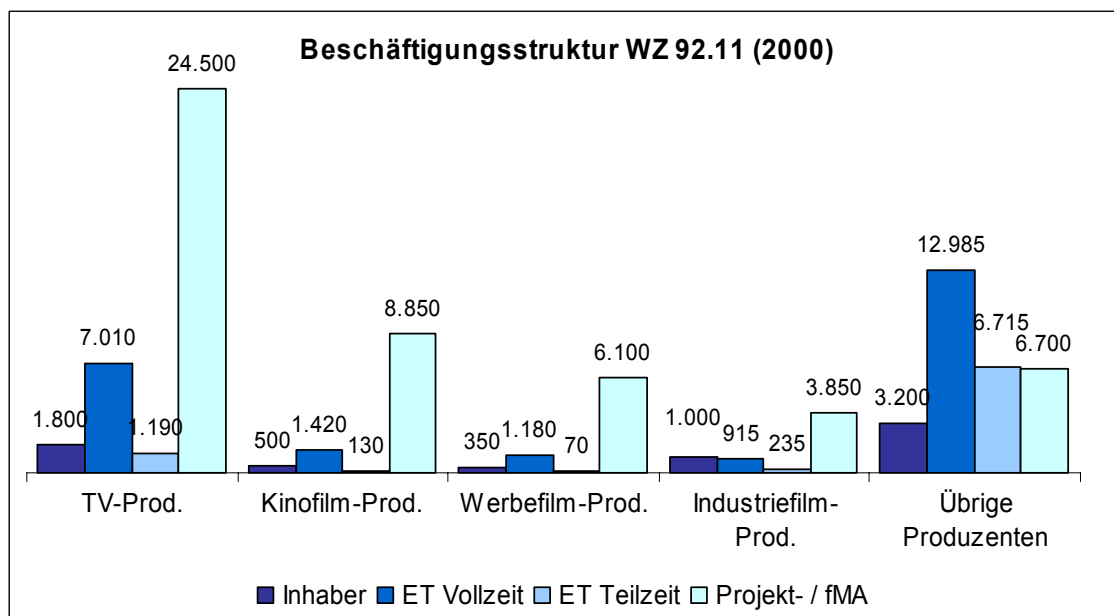
¹³ 5.275 statt 4.884 Unternehmen

Zusammen erwirtschafteten die Unternehmen der Teilbranche Film- und Videofilmherstellung im Jahr 2000 rund 5,36 Mrd. €, pro Unternehmen durchschnittlich 1,1 Mio. € bzw. 2,15 Mio. DM Umsatz. Über zwei Drittel der Unternehmen blieb allerdings unter einer Million DM, in der Teilbranche sind nur wenige größere Unternehmen tätig.



Datenquelle: DIW-Studie, eig. Darstellung

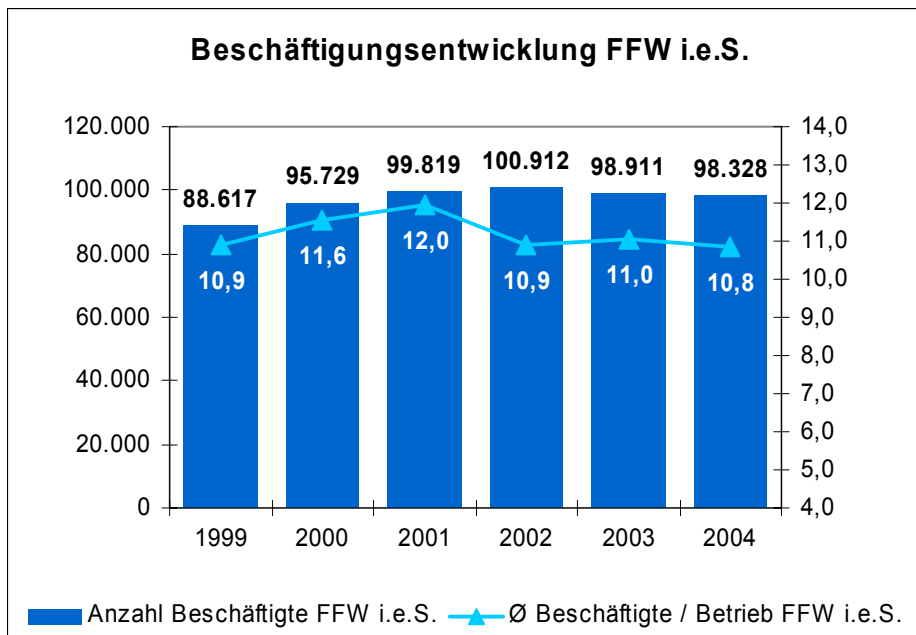
Alle Unterbranchen arbeiten mit einem sehr hohen Anteil an projektbezogenen oder freien Mitarbeitern. Bei den TV-Produzenten betrug er im Jahr 2000 rund 71 %, bei den Werbefilm-Produzenten 79 % und bei den Kinofilm-Produzenten sogar 81 %. Auffallend ist der z.T. hohe Inhaberanteil.



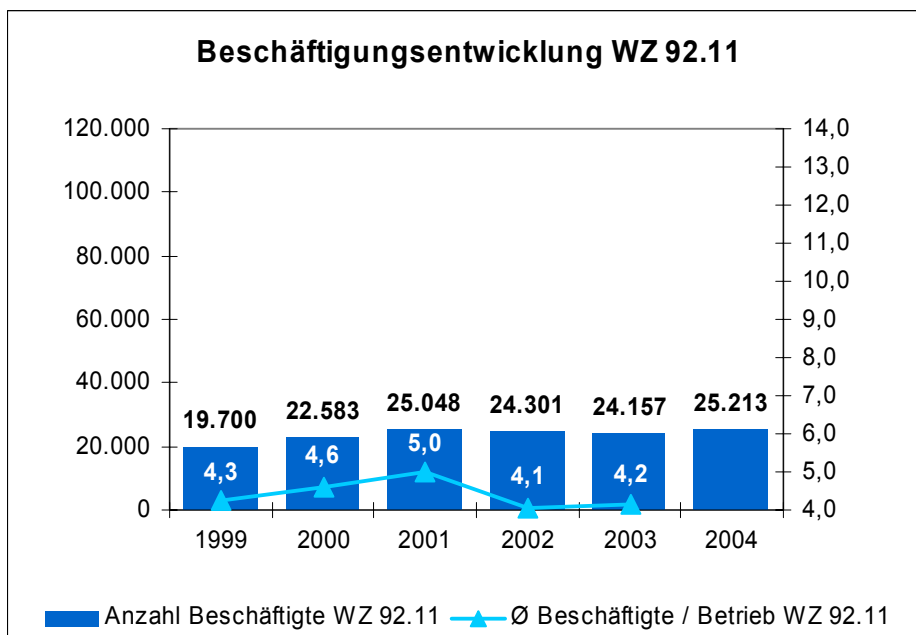
Datenquelle: DIW-Studie, eig. Darstellung; „ET“ = Erwerbstätige; Summen Inhaber = 6.850, ET Vollzeit = 23.510, ET Teilzeit 8.340, Projektbezogene und freie Mitarbeiter = 50.000

Beschäftigungspotenziale

Die Beschäftigungszahlen werden erst ab dem Jahr 1999 in den filmstatistischen Jahrbüchern geführt. Erfasst werden nur die sozialversicherungspflichtig Beschäftigten, was der Systematik nach den Vollzeit-Erwerbstätigen in der vorhergehenden Grafik entspricht. Wie die Anzahl der Unternehmen ist auch das Beschäftigungsniveau in der Branche erst mit Verzögerung der Marktverschlechterung 2001 und 2002 gefolgt.



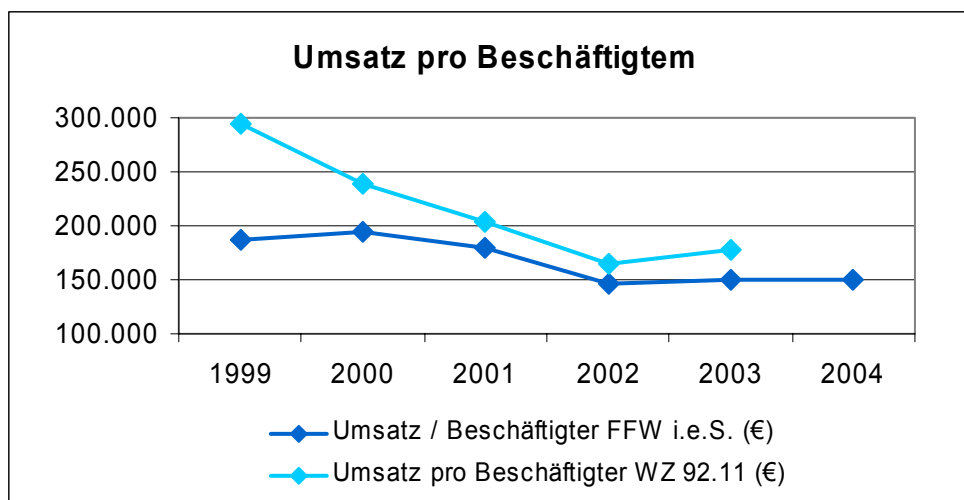
Datenquelle: Filmstatistisches Jahrbuch 2005, eig. Berechnung und Darstellung



Datenquelle: Filmstatistisches Jahrbuch 2005, eig. Berechnung und Darstellung

Im WZ 92.11 war die Beschäftigungsentwicklung vergleichbar mit der der FFW i.e.S. insgesamt. Für 2004 wurde in den Quellen die Anzahl der Betriebe noch nicht geführt, weshalb die Kennzahl „Beschäftigte pro Betrieb“ nicht gebildet werden kann. Bemerkenswert ist, dass hier wiederum die Zahlen des zu Grunde liegenden filmstatistischen Jahrbuchs und die Zahlen der DIW-Studie für 2000 voneinander abweichen (siehe vorige Grafik): Während letztere 23.510 Vollzeit-Erwerbstätige zählt, sind es in ersterer nur 22.583. Zählt man die in der DIW-Studie aufgeführten 8.340 Teilzeit-Erwerbstätigen dazu, beträgt die Abweichung sogar 9.267 Beschäftigte.

Der Umsatz pro Beschäftigten ist sowohl in der Film- und Fernsehbranche insgesamt als auch in der Film- und Videoherstellung von spätestens 2000 bis 2002 massiv zurückgegangen und bewegt sich seitdem auf dem niedrigeren Niveau.



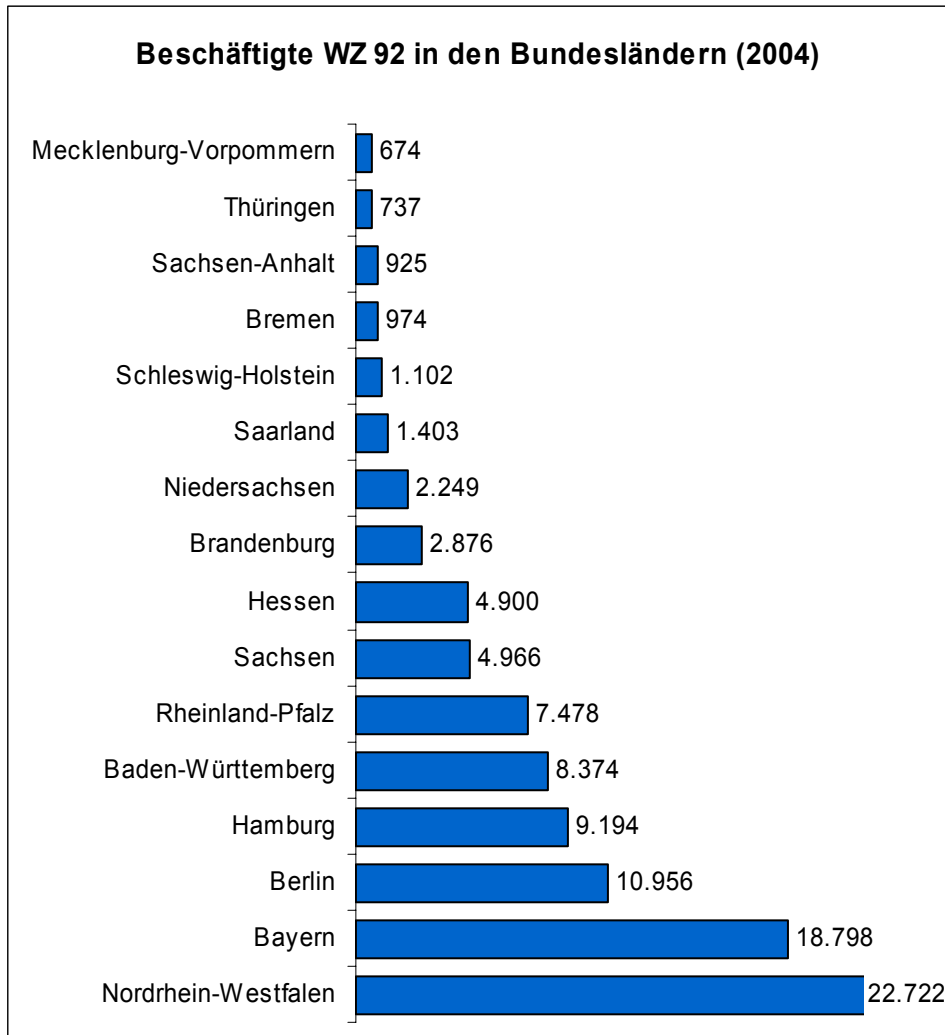
Datenquelle: Filmstatistisches Jahrbuch 2005, eig. Darstellung

Besonderheiten im Bundesmaßstab und regionale Spezifika

Im Bundesmaßstab gibt es zwischen den Bundesländern erhebliche Unterschiede im Umfang der Film- und Fernsehbranche. Hier liefern die filmstatistischen Jahrbücher seit dem Jahrgang 2003 die Beschäftigtenzahlen (Stichtag 30.06.2002) für den WZ 92 und seine Teilbranchen. Ein Vergleich der Umsätze der FFW i.e.S. zwischen Bundesländern ist hingegen aus den zugrunde gelegten Quellen nicht möglich und würde eine originäre Zusammenstellung von Daten des statistischen Bundesamts erfordern.

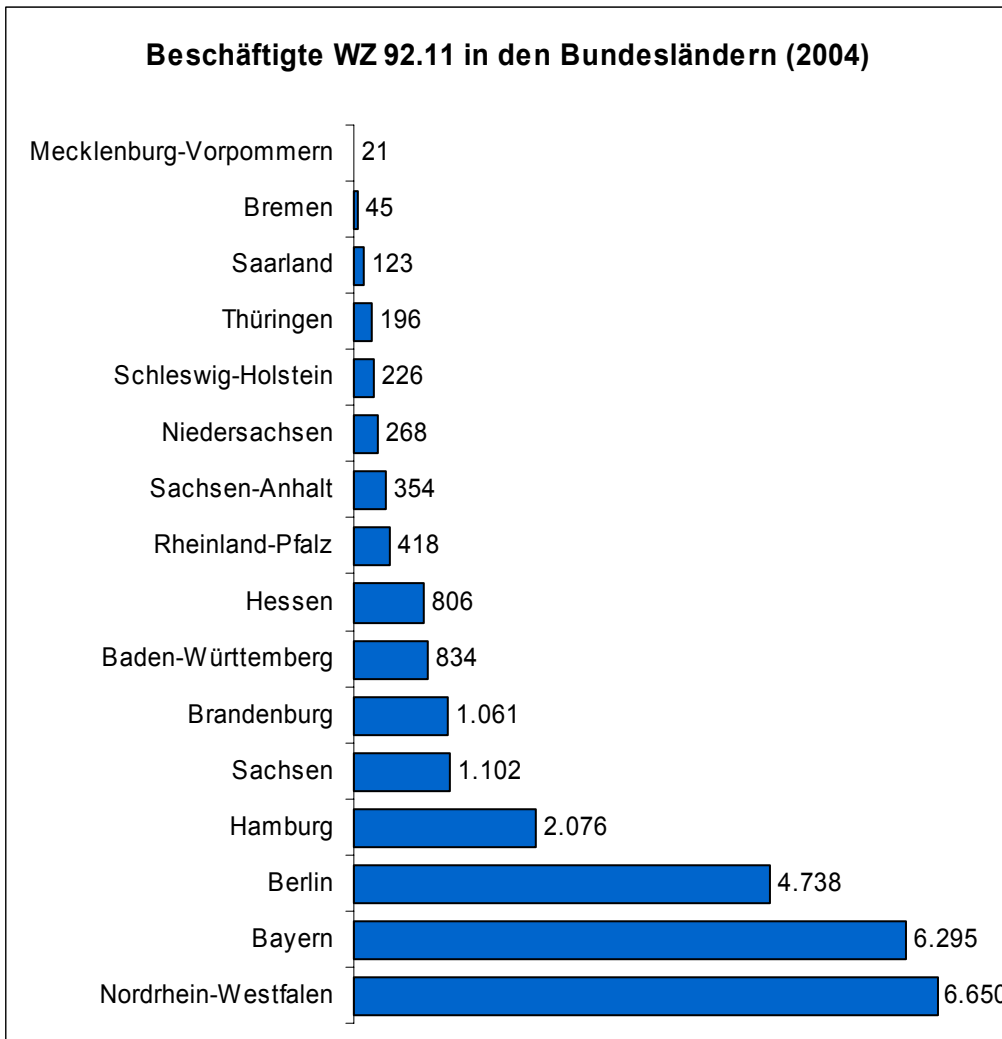
Eine Einordnung der wirtschaftlichen Bedeutung der Branche für die Bundesländer kann hingegen aus dem 1. Hessischen Kulturwirtschaftsbericht für das Jahr 2000 entnommen werden (s. *ebenda*, Abb. 21, Seite 170), der allerdings die Film- und Fernsehbranche im weiteren Sinn betrachtet. Danach ist diese in Bayern mit 41,1 % Anteil am Gesamtumsatz der Kulturwirtschaft, in Brandenburg mit 30,3 % und in Schleswig-Holstein mit 25,2 % am wichtigsten. Der Schnitt für Deutschland liegt bei 22,9 %. Von

diesen Werten kann aber eben nicht auf die wirtschaftliche Bedeutung der Film- und Fernsehwirtschaft einzelner Länder in Deutschland geschlossen werden. Im Bundesmaßstab geben Nordrhein-Westfalen, Bayern, Berlin und Hamburg mit den vier wichtigsten Branchenzentren Köln, München, Berlin und Hamburg den Ton an, was sich in den Beschäftigungszahlen und der Anzahl der Unternehmen wie folgt zeigt:

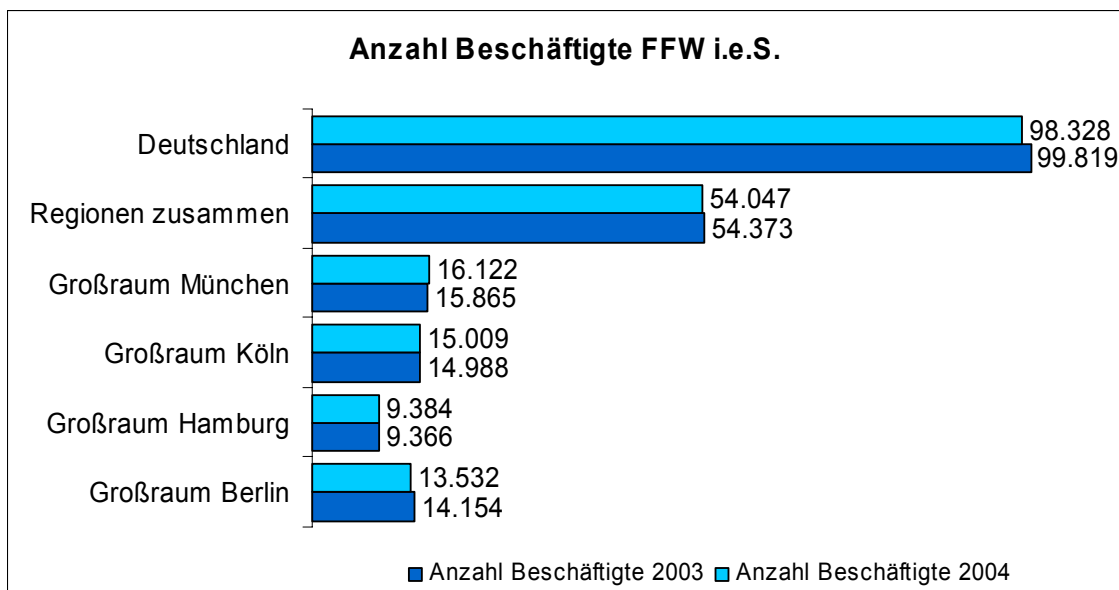


Datenquelle: Filmstatistisches Jahrbuch 2005, eig. Darstellung

Im WZ 92.11 (Film- und Videoherstellung) ist die Reihenfolge nur wenig anders. Hier rücken Sachsen mit dem Zentrum Leipzig und Brandenburg mit Potsdam und dem Berliner Umland auf.



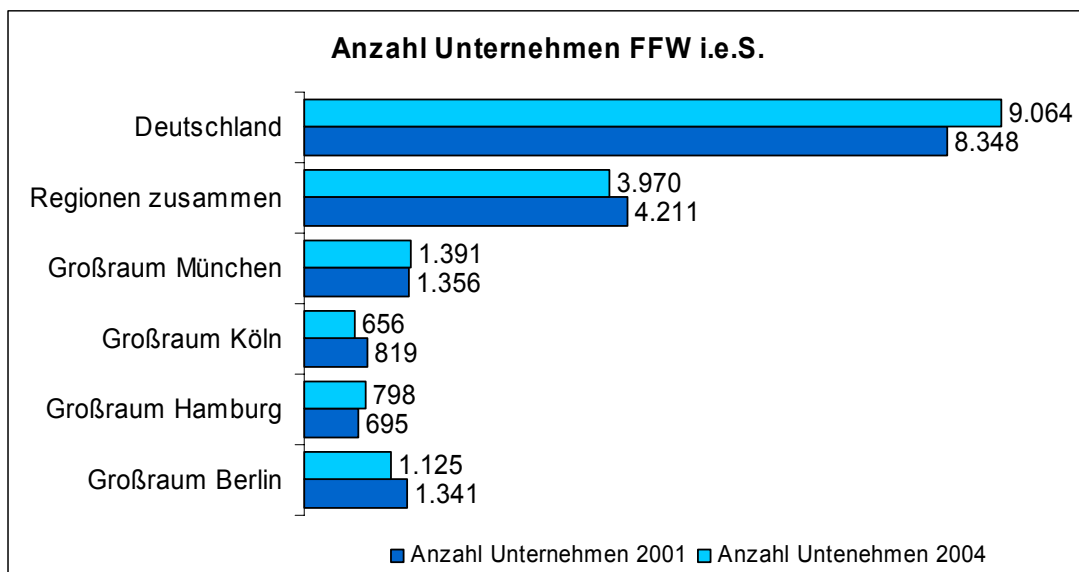
Datenquelle: Filmstatistisches Jahrbuch 2005, eig. Darstellung



Datenquelle: Ernst & Young-Studie „Filmbarometer 2006“, eig. Darstellung

In den vier Regionen bzw. Großräumen arbeiten im Schnitt der beiden Betrachtungsjahre 2003 und 2004 rund 55 % aller sozialversicherungspflichtig Beschäftigten der FFW i.e.S., wobei München die Rangfolge anführt, gefolgt von Köln, Berlin und Hamburg. In Nordrhein-Westfalen fällt das Gewicht Kölns mit rund 67 %, in Bayern das Münchens mit rund 85 % aus. Die Großräume Hamburg und Berlin reichen geringfügig über die jeweiligen Landesgrenzen hinaus. Für frühere Jahre liegen keine Daten vor.

Bei der Verteilung der Unternehmen sind die Großräume ähnlich gewichtig, nur lautet die Rangfolge hier München, Berlin, Hamburg, Köln.

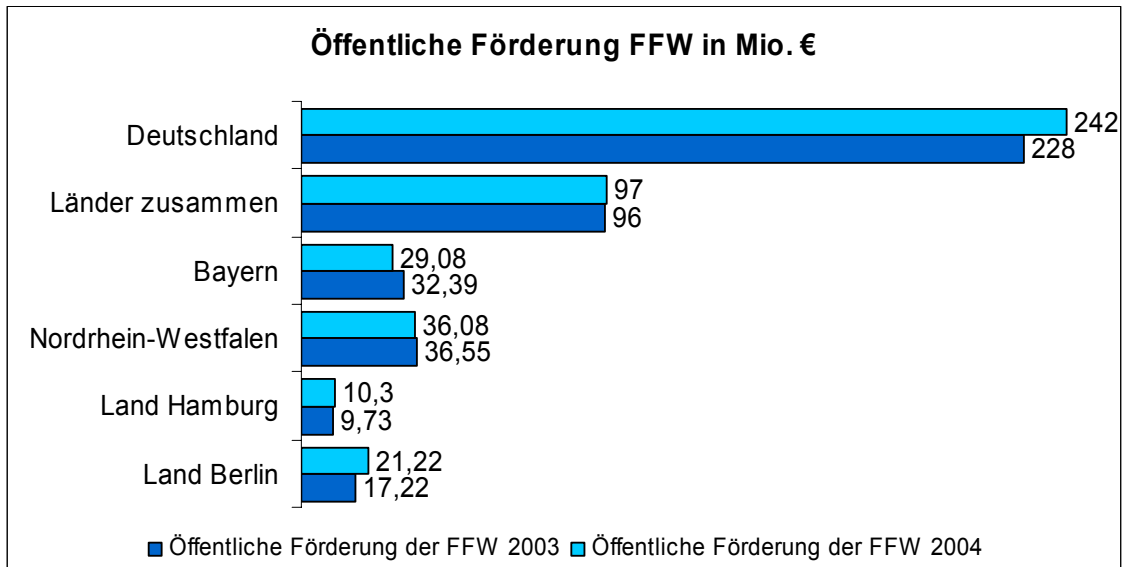


Datenquelle: Studien Ernst & Young, eig. Darstellung; der von Ernst & Young mit nur 356 für den Großraum München für 2001 angegebene Wert weicht unverhältnismäßig von allen anderen Werten ab, so dass ein Zahlenfehler angenommen und der Wert auf 1.356 korrigiert wurde.

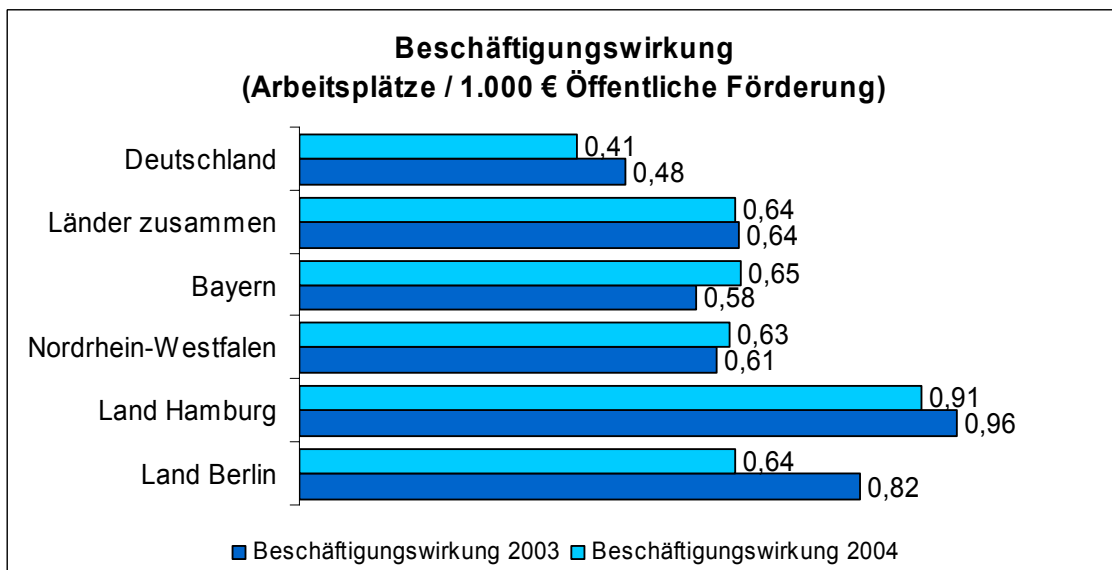
Öffentliche Förderung und Förderwirkung

Nicht explizit im Auftrag gefordert, jedoch im Rahmen der vorliegenden Untersuchung sinnvoll und aufschlussreich ist die Betrachtung der öffentlichen Förderung der Film- und Fernsehbranche in Deutschland. Wir haben versucht, auf Grundlage der vorhandenen Daten Kennzahlen zu bilden, die Aussagen zur Wirksamkeit der Förderung erlauben. Aufgrund von Abgrenzungsproblemen ist dies derzeit jedoch kaum möglich. Übrig geblieben ist die Kennzahl „Beschäftigungswirkung“, die beschreibt, wie viele Arbeitsplätze je 1.000 € Förderung unterstützt werden. Dabei fällt auf, dass in den vier für die Branche wichtigsten Bundesländern (für die städtischen Großräume konnten keine entsprechenden Daten generiert werden) gegenüber dem Bundesdurchschnitt deutlich mehr Arbeitsplätze durch die öffentliche Förderung in ihrer Entstehung oder ihrem Fortbestand begünstigt werden. Anders ausgedrückt: Mit vergleichsweise geringerer Förderung wird ein größerer Effekt erzielt. Bei der Untersuchung der Besucher-

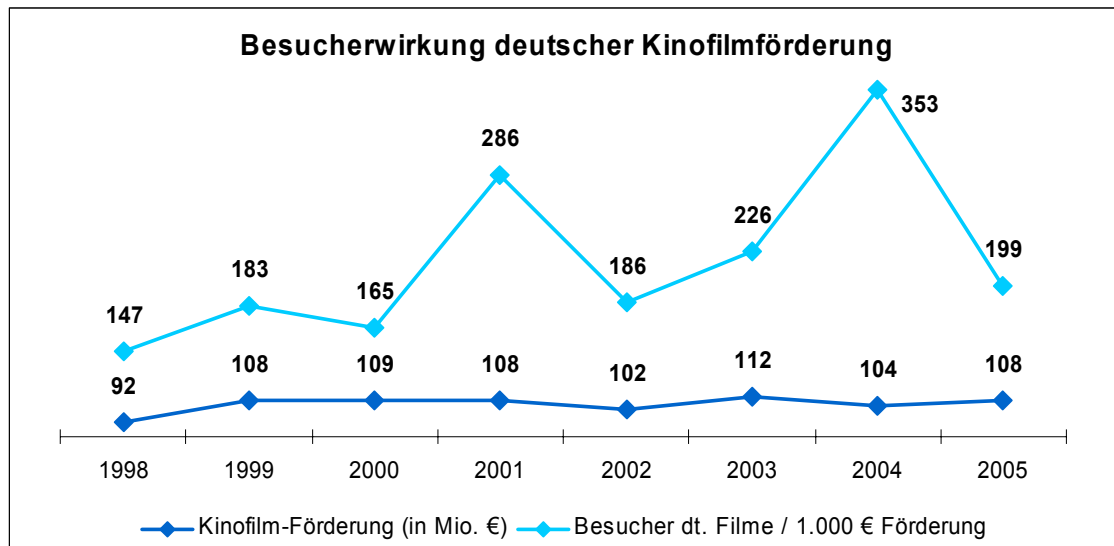
wirkung bei Kinofilmen konnte kein Wirkungszusammenhang zwischen der Kinofilmförderung und dem Besuchervolumen an deutschen Kinos festgestellt werden.



Datenquelle: FFA, eig. Darstellung



Datenquelle: FFA, eig. Berechnung und Darstellung



Datenquelle: FFA, eig. Berechnung und Darstellung

Dieser Exkurs zur Film- und Fernsehwirtschaft entspricht, wie einleitend festgestellt, in seiner Aussagefähigkeit heute üblichen Kulturwirtschaftsberichten. Er verschafft einen guten Überblick über den gesamten Teilmarkt und seine Entwicklung im Zeitablauf. Er ist allerdings zu wenig differenziert, um daraus Hinweise auf notwendiges oder wünschenswertes politisches Handeln abzuleiten. Um der politischen Planung solche Hinweise liefern zu können, müsste das Material anders aufbereitet und in veränderter Weise den relevanten Wertschöpfungsketten und -stufen zugeordnet werden. Dass dies möglich ist und angestrebt werden sollte, wurde im Kapitel 2 ausführlich dargestellt.

4. Kulturwirtschaft im Kontext der politischen Planung

Ging es bislang um die Definition von Kulturwirtschaft und ihre Einordnung in den gesamtwirtschaftlichen Kontext, wollen wir im vorliegenden Kapitel den Folgen nachgehen, die sich aus den bisherigen Erkenntnissen für die politische Praxis ergeben (können). Dies vor dem Hintergrund, dass das Interesse an der Kulturwirtschaft in den letzten Jahren deutlich zugenommen hat. Kulturwirtschaftsberichte und die wissenschaftliche Literatur haben seit Beginn der 1990er Jahre auf die hohe Dynamik der Kulturwirtschaft hingewiesen. Damit wurde die Hoffnung genährt, dass Kulturwirtschaft dazu beitragen könne, die Folgen des Rückgangs und des teilweisen Verschwindens traditioneller Wirtschaftsbereiche mit dem Ende des industriellen Zeitalters zu mildern.

Kulturwirtschaft scheint die Möglichkeit der – zumindest teilweisen – Substitution von materieller Güterproduktion durch die Produktion symbolischer Güter zu bestätigen. Zeitgleich mit der zunehmenden Verlagerung der industriellen Fertigung vieler materieller Güter in Länder mit geringen Produktionskosten nimmt die Bedeutung von Gütern und Leistungen stetig zu, die ihren ökonomischen Wert aus ihrem kulturellen Wert ableiten. Kreativität, Kommunikation, Content, Convergence sind die Schlagworte, die den Weg in eine mögliche prosperierende Zukunft jenseits des industriellen Zeitalters zu weisen scheinen. Im Gegensatz zur Massenfertigung industrieller Güter läuft die Produktion dieser Güter und Leistungen auch unter den Bedingungen der Globalisierung nicht Gefahr, ausgelagert zu werden. Wettbewerbsvorteile leiten sich in der Welt dieser überwiegend immateriellen Güter und Leistungen nicht mehr aus den geringeren Produktionskosten ab, sondern aus ihrem symbolischen Gehalt und dem daraus abgeleiteten Konsumentennutzen.

Das wachsende Augenmerk auf die Kulturwirtschaft lässt sich auf eine einfache Rechnung zurückführen: Je stärker der Anteil der unter dem Sammelbegriff Kulturwirtschaft erfassten Branchen an der Gesamtwirtschaft ist, umso besser wird man Rückgänge in traditionellen Wirtschaftsbereichen abfedern bzw. ausgleichen können. In welchem Ausmaß sich die Erwartungen in die quantitativen Effekte einer Zunahme der Kulturwirtschaft bewahrheiten werden, ist abzuwarten. Klar ist – und das haben die bisherigen Untersuchungen zur Kulturwirtschaft übereinstimmend belegt – dass sie geeignet ist, einen Teil des Rückgangs der Produktionsökonomie zu kompensieren. Dies wird Kulturwirtschaft nur im Rahmen ihres beschränkten Anteils an der Gesamtwirtschaft leisten können, der allerdings – wie gezeigt – eine überdurchschnittliche Dynamik aufweist. Um dieses wirtschaftliche Potenzial zu erhalten und zu fördern, bedarf es auch begleitender Maßnahmen der Politik, auf die in der Folge eingegangen wird.

Weite Bereiche der Kulturwirtschaft sind ein Teilmarkt der Wirtschaft wie viele andere, die sich selbst, den Marktkräften gehorchend, organisieren. Dabei handelt es sich vor

allem um weiter vom schöpferischen Kern entfernte Wertschöpfungsstufen, auf denen die Kulturwirtschaft kaufkräftige Nachfrage bedient. Diese Bereiche der Kulturwirtschaft bedürfen keiner auf kulturwirtschaftliche Besonderheiten gerichteten Aufmerksamkeit der Politik, sondern sollten im selben Maße wie andere Zukunftsbranchen Gegenstand der Beobachtung und Einflussnahme seitens der Wirtschaftspolitik sein. Diese Normalität ist noch nicht erreicht, weil private Kreditgeber und öffentliche Verwaltungen nach wie vor oft Probleme mit „der Kultur“ als Ausgangspunkt und Gegenstand erwerbswirtschaftlichen Handelns in der Kulturwirtschaft haben. Die Normalisierung dieser Situation müsste sich dadurch ausdrücken, dass Maßnahmen der Wirtschafts-, Standort- und Ansiedlungspolitik sowie der Wirtschaftsförderung in Zukunft für diese rein erwerbswirtschaftlichen Bereiche der Kulturwirtschaft im selben Maße zugänglich und abrufbar sind wie z.B. für die Biotechnologie und die elektronische Industrie.

Anders stellt sich die Situation in jenen Bereichen der Kulturwirtschaft dar, die unmittelbar an den schöpferischen Akt anschließen und die oft als „kleine Kulturwirtschaft“ bezeichnet werden. Alle empirischen Befunde und die Alltagserfahrung zeigen, dass die Kulturwirtschaft auf diesen ersten Stufen der kulturellen Wertschöpfungskette von Besonderheiten geprägt ist, die sie von anderen, „normalen“ Märkten unterscheidet. Die besonderen Charakteristika der Kulturwirtschaft insgesamt lassen sich wie folgt benennen:

- Die kleine Kulturwirtschaft ist durch einen hohen Anteil künstlerischer, kreativer, schöpferischer Menschen geprägt, die ihr Verhalten nach anderen Grundsätzen als der für die Ökonomie maßgeblichen Verwertungslogik ausrichten.
- Sie nimmt ihren Ausgang bei symbolischen Gütern, die sie im Zuge von Wertschöpfungsprozessen in marktfähige Güter und Leistungen transformiert.
- Sie richtet sich auf den ersten Wertschöpfungsstufen meist nicht an einen anonymen Markt, ihre Produkte eignen sich auf diesen Stufen in der Regel nicht zur großzahligen Verwertung.
- Kulturwirtschaft auf nachfolgenden Wertschöpfungsstufen reicht in viele Bereiche der Güterproduktion und Leistungserstellung hinein und trägt zu deren Wertschöpfung bei, häufig ohne als eigenständiger Bereich wahrgenommen zu werden.
- Sie ist kein homogenes Gebilde, sondern umfasst eine Reihe von Teilbereichen bzw. Teilmärkten, die wiederum mit anderen Bereichen der Wirtschaft verbunden sind.

Die nachfolgenden Ausführungen widmen sich der Frage, auf welche Weise politische Planung mit diesen Besonderheiten der Kulturwirtschaft umgehen kann und sollte, um bei der Entfaltung ihrer ökonomischen Potenziale bestmögliche Unterstützung zu gewährleisten.

4.1. Politische Wertsetzungen zur Kulturwirtschaft

Die erhöhte Aufmerksamkeit für Kulturwirtschaft resultiert zunächst aus ihrem kurz- und mittelfristigen ökonomischen Potenzial. Einige Länder weisen der Kulturwirtschaft auf gesamtstaatlicher Ebene darüber hinausgehende Bedeutung zu.

So gelten etwa im Vereinigten Königreich die „creative industries“ als zentrale Quelle wirtschaftlichen Wachstums und als Garant künftigen Wohlstands des Landes. Kreativität wurde von der derzeitigen Regierung zu einem der Kernelemente der zukünftigen Entwicklung einer wissensbasierten britischen Gesellschaft erklärt, da „die Kreativität den Unterschied machen wird – für Unternehmen, die einen Wettbewerbsvorteil suchen und für ganze Gesellschaften, die nach neuen Wegen der Lösung von Problemen und der Erhöhung der Lebensqualität suchen“ (*dcms 2001:3, Übersetzung durch d. Verf.*). Die Förderung von Kreativität wird damit zum allgemeinen Politikziel, und es ist nur folgerichtig, dass sie damit nicht nur in der Wirtschaftspolitik eine wesentliche Rolle spielt, sondern in viele andere Politikbereiche hineinreicht und u.a. zum Gegenstand von Bildungspolitik wird.

Kanada hat über Jahre hinweg die wirtschaftlichen Effekte der Kulturwirtschaft in den Vordergrund gestellt und deren positiven Beitrag zur wirtschaftlichen Entwicklung des Landes betont. In den letzten Jahren rückt jedoch die Wahrung der nationalen Eigenheiten und der Eigenständigkeit des Landes durch die Stärkung des kulturellen Sektors ins Zentrum der politischen Ambitionen. Die „creative industries“, die bis vor kurzem einen eigenständigen Bereich der Politik darstellten, werden nun dem weiter gefassten cultural sector zugerechnet und als Teil des kulturellen Sektors unter das politische Ziel der nationalen Identitätsstiftung und -wahrung gestellt.

Die französische Politik schreibt der Kulturwirtschaft das Potenzial zu, die Attraktivität des Standorts Frankreich zu stärken, kulturelle Vielfalt zu wahren und – vor allem in der Film- und Literaturwirtschaft – die Bedeutung der Francophonie zu untermauern. Auch die französische Regierung misst der Kreativität eine entscheidende Rolle für die weitere Entwicklung des Landes bei und betont die Vorreiterrolle der Kulturwirtschaft in der globalen Transformation der Wirtschaft. Für die französische Regierung ist „die auf den Reichtum unseres kulturellen Erbes gestützte Kreativität (...) die wahre Antwort auf die industrielle Revolution und auf die Globalisierung“ (*Donnedieu de Vabres 2006:o.S. Übersetzung durch d. Verf.*).

In Deutschland sind bislang keine Zuschreibungen an die Kulturwirtschaft jenseits ihrer ökonomischen Potenziale erfolgt. Sie wird als zukunftssträchtiger Wirtschaftssektor erkannt. Eine Diskussion darüber, inwieweit die Kulturwirtschaft zur Erfüllung strategischer Ziele jenseits des rein Wirtschaftlichen beitragen könne, hat sich bisher nur in Ansätzen entwickelt. In welchem Maße das wachsende Bewusstsein über starke Interdependenzen der Teilbereiche des kulturellen Sektors (siehe Abschnitt 2) dazu führen

wird, dass Ziele an die Kulturwirtschaft herangetragen werden, die jenseits nur wirtschaftlicher Erwartungen liegen, wird die Zukunft weisen.

Allerdings gibt es in Deutschland vor allem seitens der öffentlich geförderten Kultur nach wie vor gewisse Berührungsängste mit der Kulturwirtschaft. Die Befürchtung steht im Raum, dass Kulturwirtschaft angesichts ihrer hohen ökonomischen Potenziale eine zu große Bedeutung beigemessen werde. Dies trage dazu bei, dass die Marktgängigkeit der Hervorbringungen des kulturellen Sektors zum einzigen Maßstab für den Erfolg und die Förderungswürdigkeit derjenigen gerate, die Kulturwirtschaft erst ermöglichen: der Kreativen. Kulturwirtschaft mit ihrer Konzentration auf die wirtschaftlichen Effekte kultureller Betätigung würde es damit der ‚Kunst, die es schwer hat‘, noch schwerer machen, sich zu behaupten. Unter anderem wird es Aufgabe der politischen Planung und ihrer Schwerpunktsetzungen sein, solche Ängste auszuräumen.

4.2. Kulturwirtschaft, Kulturpolitik und Wirtschaftspolitik

In der konkreten, operativen Planung politischer Ressorts ist Kulturwirtschaft oft heimatlos. Die Wirtschaftspolitik hat ihre ökonomische Bedeutung zwar erkannt, fühlt sich aber traditionell für Kultur nicht zuständig. Die Kulturpolitik wiederum sieht sich gegenüber der öffentlich finanzierten Kultur in der Pflicht und daher nicht verantwortlich für einen Wirtschaftsbereich, der nach erwerbswirtschaftlichen Grundsätzen operiert. In der Vergangenheit waren es „weder die öffentliche Hand noch die Wirtschaft (...) gewohnt, sich der kulturellen Produktion aus einer wirtschaftlichen Sicht zu nähern. Tatsächlich herrschte eine künstlerisch-kulturelle Betrachtungsweise vor, die kulturelles Schaffen als vorwiegend öffentlich finanzierten Weg sah, kulturelle Identität und Vielfalt zu schaffen und zu wahren“ (*Council of Europe/Conseil de l'Europe 2000:23*).

Erschwerend kommt hinzu, dass Kulturwirtschaft kein homogener Wirtschaftsbereich ist wie z.B. die Automobilindustrie oder das Kreditgewerbe. Ihre Verstreutheit über verschiedenste Branchen und das Fehlen einer Identität als eigenständiger Sektor lassen sie als überall und gleichzeitig nirgends zugehörig erscheinen. Es gibt daher weder einen Wirtschaftsverband, noch eine Abteilung des einen oder anderen politischen Fachressorts, die sich zur Vertretung von Kulturwirtschaft berufen fühlen.

4.2.1. Kulturwirtschaft als Gegenstand einer gemeinsamen Kultur- und Wirtschaftspolitik

Es steht außer Zweifel, dass Kulturwirtschaft ein Teilbereich „der Wirtschaft“ und damit grundsätzlich Gegenstand der Wirtschaftspolitik ist. Gleichzeitig unterscheidet sich Kulturwirtschaft, wie oben dargelegt, in wesentlichen Bereichen von traditionellen Branchen und Sektoren. Sie hat ihre Wurzeln im kulturellen, marktferneren Sektor, dessen

Hervorbringungen den Kern der kulturwirtschaftlichen Wertschöpfung darstellen. Politische Planung, die allen Besonderheiten der Kulturwirtschaft ausreichend Beachtung schenkt, wird daher neben der Wirtschaftspolitik auch die Kulturpolitik einbeziehen müssen.

Für die Berichterstattung über Kulturwirtschaft haben in einigen Bundesländern Wirtschafts- und Kulturpolitik bereits gemeinsam die Verantwortung übernommen. So wurden die Kulturwirtschaftsberichte von Hessen, von Schleswig-Holstein und von Berlin jeweils in Kooperation zwischen den für die Wirtschaft und für die Kultur zuständigen Landesministerien erstellt. Dass die Zusammenarbeit nicht immer von Beginn an friktionsfrei verlaufen ist, schildert der für den Berliner Kulturwirtschaftsbericht in der Senatsverwaltung für Kultur verantwortliche Abteilungsleiter mit folgenden Worten: „Auf der Seite der geförderten Kultur gab es lange Zeit so etwas wie eine ‚Schundvermutung‘ gegenüber der Kulturwirtschaft. Auf der Seite der Wirtschaftsförderung und Wirtschaftspolitik hat es genauso fest gefügte Vorurteile über Kulturförderung gegeben, vor allem dieses: In der geförderten Kultur arbeiten vor allem Leute, die (...) über den Wolken schweben, denen man besser keinen einzigen Euro anvertraut, weil sie mit Geld nicht umgehen können“ (*Diskussionsbeitrag von Volker Heller in Friedrich-Naumann-Stiftung; Büro für Kulturpolitik und Kulturwirtschaft, Hrsg. 2006:43*).

In der politischen Praxis jenseits der Berichterstattung ist die Abstimmung zwischen Wirtschafts- und Kulturpolitik noch nicht weit gediehen. Nur vereinzelt hat sich ein koordiniertes und integriertes Herangehen von Wirtschafts- und Kulturpolitik an kulturwirtschaftliche Fragen und Probleme entwickelt. Dies trifft vor allem auf Nordrhein-Westfalen zu, wo die beiden für die Wirtschaft und für Kultur zuständigen Landesministerien in jahrelanger Zusammenarbeit „Fördertöpfe zur Initiierung von kulturellen Gründerzentren und zu individuellen Künstlerförderung“ entwickelt haben, „die nichts mehr mit den althergebrachten industriepolitischen Fördergrundsätzen zu tun haben“ (*Söndermann, o.J.:o.S.*). 2005 hat Berlin nach Veröffentlichung eines Kulturwirtschaftsberichts die Intention bekundet, Kulturwirtschaft als gemeinsames Feld von Kultur- und Wirtschaftsförderung zu bearbeiten.

Greift auch die Erkenntnis immer weiter um sich, dass Kulturwirtschaft Gegenstand sowohl der Kultur- wie auch der Wirtschaftspolitik sein muss, so ist die Frage strittig, wer für die Kulturwirtschaft in erster Linie zuständig sei bzw. die Federführung in der kulturwirtschaftlich relevanten politischen Planung übernehmen solle. Anlässlich der 2. Nationalen Jahrestagung Kulturwirtschaft im Dezember 2005 plädierte Michael Söndermann für ein Primat der Wirtschaftspolitik, das er wie folgt begründete: „Die pragmatischen Möglichkeiten, die die Wirtschaftspolitik in den Fachministerien hat, können sich stärker auf die Strukturen der Kleinunternehmen und Freiberufler fokussieren. (...) Andererseits sollte Kulturpolitik ein wachsames Auge auf diese Entwicklung haben. Denn sie war zumindest für einen Teil dieser Klientel – Freiberufler, Freie Szene –

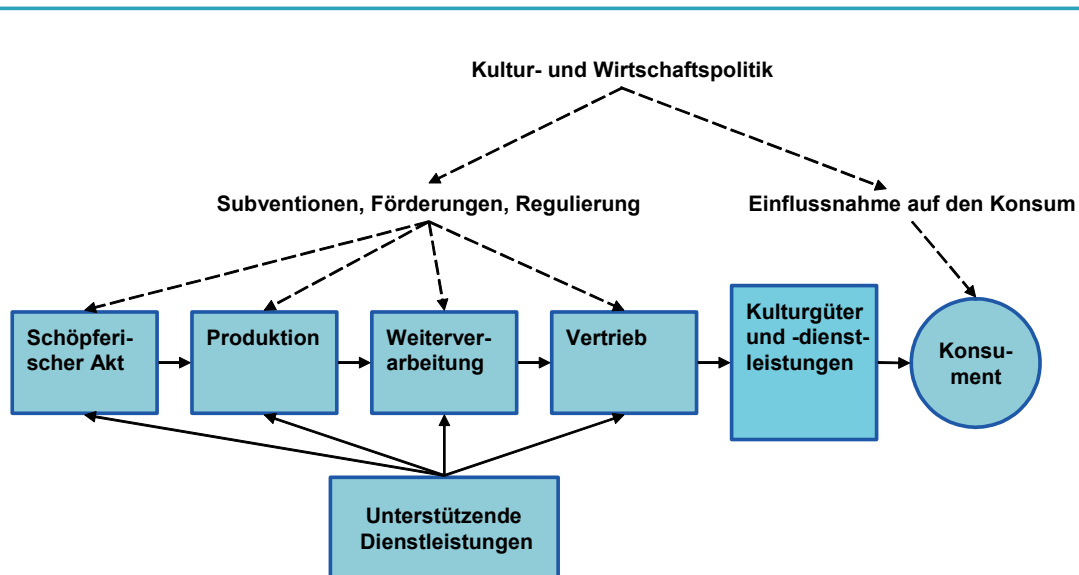
schon immer zuständig. Kulturpolitik hat im Grunde die meiste Erfahrung mit diesem Sektor“ (Söndermann 2005b:52).

4.2.2. Politische Planung und kulturelle Wertschöpfungsketten

Möglichkeiten für wirtschafts- und/oder kulturpolitische Maßnahmen zur Unterstützung und Förderung der Kulturwirtschaft lassen sich anhand der kulturwirtschaftlichen Wertschöpfungsketten demonstrieren. Die Analyse der Wertschöpfungsketten kann Anhaltspunkte dafür liefern, wo politische Steuerung chancenreich ist. Die nachfolgende Grafik zeigt schematisch, an welchen Stellen politische Eingriffe (Subventionen, Förderungen oder Regulierungen) möglich sind: Ansatzpunkte sind die einzelnen Stufen der Wertschöpfungskette, die Schnittstellen zwischen ihnen, aber auch der Kultur-Konsum.

Abbildung 39

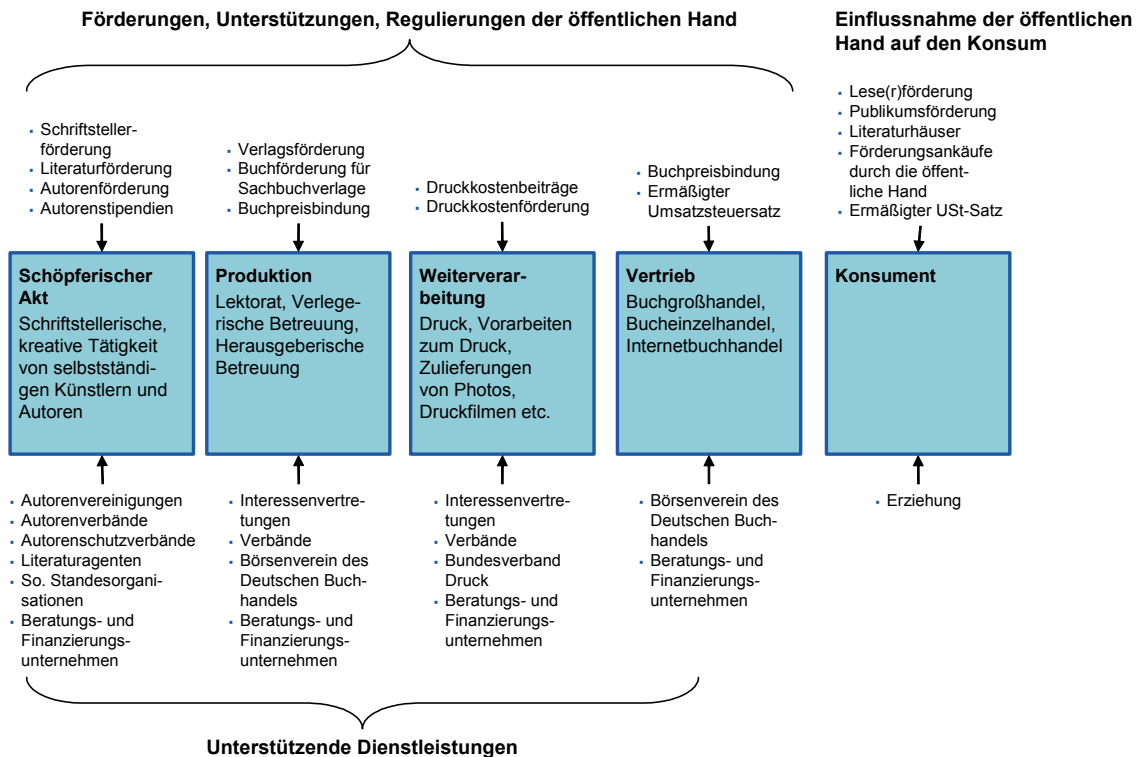
Schematische Darstellung politischer Eingriffsmöglichkeiten in die kulturelle Wertschöpfungskette



Quelle: Canadian Minister of Industry 2004:18, Adaptierung und Übersetzung durch d. Verf.

Wie die Eingriffe in der Praxis konkret aussehen, ist von den spezifischen Bedingungen des jeweiligen Teilbereichs und von den politischen Absichten abhängig. Die nachfolgende Abbildung am Beispiel des Buchmarkts zeigt, dass sowohl wirtschafts- als auch kulturpolitische Maßnahmen gesetzt werden können. Vollständigkeit ist nicht angestrebt, es geht um eine exemplarische Darstellung.

Abbildung 40
Steuernde und regulierende Eingriffe der öffentlichen Hand in den Buchmarkt



Es fällt auf, dass sich aufgrund der Vielzahl der Eingriffe eine Gesamtwirkung nicht unmittelbar erschließt. Eine auf die Förderung der Buchbranche zielende Wirtschafts- und Kulturpolitik müsste im Detail analysieren, welche Eingriffe auf welchen Wertschöpfungsstufen welche Wirkungen hervorrufen und in welchem Maße sie zur Erzielung der politisch gewünschten Ergebnisse beitragen. Diese notwendige Präzisierung lässt sich durch die Ergänzung der Wertschöpfungsstufen um die entsprechenden Klassen und Unterklassen der Wirtschaftszweigsystematik herbeiführen. Die folgende Abbildung stellt daher die in der Wertschöpfungskette „Buch“ angesprochenen Klassen und Unterklassen aus der Klassifikation der Wirtschaftszweige 2003 dar.

Abbildung 41
Die bei der Herstellung und dem Vertrieb eines Buchs anfallenden Tätigkeiten laut Klassifikation der Wirtschaftszweige 2003

Kreation	Produktion	Weiterverarbeitung	Vertrieb	Unterstützende Dienstleistungen
92.31.6 Selbstständige Schriftstellerinnen und Schriftsteller	22.11.1 Verleger von Büchern 22.15.0 Sonstiges Verlagsgewerbe	22.22.0 Drucken anderen Verlagserzeugnisse 22.23.0 Druckweiterverarbeitung 22.24.0 Druck- und Medienvorstufe 22.25.0 Erbringen von sonstigen druckbezogenen Dienstleistungen	51.18.8 Handelsvermittlung von Büchern, Zeitschriften, Zeitungen, Musikalien und sonstigen Druckerzeugnissen 51.47.8 Großhandel mit Karton, Papier, Pappe, Schreibwaren, Bürobedarf, Büchern, Zeitschriften und Zeitungen 52.47.2 Einzelhandel mit Büchern und Fachzeitschriften 52.12 Sonstiger Einzelhandel mit Waren verschiedener Art 52.61 Versandhandel	92.72.2 Erbringung von sonstigen Dienstleistungen für Unterhaltung, Erholung und Freizeit, anderweitig nicht genannt 91.11.1 Wirtschaftsverbände 91.12.1 Berufsorganisationen 74.14.1 Unternehmensberatung

Bei Eingriffen der öffentlichen Hand in die Wertschöpfungskette greifen kulturpolitische und wirtschaftliche Motive ineinander. Das letzte Schaubild macht deutlich, dass ohne den schöpferischen Akt des Autors die Wertschöpfungskette überhaupt nicht in Gang gesetzt würde. Eine Förderung, die Menge und Qualität des „literarischen Rohstoffs“ vermehrt, wirkt sich unmittelbar auf die wirtschaftlichen Parameter der gesamten Kette aus.

Die Wertschöpfungskette ist ein geeignetes Modell, um detaillierte Analysen darüber anzustellen, in welcher Weise und auf welche Wirtschaftsbetriebe vor allem sich eine Fördermaßnahme auswirkt. Differenzierte man beim Buchmarkt in der statistischen Unterklasse „Verlegen von Büchern“ Verlagsgrößen, -aufgaben und -programme, so würde sich wahrscheinlich herausstellen, dass kleine Autorenverlage mehr von einer Förderung auf der ersten Wertschöpfungsstufe profitieren als große internationale Verlage, solange diese überwiegend in Herstellung und Handel mit „sicheren“ Werten des Literaturmarktes tätig sind.

Bestätigen sich solche Zusammenhänge, dann wird mit der Förderung von Autoren sowohl ein kulturpolitisches Ziel (Gewährleistung der Vielfalt literarischen Schaffens in all seinen Facetten) als auch ein wirtschaftspolitisches Ziel (Stärkung des unternehmerischen Mittelstands in der Kulturwirtschaft) erreicht.

Auch bei der Buchpreisbindung, dem bedeutendsten ordnungspolitischen Eingriff in den Buchmarkt, lässt sich zeigen, dass kultur- und wirtschaftspolitische Wirkungen ineinander greifen. In der Wertschöpfungsbetrachtung wird offensichtlich, dass die Buchpreisbindung die Marktprozesse auf den zwei Wertschöpfungsstufen Produktion und Distribution beeinflusst. Auf der Produktionsstufe ermöglicht sie das wirtschaftliche Überleben von Unternehmen, die sich dem Verlegen von schwer verwert- und vermarktbarer Literatur widmen. Würden diese Verlage, die ihre Bücher nur mit einer geringen Stückzahl verlegen, in vollem Umfang dem Wettbewerb mit Unternehmen ausgesetzt sein, die ‚leicht gängige‘ Ware in großen Mengen produzieren, würden angesichts der Kostenvorteile der Massenproduktion kleine Verlage innerhalb kürzester Zeit vom Markt gedrängt – dies zumindest ist eine gängige Begründung für die Buchpreisbindung. Auf der Distributionsstufe sichert die Buchpreisbindung das wirtschaftliche Überleben des unabhängigen Bucheinzelschmalhandels, hier besonders der kleinen und auf kulturell hochwertige Bücher spezialisierten Handels. Würde der Buchpreis freigegeben, würden große Buchhandelsunternehmen und Buchhandelsketten Kostenvorteile generieren können, die ihnen Preisspielräume nach unten eröffnen. Sie könnten konkurrenzlos preiswerte Bücher anbieten. Auch hier würde die Aufhebung der Preisbindung zu einer Marktberäumung führen. Schließlich ist die Buchpreisbindung auch das ökonomische Rückgrat des vergleichsweise ungemein leistungsfähigen Vertriebswesens in Deutschland.

Die Buchpreisbindung dient auf den ersten Blick vor allem kulturpolitischen Zielsetzungen. Sie eröffnet Verlagen die Möglichkeit, mit Überschüssen aus der Herstellung marktgängiger Bücher die Produktion anspruchsvollerer und sperrigerer Literatur zu finanzieren. Im Hinblick auf den Vertrieb sichert sie die flächendeckende Versorgung der Konsumenten mit Büchern über unabhängige Buchhandlungen, denen die Preisbindung das Überleben auch in kleinen Städten und auf dem Land ermöglicht.

In wirtschaftlicher Sicht sind noch andere Auswirkungen der Buchpreisbindung zu beachten. Höhere Buchpreise, wie sie insgesamt durch die Preisbindung auch für marktgängige Massenware entstehen, schöpfen Kaufkraft ab. Bei Freigabe der Buchpreise könnten diese in den Konsum anderer Güter oder Leistungen. Zwar mildert der ermäßigte Umsatzsteuersatz für Bücher diesen Preiseffekt, gleichwohl wird mit der Preisbindung insgesamt Kaufkraft in den Buchmarkt gelenkt. Das Verschwinden kleiner Verlage und Buchhandlungen und die Beherrschung des Markts durch größere Unternehmen im Fall einer Aufhebung der Buchpreisbindung hätten wirtschaftliche Folgen, die sorgfältig gegeneinander abzuwägen sind. Der unternehmerische Mittelstand zumindest in dieser Branche würde geschwächt, die Oligopolisierung des Verlagswesens würde zunehmen (beides steht in Widerspruch zu derzeit in Deutschland gültigen wirtschaftspolitischen Grundsätzen). Wahrscheinlich wäre dann auch, dass Chancen zur Verlagerung von Produktionsstätten bei der Herstellung großer Auflagen von leicht gängigen Büchern noch häufiger genutzt, lokale und regionale Wertschöpfung abneh-

men würde. Dies mit den bekannten Effekten auf Arbeitsplätze, regionales Steueraufkommen, Sozialkosten etc.

Blickt man auf andere kulturwirtschaftliche Teilmärkte, so zeigt sich auch hier, wie kulturpolitische und wirtschaftspolitische Effekte sich verschränken. Im Musikmarkt wirkt das starke öffentliche Engagement in der musikalischen Bildung, das kulturpolitisch motiviert ist, durchaus auch wirtschaftlich: Die Kosten der Ausbildung zum Künstler sind niedriger als in einem durchgängig privat finanzierten System musikalischer Bildung. Das trägt zur Reduktion der Personalkosten auch vieler frei finanzierter Klangkörper bei und erleichtert auch deren Suche nach geeigneten Orchestermitgliedern. Darüber hinaus profitiert der Musikmarkt möglicherweise von der musikalischen Qualifikation seiner Konsumenten, die sich in erhöhter Nachfrage nach den Produkten dieses Marktes niederschlägt.

Die Film- und TV-Branche agiert mit der starken Stellung öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten auf einem komplex verregelten Markt, in den die öffentliche Hand von der Mitfinanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks bis zur Abspielförderung in geförderten und kommunalen Kinos an unterschiedlichsten Stellen eingreift. Die Marktfähigkeit der gesamten Branche verdankt sich zu einem nicht unerheblichen Teil öffentlichen Finanzierungsbeiträgen. Auch hier führen kulturpolitische Intentionen zu komplexen wirtschaftliche Effekten in einem großen Teilmarkt der Kulturwirtschaft.

In der darstellenden Kunst überwiegt der Anteil öffentlich finanzierter Institutionen. Sowohl Produktionsmittel als auch Personalkosten werden überwiegend durch Förderung der öffentlichen Hand getragen. Gleichwohl ist in diesem kulturwirtschaftlichen Teilmarkt eine ganze Reihe von privatwirtschaftlich agierenden Unternehmen tätig, die teilweise von den öffentlichen Auftraggebern abhängig, mit ihnen verzahnt oder aus der Nachfrage der öffentlichen Einrichtungen erst entstanden sind. In dem Maße, in dem periphere Arbeitsbereiche in der Darstellenden Kunst aus den öffentlichen Betrieben ausgelagert werden (Outsourcing), werden die Verflechtungen weiter zunehmen. Förder- oder ordnungspolitische Maßnahmen in den darstellenden Künsten haben so wiederum Effekte in der Kulturwirtschaft wie aber auch in anderen Branchen.

Entlang der Wertschöpfungskette können alle hier nur angedeuteten Zusammenhänge im Detail dargestellt und nachvollzogen werden. Um die Effekte ordnungs- oder förderpolitischer Eingriffe der öffentlichen Hände in Kultur und Kulturwirtschaft im Zusammenhang darzustellen, um Hinweise auf Handlungsnotwendigkeiten zu erhalten oder geplante Eingriffe zu simulieren, um kumulierende und möglicherweise konkurrierende Effekte aufzuzeigen, ist es sinnvoll, die kulturwirtschaftlichen Märkte insgesamt als eine Reihe von Wertschöpfungsketten (nach dem oben vorgestellten Muster des Buchmarkts) darzustellen. Die Differenzierung in der Darstellung muss dabei jeweils so weit gehen, dass Maßnahmen und Eingriffe im Detail nachvollzogen werden können. Dies ermöglicht die kritische Durchleuchtung der Wirkungen der Eingriffe der öffentlichen

Hand in die kulturwirtschaftlichen Märkte und die präzise Herleitung effektiver künftiger Maßnahmen.

Wie komplex die politischen Verhältnisse sind, mag folgender Exkurs zur Umsatzsteuerbefreiung von öffentlichen Kulturbetrieben zeigen. Untersucht werden steuerliche Regelungen, die aus kulturpolitischen Zielsetzungen resultieren und sich ökonomisch auf Kultur und Kulturwirtschaft auswirken.

Exkurs: Kulturelle und wirtschaftliche Folgen einer Änderung der Umsatzsteuerbefreiung für Kulturbetriebe

Nach § 4 UStG Nr. 20 a sind „die Umsätze folgender Einrichtungen des Bundes, der Länder, der Gemeinden oder der Gemeindeverbände“ von der Umsatzsteuer befreit: „Theater, Orchester, Kammermusikensembles, Chöre, Museen, botanische Gärten, zoologische Gärten, Tierparks, Archive, Büchereien sowie Denkmäler der Bau- und Gartenbaukunst. Das gleiche gilt für die Umsätze gleichartiger Einrichtungen anderer Unternehmer, wenn die zuständige Landesbehörde bescheinigt, dass sie die gleichen kulturellen Aufgaben wie die in Satz 1 bezeichneten Einrichtungen erfüllen. Museen im Sinne dieser Vorschrift sind wissenschaftliche Sammlungen und Kunstsammlungen.“ Nr. 20 b legt fest, dass „die Veranstaltung von Theatervorführungen und Konzerten durch andere Unternehmer“ ebenso von der Steuer befreit sind, „wenn die Darbietungen von den unter Buchstabe a bezeichneten Theatern, Orchestern, Kammermusikensembles oder Chören erbracht werden“.

Die Regelung zur Steuerbefreiung von Kulturbetrieben entstand aus der Absicht heraus, die zumeist in erheblichem Maße staatlich subventionierten Kulturbetriebe zu entlasten. Dabei ging der Gesetzgeber von der Erwägung aus, dass die Umsätze der Kulturbetriebe im Fall ihrer Steuerpflicht nicht zu einer Erhöhung der Eintrittspreise, sondern zu einer Aufstockung der Subventionen führen würden. Schon 1926 wurden deshalb Leistungen öffentlicher Theater von der Umsatzsteuer befreit (vgl. § 30 UStDB vom 25. Juni 1926).

Mit Einführung der modernen Mehrwertsteuer (Value Added Tax, VAT) in 1968, die als Netto-Allphasen-Umsatzsteuer eingeführt wurde und die pro Produktionsstufe nur den Wertzuwachs (the added value) besteuert, ist die Steuerbefreiung der Umsätze Kulturbetriebe aber neu zu bewerten. Denn mit Einführung der Mehrwertsteuer wurde auch die Möglichkeit des Vorsteuerabzuges geschaffen. Diese ist den Kulturbetrieben aufgrund der Steuerbefreiung ihrer Umsätze aber versagt. Eine neue wirtschaftliche Betrachtung der Steuerbefreiung vor dem Hintergrund ihres ursprünglichen Zwecks ist also geboten.

Zunächst ist zu zeigen, dass eine Befreiung von der Umsatzsteuer seit der Einführung der Mehrwertsteuer nur in wenigen Fällen zu einer wirklichen Steuerentlastung der Kulturbetriebe führt, dass also in dieser Hinsicht die Absicht der Steuerbefreiung in den meisten Fällen ins Leere läuft (oder sogar in ihr Gegenteil verkehrt wird).

Dann sind außerbetriebliche Wirkungen der Steuerbefreiung bzw. ihrer Aufhebung zu betrachten, die die Kulturwirtschaft insgesamt treffen. Es wird deutlich werden, dass eine Aufhebung der Steuerbefreiung zu einer Vereinfachung des Steuerrechts führt. Am Ende ist grob abzuschätzen, wie sich eine Veränderung der bisherigen Regelung in den föderalen Finanzbeziehungen auswirken dürfte.

Modellrechnung für Kulturbetriebe

Durch das heutige Umsatzsteuerrecht entstehen für die von der Befreiungsbestimmung des § 4 Nr. 20 UStG betroffenen Betriebe zwei Hebel von wirtschaftlicher Bedeutung.

1. Die Umsatzsteuerbefreiung bringt mit sich, dass für Lieferungen und Leistungen an die betroffenen Unternehmen die im Einkaufspreis enthaltene Umsatzsteuer nicht als sog. Vorsteuer abgezogen werden kann (§ 15 Abs. 2 Nr. 1 UStG). Dies erhöht im Vergleich zu nicht befreiten Betrieben den Preis der bezogenen Lieferungen und Leistungen um den Umsatzsteuersatz.
2. Ein Vorteil ergibt sich für die befreiten Betriebe daraus, dass sie von ihren Kunden keine Umsatzsteuer erheben müssen. Erträge, in Kulturbetrieben in der Regel aus dem Kartenverkauf, bleiben in voller Höhe beim Kulturbetrieb. Allerdings: Der Vorteil der Umsatzsteuerfreiheit ist tatsächlich nicht so erheblich, weil die kulturellen Leistungen aller betroffenen Betriebe im Falle einer Umsatzsteuerpflicht nur dem verminderten 7 %igen Umsatzsteuersatz unterliegen (§ 12 Abs. 2 Nr. 7a UStG).

Im Folgenden ist zunächst für drei Betriebe in einer groben Simulationsrechnung dargestellt, wie sich eine Aufhebung der Steuerbefreiung wirtschaftlich auswirken würde. Alle Betriebe sind typisch für ihre Art, die Zahlen sind existierenden Wirtschaftsplänen entnommen und entsprechen einem Betrieb in den vergangenen Jahren. Entsprechend sind die Betriebe auf eine Umsatzsteuer von 16 % (7 % für den verminderten Steuersatz) gerechnet.

Zunächst ein **B-Orchester ohne eigene Spielstätte**. Das Orchester hat ein einfaches Geschäftsmodell. Es spielt im Lohnbetrieb und betreibt eine kleine Künstlervermittlung. Das Orchester hat einen Probensaal gemietet, es hat keine eigene Spielstätte. Mit diesem Betrieb erwirtschaftete es im Betrachtungsjahr einen kleinen Überschuss. Vereinfacht und zusammengefasst stellt sich der Wirtschaftsplan der Einrichtung wie folgt dar:

Wirtschaftsplan B-Orchester ohne Spielstätte "Normaljahr"	alt		neu	neu	USt- Satz
	%	T€	Netto T€	USt T€	
Umsatzerlöse					
Zuschüsse					
Öffentlicher Zuschuss	41,5	2.759,2	2.759,2		
Einnahmen					
Einnahmen aus Konzerttätigkeit	58,2	3.869,1	3.616,0	253,1	7 %
Provisionen aus Vermittlung von Solisten und Dirigenten	0,4	24,5	21,1	3,4	19 %
Summe	100,0	6.652,8	6.396,3	256,5	
Aufwand					
Personalkosten	91,7	6.103,9	6.103,9		
andere Gemeinkosten	7,2	478,9	402,4	76,5	19 %
Kalkulatorische Kosten	0,0				
Abschreibungen	0,2	12,6	10,6	2,0	19 %
Zinsen	0,7	47,0	47,0		
Summe	99,8	6.642,4	6.563,9	78,5	
Ergebnis mit Umsatzsteuer-Befreiung	0,2	10,4			
Ergebnis ohne Umsatzsteuer-Befreiung			-167,6		

In den Spalten „alt“ ist der derzeitige Wirtschaftsplan abgebildet. Die Ist-Zahlen sind allerdings so umgerechnet, als ob schon der neue Umsatzsteuersatz von 19 % gelten würde. Auffallend ist bei diesem Betrieb im Aufwand, dass über 90 % in Lohnkosten fließen – durchaus typisch für ein Orchester ohne Spielstätte. Bei den abgebildeten Zahlen erzielt das Orchester einen kleinen operativen Gewinn – in diesem Fall der Tilgung von Schulden gewidmet.

Die drei Spalten rechts simulieren die Verhältnisse, wie sie bei einer Aufhebung der Umsatzsteuerbefreiung entstehen würden. Zunächst zu den Erträgen. Der öffentliche Zuschuss bleibt unverändert, er ist nicht steuerbar. Aus den Konzerteinnahmen sind (verminderter Steuersatz) 7 % Umsatzsteuer abzuführen, die Preise sollen für die Kunden gleich bleiben. Das Vermittlungsgeschäft unterliegt dem vollen Steuersatz, hier sind ab 2007 19 % an das Finanzamt abzuführen.

In den Kosten gibt es beim Personal keine Änderung. Personalkosten unterliegen nicht der Umsatzsteuer. (Würde das Orchester mit Gästen arbeiten, könnte je nach deren steuerlichem Status allerdings ein anderes Bild entstehen, wenn diese dem Orchester ihre Umsatzsteuer in Rechnung stellen.) Bei den Sachkosten wird in der Simulation davon ausgegangen, dass sie Vorsteuern von 19 % enthalten. Wenn dies nur zum Teil zutrifft (steuerfreie Mieten o.ä.), dann vermindert sich der Vorsteuerbetrag. Bei den kalkulatorischen Kosten wird aus den Abschreibungen ebenso Vorsteuer abgezogen: Der Vorsteuerabzug entsteht zwar in der realen Welt nicht bei der Abschreibung, sondern zum Zeitpunkt der abzuschreibenden Investition – für eine Simulation mag aber die Berücksichtigung erst zum Zeitpunkt der Abschreibung angehen. Hier werden die zu berücksichtigenden Vorsteuerbeträge anteilig dargestellt. Aufwand aus Zinsen ist umsatzsteuerfrei.

Im Resultat wird nun der Nettoaufwand vom Nettoertrag abgezogen, das Ergebnis verschlechtert sich um die Umsatzsteuerlast, die erstattete Vorsteuer wird dem Ergebnis zugerechnet. Im Falle des Orchesters ergibt sich mit der Aufhebung der Steuerbefreiung eine Erhöhung der Belastung. Der oben genannte erste Hebel, die Erstattung von Vorsteuern, fällt nicht ins Gewicht, weil kaum Vorsteuern anfallen, denn die meisten Kosten entfallen auf Gehälter. Trotz des verminderten Steuersatzes (zweiter Hebel) auf seine Erträge erzielt das Orchester so ein schlechteres Ergebnis.

Bei einem **mittelgroßen Zoo** zeigt sich ein anderes Ergebnis. Auch hier sind die Zahlen zusammengezogen und vereinfacht dargestellt.

Wirtschaftsplan Zoo "Normaljahr"	alt		neu Netto T€	neu USt T€	USt- Satz
	%	T€			
Umsatzerlöse					
Zuschüsse					
Öffentlicher Zuschuss	59,9	1.794,2	1.794,2		
Einnahmen					
Eintritte	37,0	1.107,9	1.035,4	72,5	7 %
Vermietung	2,0	60,9	52,5	8,4	19 %
sonstige Erlöse – Nebengeschäfte	1,0	31,3	27,0	4,3	19 %
sonstige Erlöse – USt-frei	0,1	2,5	2,5		
Summe	100,0	2.996,8	2.911,6	85,2	
Aufwand					
Personalkosten	59,4	1.780,2	1.780,2		
Sachaufwand (verm. USt)	8,5	255,0	238,3	16,7	7 %
Sachaufwand	31,1	932,2	783,4	148,8	19 %
Sachaufwand (USt-frei)	1,7	51,9	51,9		
Summe	100,8	3.019,3	2.853,8	165,5	
Ergebnis mit Umsatzsteuer-Befreiung	-0,8	-22,5			
Ergebnis ohne Umsatzsteuer-Befreiung			57,8		

Derzeit erzielt der Zoo 40 % seiner Erträge aus eigener Kraft, 60 % sind öffentliche Zuschüsse. Kostenseitig entfallen 60 % auf Personalkosten, der Rest sind Sachkosten, die zum Teil (Tierfutter) dem verminderten Steuersatz unterliegen und zu einem kleinen Teil keine Vorsteuer enthalten. Wiederum ist eingerechnet, dass beim Sachaufwand sich der Steueraufwand von derzeit 16 auf 19 % erhöht, nur daraus erklärt sich der Fehlbetrag in der Berechnung nach dem derzeitigen Umsatzsteuerrecht.

In der Simulation wird wiederum die Umsatzsteuer aus den derzeitigen Erlösen realisiert, es gibt keine Preiserhöhungen. Der Betrieb muss nach dem Wegfall der Befreiung 85 T€ an Umsatzsteuern zahlen. Entscheidend ist der verminderte Steuersatz auf das Hauptgeschäft, die Eintritte. Im Aufwand können dagegen 165 T€ an Vorsteuern geltend gemacht werden. Der Verlust dreht sich hierdurch in einen betrieblichen Gewinn um: Nicht nur werden die zusätzlichen Kosten durch die Steuererhöhung auf 19 % aufgefangen, sondern der Betrieb erlöst zusätzlich fast 140 T€ aus der Differenz von Vorsteuer und Umsatzsteuer.

Nicht bekannt ist, was der Zoo an Investitionen leistet und welche Vorsteuerbeträge hier zu berücksichtigen sind: Die Grunddaten lagen aus einer kameralistischen Buchführung vor, in der kalkulatorische Kosten nicht abgebildet werden.

Beim Zoo wird das Wirken der Hebel sichtbar: Die Erstattung von Vorsteuern aus Lieferungen und Leistungen macht einen signifikanten Etatposten aus, die Zahllast aus den Erträgen ist wegen der verminderten Steuersätze dagegen deutlich geringer. Der Effekt würde noch deutlicher werden, wenn kalkulatorische Kosten, insbesondere die Abschreibung, in die Modellrechnung einfließen. Die öffentlichen Zuschüsse sind auch hier nicht steuerbar.

Beim dritten Betrieb handelt es sich um einen **Stadttheaterbetrieb** einer mittelgroßen Großstadt.

Wirtschaftsplan Stadttheater "Normaljahr"	alt		neu Netto T€	neu USt T€	USt- Satz
	%	T€			
Umsatzerlöse					
Zuschüsse					
Öffentlicher Zuschuss	82,0	11.232,0	11.232,0		
Einnahmen					
Eintritte / Programme	17,4	2.381,9	2.226,1	155,8	7 %
Vermietung	0,2	25,8	22,2	3,6	19 %
sonstige Erlöse	0,4	59,3	51,1	8,2	19 %
Summe	100,0	13.699,0	13.531,4	167,6	
Aufwand					
Personalkosten	47,7	6.533,0	6.533,0		
Materialaufwand	35,5	4.867,7	4.090,5	777,2	19 %
kalkulatorische Kosten					
Abschreibungen	11,8	1.610,6	1.353,4	257,2	19 %
Zinsen		851,0	851,0		
Summe	101,2	13.862,3	12.828,0	1.034,4	
Ergebnis mit Umsatzsteuer-Befreiung	-1,2	-163,3			
Ergebnis ohne Umsatzsteuer-Befreiung			703,5		

In der Rechnung nach dem derzeitigen Steuerbefreiungsmodell entsteht wiederum ein Verlust allein deswegen, weil die erhöhte Mehrwertsteuer von 19 % bei den Kosten berücksichtigt wird, sonst wäre das Ergebnis des Hauses ausgeglichen. Nicht untypisch für ein Theater ist der öffentliche Zuschussbedarf von 80 %. Auch das Verhältnis von Personal- zu Sachkosten ist durchaus im Rahmen des Üblichen.

In der Simulationsrechnung entstehen wiederum erhebliche Vorteile für den Betrieb. Die Erträge vermindern sich unwesentlich, weil nur ein kleiner Teil von ihnen steuerbar ist, hierbei wiederum das meiste mit dem verminderten Steuersatz. Die Kosten dagegen liegen deutlich niedriger, weil von den Sachkosten die Vorsteuern abgezogen werden können. In der Umsatzsteuerbilanz wird dies deutlich: Der Betrieb erwirtschaftet fast 869 T€ aus der Umsatzsteuer. Entsprechend ist das Ergebnis ohne Steuerbefreiung dramatisch besser, die Einführung der Umsatzbesteuerung lässt die Verluste ver-

schwinden und bringt zudem eine kalkulatorische Rendite von mehr als 5 % des Umsatzes ein.

Nach den Beispielen sollte der Zusammenhang in einer abstrakteren Modellrechnung zusammengefasst werden.

In der nachstehenden Tabelle sind in den Spaltenköpfen die Kosten in Prozent des Umsatzes abgetragen, die den vollen Vorsteuersatz von 19 % enthalten. In den Zeilen ist der öffentliche Zuschuss (nicht steuerbar) als Anteil des Umsatzes abgetragen. Es wird angenommen, dass der Rest des Umsatzes (zu vermindertem Steuersatz von 7 %) besteuert wird. In den Kreuzungsfeldern wird die Umsatzsteuerzahlung mit der Vorsteuererstattung saldiert, negative Zahlen stehen für eine Zahllast an das Finanzamt, positive Zahlen signalisieren das Überwiegen der Steuererstattung. Der Saldo ist in Prozent des Umsatzes ausgewiesen, als Maßstab gilt dabei bei einem ausgeglichenen Ergebnis der Umsatz, wie er sich bei der derzeitigen Rechtslage und einem Steuersatz von 19 % (7 %) darstellen würde.

Modellrechnung	Anteil der Kosten mit Vorsteuer					
	0 %	20 %	40 %	60 %	80 %	100 %
Betriebskostenzuschuss 20 %	-5,2	-2,0	1,2	4,3	7,5	10,7
Betriebskostenzuschuss 40 %	-3,9	-0,7	2,5	5,7	8,8	12,0
Betriebskostenzuschuss 60 %	-2,6	0,6	3,8	7,0	10,2	13,3
Betriebskostenzuschuss 80 %	-1,3	1,9	5,1	8,3	11,5	14,7

In der Tabelle wird sichtbar, wie eine Aufhebung der Steuerbefreiung zugunsten der Betriebe wirkt. Je höher auf der einen Seite die Vorsteuer enthaltenden Kosten, auf der anderen die öffentlichen Betriebskostenzuschüsse (nicht steuerbar) sind, desto größer ist die wirtschaftliche Wirkung einer Aufhebung der Steuerbefreiung; oder umgekehrt: Desto nachteiliger wirkt die Steuerbefreiung für die Betriebe.

Das **Orchester** aus unserer Beispielrechnung bekommt einen Zuschuss von ca. 40 %, hat weniger als 10 % vorsteuerhaltige Kosten. Das Ergebnis aus dem Wegfall der Steuerbefreiung liegt bei -2,5 %, also einer Verschlechterung für den Betrieb.

Modellrechnung	Anteil der Kosten mit Vorsteuer					
	0%	20%	40%	60%	80%	100%
Betriebskostenzuschuss 20%	-5,2	-2,0	1,2	4,3	7,5	10,7
Betriebskostenzuschuss 40%	-3,9	-0,7	2,5	5,7	8,8	12,0
Betriebskostenzuschuss 60%	-2,6	0,6	3,8	7,0	10,2	13,3
Betriebskostenzuschuss 80%	-1,3	1,9	5,1	8,3	11,5	14,7

Der **Zoo** hat einen Zuschuss von 60 %. Die vorsteuerhaltigen Kosten liegen bei 40 %. Das Ergebnis von 1,9 % Gewinn aus der Steuerbilanz ist etwas schlechter als in der Modellrechnung ausgewiesen, weil Teile der Kosten nicht mit dem vollen Vorsteuersatz belastet sind.

Modellrechnung	Anteil der Kosten mit Vorsteuer					
	0%	20%	40%	60%	80%	100%
Betriebskostenzuschuss 20%	-5,2	-2,0	1,2	4,3	7,5	10,7
Betriebskostenzuschuss 40%	-3,9	-0,7	2,5	5,7	8,8	12,0
Betriebskostenzuschuss 60%	-2,6	0,6	3,8	7,0	10,2	13,3
Betriebskostenzuschuss 80%	-1,3	1,9	5,1	8,3	11,5	14,7

Das **Theater** schließlich bekommt einen Zuschuss von über 80 %. Die vorsteuerhaltigen Kosten liegen bei fast 50 %. Aus der Aufhebung der Steuerbefreiung bei sonst unveränderten Bedingungen würde dieser Betrieb eine Umsatzrendite von 5,1 % erwirtschaften.

Modellrechnung	Anteil der Kosten mit Vorsteuer					
	0%	20%	40%	60%	80%	100%
Betriebskostenzuschuss 20%	-5,2	-2,0	1,2	4,3	7,5	10,7
Betriebskostenzuschuss 40%	-3,9	-0,7	2,5	5,7	8,8	12,0
Betriebskostenzuschuss 60%	-2,6	0,6	3,8	7,0	10,2	13,3
Betriebskostenzuschuss 80%	-1,3	1,9	5,1	8,3	11,5	14,7

Betrachtet man die Betriebsarten, die gem. § 4 Nr. 20 UStG von der Umsatzsteuer befreit sind, dann können die Folgen einer Streichung dieser Steuerbefreiung wie folgt eingeschätzt werden:

Art	öff. Zuschuss	Vorsteueranteil	Veränderung
Kammermusikensembles	2	1	-2
Chöre	2	1	-2
Orchester ohne Immobilie	3	1	-1
Orchester mit Immobilie	3	2	1
Museen	3	2	1
botanische Gärten	3	2	1
Zoos / Tierparks	3	2	1
Archive	3	2	1
Büchereien	3	2	1
Denkmäler	1	3	1
Theater	3	3	3

Legende: Zuschuss/Vorsteueranteil sind ...
 ... hoch = 3; ... mittel = 2; ... niedrig = 1

Ist der öffentliche Zuschuss (nicht steuerbar) hoch, so sind die steuerbaren Anteile des Umsatzes gering. Ist der Anteil der vorsteuerhaltigen Kosten hoch, so kommt es auch zu hohen Vorsteuererstattungen. Da die Vorsteuer in der Regel bei 19 % liegt und die zu entrichtende Umsatzsteuer dem verminderten Satz unterliegt, ist der wirtschaftliche Effekt von vorsteuerhaltigen Kosten höher anzusetzen als der von hohen Zuschüssen.¹⁴

Allein Betriebe, die fast keine Sachkosten haben, hohe Personaletats, und keine eigenen Immobilien bespielen, müssen von einer Aufhebung der Steuerbefreiung eine Verschlechterung erwarten, alle anderen Betriebe können mit einer teils deutlichen wirtschaftlichen Verbesserung rechnen.

Über alles betrachtet, verliert die Kultur durch die Steuerbefreiung mehr als einzelne Betriebe gewinnen. Die Steuerbefreiung stellt insgesamt eine Belastung der Kultur dar.

¹⁴ In der Bewertungsformel wird der Öffentliche Zuschuss einfach, der Vorsteueranteil doppelt gewichtet. Die Summe der Punkte wird um 6 vermindert, um mögliche negative Veränderungen als negative Zahlen darzustellen.

Außerbetriebliche Wirkungen der Steuer

Die Veränderung der betriebswirtschaftlichen Parameter durch eine Aufhebung der Steuerbefreiung ist aus Sicht der öffentlichen Hände insgesamt ein Nullsummenspiel. Öffentliche Zuschüsse würden an die veränderten wirtschaftlichen Bedingungen angepasst. Auch für die Zuschauer sollten die Veränderungen ohne Auswirkungen bleiben: Zumindest die Modellrechnung geht von unveränderten Eintrittsentgelten aus¹⁵, was im übrigen auch den ursprünglichen Absichten des Gesetzgebers entspricht, die Umsätze der Kulturbetriebe und damit die Kunden von der Umsatzsteuer zu befreien.

Vor diesem Hintergrund erscheint es zunächst aus staatlicher Sicht als wenig dringlich, die Regelung zu ändern. Allerdings gibt es Wirkungen der Steuerbefreiung in der Kultur, die die Kulturwirtschaft insgesamt betreffen.

Öffentliche umsatzsteuerbefreite Kulturbetriebe sind gegenüber voll umsatzsteuerpflichtigen privaten Betrieben durch die Steuerlasten benachteiligt. Dies wird zwar durch die öffentlichen Zuschüsse kompensiert. Gleichwohl müssen öffentliche Betriebe ihre Leistungen dort teurer einkaufen als private Betriebe, wo die ihnen gestellten Rechnungen Vorsteuer enthalten.

Dies blieb in der Finanzverwaltung nicht unbemerkt. In jüngster Zeit ist jedenfalls eine verstärkte Tendenz der Finanzämter festzustellen, die kulturellen Leistungen privater Kulturbetriebe ebenfalls umsatzsteuerfrei zu behandeln:

Kulturelle Dienstleistungen privater Kulturbetriebe sind nur dann umsatzsteuerfrei, wenn die zuständige Landeskulturbehörde bescheinigt, dass der private Kulturbetrieb die gleichen kulturellen Aufgaben erfüllt wie die öffentlichen Kulturbetriebe (§ 4 Nr. 20a Satz 2 UStG). Da sich die Steuerbefreiung auch für viele private Kulturbetriebe aufgrund der fehlenden Berechtigung zum Vorsteuerabzug wirtschaftlich nicht rechnet, verzichten die meisten privaten Kulturbetriebe eine für die Steuerbefreiung notwendige Bescheinigung zu beantragen, um somit weiterhin voll umsatzsteuerpflichtig und somit zum Vorsteuerabzug berechtigt zu bleiben. In jüngster Zeit gehen nun die Finanzämter verstärkt dazu über, selbst die für die Umsatzsteuerfreiheit notwendigen Bescheinigungen bei der jeweils zuständigen Landeskulturbehörde zu beantragen. Ob dieses Vorgehen der Finanzämter nun dem Impetus geschuldet ist, dass die privaten Kulturbetriebe gegenüber den nicht zum Vorsteuerabzug berechtigten öffentlichen Kulturbetrieben keine Vorteile haben sollen – so jedenfalls die Verwaltungsgerichte, die mit diesem Argument das Vorgehen der Finanzämter rechtfertigen – oder dem reinen (bundes- und landes-)fiskalischen Interesse Umsatzsteuermindereinnahmen durch Vorsteuererstattungen zu vermeiden, kann an dieser Stelle dahinstehen. Interessant an den Bestrebungen der Finanzämter, von sich aus die Voraussetzungen für eine Steuerbefreiung zu schaffen einerseits und der – vergeblichen – Hilfesuche der betroffenen priva-

¹⁵ Die Gestaltung von Entgelten bleibt natürlich im Ermessen der einzelnen Einrichtungen.

ten Kulturbetrieben bei den Verwaltungsgerichten andererseits ist folgendes: Die Steuerbefreiung, die vom Sinn und Zweck her eigentlich eine steuerliche Entlastung für die Kulturbetriebe bedeuten soll, hat sich für die Kulturbetriebe als echte steuerliche Belastung entpuppt.

Um dieser faktischen steuerlichen Belastung durch die fehlende Berechtigung zum Vorsteuerabzug die Schärfe zu nehmen, versuchen die betroffenen öffentlichen und privaten Kulturbetriebe die „Eingangs“-Leistungen, also Lieferungen und Leistungen an die Kulturbetriebe, ihrerseits von der Umsatzsteuer zu befreien. Dies führte und führt regelmäßig zu langwierigen Rechtsstreitigkeiten mit der Finanzverwaltung. So bedurfte es schon eines Urteils des Europäischen Gerichtshofs um klarzustellen: Solisten erbringen umsatzsteuerfreie kulturelle Dienstleistungen. Und für die simple Feststellung, dass auch Dirigenten umsatzsteuerfreie kulturelle Dienstleistungen erbringen, waren Erlasse der Landesfinanzministerien notwendig. Gegenwärtig streiten sich Finanzämter und Kulturbetriebe darum, ob Regisseure, Choreographen und Bühnenbildner kulturelle Dienstleistungen im Sinne von Art. 13 Teil A Abs. 1n) der 6. EG-Umsatzsteuerrichtlinie erbringen. Diese Streitigkeiten resultieren letztlich alle aus der zwingenden Steuerbefreiung der Kulturbetriebe und der damit einhergehenden Versagung des Vorsteuerabzugs. Wären die Kulturbetriebe berechtigt, Vorsteuern geltend zu machen, wären solche Vorsteuern auf den Rechnungen an diese Betriebe ertragsneutral.

Immer dort, wo eine Steuerbefreiung ausgesprochen wird, hat dies Folgen für die Verwaltung und die Verhandlung der Steuerpflichten mit den Steuerbehörden. Schon in einem steuerbefreiten Betrieb ist es in der Regel so, dass neben den steuerbefreiten auch steuerlich nicht freigestellte Geschäfte getätigt werden. So mag es in einem Theater eine Kantine oder einen Garderobendienst geben, die von der Steuerbefreiung nicht betroffen sind. Die Erträge und die Kosten sind den steuerbefreiten und den nicht steuerbefreiten Geschäften anteilig zuzuordnen, um für die letzteren die Umsatzsteuer zu entrichten und mit den Vorsteuern zu verrechnen. Dort, wo sich Kosten nicht eindeutig zurechnen lassen, muss die Aufteilung geschätzt werden. Regelmäßig werden solche Schätzungen nach Prozentsätzen vorgenommen. Diese Sätze werden mit den zuständigen Finanzämtern verhandelt, um für die Betriebe unliebsame Überraschungen bei der Steuererklärung zu vermeiden. So bringt jeder Steuerbefreiungsfall mit sich, dass auf der Ebene des Einzelfalls ein Vorsteuersatz für den betroffenen Betrieb verhandelt wird. Die Zahl der Fälle multipliziert sich, wenn entsprechende Festlegungen und Verhandlungen auch für vorgelagerte Betriebe mit geführt werden müssen.

Da die Steuerbefreiung damit einhergeht, dass auch Vorsteuern nicht geltend gemacht werden können, werden Kosten für betroffene Betriebe um den Vorsteuerbetrag teurer. Dies wirkt sich wirtschaftlich besonders dort stark aus, wo investiert werden muss. Investitionen in Ausstattung und Bauinvestitionen sind für steuerbefreite Betriebe um den Umsatzsteuersatz von 19 %, also um 15,97 % teurer als für nicht steuerbefreite Betriebe.

be. Angesichts des Investitionsstaus in öffentlichen Kultureinrichtungen auf der einen Seite, angesichts des Umstandes, dass die Steuerbefreiung auf weitere Betriebe ausgeweitet wird, die nicht auf eine Kompensation erhöhter Baukosten aus der öffentlichen Hand rechnen können, ist dieser Umstand geeignet, die Ausstattung kulturwirtschaftlicher Betriebe mit Sachkapital eher zu erschweren als zu erleichtern.

Handlungsvorschlag: Generelle Aufhebung der Steuerbefreiung oder Einräumung eines Optionsrechts, auf die Steuerbefreiung zu verzichten.

Aus der vorstehenden Analyse drängen sich zwei Handlungsvorschläge auf: Die Steuerbefreiung des § 4 Nr. 20 UStG generell abzuschaffen oder den kulturellen Einrichtungen durch entsprechende Ergänzung des § 9 UStG ein Optionsrecht einzuräumen auf die Steuerbefreiung zu verzichten.

Mit der generellen Abschaffung der Steuerbefreiung oder der Einräumung einer Option wären die Kulturbetriebe hinsichtlich der ihnen in Rechnung gestellten Umsatzsteuern zum Vorsteuerabzug berechtigt. Neben diesem wirtschaftlichen Vorteil würde eine deutliche Verwaltungsvereinfachung einhergehen: Die bisher für die Mehrzahl der Betriebe notwendigen komplexen Abgrenzungen befreiter und nicht-befreiter Betriebsteile würden ebenso entfallen, wie die langwierigen Streitigkeiten über die Frage welche „Eingangs“-Leistungen an die kulturellen Betriebe kulturelle Dienstleistungen sind.

Von den beiden denkbaren Handlungsalternativen wäre der Einräumung einer Option gegenüber der generellen Abschaffung eindeutig der Vorzug zu geben.

Gegen eine generelle Abschaffung der Steuerbefreiung sprechen vor allem zwei Argumente:

Die wenigen Einrichtungen und Betriebe, die durch die bisherige Steuerbefreiung einen wirtschaftlichen Vorteil haben, wären durch eine generelle Abschaffung benachteiligt.

Eine generelle Abschaffung der Steuerbefreiung von kulturellen Leistungen würde zudem gegen geltendes Europarecht verstoßen (vgl. Art. 13 Teil A Abs. 1n 6. EG-Umsatzsteuerrichtlinie). Eine europaweite politische Initiative mit dem Ziel, Art. 13 Teil A Abs. 1n der 6. EG-Umsatzsteuerrichtlinie so zu ändern, dass es den Mitgliedstaaten zukünftig gestattet wird die Steuerbefreiung für kulturelle Leistungen generell abzuschaffen, dürfte kaum zum Erfolg führen. Denn in vielen Mitgliedstaaten finanzieren sich die Kulturbetriebe viel mehr – als etwa deutsche Kulturbetriebe – über eigene Einnahmen aus dem Verkauf von Eintrittskarten als über nicht steuerbare öffentliche Betriebskostenzuschüsse. Der wirtschaftliche Vorteil der Aufhebung der Steuerbefreiung dürfte in diesen Ländern also sehr viel geringer sein als in Deutschland. Mehr noch: In vielen Ländern würde eine Umsatzsteuerpflicht kultureller Leistungen – anders als etwa in Deutschland – wahrscheinlich zu einer Verteuerung der Eintrittskarten führen, was sicher nicht im Interesse einer steuerlichen Förderung kultureller Leistungen wäre.

Vor diesem Hintergrund wäre die Einräumung einer Option, auf die Steuerbefreiung zu verzichten, die bessere Handlungsalternative. Zwar wäre auch hier eine europaweite politische Initiative notwendig, weil das geltende Europarecht die Möglichkeit der Einräumung von Optionen bei kulturellen Dienstleistungen grundsätzlich nicht vorsieht (vgl. Art. 13 Teil C der 6. EG-Umsatzsteuerrichtlinie). Eine solche Initiative dürfte aber durchaus Chancen auf Erfolg haben. Zum einen ist dem europäischen Umsatzsteuerrecht die Möglichkeit der Einräumung einer Option bei kulturellen Dienstleistungen nicht gänzlich fremd: Ausnahmsweise ist Mitgliedsstaaten, die kulturelle Dienstleistungen vor dem 1. Januar 1989 umsatzsteuerpflichtig behandelt haben, unter bestimmten Voraussetzungen die Einräumung eines Optionsrechts weiterhin gestattet (vgl. Art. 28 Abs. 3c iVm Anhang G Nr. 1 iVm Anhang E Nr. 5 der 6. EG-Umsatzsteuerrichtlinie). Zum anderen eröffnet die Einräumung einer Option den kulturellen Betrieben ein Wahlrecht. Mögliche Nachteile einer generellen Umsatzsteuerpflicht, die insbesondere in Mitgliedsstaaten geben sein dürften, in denen die öffentlichen Betriebskostenzuschüsse im Verhältnis zu den Eigeneinnahmen aus Eintrittskarten eher gering sind, wären mit der Einräumung einer Option ausgeschlossen, die Kulturbetriebe müssten auf die Ausübung der Option einfach nur verzichten. D.h. für Mitgliedsstaaten in denen die Kulturbetriebe – anders als deutsche Kulturbetriebe – mit der Steuerbefreiung bislang gute Erfahrungen machen, bestehen keine Gründe sich der Einräumung einer Option zu verschließen.

Folge: Verschiebung von Lasten in den öffentlichen Haushalten

Nur ganz knapp soll nachgezeichnet werden, welche Folge die vorgeschlagene Rechtsänderung hat. Geht man davon aus, dass Veränderungen in den Haushalten der von der Rechtsänderung betroffenen öffentlichen Betriebe und Einrichtungen aus Öffentlichen Haushalten vollständig beglichen werden, dass auf der anderen Seite die Minderung der Umsatzsteuererträge von Öffentlichen Haushalten zu tragen sind, dann ist Reform insgesamt aufkommensneutral.¹⁶ Da das Umsatzsteueraufkommen etwa zu gleichen Teilen zwischen Bund und Ländern aufgeteilt wird, da aber die Länder und Kommunen einen ungleich größeren Teil der Zahlungslasten für Kultureinrichtungen tragen, führt die vorgeschlagene Reform zu einer leichten Belastung des Bundes und zu einer entsprechenden Entlastung von Ländern und Kommunen. Da vorher nicht bekannt ist, in welchem Umfang Betriebe und Einrichtungen das Optionsrecht nicht wahrnehmen werden, ist eine Berechnung dieser Größen vorab kaum möglich.

Für vorgelagerte kulturwirtschaftliche Betriebe wird es durchgängig eine Verbesserung der wirtschaftlichen Lage zuungunsten der Staatskasse geben. Sie hebt eine Ungleichbehandlung und Schlechterstellung auf.

¹⁶ Einsparungen durch die Vereinfachung des Steuerrechts in diesem Punkt sollen hier nicht kalkuliert werden.

Der Exkurs zur Umsatzsteuer demonstriert eindrücklich, dass wirtschaftliche Wirkungen auch von wohlmeinenden Förderregelungen sorgfältiger Prüfung bedürfen. Viel hängt vom Verhältnis öffentlicher Finanzierungsbeiträge zu selbsterwirtschafteten Mitteln und von der Einordnung der wirtschaftlichen Aktivitäten des jeweiligen Kulturbetriebs in die kulturwirtschaftlichen Wertschöpfungsketten ab. Es zeigt sich, dass sich Förderintentionen in ihr Gegenteil verkehren und wie sich Maßnahmen nicht nur in den kulturwirtschaftlichen Teilmärkten, sondern darüber hinaus auswirken können. Von einer Kulturförderung oder auch Kulturwirtschaftspolitik aus einem Guss ist die Bundesrepublik Deutschland noch weit entfernt. Eine Fachdiskussion, die sich an Wertschöpfungsketten und auf sie bezogene sektorale Untersuchungen stützt, kann hier – so zumindest die Hoffnung der Autoren dieser Studie – zu einem Qualitätssprung beitragen.

4.2.3. Die Förderung der Kulturwirtschaft

Spezielle Förderangebote an Kulturwirtschaft, die kulturpolitische mit wirtschaftspolitischen Zielen kombinieren, sind in Deutschland heute noch selten. Zum einen steht kulturwirtschaftlichen Unternehmen der Zugang zu Förderprogrammen und -maßnahmen wie z.B. Existenzgründerseminaren und betriebswirtschaftlichen Schulungen offen, die mit wirtschaftspolitischen Zielen aufgelegt wurden, aber nicht speziell auf den Bedarf von Kulturwirtschaft zugeschnitten sind. Zum anderen gibt es eine Reihe von kulturpolitisch begründeten Förderprogrammen, die nur teilweise auf die Besonderheiten kleiner und kleinster kulturwirtschaftlicher Unternehmen eingehen.

Konkrete Ansatzpunkte für die spezifische Förderung von Kulturwirtschaft werden erst die Detailanalysen kulturwirtschaftlicher Tätigkeitsfelder und Teilbereiche liefern können, deren Durchführung in diesem Gutachten schon mehrfach empfohlen wurde. Generelle Empfehlungen zur Förderung von Kulturwirtschaft im Allgemeinen sind daher an dieser Stelle nicht zu erwarten. Wir stellen jedoch in der Folge Möglichkeiten der Förderung und Unterstützung der kleinsten und kleinen Unternehmen der Kulturwirtschaft vor, die an deren Besonderheiten ansetzen. Auch die Betrachtungen zu Kultur und Kulturwirtschaft im Rahmen der Regional- bzw. Wirtschaftsentwicklung und der Stadterneuerung werden konkrete Vorschläge enthalten, die wiederum den besonderen Bedingungen von Kulturwirtschaft auf lokaler Ebene entspringen. Diesen kontextspezifischen Betrachtungen zur Förderung von Kulturwirtschaft stellen wir einen Überblick über die Förderprogramme und -maßnahmen für Kulturwirtschaft in EU-Ländern voran. Zwei ausgewählte Beispiele werden einen Einblick in das breite Spektrum möglicher Maßnahmen vermitteln.

4.2.3.1. Förderung in EU-Ländern

Eine Recherche von Fördermaßnahmen, Programmen und Instrumenten, die für Kulturwirtschaft relevant sind, musste sich aufgrund zeitlicher Beschränkungen auf „alte“ Mitgliedsstaaten der EU beschränken. Sie ergab, dass es in allen untersuchten Län-

dem jeweils auf bestimmte kulturwirtschaftliche Teilbereiche zugeschnittene Programme und Instrumente wie z.B. Programme zur Förderung der Filmwirtschaft oder bestimmter Bereiche der Musikwirtschaft gibt. In der überwiegenden Zahl der Fälle werden die Förderungen auf der nationalen Ebene vergeben. Lediglich im Vereinigten Königreich, in Belgien und in Österreich werden Maßnahmen bzw. Institutionen angeführt, die auch auf der regionalen und kommunalen Ebene ansetzen (siehe nachfolgende Abbildung).

Abbildung 42**Leistungen und Institutionen zur Förderung kulturwirtschaftlicher Aktivitäten in Ländern der EU¹⁷**

Land	Ebene	Förderstelle	Leistungen / Förderung	Finanzierung
Belgien	regional	Flämische Gemeinschaft (Kulturverwaltung)	"CultuurlInvest": Sicherung bei der Projektfinanzierung, Wachstumskapital, nachrangige Darlehen für die Kreativwirtschaft, Unterstützung von Existenzgründungen	Flämische Gemeinschaft
	regional	Französische Gemeinschaft	Förderungen für literarische, künstlerische oder kulturelle Publikationen und für musikalische Produktionen	Französische Gemeinschaft
	regional	Französische Gemeinschaft	Dekret betreffend Rundfunk: Verpflichtung der Rundfunkbetreiber zu Unterstützung des französischsprachigen Rundfunks durch Ko-Produktionen, Vorab-Erwerb von audiovisuellen Arbeiten oder Zahlungen	Französische Gemeinschaft
Dänemark	national	Danish Film Institute, staatliche Agentur	Abdeckung des gesamten Förderspektrums rund um den Filmbetrieb	Staatliche Finanzierung
	national	Danish Arts Foundation, öffentliche Stiftung	u.a. Förderung von Film, Design, Architektur	Staatliche Förderung
	international	Nordisk InnovationsCenter, getragen von skandinavischen und baltischen Ländern	Forschungs-, Entwicklungs- und Kommunikationsplattform; Creative Industries als ein neuer Schwerpunkt, der massiv entwickelt werden soll	Interstaatliche Finanzierung
Finnland	national	Finnish Film Foundation (supervidiert vom Department für Kulturpolitik im Kultusministerium)	Finanzielle Förderung von Produktion, Distribution, Vorführung und Internationalisierung finnischer Filme	Staatliche Förderung
	national	AVEK (Finnisches Zentrum für die Förderung Audiovisueller Kultur), Träger: Kopiosto (vergleichbar mit GEMA)	Förderung audiovisueller Kultur, Kino, Video und Fernsehen durch Copyright-Einnahmen	Staatliche Förderung
Frankreich	national	Centre National de la Cinématographie, staatliche Einrichtung	Abdeckung des gesamten Förderspektrums rund um den Film-, Fernseh-, Video- und Multimedienbetrieb	Ministerium für Kultur und Kommunikation
	national	Fonds pour la Création Musicale, Verband	Produktions-, Aufführungs-, Promotions- und Exportförderung für alle musikalischen Genres	Staatliche Förderung

¹⁷ Der Überblick erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Die Abbildung enthält nur Angaben von über das Internet recherchierbaren Quellen und beschränkt sich auf Maßnahmen der öffentlichen Hände. Sie berücksichtigt keine weiteren Förderinstitutionen wie z.B. Stiftungen und andere Körperschaften der öffentlichen Hand mit eigener Rechtspersönlichkeit

Land	Ebene	Förderstelle	Leistungen / Förderung	Finanzierung
	national	Centre National du Livre, staatliche Einrichtung	Abdeckung des gesamten Förderspektrums rund um den Literaturbetrieb	Ministerium für Kultur und Kommunikation
Griechenland	national	National Book Centre, gemeinnützige Organisation	Förderung der griechischen Literatur (finanzielle Förderungen für Übersetzungen, Öffentlichkeitsarbeit, Bewußtseinbildung, Veranstaltungen im In- und Ausland)	Förderung durch Kulturministerium
	national	Greek Film Centre, öffentliche Einrichtung	Schutz, Unterstützung und Entwicklung des griechischen Films sowie die Präsentation, Verbreitung und Förderung griechischer Filmproduktionen im In- und Ausland;	Kulturministerium
Großbritannien	national / regional	British Arts Council - Creative Industries Unit, staatliche Agentur mit regionalen Büros	Forschung, Beratung, Information, Vermittlung, Koordination	Ministerium für Kultur
	national	Prince's Trust, Treuhandvermögen	u.a. finanzielle Unterstützung von Existenzgründungen in der Kreativwirtschaft, Training	
	national	NESTA (National Endowment for Science, Technology and the Arts), öffentliche Stiftung	v.a. Eigenkapital-Beteiligung und Trainingsprogramme für innovative Projekte/Unternehmen, explizit auch im Bereich Creative Industries	Staatliche Förderung
	national	The UK Film Council, staatliche Agentur	Abdeckung des gesamten Förderspektrums rund um den Filmbetrieb	Staatliche Finanzierung
	regional	Creative Entrepreneurs Club (Schottland), Verein	div. Dienstleistungen/Aktivitäten, wie beispielsweise Vernetzung von Unternehmen und Investoren; Angebote zur Kompetenzentwicklung u.a.	Mitglieder, Sponsoren
	regional	Wales Creative Industries Support Service, Einrichtung der Regionalregierung Wales	Unterstützungsleistungen z.B. in den Bereichen Training, Eigenkapital-Beteiligung über Fonds (Wales Creative IP Fund)	Regionalregierung Wales
	regional	Filmfonds mit regionalem Charakter, wie etwa: Northern Ireland Film Development Fund, The Glasgow Film Fund	diverse	diverse
	kommunal	London Development Agency, kommunale Einrichtung	verschiedene Programme, u.a. "Creative London" (u.a. Kapitelbeteiligung, Mentoring, Rechtsberatung), "Film London" (u.a. Investment; Training, Öffentlichkeitsarbeit)	Stadt London
Irland	national	Irish Film Board, staatliche Einrichtung	Finanzielle Förderung unabhängiger irischer Filmemacher mit dem Ziel der Sicherstellung der Kontinuität von Produktion und Verfügbarkeit irischer Filme im In- und Ausland u.a. in Form von Darlehen, Eigenkapital-Beteiligung	Department of Arts, Heritage, Gaeltacht and the Islands

Land	Ebene	Förderstelle	Leistungen / Förderung	Finanzierung
	national	Ireland Literature Exchange, gemeinnützige Organisation	Internationale Förderung englisch- und irischsprachiger irischer Literatur im wesentlichen in Form von Unterstützung bei Übersetzung (etwa finanzielle Förderung für Herausgeber)	beide Arts Councils in Irland, Culture Ireland und The Irish Language Books Board
Italien	national	Generaldirektion Kino / Film beim Ministerium für Kultur	Abdeckung des gesamten Förderspektrums rund um den Filmbetrieb	Ministerium für Kultur
Luxemburg	national	Centre national de l'audiovisuel, staatliche Einrichtung	Sicherung und Erforschung des audiovisuellen Erbes, Öffentlichkeitsarbeit und Verbreitung luxemburgischer audiovisueller Werke im In- und Ausland	Ministerium für Kultur, höhere Bildung und Recherche
	national	Centre national de la littérature, staatliche Einrichtung	Sicherung und Erforschung des literarischen Erbes, Öffentlichkeitsarbeit und Verbreitung luxemburgischer Literatur im In- und Ausland	Ministerium für Kultur, höhere Bildung und Recherche
	national	Film Fund Luxembourg	k.A.	k.A.
Niederlande	national	Ministerium für Bildung, Kultur und Wissenschaft	„Ons Creatieve Vermogen“ (Our Creative Capacity): Regierungsprogramm u.a. zur Förderung von Kooperationen zwischen Kreativwirtschaft und anderen Branchen, von kleinen und jungen Unternehmen der Kreativwirtschaft, Hauptteil: Creative Challenge Call	Ministerium für Bildung, Kultur und Wissenschaft zusammen mit dem Wirtschaftsministerium
	national	Nederlands Fonds voor de Film, Träger: Kultusministerium	finanzielle Förderung niederländischer Filmproduzenten bei der Entwicklung, Produktion, Distribution und Marketing	Ministerium für Bildung, Kultur und Wissenschaft
Österreich	national	Arge creativ wirtschaft austria, Träger: Wirtschaftskammer Österreich	Informations- und Kommunikationsplattform für die österreichische Kreativwirtschaft	Wirtschaftskammer Österreich
	national	iP Impulsprogramm kreativwirtschaft, Träger: Wirtschaftskammer Österreich und Austria Wirtschaftsservice	Beratung und finanzielle Förderung für kreative, innovative und marktorientierte Projekte in Musik, Multimedia, Design	aus Mitteln der Nationalstiftung für Forschung, Technologie und Entwicklung
	national	Österreichischer Musikfonds, Träger: Verein Österreichische Musikförderung	Förderung von Verwertung und Verbreitung professioneller österreichischer Musik im In- und Ausland	Bundeskanzleramt und namhafte Institutionen
	kommunal / regional	Filmfonds Wien, Träger: Stadt Wien	Förderung von Projekten in Wien ansässiger Produzenten (u.a. Drehbuchentwicklung, Produktion, Verleih und Teilnahme an Filmfestivals)	Stadt Wien
	kommunal	Departure wirtschaft, kunst und kultur gmbh, Träger: Wiener Wirtschaftsförderungsfonds	Wirtschaftsförderungs- und Servicestelle für in Wien ansässige Unternehmen der Creative Industries	Wiener Wirtschaftsförderungsfonds
Portugal	national	Instituto do Cinema, Audiovisual e Multimedia, Träger: Ministerium für Kultur	Abdeckung des gesamten Förderspektrums rund um den Film-, Fernseh-, Video- und Multimedialebetrieb	Ministerium für Kultur

Land	Ebene	Förderstelle	Leistungen / Förderung	Finanzierung
Schweden	national	Swedish National Council for Cultural Affairs	finanzielle Förderung in den Bereichen Literatur (Publikationen, Bibliotheken), Produktion und Publikation von Kulturzeitschriften, Musikaufnahmen, Design	Kulturministerium
	national	Swedish Film Institute Foundation, öffentliche Stiftung	Finanzielle Förderung von Produktion, Distribution, Vorführung und Internationalisierung schwedischer Filme	Kultusministerium, Filmwirtschaft
Spanien	national	Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales, staatliche Agentur	Abdeckung des gesamten Förderspektrums rund um den Film-, Fernseh-, Video- und Multimedialebetrieb	Ministerium für Kultur

Eigene Zusammenstellung

Die Zusammenstellung lässt den Schluss zu, dass es auch in anderen EU-Ländern nur selten speziell auf den Bedarf der Kulturwirtschaft zugeschnittene und zwischen unterschiedlichen Fachressorts abgestimmte Unterstützungs- und Förderangebote gibt.

Eine Ausnahme davon bildet das Vereinigte Königreich, das ein umfassendes System der Förderung der creative industries entwickelt hat. Dies soll nun näher vorgestellt werden. Daneben dürfte in Europa Österreich am weitesten bei der Entwicklung von konkreten Förderprogrammen und -maßnahmen für die Kulturwirtschaft gekommen zu sein: Neben der „ARGE creativwirtschaft austria“ und dem „ImpulsProgramm creativwirtschaft“ auf Bundesebene gibt es dort mit „Departure wirtschaft, kunst und kultur gmbh“ eine eigene Wirtschaftsförderungs- und Servicestelle für in Wien ansässige Unternehmen der Creative Industries auf kommunaler Ebene. Während dies hier im Einzelnen nicht dargestellt werden soll, verdient der französische Garantiefonds für kulturwirtschaftliche Unternehmen wiederum paradigmatisches Interesse.

Das britische Modell: Umfassende Unterstützung der creative industries¹⁸

Großbritannien hat die Kulturwirtschaft in das Zentrum umfassender und konkreter politischer Programme gestellt. Dies mit dem Ziel, das Land zum kreativen Mittelpunkt der Welt zu machen. Das System der Unterstützung und Förderung der creative industries, das von den nationalen Ministerien bis zu Agenturen auf Stadtteilebene reicht, lässt sich wie folgt skizzieren.

A. Nationale Ebene

Die Fachzuständigkeit für die creative industries ist auf das Kulturministerium (dcms) und das Wirtschaftsministerium (DTI) verteilt. Unterstützung für creative industries auf nationaler Ebene gibt es durch

- Das „**Creative Economy Programme**“ – ein neues, in Vorbereitung befindliches, Programm zur bestmöglichen Nutzung der kreativen Potenziale im ganzen Land
- Maßnahmen zur **Förderung des Exports** von Produkten und Leistungen der britischen Kulturwirtschaft, verteilt auf drei Gruppen:
 - *Creative Exports Group*: Zur Steigerung des Exports von Gütern und Leistungen der Kreativwirtschaft

¹⁸ Elizabeth Stern sei an dieser Stelle für ihren profunden fachlichen Beitrag zum britischen System der Förderung der Kulturwirtschaft gedankt

- Performing Arts International Development: Zur Förderung der internationalen Beziehungen und Auftritte im Bereich der darstellenden Künste
- *Design Partners*: Zur Unterstützung von exportorientierten Designunternehmen bei der Identifikation neuer Exportchancen und -märkte
- Maßnahmen im Bereich der **Bildung und Qualifikation**
 - Kreative Partnerschaften: Ein landesweites Programm zur Förderung der Kreativität in Schulen
 - Higher Education Forum: Gemeinsame Initiative des Kulturministeriums und von Universitäten zur Beratung der zuständigen Politiker in Fragen zu kulturwirtschaftlich relevanten Kenntnissen
 - Education and business clusters: Zur Förderung der Bindungen bzw. Clusterbildung zwischen akademischen Bildungsinstitutionen und kreativen Unternehmen (in Kooperation mit dem Wirtschaftsministerium)
- Film Council – finanzierte Qualifikationsmaßnahmen
Ausbildungs- und Trainingsprogramme für die Filmwirtschaft

B. Regionale Ebene

Die für die Kulturwirtschaft bereitgestellte Unterstützung wird überwiegend über die elf Regionalen Wirtschaftsförderergesellschaften /(Regional Development Agencies) zur Verfügung gestellt:

London Development Agency	Advantage West Midlands	One NorthEast
South East England Development Agency	Yorkshire Forward	Scottish Enterprise
South West Regional Development Agency	Northwest Development Agency	Welsh Development Agency
East of England Development Agency		Invest Northern Ireland

C. Zugang zu Finanzierung und KMU unterstützenden Services

Finanzierung wird über eine Reihe von Finanzierungsinstituten und Fonds angeboten, die speziell auf KMU – und teilweise auch auf Unternehmen der Kulturwirtschaft – zugeschnittene Finanzierung anbieten.

Auf nationaler Ebene:

Arts Council England	National Endowment for Science, Technology and the Arts (NESTA)	Northern Ireland Creativity Seed Fund
National Lottery Funding	Shell LIVEwire	Invest Northern Ireland
Film Council	Crafts Council	Scottish Enterprise
Prince's Trust		Finance Wales

Auf regionaler Ebene:

Cornwall Film Fund	North West Equity Fund	Screen West Midlands – Production Loan Fund
Finance Cornwall	TEChINVEST	Aston Re-investment Trust
South West Regional Venture Capital Fund	Creative LETS	Investor Champions
South West	Cultural Finance North West	Screen West Midlands
East Midlands	North West Vision	Princes Trust Cultural Youth Business Venture
East Midlands Regional Venture Capital Fund	Yorkshire and Humber Regional Venture Capital Fund	Cultural Business Venture
EM Media	Screen Yorkshire	Capital North East
Eastern	South East Growth Fund	Innovation Action Fund
Eastern Regional Venture Capital Fund	Screen South	New Product Programme
Full Circle Fund	Creative Advantage Fund	Micro Finance Loan Fund
Screen East	Advantage Growth Fund	Northern Film & Media
Merseyside Special Investment Fund	Innovation and Development Fund	

D. London

London als das Zentrum der creative industries hat zusätzlich ein eigenes Paket zur Förderung der Kulturwirtschaft entwickelt, das über folgende Institutionen angeboten wird:

1. Die London Development Agency (LDA)

Londons Regionale Wirtschaftsförderergesellschaft ist mit der Förderung der wirtschaftlichen Entwicklung im Großraum London betraut. Sie investiert in diese Aufgabe mehr als 300 Mio. £ (440 Mio. €) pro Jahr.

Creative London

Teil der LDA und wurde auf die Empfehlungen der Kommission für Creative Industries des Bürgermeisters im Jahr 2003 gegründet, um Wachstumshindernisse für Unternehmen in der Kulturwirtschaft beseitigen zu helfen. Creative London betreut die Kulturwirtschaft mit speziellen Programmen und Einrichtungen wie z.B.:

- **Creative Hubs:** Ein Netzwerk von Stützpunkten, das sich über ganz London ausdehnen soll. In jedem Stützpunkt gibt es unabhängige Berater, die kulturwirtschaftlichen Gründern und Kleinstunternehmen in Fragen der Qualifizierung, Unternehmensführung, Miete/Eigentum, Selbstpräsentation etc. unterstützen.
- **Creative Space Agency:** Eine Agentur, die in Zusammenarbeit mit dem Londoner Arts Council temporär verfügbare Flächen an Kunst- und Kulturwirtschaftsinitiativen zu geringen Kosten oder kostenlos vermittelt.
- **Creative Capital Fund:** Verfügt über 5 Mio. £ (7,4 Mio. €) zur Finanzierung von jungen kulturwirtschaftlichen Unternehmen.
- **Creative Business Accelerator:** Bietet kulturwirtschaftlichen Kleinunternehmen Beratung und Unterstützung, die auf der Suche nach Beteiligungskapital für die Weiterentwicklung ihres Unternehmens sind.
- **Film London:** Die Förderagentur für Film und Medien.

2. Das Government Office for London (GOL)

Setzt Programme und Maßnahmen im Auftrag der Zentralregierung um und teilt EU-Mittel zu. GOL hat z.B. aus EU Ziel 2-Förderungen der Strukturfonds zur Unterstützung und Entwicklung von kulturwirtschaftlichen Unternehmen in Nord-London eingesetzt.

3. Bezirksebene

Auch auf der Ebene der 33 Londoner Boroughs wird kulturwirtschaftlichen Unternehmen finanzielle und Beratungsunterstützung zuteil. Diese Initiativen werden von lokal tätigen Einrichtungen und Fonds wie der Creative Industries Development Agency (CIDA), den Music Business Angels, dem Local Investment Fund, Street UK, HBV Enterprise (HBV) oder der London Rebuilding Society erbracht.

Das britische Modell der Förderung von Kulturwirtschaft ist ein durchdachtes Gesamtsystem, dessen einzelne Elemente aufeinander abgestimmt sind. Es wirkt auf allen staatlichen Ebenen und ist aus einer übergeordneten politischen Strategie abgeleitet, die auf der Kreativität als einem Kernelement der künftigen Entwicklung des Landes aufbaut. Es ist leicht verständlich, dass Förderung in einer so umfassenden Form nicht nur auf der einzelbetrieblichen Ebene wirkt, sondern zu einer Hebung der Bedeutung von Kulturwirtschaft insgesamt beiträgt.

Frankreich: Der Garantiefonds des IFCIC

Das 1983 gegründete französische Institut zur Finanzierung der Filmwirtschaft und der Kulturwirtschaft (IFCIC) verwaltet unter anderen einen Garantiefonds, der sich speziell an (sehr) kleine kulturwirtschaftliche Unternehmen richtet. Dieser Fonds soll die Kreditfinanzierung von kleinen kulturwirtschaftlichen Unternehmen und unabhängigen Filmproduzenten und -verleihern durch die Übernahme von Kreditgarantien gegenüber den Banken erleichtern.

Das überwiegend aus Mitteln des Kulturministeriums gespeiste IFCIC übernimmt folglich Garantien gegenüber den Kreditinstituten, um deren erhöhtes Risiko bei Kreditvergabe an kleine kulturwirtschaftliche Unternehmen teilweise aufzufangen. „Um diesen Unternehmen, die nach den Regeln des Marktes funktionieren, zu helfen, mussten die Banken dazu angeregt werden, sich auf das besondere Risiko der Kulturwirtschaft einzulassen. Die kulturwirtschaftlichen Unternehmen unterliegen nämlich neben dem üblichen unternehmerischen Risiko jedes KMU einem besonderen Risiko, das dem Charakter jedes kulturellen Projektes als Prototyp entspringt“ (IFCIC, o.J.:o.S.)

Das IFCIC übernimmt in der Regel eine Garantie in der Höhe von 50 %, in Ausnahmefällen von bis zu 70 % des Kreditvolumens. Die Garantieübernahme durch das IFCIC hat auch Konsequenzen für die persönlichen Sicherheiten, die vom Kreditnehmer beizubringen sind. Im Fall einer IFCIC-Garantie darf das Wohnungseigentum des Kreditnehmers nicht zur Besicherung herangezogen werden und die persönlichen Sicherheiten sind auf maximal 50 % der Kreditsumme bzw. der Laufzeit des Kredits begrenzt.

Im Fall sehr kleiner kulturwirtschaftlicher Unternehmen bietet das IFCIC darüber hinaus beratende Unterstützung bei der Vorbereitung von Verhandlungen mit der Bank an.

Im Jahr 2004 hat das IFCIC über den Garantiefonds Risiken in der Höhe von vier Mio. € übernommen. Diese Garantieübernahme ermöglichte eine Kreditsumme von insgesamt rund 13 Mio. €, was einer Hebelwirkung der Garantien von rund 3,25 entspricht. Für die voraussichtliche Inanspruchnahme des Fonds durch Kreditausfälle wurde im selben Jahr eine Rückstellung in der Höhe von 80.000 €, also rund 0,2 % der übernommenen Garantien gebildet.

Der Garantiefonds des IFCIC ist ein Beispiel für eine Einzelmaßnahme, die durch exakte Abstimmung auf den Bedarf der von der Förderung erfassten Unternehmen eine wesentliche Erleichterung für die kleinsten kulturwirtschaftlicher Betriebe mit sich bringt.

4.2.3.2. Vorschläge zur Förderung der Kulturwirtschaft in Deutschland

Bei der Ableitung von Vorschlägen zur Förderung der Kulturwirtschaft in Deutschland sind drei Gesichtspunkte besonders zu beachten. Erstens ist der Gegenstand der Förderung nicht „die Kulturwirtschaft“. Wie die Ausführungen in Kapitel 2 und 3 gezeigt

haben, ist Kulturwirtschaft ein so heterogenes Feld, dass sinnvolle Fördermaßnahmen nur aus der detaillierten Analyse des jeweiligen Teilbereichs entspringen können. Diese Analysen – nach unserem Vorschlag entlang der kulturwirtschaftlichen Wertschöpfungsketten – sind noch zu leisten. Es ist noch nicht möglich, zielgenaue Empfehlungen abzugeben. Unser Vorschlag lautet vielmehr, den globalen Untersuchungen zur ökonomischen Bedeutung von Kulturwirtschaft nun Detailuntersuchungen folgen zu lassen, die den Eigenheiten der kulturwirtschaftlichen Teilbereiche und ihrem konkreten Förderbedarf nachspüren.

Zweitens stellt sich Förderungsbedarf für die „kleine“ Kulturwirtschaft grundsätzlich anders dar als für größere Strukturen auf Wertschöpfungsstufen, die vom schöpferischen Akt weiter entfernt sind. Kulturwirtschaftliche Unternehmen auf den weiter entfernten Wertschöpfungsstufen sind Unternehmen wie alle anderen, sie verfolgen die gleiche erwerbswirtschaftlichen Zielsetzungen und funktionieren nach den gleichen Prinzipien wie diese. Für diese kulturwirtschaftlichen Unternehmen wäre es ausreichend, den Zugang zum normalen Spektrum von wirtschaftlichen Förderprogrammen und -maßnahmen sicherzustellen. Dies ist noch nicht in ausreichendem Maße gewährleistet, weil der kulturelle Kern ihrer Produkte und Leistungen oft eine Besonderheit suggeriert, die in Fragen der Finanzierung oder Förderungen negativ auf sie zurückwirkt.

Drittens greifen bei der „kleinen“ nahe am schöpferischen Kern situierten Kulturwirtschaft die üblichen Maßnahmen zur Förderung von Existenzgründungen und kleinen Unternehmen nur bedingt. Dazu unterscheiden sie sich – wie beschrieben – in ihrem Wesen zu deutlich von anderen Branchen. Der Vorschlag, diese Unternehmen in den Mittelpunkt von policy-bezogenen Überlegungen zu stellen, steht im Zentrum unserer Empfehlungen. In der Folge stellen wir Förderinstrumente und -maßnahmen vor, die den Eigenheiten dieser Unternehmen bestmöglich Rechnung tragen. Sie sind um jene Maßnahmen zu ergänzen, die sich aus den empfohlenen weitergehenden Detailanalysen zur Kulturwirtschaft ableiten lassen.

Einrichtung von für die Kulturwirtschaft zuständigen Querschnittsgremien

Weil jede Förderung kulturwirtschaftlicher Betriebe neben der wirtschaftlichen Dimension auch eine kulturelle Dimension hat, schlagen wir eine feste und verbindliche Verankerung von Kulturwirtschaft in den konkreten politischen Aufgabenprogrammen sowohl der für Kultur als auch der für Wirtschaft zuständigen Ressorts durch die Bildung von Querschnittsgremien vor.

Diesen Gremien soll die gemeinsame Zuständigkeit für Belange der Kulturwirtschaft übertragen werden. Die gemeinsame Wahrnehmung auf die Kulturwirtschaft gerichteter Aufgaben darf nicht auf dem Papier enden, sondern muss sich in gemeinsamen, aufeinander abgestimmten konkreten Arbeitsprogrammen niederschlagen, in deren Erstellung der gesamte Sachverstand beider Ressorts einzubeziehen ist. Sie darf sich nicht auf Lippenbekenntnisse zur Bedeutung der Kulturwirtschaft für jedes der beiden

Ressorts beschränken, sondern muss systematisch alle Organisationseinheiten daraufhin durchsuchen, welche Bereiche ihrer Tätigkeiten von Relevanz für kulturwirtschaftliche Unternehmen sind. Sie muss dem Charakter der Kulturwirtschaft als eines die Ressortgrenzen sprengenden Querschnittsbereichs auch in der Definition eventuell sich daraus ableitender neuer Aufgaben gerecht werden.

In die Ableitung solcher gemeinsamer Arbeitsprogramme sind Vertreter von Unternehmen aus allen Teilbereichen der Kulturwirtschaft einzubeziehen. Sie tragen dazu bei, dass alle Aspekte des heterogenen kulturellen Sektors mit bedacht werden und dass die Aufgabenprogramme den tatsächlichen Anforderungen der kulturwirtschaftlichen Unternehmen entsprechen.

Die Aufgabenprogramme haben auch klar und eindeutig festzulegen, welcher Abteilung und welchen Ressorts die Verantwortung für jede einzelne der gemeinsam definierten Aufgaben obliegt. Für die Kulturwirtschaft sollte sich daraus nicht nur die Anerkennung ihrer Bedeutung als eines eigenständigen Gegenstandes konzertierter Politik ergeben, sondern ebenso eine neue Qualität der Berücksichtigung ihrer Interessen.

Auflage eines Kreditgarantiefonds für die Kulturwirtschaft

Eine Besonderheit unternehmerischer Tätigkeit auf den ersten Stufen der kulturellen Wertschöpfungskette ist das hohe wirtschaftliche Risiko. Künstlerische Arbeit und die davon abgeleiteten kulturwirtschaftlichen Aktivitäten produziert Prototypen. Ob die Prototypen verkäuflich sind und ob Serienfertigung folgt, bleibt in vielen Fällen lange ungewiss. Auf dieser Stufe kultureller Wertschöpfung kann das Risiko des Scheiterns nicht durch solide Planung und ausreichende Managementqualitäten minimiert werden. Risiko liegt im Wesen kreativen Schaffens und muss von Künstlern und den Unternehmen, die unmittelbar am schöpferischen Akt ansetzen, in Kauf genommen werden.

Dies erschwert kleinen kulturwirtschaftlichen Unternehmen den Zugang zu Krediten. Kreditinstitute sind an risikoarmen Geschäften interessiert für die der Kreditnehmer ausreichend Sicherheiten bietet. Dies ist bei kulturwirtschaftlichen Kleinst- und Kleinunternehmen meist nicht der Fall. Gerade auf der ersten Wertschöpfungsstufe gibt es einen hohen Anteil von Selbständigen und Unternehmen mit geringen Einkünften und ohne große finanzielle Reserven (siehe Kap. 3).

Für kulturwirtschaftliche Unternehmen ist daher der Zugang zu Finanzierungswegen wichtig, die ihnen trotz hohem unternehmerischem Risiko und geringer Sicherheiten offen stehen. Das oben vorgestellte Modell des Garantiefonds des französischen IFCIC ist auf solche Fälle zugeschnitten. Wo kleine und kleinste Unternehmen der Kulturwirtschaft Kredite benötigen, ist dies ein möglicher Weg.

Wir schlagen daher die Einrichtung eines solchen Kreditgarantiefonds vor. Die Bedingungen des Fonds müssten es kulturwirtschaftlichen Unternehmen ermöglichen, auch

das Scheitern eines kreditierten Projekts wirtschaftlich zu überleben. Das heißt nicht, das Risiko des Scheiterns auf die Öffentliche Hand abzuschieben. Vielmehr denken wir an einen Fonds, der längerfristige Kreditgewährung ermöglicht und damit den Ausgleich von Verlusten aus einem gescheiterten Vorhaben oder Projekt mit Überschüssen aus späteren, erfolgreichen Vorhaben zulässt. Es handelt sich dabei um einen Fonds, der auf der einen Seite Kredite ermöglicht und garantiert, weil der das Risiko der Gläubiger minimiert, auf der anderen aber den Schuldner nicht völlig des Risikos enthebt.

Ein solcher Fonds sollte im Wesentlichen folgende Leistungen erbringen:

- Bereitstellung von Garantien für Kredite von Banken an kleine kulturwirtschaftliche Unternehmen.
- Anpassung der Laufzeit der Garantien an die risikobedingten längeren Rückzahlungsfristen kulturwirtschaftlicher Unternehmen.
- Reduktion der von den Kreditnehmern beizubringenden Sicherheiten.
- Beratung und Unterstützung der Kreditnehmer bei ihren Verhandlungen mit den Banken.

Das nach der Erfahrung der IFCIC zu erwartende geringe Volumen von Kreditausfällen spricht dafür, dass ein solcher Fonds bei geringem Mitteleinsatz ein für viele kleine kulturwirtschaftliche Unternehmen drückendes Problem lösen bzw. zumindest deutlich mildern kann. Die Inanspruchnahme der Öffentlichen Hand würde sich auf geringe Ausfallsummen beschränken, wenn die Garantielaufzeiten ausreichend langfristig gestaltet werden.

Schaffung von kulturwirtschaftlichen Kompetenzagenturen

Kulturwirtschaftliche Kleinunternehmer, seien sie Freiberufler oder Leiter kleiner Unternehmen mit wenigen Beschäftigten, haben oft nicht die Kapazitäten (und manchmal auch nicht die Begabung), sich neben den inhaltlichen Aspekten ihrer Tätigkeit mit ähnlicher Kraft der kaufmännischen Belange ihres Unternehmens anzunehmen. Gleichzeitig sind die Unternehmen meist zu klein, um sich Mitarbeiter zu leisten, die den kaufmännisch-betriebswirtschaftlichen Bereich in der erforderlichen Qualität abdecken. Die üblicherweise für Existenzgründer angebotenen Qualifizierungsmaßnahmen zur Professionalisierung der Betriebsführung greifen bei kulturwirtschaftlichen Kleinst- und Kleinunternehmen daher nur eingeschränkt.

Mängel in der kaufmännisch-betriebswirtschaftlichen Führung fallen auf ein Unternehmen und seine Zukunftschancen zurück. Es werden unvorteilhafte Verträge geschlossen, es werden arbeitsrechtlich bedenkliche Beschäftigungsverhältnisse eingegangen, die steuerlichen Auswirkungen von Abrechnungen werden falsch eingeschätzt, vorhandene Marktchancen nicht erkannt etc. Abhilfe könnten kulturwirtschaftliche Kompe-

tenzagenturen schaffen, die fehlendes Management-Know-how als externe Leistung in die betroffenen Unternehmen einbringen. Bei diesen Agenturen würde es sich nicht um die üblichen Anlaufstellen für Existenzgründer und KMU handeln. Vielmehr würden solche Agenturen ihre Kompetenz auf die besonderen Bedürfnisse von Kulturbetrieben richten.

Die Effizienz solcher Agenturen ist proportional zum Grad der Vertrautheit ihrer Mitarbeiter mit speziellen kulturwirtschaftlichen Problemen und Fragen und ihrer Kompetenz in deren praktischer Lösung. Wenn z.B. der Leiter einer freien Theatertruppe mit der Bitte um Rechtsbeistand bei der Gestaltung eines Aufführungsvertrages für eine neue Produktion an die Agentur herantritt, dann muss er präzise Auskünfte zu dieser Frage erhalten. Wenn ein Galerist Unterstützung bei der Identifikation möglicher Partner in anderen Regionen und Städten sucht, so darf im keine Vorlesung über Strategien der Marktbearbeitung gehalten werden.

Kompetenzagenturen würden Unterstützung in allen für die erfolgreiche Führung eines kleinen kulturwirtschaftlichen Unternehmens wesentlichen Managementbereichen anbieten. Darüber hinaus können sie die Rolle von Brokern für verschiedene Bedarfe kleiner kulturwirtschaftlicher Betriebe übernehmen. Sie können Kontakte mit potentiellen Kunden und zu Lieferanten herstellen und umgekehrt mögliche Kunden und Lieferanten von sich aus auf das Angebot der von ihnen betreuten Unternehmen hinweisen. Sie können temporäre Mitarbeiter für zeitlich befristete Projekten finden, aber auch EDV-Spezialisten, Webdesigner und andere Dienstleister.

Kulturwirtschaftliche Kompetenzagenturen können als One-Stop-Agenturen für ihre kulturwirtschaftliche Kunden fungieren, d.h. dass alle Fragen, die der Unternehmer an die Agentur heranträgt, entweder von ihr selbst erschöpfend beantwortet werden oder die Agentur die Verbindung zu weiteren Gesprächspartnern herstellt. Ihr Leistungsspektrum würde folgende Angebote umfassen, die auf der Basis der exakten Ermittlung des kulturwirtschaftlichen Beratungsbedarfs um weitere Elemente zu erweitern wäre:

- Unterstützung und Beratung in Fragen der Unternehmensleitung, z.B.
 - Finanzierung
 - Marketing und Markterschließung
 - Personalrekrutierung
 - Vertragswesen
- Rechtsberatung zu Fragen des
 - Arbeitsrechts
 - Steuerrechts
 - Sozialrechts
 - Vertragsrechts
 - Urheberrechts

- Herstellung von Kontakten zu
 - Kunden
 - Lieferanten
 - fixen und/oder temporären Mitarbeitern
 - Partnern für Produktionen
 - Externen Dienstleistern wie Web-Designer, EDV-Spezialisten etc.

Kompetenzagenturen sollten sich weitgehend selbst finanzieren können, da die Beträge, die sich die Kunden durch Verzicht auf In-house-Kompetenz ersparen, die Kosten der Unterstützung durch die Kompetenzagenturen in der Regel kompensieren sollten. Dies gilt insbesondere dann, wenn das in den Kompetenzagenturen angestellte Personal und die eventuell hinzugezogenen freien Berater hohen Qualitätskriterien gerecht werden.

Förderung von Management-Sharing-Programmen

Während kulturwirtschaftliche Kompetenzagenturen Anlaufstellen für Selbständige und Unternehmer der Kulturwirtschaft sind, bieten Management-Sharing-Programme die Mitarbeit erfahrener Führungskräfte auf Teilzeitbasis an. Die Überlegung dahinter ist einfach: Kulturwirtschaftliche Kleinunternehmen benötigen zwar exzellenten Managementsachverstand, können sich aber teure Manager nicht leisten. Umgekehrt ist der Umfang kleiner kulturwirtschaftlicher Unternehmen in der Regel zu gering, um die Vollzeitanstellung eines Managers zu rechtfertigen.

Es bietet sich daher an, kulturwirtschaftlichen Unternehmen erfahrene Teilzeit-Manager zu vermitteln, die eine bestimmte Zahl von Wochen- oder Monatsstunden für das jeweilige Unternehmen zur Verfügung stehen und im Umfang der verbleibenden Stundenzahl Teilzeitmanagementfunktionen in anderen kulturwirtschaftlichen Unternehmen wahrnehmen. Diese Modell ist sowohl für General Manager denkbar als auch für Manager in Spezialfunktionen wie z. B. im Marketing.

Auch für den Erfolg dieses Angebotes ist es ausschlaggebend, dass nicht Manager mit „allgemeinen“ Managementqualitäten zum Einsatz kommen, sondern (ehemalige) Führungskräfte mit Erfahrung in vergleichbaren (wenn auch vielleicht teilweise größeren) Unternehmen. Nur unmittelbar relevantes, auf breiter und langjähriger persönlicher Erfahrung basierendes Know-how ist gefragt.

Förderung von externen Serviceleistungen

Was für die Leitung kleiner kulturwirtschaftlicher Unternehmens gilt, hat noch mehr Gültigkeit für viele Hilfstätigkeiten im Bereich der Unternehmensführung, wie z.B. die

- Buchhaltung
- Lohnverrechnung
- laufende Steuerberatung

- EDV-Betreuung
- Beantragung und Abrechnung öffentlicher Förderungen
- etc.

Hier bietet es sich an, Pools externer Dienstleister zu schaffen, die ihre auf kulturwirtschaftliche Unternehmen spezialisierten Leistungen jeweils für mehrere Unternehmen erbringen. Der Vorteil für die Unternehmen liegt im Zugang zu hoch spezialisierten Leistungen, die entsprechend der tatsächlichen zeitlichen Inanspruchnahme des jeweiligen Dienstleisters bezahlt werden.

Die Vorteile für die Dienstleister bestehen in der Chance einer hohen Auslastung bei Erbringung speziell auf kleine kulturwirtschaftliche Unternehmen zugeschnittener Leistungen, die sich diese nicht in Form einer Vollzeitanstellung für solche Mitarbeiter leisten können.

Die an dieser Stelle vorgetragenen Empfehlungen zur Förderung von Kulturwirtschaft stellen auf Unterstützungsbedarf ab, der vielen kleinen Betrieben auf den ersten Stufen der kulturellen Wertschöpfungskette gemeinsam ist, ob sie nun in dem einen oder anderen kulturellen Teilmarkt tätig sind.

Neben diesem allgemeinen Bedarf zur Förderung der Überlebensfähigkeit kleiner kulturwirtschaftlicher Betriebe gibt es eine Fülle von Unterstützungs- und Förderungsbedarfen, die von Teilmarkt zu Teilmarkt und Teilbereich zu Teilbereich verschieden sind. Um diese herauszufinden und adäquate Unterstützungsprogramme und -instrumente zu entwickeln, bedarf es der erwähnten detaillierten Analysen entlang der Wertschöpfungskette. Da weiter reichende Untersuchungen noch nicht vorliegen, kann zu diesen weitergehenden Fördermaßnahmen an dieser Stelle nichts gesagt werden.

Die gemeinsame Kultur- und Wirtschaftspolitik sollte allerdings vorab ihr grundsätzliches Verständnis von Förderung für Kulturwirtschaft definieren. Soll diese in Zukunft eher dem Vorbild Großbritanniens folgen, und der Kulturwirtschaft ein System aufeinander abgestimmter Fördermaßnahmen auf unterschiedlichen staatlichen Ebenen zur Verfügung stellen? Oder soll die Förderung eher aus Einzelmaßnahmen bestehen, die auf den jeweiligen Bedarf der zu fördernden Unternehmen sorgsam abgestimmt, aber nicht in zu einem Gesamtsystem verbunden sind?

Das nachfolgende Kapitel gibt eine detaillierte Darstellung von Kultur und Kulturwirtschaft im Rahmen der Regional- bzw. Wirtschaftsentwicklung und der Erneuerung der Europäischen Stadt. Es bestätigt eindrucksvoll die besondere Bedeutung, die der Kulturwirtschaft auf lokaler und regionaler Ebene zukommt. Darüber hinaus beinhaltet das Kapitel eine ganze Reihe von konkreten Fördermaßnahmen und Empfehlungen. Damit werden auch Sachverhalte evident, die auf der Ebene der allgemeinen Förderstrategie so nur schwer zu erkennen sind.

Dieser Abschnitt wurde von STADTart, Planungs- und Beratungsbüro in Dortmund verfasst, das sich seit vielen Jahren dem Thema Kulturwirtschaft und deren Bedeutung für die Regionalentwicklung und Stadterneuerung widmet.

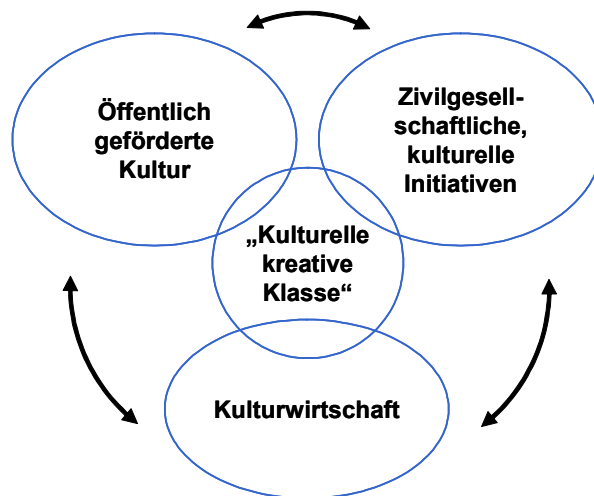
4.3. Kultur und Kulturwirtschaft im Rahmen der Regional- bzw. Wirtschaftsentwicklung und der Stadterneuerung

Dass öffentliche kulturelle Einrichtungen wie Museen, Theater und deren Angebote über eine Vielzahl an Wirkungsfeldern mit der Regional- bzw. Wirtschaftsentwicklung und der Stadterneuerung verknüpft sind und sie in unterschiedlicher Weise tangieren, bedarf heute keiner besonderen Betonung. So wird der traditionelle „Kultursektor“ heute beispielsweise in den Städten und Regionen ganz selbstverständlich von vielen Akteuren als ein stadtentwicklungsrelevanter Imagefaktor angesehen. Dies gilt für die erwerbswirtschaftliche Kultur, die Kulturwirtschaft, nicht in gleichem Maße, obwohl deren Teilmärkte in vielen Städten bzw. Regionen und nicht erst heute (z.B. war der Musikinstrumentenbau im Vogtland über lange Zeiträume eine Schlüsselbranche der Region mit weltweiter Ausstrahlung) eine bedeutende Wirtschaftsbranche mit nennenswerten Effekten u.a. für den Arbeitsmarkt darstellen („reative industries look sexy“). Zurückführen lässt sich dies auch auf die Jahre lange eher abwartende Haltung mancher Bundesländer und des Bundes. Zahlreiche Initiativen, Programme und Maßnahmen zur Entwicklung von Regionen und Städten der letzten drei Dekaden durch Kultur bzw. Kulturwirtschaft basieren gerade auf den vielfältigen „Nebennutzen“ wie Hilmar Hofmann den Sachverhalt vor mehr als 30 Jahren einmal bezeichnete. Soweit bis heute bekannt, hatte die Betonung dieser „Nebeneffekte“ entgegen mancher Befürchtungen keine negativen Auswirkungen auf den Kulturbereich.

Jedoch haben in den letzten Jahren die verschiedenen Wirkungsfelder der „Kultur“ in der Regional- bzw. Wirtschaftsentwicklung und der Stadterneuerung einen Bedeutungswandel erfahren. Hintergrund hierfür sind die heute vorliegenden Erfahrungen mit kulturbezogenen Initiativen (z.B. im Rahmen der Stadterneuerung), neuere Analysen (z.B. zum „baukulturellen Erbe“) und veränderte ökonomische, gesellschaftliche etc. Rahmenbedingungen (wie z.B. der Ausdifferenzierung des kulturellen Angebots, der „Kulturalisierung“ von weiten Teilen der Wirtschaft).

In diesem Zusammenhang hat sich die Struktur des gesamten Kultursektors verändert, über viele Jahre eine Domäne der öffentlich geförderten Kultur. So ist heute vor allem die Bedeutung der erwerbswirtschaftlichen Kulturwirtschaft viel ausgeprägter als noch vor 20 oder 30 Jahren und das nicht nur aufgrund der angespannten Haushaltssituation vieler Kommunen. „Öffentlich geförderte Kultur“ und „erwerbswirtschaftliche Kulturwirtschaft“ bilden gemeinsam mit der „kulturellen kreativen Klasse“ (u.a. Autoren, Künstler) und den „kulturellen Einrichtungen in zivilgesellschaftlicher Trägerschaft“ (z.B. Kunstvereine) ein arbeitsteiliges und interdependentes Beziehungsgeflecht. Über unterschiedliche Wirkungszusammenhänge beeinflussen sie die „Regional- bzw. Wirtschaftsentwicklung“ und verschiedene Aspekte der heutigen „Stadterneuerung“.

Abbildung 43
Die vier Säulen des Kultursektors heute



Quelle: STADTart / Kunzmann / Culture Concepts 2006

4.3.1. „Kultur und Kulturwirtschaft“ im Rahmen der Regional- bzw. Wirtschaftsentwicklung

Im Rahmen der Regional- und Wirtschaftsentwicklung beziehen sich die Wirkungen von „Kultur und Kulturwirtschaft“ vor allem auf drei Felder:

- „Kultur und Kulturwirtschaft“ als Standortfaktor,
- „Kultur und Kulturwirtschaft“ im Netz der Branchenentwicklung, vor allem der Tourismuswirtschaft,
- Kulturwirtschaft als Zukunftsbranche für Städte und Regionen.

4.3.1.1. „Kultur und Kulturwirtschaft“ als Standortfaktor

In der Regional- und Wirtschaftsentwicklung ist die Erschließung des mobilen exogenen Potenzials an Unternehmen bzw. an qualifizierten Arbeitskräften sowie zukunftsrelevanter Branchen wie der Kulturwirtschaft ein wichtiges Handlungsfeld der Standortpolitik. Dem „Kultursektor“ wird dabei seit zwei Jahrzehnten eine wichtige Rolle beigemessen.

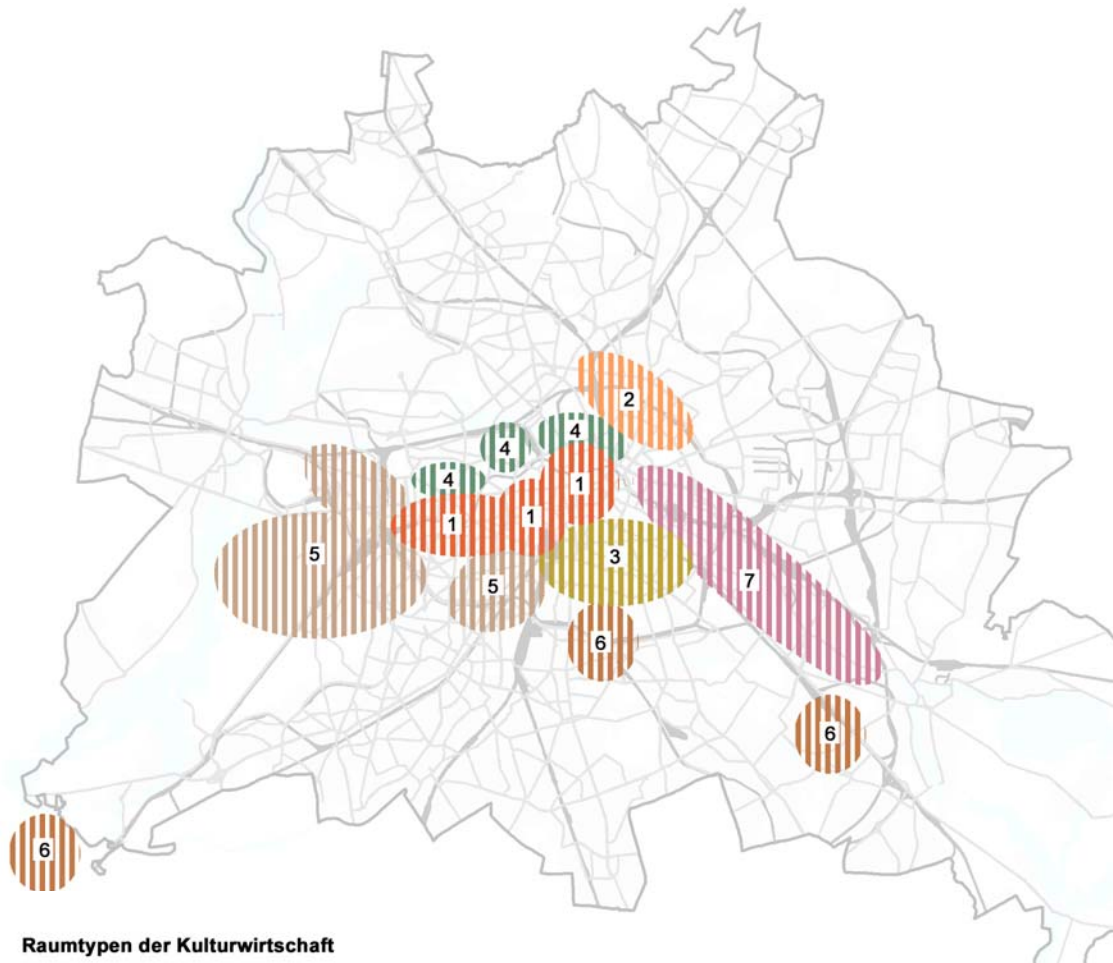
Der „Kultursektor“ als Faktor der Standortentscheidung von Unternehmen: Mit der weitgehenden Ubiquität der „harten“ und tangiblen Standortfaktoren (z.B. Preis für Gewerbeflächen, Autobahnanschluss) steigt seit den 80er Jahren bei Standortentscheidungen der Unternehmen der Stellenwert der „weichen“ Faktoren wie Stadtimage oder ein vielfältiges Kultur- und Freizeitangebot. Wie empirisch mehrfach nachgewiesen, gilt dies jedoch vorwiegend für höherwertige Dienstleistungen sowie wissensintensive Branchen mit einem überdurchschnittlichen Anteil an hoch qualifizierten Arbeitskräften und zumeist auch nur in der Phase der Grob- bzw. Vorauswahl möglicher

Standorte (*Grabow, Henckel, Hollbach-Grömig 1995*). Abgesehen davon ist das überregionale „Verlagerungspotenzial“ heute gering. Angesichts dessen wird der Kultursektor als relevanter Standortfaktor zur Erschließung exogener mobiler Unternehmenspotenziale in der breiten Öffentlichkeit zumeist überschätzt.

Der Kultursektor als Faktor der Wohnstandort- und Arbeitsplatzentscheidung der Haushalte: Auch die interregionale Wohnstandort- und Arbeitsplatzentscheidung zahlreicher Privathaushalte wird vom vielfältigen Angebot aus „Kultur und Kulturwirtschaft“ als Faktoren einer urbanen Lebensqualität tangiert. Dies gilt insbesondere für junge bzw. mobile sowie höher qualifizierte und damit tendenziell eher kulturinteressierte Lebensstilgruppen. Des Weiteren gibt es Hinweise, dass die kulturelle Angebotsvielfalt ein wichtiger Faktor für die Attraktivität des Wissenschaftsstandorts Deutschland bei ausländischen Wissenschaftlern ist. Ähnlich wie bei den Standortentscheidungen der Unternehmen beeinflussen „Kultur und Kulturwirtschaft“ dabei vor allem den Suchprozess. Im Wettbewerb der Stadtregionen haben deshalb Stadtregionen mit einem kulturbezogenen und als urban interpretierten Stadtimage Entwicklungsvorteile. Dieser „Nebennutzen“ war in – vom Strukturwandel betroffenen – Regionen wie dem Ruhrgebiet im Rahmen einer „nachholenden Urbanisierungsstrategie“ lange Zeit ein Argument für den Neubau oder die Modernisierung traditioneller Kultureinrichtungen wie Museen etc. – in vom Strukturwandel betroffenen Regionen wie dem Ruhrgebiet seit den 80er Jahren im Rahmen einer „nachholenden Urbanisierung“. Jedoch wird sich der Stellenwert des Kultursektors als Faktor der Wohnstandort- und Arbeitsplatzentscheidung zukünftig etwas relativieren. Zum einen nimmt die Bindungskraft traditioneller Kultureinrichtungen angesichts der „Verjugendlichung“ des Publikums ab (u.a. in Form der Beibehaltung traditionell der Jugendkultur zugeordneter Interessen), zumeist zugunsten anderer kultureller bzw. sport- und freizeitbezogener Angebote (*Ferchhoff 2002*). Zum anderen werden bei manchen Lebensstilgruppen zukünftig Sozial- und Bildungseinrichtungen (u.a. Betreuungs- und Schulangebote für Kinder) bei derartigen Entscheidungen eine größere Rolle spielen als bisher.

Kultur und „kulturelle Szenen“ als Standortfaktor der Kulturwirtschaft: Die Vielfalt kultureller Einrichtungen in öffentlicher oder zivilgesellschaftlicher Trägerschaft und die „kulturellen Szenen“ einer Stadt sind angesichts des interdependenten und arbeitsteiligen Beziehungsgeflechts mit der Kulturwirtschaft ein wichtiger Faktor bei den Standortentscheidungsprozessen sowohl der kulturellen „kreativen Klasse“ (u.a. Künstler und Designer) als auch von weiten Teilen der anderen Selbstständigen und Unternehmen der Branche. Die Relevanz kultureller Einrichtungen der öffentlichen Hand wie der Zivilgesellschaft als Standortfaktor für die Kulturwirtschaft variiert jedoch je nach Branchensegment, Unternehmensgröße etc. und hängt darüber hinaus von Rahmenbedingungen wie einer kritischen Masse an Unternehmen der Kulturwirtschaft, attraktiver Stadtviertel oder kulturbezogener Qualifizierungseinrichtungen ab. Da diese sich zumeist in Innenstadt- bzw. Innenstadtrandlagen befinden, konzentrieren sich die Unternehmen der Branche zumeist in solchen Gebieten (für Berlin Abbildung 44).

Abbildung 44
Raumtypen der Kulturwirtschaft in Berlin



Raumtypen der Kulturwirtschaft

- | | |
|---|--|
| <p>1 Touristische Flanier- bzw. Entertainmentgebiete und Standorte (inter)national wettbewerbsfähiger Unternehmen der Kulturwirtschaft</p> <p>2 Touristisches Szenequartier mit kleinteiligen Produktions- und Dienstleistungsunternehmen der Kulturwirtschaft</p> <p>3 Ethnisch geprägtes Stadtquartier mit kleinteiligen Produktions- und Dienstleistungsunternehmen der Kulturwirtschaft</p> <p>4 Lokale Ausstrahlungsräume von Kunst-, Musik-, Design-, Film-, Medien- und Softwarehochschulen (Spin-off)</p> | <p>5 Gebiete etablierter Produktions- und Dienstleistungsunternehmen der Kulturwirtschaft mit "guter Adresse"</p> <p>6 Gewachsene bzw. ausgewiesene Gewerbegebiete für TV, Film, Medien und IT</p> <p>7 Eroberungsraum der Kulturwirtschaft</p> |
|---|--|

Quelle: STADTart, Kunzmann; Culture Concepts 2006

Die Diversität kultureller Einrichtungen (z.B. soziokulturelle Zentren, Atelier- und Künstlerhäuser) bzw. Veranstaltungen wirken szenebildend und bringen in einem sich selbst verstärkenden Prozess Selbstständige und kleinere Unternehmen der Kulturwirtschaft hervor bzw. ziehen diese an. Zahlreiche transnational agierende Unternehmen sind auf Standorte mit solchen „kulturellen Szenen“ bzw. „kreativen Milieus“ angewiesen. Die räumliche Nähe dazu erleichtert beispielsweise in der Musikwirtschaft die Entdeckung von Talenten oder es lassen sich frühzeitig die sowohl für die Produktentwicklung als auch die Vermarktung wichtigen Trends ablesen (Krätke 2002).

4.3.1.2. „Kultur und Kulturwirtschaft“ im Netz der Branchenentwicklung, vor allem der Tourismuswirtschaft

Angesichts der immer weiter um sich greifenden „Kulturalisierung“ von Produkten und Dienstleistungen (Scott 1997) sind „Kultur und Kulturwirtschaft“ nicht nur für die Innovations- und Wettbewerbsfähigkeit der traditionellen „Grenzbranchen der Kulturwirtschaft“ wie die besonders vom Design abhängige Modewirtschaft und Möbelindustrie relevant. Auch Branchen wie die Immobilienwirtschaft sind in den Verdichtungsräumen heute auf beide angewiesen (4. Kulturwirtschaftsbericht des Landes NRW 2004), u.a. im Rahmen des Standortmarketings von Immobilienprojekten (z.B. durch künstlerische Aktionen, in Form von temporärer Nutzung untergenutzter Gebäude) sowie als frequenzbringende bzw. attraktivitätssteigernde Nutzungsbausteine einer Immobilie (z.B. durch Kunstgalerien, Buchhandlungen, Multiplexkinos). Ebenso benötigen viele andere Wirtschaftsbranchen, wenngleich in geringerem Maße, heute auf die eine oder andere Weise Produkte und Dienstleistungen der „Kultur und Kulturwirtschaft“, beispielsweise die Sportwirtschaft im Rahmen des lifestylebezogenen, auf Musik und Design aufbauenden Marketings von Unternehmen. Auch zahlreiche Messeveranstaltungen und die zunehmend bedeutsame Weiterbildungswirtschaft sind darauf angewiesen.

Im Unterschied zu dieser über Produkte und Dienstleistungen von Kultur und Kulturwirtschaft erfolgten regionalen Vernetzung mit anderen Wirtschaftsbranchen, profitiert die Tourismuswirtschaft einer Stadt bzw. Region nahezu ausschließlich von den Frequenzerzeugungseffekten sowohl der kulturellen Einrichtungen und Veranstaltungen wie Musikfestivals oder Kunstausstellungen als auch der publikumsbezogenen Angebote der Kulturwirtschaft, zum Beispiel der Musicaltheater oder Kunst- und Buchmessen (3. Kulturwirtschaftsbericht des Landes NRW 2001:19-78). „Hauptnutznießer“ der damit verbundenen besucherbedingten Ausgaben sind die Gastronomie „vor Ort“, je nach Einzugsbereich einer Einrichtung oder Veranstaltung auch das Übernachtungswesen und teilweise die Verkehrswirtschaft bzw. der Einzelhandel, vorwiegend im Umfeld der Veranstaltungsorte. Herausragende regionale Kulturveranstaltungen wie etwa das Musikfestival Schleswig-Holstein oder das Kunstfest in Weimar erzielen darüber hinaus die in der heutigen Regional- und Wirtschaftsentwicklung als wichtig eingestuften Netzwerk-, Kompetenz- und Struktureffekte sowie Image-Effekte und durch Medienpräsenz einen höheren Bekanntheitsgrad einer Stadt bzw. Region (Abbildung 45). Nach zahlreichen Modellrechnungen (ausführlich Ebker 2000:108-127) haben die Ausgaben der Besucher und der Veranstalter über Steuern etc. darüber hinaus Einnahmeeffekte für die öffentliche Hand zur Folge. Davon profitiert jedoch vor allem die staatliche Ebene.

Die Zukunftsaussichten für den Kultur- bzw. Städtetourismus werden als günstig angesehen (Deutscher Tourismusverband 2006). Jedoch hat sich in den letzten Jahren der Wettbewerb durch zusätzliche temporär genutzte Veranstaltungsorte in den Städten, aber auch im ländlichen Raum verschärft (u.a. im Zusammenhang mit dem Erhalt des baukulturellen Erbes und von EU-Programmen wie „Leader“). Angesichts dessen steigt die Bedeutung so genannter „Zusatznutzen“. Dazu zählen u.a. attraktive öffentliche

Räume mit hoher Aufenthaltsqualität sowie ein vielfältiges gastronomisches Angebot. Nachhaltige wirtschaftliche Effekte (u.a. Schaffung von Arbeitsplätzen, Steuereinnahmen) erzielen kulturelle Veranstaltungen – wie übrigens auch sportliche oder freizeitbezogene – in der Tourismusbranche für die jeweilige Region jedoch nur dann, wenn diese regelmäßig durchgeführt werden oder/und über das Jahr verteilt eine Vielzahl weiterer touristisch attraktiver Programmangebote besteht bzw. das baukulturelle Erbe oder spektakuläre Gebäude zusätzlich Anziehungspunkte sind. Beides ist für den überwiegenden Teil der Nachfragegruppen strukturell eher in Großstädten gegeben. In Regionen ohne langjährige Tourismustradition wie beispielsweise dem Ruhrgebiet oder eher ländlich geprägten Gebieten besteht in den kommenden Jahren weiterhin die Aufgabe, die publikumsbezogenen Anbieter der Kulturwirtschaft, wie etwa die Kleintheater oder sehr regionspezifische geschichtliche Veranstaltungen, als Komplementärangebote in regionale Entwicklungsstrategien einzubeziehen. Dies ist auch eine Chance für gesundheitstouristische Regionen und deren Kurorte.

Abbildung 45
Wirtschaftliche Effekte von kulturellen Großveranstaltungen

	Effekte	Beispiele
Tangible Effekte	Direkte wirtschaftliche Effekte durch die Unternehmen	Einnahmen und Ausgaben Subventionen und Steuern
	Direkte wirtschaftliche Effekte durch die Besucher	Ausgaben Künstler Ausgaben Sponsoren Ausgaben Gäste
	Regionale Wertschöpfung	Wertschöpfungsmultiplikator
Intangible Effekte	Netzwerkeffekte	Unternehmenskooperation Destinationsmarketing
	Kompetenzeffekte	Qualität der Dienstleistungen Dienstleistungscluster
	Struktureffekte	Infrastruktureinrichtungen Infrastrukturangebote
	Image-Effekte	Presseberichterstattung Werbewerte der Presseberichte

Quelle: Scherer 2002

4.3.1.3. Kulturwirtschaft als Zukunftsbranche für Städte und Regionen

Dass die erwerbswirtschaftliche Kulturwirtschaft eine bedeutende Wirtschaftsbranche ist, ist mittlerweile durch zahlreiche Studien der Bundesländer belegt (ausführlich Kapitel 4.1). Der Umsatzanteil der Kulturwirtschaft liegt im Bundesdurchschnitt zwischen etwa zwei und fünf Prozent, je nach Branchenabgrenzung und Berücksichtigung der Kulturwirtschaft im engeren oder weiteren Sinne (2. *Hessischer Kulturwirtschaftsbericht 2005:22*). Entsprechend variiert auch der Anteil der Beschäftigten und Selbstständigen an der Gesamtwirtschaft. Besonders dynamisch entwickelte sich die Kulturwirtschaft sowohl im engeren wie im weiteren Sinne in den 80er und 90er Jahren (3. *Kulturwirtschaftsbericht des Landes Nordrhein-Westfalen 1998:11*; 4. *Kulturwirtschaftsbericht des Landes Nordrhein-Westfalen 2001:11-12*). Die seit einigen Jahren zu beobachtende Stagnation ist auch auf veränderte Vertriebsformen von Büchern, CDs etc. bei Dis-

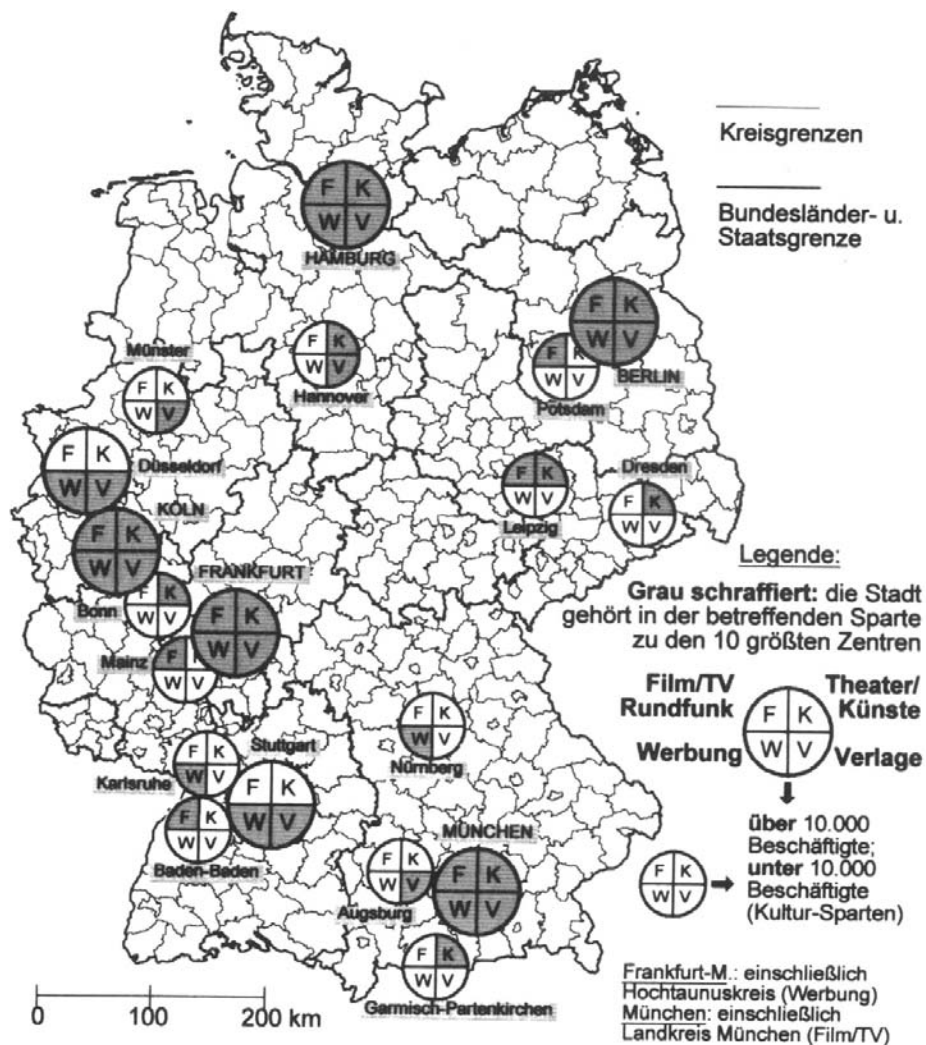
countern, im Spielwareneinzelhandel etc. zurückzuführen. Dieser Prozess konnte jedoch bislang noch nicht entsprechend in der Statistik berücksichtigt werden.

Räumliche Schwerpunkte der Kulturwirtschaft, vielfach Wirtschaftskluster, sind angesichts der urbanen Standortanforderungen in den meisten Branchensegmenten (Kapitel 4.3.1.1) die Verdichtungsräume (Abbildung 46). Besonders ausgeprägt ist diese Standortpräferenz bei Künstlern. Darüber hinaus gibt es weitere kleinere räumliche Schwerpunkte, zumeist in Regionen mit Universitätseinrichtungen (wie beispielsweise in der Region Aachen). Vereinzelt haben auch kleinere Gemeinden ihr wirtschaftliches Standbein in der Kulturwirtschaft wie etwa Künstler- oder Buchdörfer (z.B. Mühlbeck-Friedersdorf).

Alle Städte bzw. Regionen weisen einen Basisbesatz an Unternehmen der Kulturwirtschaft auf. Was die räumlichen Zentren der Branche in Deutschland betrifft (Abbildung 46), so unterscheiden sie sich hinsichtlich der wirtschaftlichen Bedeutung, der Teilmarktstrukturen sowie der Entwicklungsdynamik:

- Im Stadtstaat Berlin zum Beispiel umfasst die Kulturwirtschaft nach dem 2005 veröffentlichten Branchenbericht acht Prozent der Beschäftigten und elf Prozent des Umsatzes, jedoch unter Einbezug des bedeutsamen Branche der Softwareentwicklung und Telekommunikation (*Senatsverwaltungen für Wirtschaft, Arbeit und Frauen sowie Wissenschaft, Forschung und Kultur 2005:22*). Das Ruhrgebiet kommt ohne diese Branche bei den Beschäftigten auf einen Anteil von nicht ganz drei Prozent (*Ebert et. al. 2005:17*). Diese Werte liegen zwar deutlich unter den vorliegenden Angaben von Metropolregionen wie Barcelona oder Wien (*Österreichische Kulturdokumentation 2005*), doch lässt sich dies auf eine andere Erhebungsbasis zurückführen.
- Alle großen Metropolen in Deutschland haben vergleichbare relative Teilmarktstrukturen. So ist beispielsweise in Berlin wie im Ruhrgebiet der Buch- und Pressemarkt von zentraler Bedeutung (*1. Kulturwirtschaftsbericht Berlin 2005, Ebert et. al. 2005*). In kleineren Zentren kann es besondere Schwerpunkte geben: In der Region Aachen sind dies Architektur und Design, bei einem Umsatzanteil der Kulturwirtschaft von etwa 4 Prozent (*Backes, Holzer, Söndermann 2005*), in der Stadt Solingen ist es der Designbereich, bei einem Umsatzanteil der Kultur- und Medienwirtschaft von fast 7 Prozent (*Moll 1998*).
- Auch gibt es Unterschiede in der wirtschaftlichen Dynamik der Kulturwirtschaft. Diese war beispielsweise in den letzten Jahren in Berlin ausgeprägter als im Ruhrgebiet. So verzeichneten sieben der acht Teilmärkte der Kulturwirtschaft in Berlin von 1998 bis 2002 eine positive Entwicklung, sowohl hinsichtlich der Umsatzzahlen, als auch bei der Anzahl der Beschäftigten, einzige Ausnahme war der Teilmarkt „Architektur/Kulturelles Erbe“ (*1. Kulturwirtschaftsbericht Berlin 2005*). Demgegenüber stagnierte die Entwicklung im Ruhrgebiet zwischen 1999 und 2003 bzw. war vereinzelt leicht rückläufig (*Ebert et. al. 2005:16f*).

Abbildung 46
Cluster der Kulturindustrie im Städtesystem nach ihrem sektoralen Profil (2000)



Quelle: Krätke 2002 201

Zentrale Faktoren für Erfolg und Dynamik der Kulturwirtschaft in Großstädten (u.a. 2. Kulturwirtschaftsbericht des Landes NRW 1995, Krätke 2003) sind Anzahl und Größe global agierender Unternehmen der Kulturproduktion und der Medien. Diese weisen intensive „forward and backward linkages“ in andere Metropolregionen auf und können durch diese Vernetzung sowohl die kulturellen Innovationen lokaler Cluster schneller aufgreifen als auch Produkte der Kulturwirtschaft weltweit besser vermarkten. Als weitere Faktoren werden die regionale Spezialisierung, aktive „kulturelle Szenen“, kulturwirtschaftlich relevante Aus- und Weiterbildungseinrichtungen sowie urbane Stadtgebiete mit „Wohlfühlcharakter“ angesehen.

Dass die Kulturwirtschaft angesichts der Dynamik der Branche zum Strukturwandel alt-industrieller Regionen beitragen kann, belegt das Ruhrgebiet, das schon vor ca. 20 Jahren auf diese Zukunftsbranche gesetzt hat. Schlüsselprojekte, Tagungen, die Erarbeitung regionaler Entwicklungskonzepte bzw. der Aufbau branchenübergreifender

Netzwerke (z.B. mit der Tourismuswirtschaft), die Förderung von Existenzgründungen und die Verbesserung der Rahmenbedingungen (Abbildung 47) haben den Wandel des Ruhrgebiets unterstützt und trotz des einen oder anderen Standortnachteils der Region (z.B. kein Rundfunk-, TV-Sender mit überregionaler Reichweite) zu postindustriellen Strukturen beigetragen, ähnlich wie in vergleichbaren Regionen Großbritanniens.

Abbildung 47
20 Jahre Kulturwirtschaft im Ruhrgebiet – eine Auswahl an Initiativen, Projekten, Programmen, Studien und Veranstaltungen



Quelle: Ebert et. al. 2005:27

So sind in den letzten Jahren im Ruhrgebiet etwa 4.000 kleine, entwicklungsfähige Unternehmen entstanden bzw. haben sich manche selbstständig gemacht (mit Schwerpunkt im Kunst-, Design, Architektur- und Medienbereich). Dieser „kreative Kern“ erzielte im Jahr 2003 einen Umsatz in Höhe von 3,1 Mrd. EUR, etwa die Hälfte aller Umsätze der Kulturwirtschaft in der Region (*Ebert, et. al. 2005:16*). Der Erfolg verdankt sich u.a. auch der Internationalen Bauausstellung IBA EmscherPark (1989 – 1999), der es gelang, die Industriekultur nachhaltig in Szene zu setzen (z.B. die Zeche Zollverein in Essen mit dem Designmuseum etc.) und vielen zusätzlichen kulturellen Veranstaltungen wie beispielsweise der „Ruhrtriennale“. Mit dem jüngst erworbenen Titel „Kulturhauptstadt Europas 2010“ eröffnen sich neue Chancen, die Kulturwirtschaft der Region zu entwickeln (*Ebert, Gnad 2006:36-38*).

Jedoch gibt es in Deutschland im Unterschied zu einigen anderen vergleichbaren Ländern in Europa bis heute noch zu wenig handlungsbezogene regionale Grundlagenstudien auf einer transparenten und vergleichbaren Datenbasis. Vereinzelt sind teilmarktspezifische Untersuchungen (z.B. zur Medienwirtschaft, zur IT-Wirtschaft) oder handlungsorientierte Konzepte für ausgewählte städtische Teilräume vorhanden (z.B. für Berlin-Pankow 2006). Gerade in einigen der für die weitere Entwicklung der Kulturwirtschaft als strategisch bedeutsam angesehenen europäischen Metropolregionen Deutschlands sind solche Konzepte weitgehend unbekannt (*Krätke 2002*).

4.3.2. „Kultur und Kulturwirtschaft“ im Rahmen der Erneuerung der europäischen Stadt

Die vielfältigen positiven „Nebennutzen“ von „Kultur und Kulturwirtschaft“ für die Regional- und Wirtschaftsentwicklung schlagen sich auch in verschiedenen räumlich Aspekten der Stadterneuerung der europäischen Stadt nieder. Dies gilt vor allem hinsichtlich:

- der zukunftsorientierten Innenstadt- bzw. Zentrenentwicklung,
- dem Stadtimage und Stadtmarketing,
- der Immobilienprojekte in der Stadt und der Inwertsetzung des baukulturellen Erbes und von Brachen,
- im Kontext des Handlungsprogramms Stadtteile mit besonderem Erneuerungsbedarf sowie
- der lokalen Identifikation und als Treff- und Kommunikationsorte.

4.3.2.1. Zukunftsorientierte Innenstadt- bzw. Zentrenentwicklung

In der europäischen Stadt sind die Innenstädte bzw. Stadtzentren traditionell Standorte der großen öffentlich geförderten Kultureinrichtungen der Hochkultur wie Museen, Schauspiel- und Opernhäuser, von zivilgesellschaftlichen Gruppen wie Kunstvereinen sowie großer und kleiner publikumsbezogener Unternehmen der Kulturwirtschaft (u.a.

Kinos, Privattheater, Diskotheken). In abgeschwächter Form trifft dies auch für größere Stadtteilzentren zu. In Metropolen bilden öffentlich geförderte Kultureinrichtungen vielfach spezielle Viertel bzw. sind als solche konzipiert worden, wie beispielsweise die Museumsviertel in Wien bzw. Berlin oder die Museumsmeile in Frankfurt. Parallel dazu ist in den vergangenen 15 Jahren in Innenstadtrandlagen der Großstädte quasi „urwüchsig“ eine 2. Generation an Kultur- und Freizeitvierteln mit einer „kritischen Masse“ an zumeist kleinteilig strukturierten, eher erwerbswirtschaftlichen Kultur- und Freizeitangeboten (u.a. Kino, Musikclubs, Musik- und Malschulen) sowie gastronomischen Betrieben entstanden (z.B. das „Belgische Viertel“ in Köln oder Hamburg-Ottensen):

- Da solche, auch für das Stadtimago bedeutsame Viertel nicht ausschließlich „Konsumzonen“ für den Städte- und Kurzeittourismus sind, sondern aufgrund der Standortattraktivität mit „Produktionsorten“ der kleinteiligen Kulturwirtschaft durchsetzt sind, sind sie auch für die Entwicklung der Kulturwirtschaft bedeutsam (Kapitel 4.3.1.1).
- Erfahrungsgemäß erhöht sich mit solchen Quartieren die Akzeptanz nahe gelegener öffentlich geförderter oder zivilgesellschaftlich getragener Kultureinrichtungen.
- Darüber hinaus wird durch Kopplungseffekte die Einzelhandelsfunktion der Innenstadt und für kulturnahe Lebensstilgruppen die Wohnfunktion gestärkt sowie zur Sicherheit der öffentlichen Räume in den Stadtzentren beigetragen (vor allem in den als problematisch angesehenen Abendstunden und an Wochenenden).

Abbildung 48
Angebotsstruktur und -elemente von Kultur- und Freizeitvierteln der zweiten Generation in Mittelzentren



Quelle: Ebert, Siegmann 2003:174

Weite Bereiche von Kultur und Kulturwirtschaft sind angesichts dieser zentrenbildenden und -stärkenden Funktion für die unterschiedlichen Lebensstilgruppen als besonders bedeutsam für die zukunftsorientierte Erhaltung des europäischen Stadtmodells einzustufen. Der „Nebennutzen“ der infrastrukturellen Dimension einer Stadtkultur hat sich in letzten Jahren noch verstärkt, da viele Innenstädte über anhaltende Verluste ihrer Einkaufsfunktion aufgrund des Strukturwandels im Einzelhandel klagen. Besonders ausgeprägt ist dieser Funktionsverlust in den vielen Mittelzentren Deutschlands. Studien zur zukunftsorientierten und nachhaltigen Entwicklung der Innenstädte von Mittelzentren durch Kultur- und Freizeitviertel in Arnberg, Hamm und Solingen haben gezeigt, dass nicht nur in Großstädten das Potenzial für solche Viertel der Kultur und Kulturwirtschaft vorhanden ist (Abbildung 48). Jedoch bedarf es, angepasst an die pfadbedingten Entwicklungsmöglichkeiten solcher Städte, integrierter Rahmenpläne und attraktiver öffentlicher Räume mit Aufenthaltsqualität für die unterschiedlichen Lebensstilgruppen sowie darauf zugeschnittener Handlungskonzepte. Ein bislang in diesem Zusammenhang nur ansatzweise eingesetztes Instrument sind „business improvement districts“ oder Standortgemeinschaften (wie z.B. beim „Bermuda3eck“ in Bochum).

4.3.2.2. Stadtimage und Stadtmarketing

Das Innen- wie das Nah- und Außenimage von Städten bzw. Regionen als gefilterte, gedeutete und bewertete mentale und zumeist medial verbreitete Präsentation der kommunalen oder regionalen Wirklichkeit wird seit ca. 20 Jahren ganz selbstverständlich als entwicklungsrelevant angesehen (u.a. im Kontext der Ansiedlung von Unternehmen, des Städtetourismus, der Innenstadtentwicklung etc. Da Kultur in ihren vielfältigen Dimensionen (siehe nachfolgende Tabelle),

- vom baukulturellen Erbe historischer Städte (z.B. in Dresden),
- über spektakuläre Neubauten (z.B. das Guggenheim-Museum in Bilbao),
- kulturellen Events wie herausragenden Kunstausstellungen oder Film- und Musikfestivals (z.B. documenta in Kassel),
- Kulturpreise (z.B. „Friedenspreis des Deutschen Buchhandels“ in Frankfurt),
- bis zu Buch-, Kunst- und Musikmessen der Kulturwirtschaft (z.B. Frankfurter Buchmesse, art cologne in Köln und Popkomm in Berlin)

überwiegend positiv besetzt ist, sahen Akteure in Politik und Verwaltung auch in jenen Städten, die kaum als „Kulturstädte“ wahrgenommen werden, im Kulturbereich lange Zeit ein zentrales Instrument der positiven „Imagegestaltung“. Das hat sich zwischenzeitlich in Richtung des Sports verschoben, der eher ein breiteres und teilweise sogar europaweites Publikum anspricht (z.B. im Fußball) mit entsprechenden Imageeffekten (z.B. Sportstadt Riesa).

„Imagegestaltung“ ist heute eine der Aufgaben des zumeist auf die Innenstädte und auf einige Stadtteile bezogenen Stadtmarketings bei Bewohnern, Besuchern und der Im-

mobilienwirtschaft. Bei den Maßnahmen der letzten Jahre im Kulturbereich kann zwischen einem aktionsorientierten Ansatz, der Durchführung von Veranstaltungen auf öffentlichen Plätzen, in untergenutzten Gebäuden etc. (u.a. im Rahmen von Programmen wie „Ab in die Mitte“), und einem Infrastrukturansatz unterschieden werden. Letzterer umfasst den profilbildenden Neubau bzw. die Modernisierung attraktiver Kultureinrichtungen wie Museen oder Konzerthäuser und kann im Unterschied zum aktionsorientierten Ansatz eher ganzjährige und damit nachhaltige Wirkungen erzielen. Mit beiden Ansätzen lässt sich erfahrungsgemäß das Stadtimage jedoch nicht entscheidend positiv beeinflussen. Das zeigt nicht nur das Beispiel der documenta in Kassel, die darüber hinaus lange Zeit mit dem Widerspruch zwischen (inter)nationaler Bekanntheit und geringer lokaler Identifikation zu kämpfen hatte (*Hellstern 1993*). Zum anderen können andere Medien wie der Film oder die Literatur oftmals eine viel größere Rolle spielen wie das Beispiel der Stadt Duisburg und der Tatortreihe mit „Schimanski“ zeigt.

Abbildung 49
Bekanntheit ausgewählter Städte durch Kultur bzw. Kulturwirtschaft

Kultursparten	Stadt	Kulturelle Einrichtung/Veranstaltung
Bildende Kunst	Kassel Köln Worpswede	documenta art cologne Künstlerbund, Künstlerdorf
Darstellende Kunst	Recklinghausen Worms Wuppertal	Ruhrfestspiele Nibelungen-Festspiele Tanztheater Pina Bausch
Musik	Bayreuth Donaueschingen Halle a.d. Saale Meinigen Moers	Wagner-Festspiele Musiktage Händel-Festspiele Opernhaus Jazzfestival
Literatur	Leipzig Weimar Mühlbeck-Friedersdorf	Buchmesse, Leipzig liest Klassik Buchdorf
Film, TV	Berlin Hof Oberhausen	Filmfestspiele (Berlinale) Filmtage Kurzfilmtage
Baukultur	Aachen Quedlinburg Herford (MARTa)	Dom Weltkulturerbe Neu errichtetes Museum

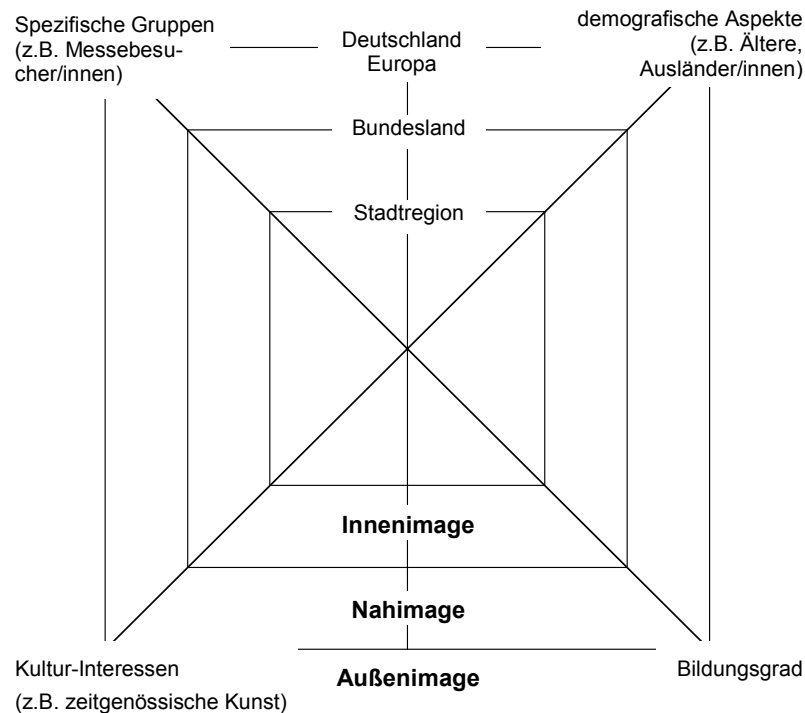
Quelle: STADTart 2006

Unstrittig ist jedoch, dass in einer Medien- und Informationsgesellschaft, in der Aufmerksamkeit eine ökonomisch relevante Ressource darstellt (*Franck 1998*), mit beiden Ansätzen über die Medienberichterstattung für Momente öffentliche Aufmerksamkeit nach „Innen“ wie nach „Außen“ erzielt wird. Davon haben viele Kleinstädte bzw. Mittelzentren in den letzten 20 Jahren profitiert (z.B. Hofer Filmtage, Photo-Triennale in Ess-

lingen), oder im Rahmen des Stadt- und Regionalmarketings gezielt auf „Kultur gesetzt“, darunter auch Städte in altindustriellen Gebieten wie dem Ruhrgebiet oder dem Saarland (z.B. „Ruhrtriennale“). Da mit Ausnahme traditionsorientierter bzw. langjähriger Veranstaltungen wie der Ruhrfestspiele damit überwiegend segmentierte kulturelle Öffentlichkeiten außerhalb des Nahbereichs erreicht werden (wobei sich diese nicht nur von Sparte zu Sparte, sondern auch innerhalb unterscheiden), beschränkt sich die Aufmerksamkeit der Städte im Wesentlichen auf das jeweilige Zielpublikum und deren „mental maps“. Es gibt deshalb auch nicht ein Stadtimage, sondern eine Vielzahl zielgruppenspezifischer Stadtbilder, beeinflusst von der Zugehörigkeit zu einer Lebensstilgruppe, zu einer bestimmten Generation, vom Bildungsgrad etc. (siehe oben stehende Tabelle).

Angesichts der großen Anzahl an temporären kulturellen Veranstaltungsangeboten und Kultureinrichtungen in Deutschland, gleichzeitig ein Gradmesser für den verschärften Wettbewerb der Städte um die Ressource „Aufmerksamkeit“ bei Besuchern, Unternehmen und Immobilienwirtschaft, ist jedoch nicht mehr eindeutig auszumachen, ob damit ausreichend positive Wirkungen im Rahmen der Ziele des Stadtmarketings erzielt werden können. Die Konzentration auf wenige oder einmalige kulturelle Veranstaltungen reicht für Großstädte auf jeden Fall nicht aus. Diese können nur einen Ausgangspunkt darstellen. Dies gilt, wie die Erfahrungen der letzten 20 Jahre zeigen, selbst für Programme wie „Kulturhauptstadt Europas“ (*Palmer et. al. 2004:18-19*). Vielmehr bedarf es heute einer Vielzahl sowohl breite Publikumsgruppen erschließender als auch kleinerer herausragender Veranstaltungen für unterschiedliche Gruppen in Nah und Fern sowie deren dauernder „Pflege“ und Erneuerung in einem städtebaulich attraktiven Umfeld (Kapitel 4.3.2.1).

Abbildung 50
Publikumsbezogene Einflussfaktoren in der Innen-, Nah- und Außenimagebildung von Städten und Regionen



Quelle: STADTart 2005

4.3.2.3. Immobilienprojekte in der Stadt und Inwertsetzung des baukulturellen Erbes bzw. von Brachen

Auch bei Immobilienprojekten in der Stadt lässt sich eine multidimensionale „Kulturalisierung“ beobachten, zum einen aufgrund der in den letzten Jahren steigenden Nachfrage seitens der Kultur (z.B. für temporäre Kunstausstellungen) bzw. der Kulturwirtschaft nach außergewöhnlichen und damit profil- sowie adressbildenden Standorten (z.B. im Veranstaltungsmarkt). Zum anderen bedingen die Frequenzerzeugungseffekte von Kultureinrichtungen wie Museen, Bibliotheken bzw. öffentlich geförderten wie erwerbswirtschaftlichen Musikschulen oder die wachsende Notwendigkeit zur Intensivierung des Standort- und Immobilienmarketings diesen „Kulturalisierungsprozess“.

Kultur und Kulturwirtschaft als dauerhafte Nutzungsbausteine: Dieser Prozess schlägt sich deutlich in einer Vielzahl an entsprechend konzipierten Immobilienprojekten nieder, beispielsweise bei großflächigen Einzelhandelsprojekten im Rahmen der Erneuerung der Innenstädte. Kulturbezogene Nutzungsbausteine, vereinzelt sogar als Anker Nutzer, sind dabei u.a. Museen oder Kinotheater (z.B. bei den „Fünf Höfen“ in München, bei den „Clemens-Galerien“ in Solingen). Auch zahlreiche gewerbe- und dienstleistungsbezogene Immobilienprojekte zur Umnutzung ehemaliger Industrie-, Gewerbe- oder Hafenanlagen integrieren nicht nur einige Nutzungsbausteine aus Kultur (z.B. Atelierhäuser) und Kulturwirtschaft, sondern bilden vereinzelt sogar einen Schwerpunkt. Darunter gibt es so spektakuläre Projekte wie den „Medienhafen“ in Düsseldorf.

Wie ähnliche und erfolgreiche Beispiele in Städten wie Pulheim zeigen, lassen sich solche Immobilienprojekte auch in kleineren Mittelzentren realisieren.

Was die dauerhafte Inwertsetzung des „baukulturellen Erbes“ betrifft (Denkmäler wie Schlossanlagen, Industriebauten oder ganze Altstadtviertel) einem speziellen Immobiliensegment, so überwog dabei lange Zeit die nahezu ausschließliche Nutzung durch öffentlich geförderte Kultureinrichtungen wie Bibliotheken oder die Verwendung als Ausstellungsraum für Kunst (u.a. im Rahmen von Programmen der EU wie LEADER). Zwischenzeitlich haben auch Unternehmen der Kulturwirtschaft (z.B. die Firma Manufactum in Waltrop oder der Coppentrath-Verlag in Münster) und anderer Branchen die skizzierten Vorzüge dieser Immobilien erkannt.

Kultur und Kulturwirtschaft im Rahmen temporärer Inwertsetzungsstrategien:

Der Umbau und die Modernisierung der Industriegesellschaft hinterlassen nicht nur in altindustriellen Gebieten wie dem Ruhrgebiet, sondern in fast allen Städten eine Vielzahl an Brachflächen (z.B. Güterbahnhof- und Postareale). Deren Vermarktung stößt teilweise aus Imagegründen auf Schwierigkeiten. Bei günstigen Standortbedingungen (u.a. aufgrund von Lagevorteilen, z.B. am Wasser, oder attraktiven Gebäuden) ist ein erfolgreiches Standortmarketing möglich. Ein Ansatzpunkt ist dabei die wachsende Nachfrage nach temporären, also zeitlich begrenzten Nutzungen durch Kultur und Kulturwirtschaft. Die Gründe hierfür sind vielfältig. Im Veranstaltungsmarkt der Branche ist die Nutzung von „Unorten“ wie U-Bahnhöfen oder von Hallen- und Schwimmbädern heute ein wichtiger Bestandteil innovativer, Aufmerksamkeit erzielender Marketingstrategien. Solche Orte bieten darüber hinaus vielfältige Experimentiermöglichkeiten für Künstler bzw. Ausstellungen oder stoßen angesichts der geringen Mietpreise bei manchen Existenzgründern aus der Kulturwirtschaft auf Akzeptanz. Wie einige Beispiele zeigen, bedingen solche „Raumpioniere“ zum einen Vorteile für die Immobilienwirtschaft (z.B. wurde der „Kunstpark Ost“ in München zwischenzeitlich als Kultur- und Dienstleistungszentrum ausgebaut), da dadurch vor allem potenzielle Nutzergruppen gewonnen werden können und der Standort positiv in der Bevölkerung verankert wird. Zum anderen profitieren davon Kultur und Kulturwirtschaft. In Großstädten wie Berlin oder Bremen gibt es zwischenzeitlich kulturbezogene temporäre Nutzungskonzepte für Brachflächen oder sind in Bearbeitung. Es ist davon auszugehen, dass angesichts der Veränderungen auf der Angebots- wie Nachfrageseite temporäre Nutzungen von Branchen oder Leerständen von Einzelhandels- und Büroimmobilien auf zunehmendes Interesse stoßen werden, insbesondere bei Segmenten der Kulturwirtschaft. Dies erfordert jedoch seitens der Immobilienwirtschaft, sich verstärkt auf solche „Experimente“ einzulassen.

4.3.2.4. Stadtteile mit besonderem Entwicklungsbedarf

Mit der Abkehr von der städtebaulichen Sanierung von Stadtteilen zur behutsamen Stadterneuerung und zu gemeinwesenorientierten Entwicklungsansätzen (u.a. durch Kommunikation und Partizipation) in den 80er Jahren beschränkten sich die Maßnah-

men der Stadtteilentwicklung nicht mehr auf die gebaute Umwelt. Unter dem Vorzeichen „Kultur für alle“ und „Kultur von allen“ geht es seitdem auch um die kompensatorische Verbesserung der Bildungschancen durch Kultur und die Jugendkulturarbeit dient der Gewaltprävention. Kultur ist damit Teil der stadtteilbezogenen Sozialarbeit.

In diesen diversen Kontexten entstanden zahlreiche öffentlich geförderte Kulturzentren unterschiedlichster Prägung (z.B. Atelier- und Künstlerhäuser, Nachbarschaftshäuser). Gleichzeitig wurde darin ein Beitrag zur Verbesserung der Lebensqualität im Stadtteil gesehen und es sollten über die positiven Imageeffekte von Kultur (Kapitel 4.3.2.2) indirekt Abwanderungstendenzen reduziert sowie vorhandene mentale Barrieren bei den Bewohnern anderer Stadtteile abgebaut werden. In vielen innenstadtnahen Altbaugebieten großer Universitätsstädte war diese Strategie über Umwege erfolgreich, zumindest dort, wo die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen der Stadt günstig waren. Sie führte angesichts preiswerter Wohnbedingungen zur Zuwanderung u.a. von Studenten und kulturorientierter Lebensstilgruppen in solche Stadterneuerungsgebiete, aber auch in andere attraktive Altbaugebiete (Kapitel 4.3.2.1). Diese Gruppen haben durch ihre Nachfrage im Kultur- und Freizeitbereich weitere Aufwertungsprozesse in Gang gebracht und Stadtteile verändert. Befürchtungen, dass die Gentrifizierung unmittelbar zur Verdrängung von sozial benachteiligten Gruppen führt bzw. die „Pionierpflanzen“ der Kultur verdrängt (u.a. *Dangschat 1992*) haben sich mit wenigen Ausnahmen nicht bestätigt. In Deutschland erstrecken sich solche Prozesse zumeist über einen sehr langen Zeitraum und im Vergleich zu nordamerikanischen Verhältnissen in sehr abgeschwächter Form. Dazu kommt, dass in den letzten Jahren die „Raumpioniere“ aus der „kreativen Szene“ zunehmend temporäre nutzbare Orte bzw. Gebäude suchen und auch finden (Kapitel 4.3.1.3) und daher mögliche Verdrängungseffekte auch weniger ein Problem, sondern vielmehr eine Chance darstellen.

Vor dem Hintergrund dieser nicht nur in Deutschland weitgehend guten Erfahrungen mit Kultur in der Zentren-, Stadtteil- und Immobilienentwicklung, den eingeschränkten Finanzierungsmöglichkeiten der Kommunen bei Kultureinrichtungen und lokalen Sättigungseffekten in manchen Kultursparten, einer positiven Dynamik der Kulturwirtschaft in den vergangenen 15 Jahren und einer stärkeren Ausrichtung der Programme für Stadtteile mit besonderem Entwicklungsbedarf auf Maßnahmen zur Schaffung von Arbeitsplätzen, wird die positiv konnotierte kleinteilige Kulturwirtschaft heute in vielen dieser Stadtteile als ein wichtiges Handlungsfeld angesehen. Dazu trägt auch bei, dass sich angesichts der stark ausgeprägten Internationalität in einigen Segmenten der Kulturwirtschaft (z.B. der Musikwirtschaft) den zumeist in diesen Stadtvierteln ebenfalls ansässigen ethnischen Gruppen Zugangsmöglichkeiten zum Arbeitsmarkt eröffnen.

Unterstützt durch Programme der EU (z.B. URBAN), des Bundes und der Länder (z.B. „Initiative ergreifen“ in NRW) bzw. gemeinsamer Initiativen (vor allem im Rahmen des Programms „Soziale Stadt“) geht es dabei u.a. um die Nutzung leerstehender Einzelhandelsflächen durch Kultur und Kulturwirtschaft (z.B. Quartiersmanagement Reuter-

platz in Berlin), um den Aufbau entsprechender Netzwerke im Stadtteil zur Verbesserung der Entwicklungsbedingungen der ortsansässigen „Kreativen“ (z.B. Quartiersmanagement Nordstadt in Dortmund) oder um die Erhaltung von Gebäuden. Nach derzeitigem Kenntnisstand werden bei diesen unterschiedlichen Initiativen jedoch nicht immer ausreichend die spezifischen Standortanforderungen und Entwicklungsbedingungen in den verschiedenen Segmenten der Kulturwirtschaft berücksichtigt, was zu vermeidbaren Fehleinschätzungen führt. Dies macht eine nachträgliche Qualifizierung des Quartiersmanagements erforderlich (z.B. durch Konzentration auf ausgewählte Branchensegmente der Kulturwirtschaft). Auch ist zugeschnitten auf die spezifischen Bedingungen peripher gelegener Großsiedlungsanlagen zu prüfen, welche angepassten Entwicklungsansätze durch Kultur und Kulturwirtschaft in diesen wenig attraktiven und zumeist negativ konnotierten, aber im eigentlichen Sinne urbanen Gebieten denkbar sind. Dass dies möglich ist, das zeigen Beispiele in Berlin.

4.3.2.5. Lokale Identifikation und Kultur bzw. Kulturwirtschaft als Treff- und Kommunikationsort

Eine Dimension der vielfach vereinfachend mit Urbanität gleichgesetzten Stadtkultur ist die „Ausstattungskultur“ (*Häußermann, Siebel 1992*), die Anzahl und Vielfalt an kulturellen Einrichtungen bzw. Angeboten der Kultur und seit ca. 20 Jahren in zunehmenden Maße auch der Kulturwirtschaft (z.B. Musical- und Varietétheater). Quantität und Qualität der „Ausstattungskultur“ einer Stadt können ebenso wie deren „baukulturelles Erbe“, jedoch zumeist nicht so ausgeprägt, Objekte der lokalen symbolischen Identifikation der Bewohner sein (was angesichts der „kognitiven Dissonanz“ jedoch nicht mit einem tatsächlichen kulturellen Interesse gleichzusetzen ist). In manchen Regionen wie dem Ruhrgebiet basiert dies stärker auf Sport- und Freizeitanlagen. Ähnlich wie beim Innenimage einer Stadt oder Region variiert der Grad der lokalen Identifikation jedoch je nach Lebensstilgruppe, Alter etc. (Kapitel 4.3.2.2). Vereinfacht gesagt: Je höher das Einkommen und der Bildungsgrad, desto stärker sind die Kultureinrichtungen ein bedeutsamer Faktor des „Bürgerstolzes“ (*für Dortmund z.B. Keuchel, Wiesand 1997:8*). Deren lokale Bindungsfunktion, die sich in einem stärkeren Interesse am Wohlergehen einer Stadt niederschlägt (Wittenberg 2006) ist bislang in Standortdiskussionen und den sich abzeichnenden demografischen Veränderungen jedoch noch wenig berücksichtigt worden.

Für die kulturnahen Lebensstilgruppen sind die Einrichtungen von Kultur und Kulturwirtschaft aber mehr als nur ein Identifikationsfaktor. Abgesehen davon, dass einige Einrichtungen wie Museen mit ihren Ausstellungen oder Literaturhäuser bzw. Buchhandlungen mit Lesungen auch Wahrnehmungs-Laboratorien sein können (*u.a. Weiss 1999:105*) und damit zur „Modernisierung der Köpfe“ beitragen, sind solche Orte für Städte und Regionen aus zwei Gründen zukunftsrelevant:

- Sie haben als öffentliche oder halböffentliche Treff- und Kommunikationsorte der vielfältigen kulturellen Szenen in einer durch Kommunikations- und Verkehrstechnologien zunehmend „enträumlichten Gesellschaft“ eine wichtige gemeinschaftsbil-

dende bzw. -unterstützende und damit soziale Funktion. Sie bilden die real erfahrbaren lokalen Knotenpunkte des „global village“.

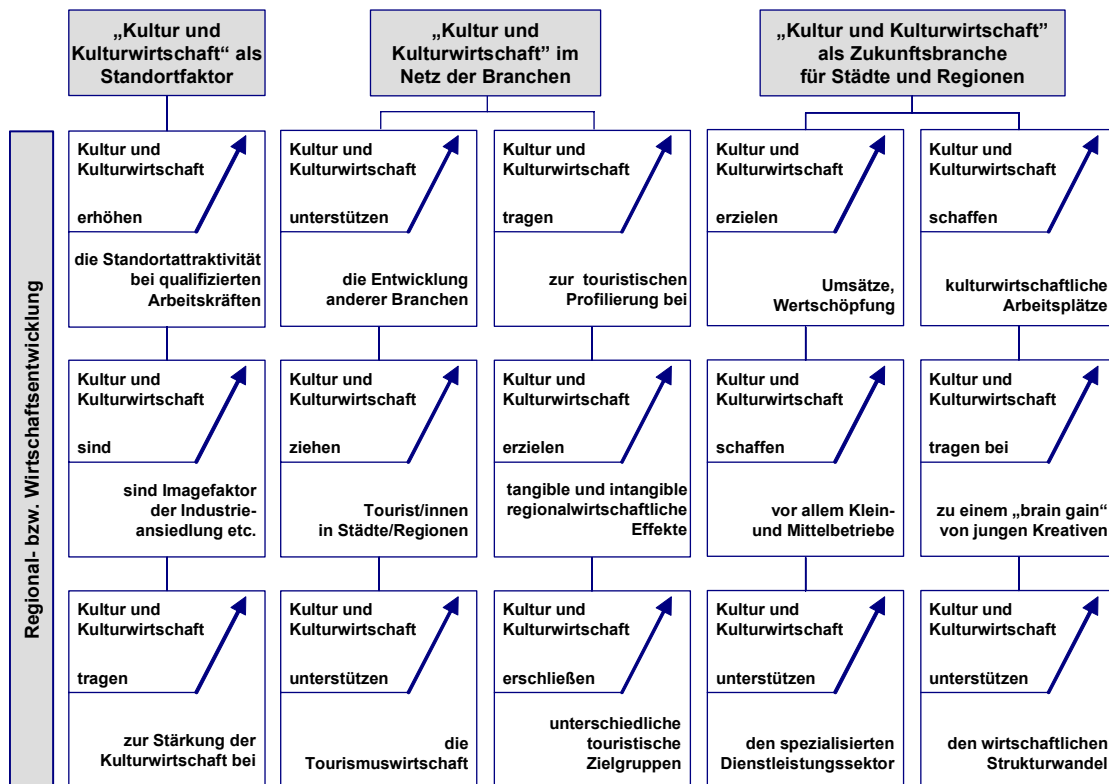
- Darüber hinaus leisten solche Orte angesichts der überwiegend zumindest regionalen Bedeutung der großen bzw. genreorientierten Einrichtungen wie Theater oder Jazzclubs einen Beitrag zur regionalen Vernetzung und zur Stärkung von sich stärker selbst steuernden Governancestrukturen in Stadtregionen und Regionen. Insbesondere ermöglichen sie die im Kontext der Wirtschafts- bzw. Regionalentwicklung heute als relevant eingestuften persönlichen Kontakte zwischen Politik, Wirtschaft und zivilgesellschaftlichen Gruppen.

4.3.3. Fazit

Kultur und Kulturwirtschaft sind mit ihren vielfältigen „Nebennutzen“ und Wirkungen heute auf unterschiedliche und variierende Weise für die Wirtschafts- bzw. Regionalentwicklung und die Stadterneuerung von Bedeutung (Abbildung 51 und Abbildung 52). Folgende grundlegenden Aspekte sind dabei hervorzuheben:

- Kultur, d.h. die kulturelle „kreative Klasse“, die öffentlich geförderte Kultur bzw. zivilgesellschaftliche Gruppen, und die Kulturwirtschaft sind angesichts der interdependenten Beziehungen zwischen beiden als die zwei Seiten einer Medaille anzusehen. Sie stehen überwiegend in einem arbeitsteiligen Verhältnis zueinander (ausführlich 3. Kulturwirtschaftsbericht des Landes NRW, 117-156). Die eine Seite bedingt die andere und umgekehrt. Dem wird von zahlreichen Akteuren in Kultur und Kulturwirtschaft jedoch aufgrund gegenseitiger Vorbehalte noch zu wenig Rechnung getragen.

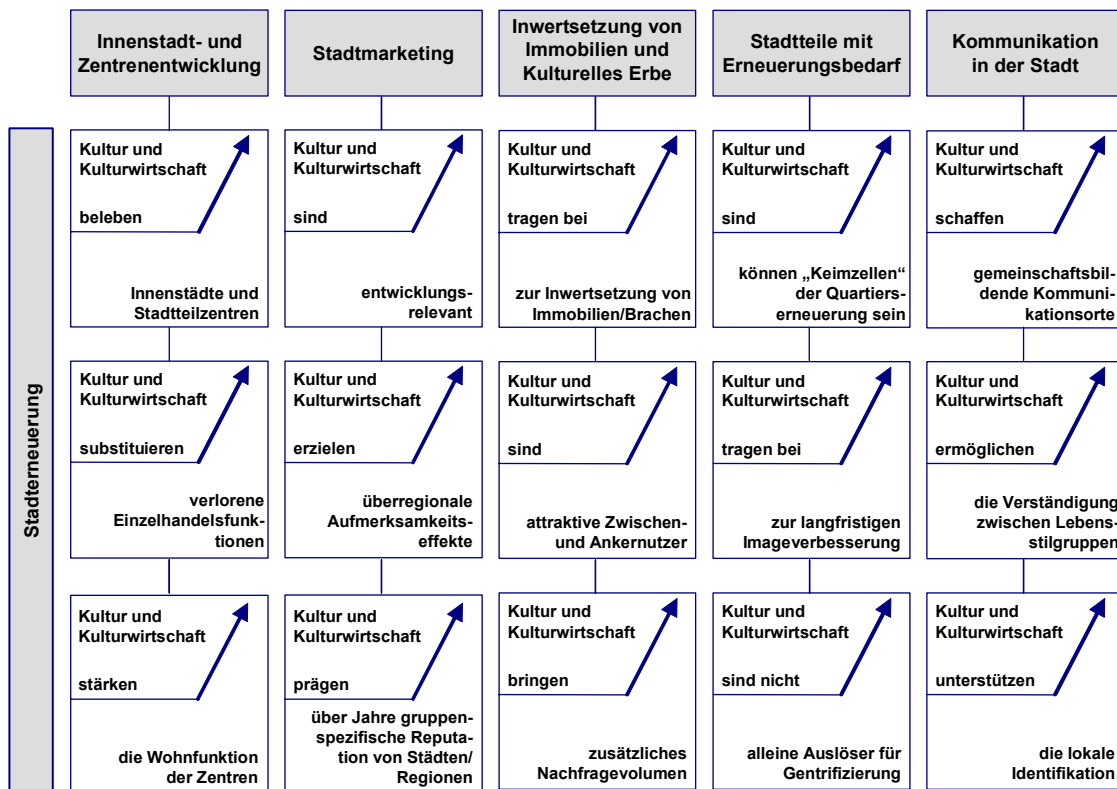
Abbildung 51
Wirkungsfelder von Kultur und Kulturwirtschaft in der Regional- und Wirtschaftsentwicklung



Quelle: STADTart 2006

- Da jede Seite dieser Medaille spezifische Rahmen- und Handlungsbedingungen aufweist, sind die jeweiligen Seiten und ihre spezifischen „Nebennutzen“ jedoch bei Entwicklungskonzepten bzw. -strategien im Rahmen des statistisch Möglichen immer deutlich voneinander zu trennen bzw. deren vielfältige Mischformen entsprechend darzustellen.
- Des Weiteren verändern sich aufgrund von Prozessen (u.a. der Nachfrage, der Produktion, von Innovationen etc.) im Laufe der Jahre die „Nebennutzen“ von Kultur und Kulturwirtschaft für Städte und Regionen (siehe z.B. die veränderte Bedeutung der Kultur als „weicher“ Standortfaktor, Kapitel 4.3.1.1). Dies macht in gewissen Zeitabständen immer wieder eine Neujustierung der „Nebennutzen“ für die Wirtschafts- bzw. Regionalentwicklung und die Stadterneuerung erforderlich.
- Trotz zahlreicher Studien, Programme oder Projekte im Kontext der Wirtschafts- bzw. Regionalentwicklung und der Stadterneuerung sind Kultur und Kulturwirtschaft in Deutschland heute in den Städten und Regionen noch nicht selbstverständlich kooperierende Bereiche. Auf breiter Ebene fehlen auch andere Politikfelder integrierende Ansätze, Konzepte und Strategien.

Abbildung 52
Wirkungsfelder von Kultur und Kulturwirtschaft in der Stadterneuerung



Quelle: STADTart 2006

4.3.4. Empfehlungen zur Stärkung von Kultur und Kulturwirtschaft im Rahmen von Regional- bzw. Wirtschaftsentwicklung und Stadterneuerung

Kulturelle Einrichtungen, Aktionen und Programme haben sich spätestens seit Ende der 80er Jahre als ein unverzichtbares Handlungsfeld in der Regional- bzw. Wirtschaftsentwicklung sowie in der Stadterneuerung erwiesen. Dies zeigen eine Fülle an Ansätzen (z.B. Regional- und Stadtmarketing durch Kultur), Programmen (z.B. Aktionen wie „Ab in die Mitte“) und Maßnahmen (z.B. der Neubau von Museen und Konzerthäusern). Kultur und Stadtentwicklung kooperieren heute vielfach ganz selbstverständlich sowohl auf der Ebene der Bundesländer wie der Kommunen.

Weniger ausgeprägt ist dies hinsichtlich der erwerbswirtschaftlichen Kultur. Im Unterschied zu Ländern wie beispielsweise Großbritannien, das seit einigen Jahren im Kontext des Ansatzes der „creative industries“ auf nationaler, regionaler und kommunaler Ebene integrierte Konzepte und zahlreiche Initiativen zu deren Stärkung unternimmt, überwiegen in Deutschland eher sektorale Politikansätze wie beispielsweise die Regelungen zur Buchpreisbindung oder die Filmförderung des Bundes bzw. der Bundesländer. Das hat vielfältige Gründe, u.a. weil zahlreiche Akteure in Politik und Verwaltung mit der Kulturwirtschaft als Branche bis heute wenig vertraut sind, vereinzelt immer noch Vorbehalte aus kultureller Sicht bestehen und eine Vielzahl an Verknüpfungen mit

Politikfeldern wie Wirtschafts-, Städtebau-, Kultur-, Sozial- und Arbeitsmarktpolitik ein solches Unterfangen als hoch komplex und damit schwer steuerbar erscheinen lassen.

Zur administrativen Dimension der Handlungsarena „Kulturwirtschaft“ (*im Unterschied zur „parlamentarischen“ und „öffentlichen“ Handlungsarena Kriesi 2001:4*), die hinsichtlich der Politikebenen und den Gestaltungsfeldern der Struktur der Handlungsarena „Kultur“ weitgehend entspricht, gibt es in Deutschland kaum Analysen. Vor dem Hintergrund der vorliegenden Berichte zur Kulturwirtschaft haben sich vier zentrale Gestaltungsfelder als wichtig erwiesen: Die „gesetzlichen Rahmenbedingungen“ (z.B. des Steuerrechts), „Strategien/Konzepte“ (wie z.B. regionales Netzwerkmanagement), „Programme/Initiativen“ (z.B. Existenzförderungsprogramme) sowie Projekte/Maßnahmen“ (z.B. Unterstützung von Einzelprojekten). Diese Gestaltungsfelder können den politisch-administrativen Ebenen der EU, des Bundes, der Länder und den Städten bzw. Regionen zuordnet werden (Abbildung 53). Dabei wird deutlich, dass die Europäische Union bzw. der Bund vor allem eine rahmensetzende und punktuell eine fördernde Funktion haben, die Bundesländer eine sowohl nach oben (Ebene des Bundes bzw. der Europäischen Union) wie nach unten (Ebene der Städte/Regionen) gerichtete Initiativ- und Gestaltungsfunktion in der Kulturwirtschaftspolitik einnehmen und den Städten bzw. Regionen überwiegend eine Mobilisierungs- und Realisierungsfunktion zukommt.

Abbildung 53

Bedeutung der Gestaltungsfelder einer Kulturwirtschaftspolitik auf der Ebene der EU, des Bundes, der Länder und der Regionen bzw. Städte

Politikebenen Gestaltungsfelder	Europäische Union	Bund	Bundesländer	Region, Stadt
Gesetzlicher Rahmen	● ● ●	● ● ●	● ●	●
Strategien, Konzepte	● ●	●	● ● ●	● ●
Programme, Initiativen	● ● ●	● ●	● ● ●	● ●
Projekte, Maßnahmen	●	●	● ●	● ● ●

● ● ● große Bedeutung ● ● mittlere Bedeutung ● geringe Bedeutung

Quelle: Modifizierte Fassung auf der Basis Ertel, Gnad 2002:83

Vor dem Hintergrund der Erfahrungen mit regionalen Konzepten, Projekten und Maßnahmen zur Entwicklung der Kulturwirtschaft im In- und Ausland (*für England z.B. Freundt 2003*), mit kulturwirtschaftlich relevanten Maßnahmen der Stadterneuerung (*z.B. zu Kultur- und Freizeitvierteln Ebert/Siegmann 2003*), aktuellen Herausforderungen von Kultur und Kulturwirtschaft wie zunehmend globalisierten Wertschöpfungsnetzwerken mit negativen Folgen für die „Copyindustrien“ in Deutschland (z.B. die Druckindustrie) und neueren Erklärungs- und Entwicklungsansätzen zur Bedeutung von Kultur und Kulturwirtschaft in der Raumentwicklung (*z.B. Kunzmann 2002*) lassen sich für die Handlungsarenen auf der Ebene der Kommunen/Regionen eine Reihe von Empfehlungen formulieren.

4.3.4.1. Regional- bzw. Wirtschaftsentwicklung

Die Empfehlungen im Kontext der Regional- und Wirtschaftsentwicklung zielen angesichts der derzeitig bundesweit noch weit verbreitenden „Unterbelichtung“ der erwerbswirtschaftlichen Kulturwirtschaft als bedeutendes Handlungsfeld vor allem darauf, Branchenentwicklungen zu unterstützen. Der Handlungsschwerpunkt liegt dabei in der Mobilisierung der endogenen Potenziale in Städten und Regionen im Rahmen der Existenzförderung und der Bestandsentwicklung. Dies ist traditionell eine Aufgabe der Wirtschaftsförderung, der Industrie- und Handelskammern bzw. Handwerkskammern sowie der Interessenverbände der Unternehmen bzw. von Branchensegmenten. Angesichts der teilweise fließenden Übergänge zwischen Kultur und Kulturwirtschaft bzw. den Interdependenzen zwischen beiden sollten zukünftig hierbei auch die Kulturämter bzw. -büros einbezogen werden.

Regionale Informationsbasis zur Kulturwirtschaft bei den Akteuren verbessern, die Entwicklungspotenziale erkunden und Netzwerke bilden.

Die meisten Städte bzw. Regionen in Deutschland kennen ihre Potenziale der Kulturwirtschaft nicht, weil sie zumeist aus Unkenntnis Branchen wie Logistik, Gesundheitswirtschaft oder Biotechnologie als wichtiger erachten. Die Akteure aus Politik und Verwaltung sind deshalb für die Kulturwirtschaft und deren Anforderungen zu sensibilisieren. Valide Daten zur Struktur der Kulturwirtschaft (dazu gehört z.B. eine transparente statistische Eingrenzung), zu den Stärken bzw. Schwächen und zu deren Clusterung sowie zu den regional unterschiedlichen Entwicklungspotenzialen sind jedoch die Voraussetzung für erfolversprechende Strategiekonzepte. Durch die verbesserte Informationsgrundlage werden die Voraussetzungen für die Identifizierung regionaler Spezialisierungen bzw. Kompetenzfelder und für erste Initiativen zur Stärkung der Kulturwirtschaft geschaffen. Des Weiteren lassen sich dadurch handlungswillige Akteure der Branche bzw. in anderen Feldern des Kultursektors leichter ansprechen und in regionale Netzwerkstrategien einbinden. Als hilfreich haben sich in diesem Zusammenhang in Großbritannien entsprechend qualifizierte regionale Anlauf- und Beratungsstellen der Kultur- bzw. Kreativwirtschaft erwiesen.

Regionales Monitoring der Kulturwirtschaft etablieren, Märkte bzw. Wettbewerb beobachten und clusterbezogene Entwicklungskonzepte und Maßnahmen erarbeiten

Angesichts der unterschiedlichen Dynamik in vielen Branchensegmenten der Kulturwirtschaft empfiehlt es sich heute, die Entwicklung der unterschiedlichen Märkte der Kulturwirtschaft kontinuierlich zu beobachten (Monitoring). Dies gilt auch hinsichtlich der verfolgten Ansätze, der eingesetzten Instrumente und Maßnahmen (best practice-Studien). Dabei sind die unterschiedlichen strukturellen Voraussetzungen der Wettbewerbsregionen und -städte und damit die „Pfadabhängigkeit“ zu beachten. Monitoring wie best practice sind wichtige Informationsgrundlagen für differenzierte clusterbezogene Entwicklungskonzepte und -strategien. Hierbei sind auch die Tourismuswirtschaft und gegebenenfalls auch andere Branchen wie die Softwareindustrie oder die Mode-

wirtschaft einzubeziehen. Wie zahlreiche Beispiele im In- und Ausland zeigen, können hierbei stark auf Kultur und Kulturwirtschaft zugeschnittenen Produktions- und Dienstleistungszentren, sei es in Trägerschaft der Immobilienwirtschaft oder in öffentlicher Trägerschaft hilfreich sein (*Hummel 2001; Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung 2004*). Hierfür eignen sich vielfach attraktive Gebäude der Industriekultur. Strategisch ist dabei vor allem von Bedeutung, dass die ansonsten nicht nur in Mittelzentren bzw. Kleinstädten aufgrund ihrer Größe kaum wahrgenommenen Unternehmen auf diese Weise einer breiten Öffentlichkeit sichtbar gemacht werden können, was mit weiteren positiven Effekten verbunden ist (u.a. höhere Akzeptanz). Da die regionalen Entwicklungsmöglichkeiten der Kulturwirtschaft entscheidend auch von der Vernetzung mit den Metropolen der Kulturproduktion abhängen, bedürfen solche Konzepte des Weiteren entsprechender Initiativen und Maßnahmen nach Außen, vor allem in andere Metropolen der Branche (z.B. durch Unterstützung bei Messeauftritten im Ausland).

Kulturwirtschaftlich relevante Qualifizierungs- und Forschungseinrichtungen für die Regional- und Wirtschaftsentwicklung nutzen

Die Nutzung des Wissens von technischen, ökonomischen oder medizinischen Hochschulen und anderen Aus- und Fortbildungsgelegenheiten für die Regionalentwicklung ist heute nahezu eine Selbstverständlichkeit. Für die entsprechenden kulturwirtschaftlich relevanten Einrichtungen wie Kunst- oder Musikhochschulen, kultur- und geisteswissenschaftliche Institute gilt dies bislang nur in Ansätzen (z.B. im Design- oder Filmbereich), obwohl in deren Umfeld durch Unternehmensgründungen oftmals „spin-off-Effekte“ zu verzeichnen sind. Diese Potenziale warten noch auf ihre „Entdeckung“ als Laboratorien zur Entwicklung der Kulturwirtschaft in post-industriellen Gesellschaften. Aufgrund der weltweiten Reputation dieser Einrichtungen und des starken Zuspruchs aus dem Ausland („brain gain“) ergeben sich hieraus auch strategische Vorteile bei der Erschließung von Auslandsmärkten. Die Nutzung der kulturwirtschaftlich relevanten Qualifizierungs- und Forschungseinrichtungen bedarf jedoch des Ausbaus entsprechender Angebote des „Geschäftsfeld-Minings“, beispielsweise über bestehende Transferstellen oder in Kooperation mit den Wirtschaftsförderungseinrichtungen. Vor allem sollten in den Curricula verstärkt betriebswirtschaftliche Kenntnisse Berücksichtigung finden und Brücken zu Beschäftigungsmöglichkeiten in der Kulturwirtschaft aufgezeigt werden. Hierfür sind die relevanten Qualifizierungs- bzw. Forschungseinrichtungen und die zuständigen Länderministerien zu gewinnen.

4.3.4.2. Stadterneuerung

Die Empfehlungen zur Stadterneuerung im Rahmen der Europäischen Stadt zielen aus der Branchenperspektive auf die Verbesserung der lokalen/regionalen Rahmen- und Standortbedingungen von Kultur und Kulturwirtschaft. Den Stadtentwicklungs- und Planungsämtern kommt dabei eine federführende Rolle zu. Stärker als bisher sind jedoch neben der kommunalen Kulturförderung auch die Einrichtungen der Wirtschaftsförderung einzubeziehen. Folgende Maßnahmen werden vorgeschlagen:

Stadt(teil)zentren und öffentliche Räume im Umfeld publikumsbezogener Kulturangebote aufwerten

Mit der Ausdifferenzierung des Kultur- und Freizeitangebots in den letzten drei Jahrzehnten hat sich gezeigt, dass die Akzeptanz für die traditionellen publikumsbezogenen öffentlichen Kulturangebote wie Museen oder der Kulturwirtschaft, z.B. Musicaltheater, nicht nur vom Kernangebot, sondern auch von der Attraktivität des Umfeldes abhängt („Zusatznutzen“). Attraktivitätssteigernd wirken dabei in den Stadtzentren insbesondere die Einbindung in Kultur- und Freizeitviertel mit einer vielfältigen Mischung aus zusätzlichen Kultur-, Gastronomie-, Einzelhandels- bzw. Freizeitangeboten und attraktiv gestaltete öffentliche Räumen mit „Wohlfühlcharakter“, die zum Verweilen einladen und dadurch die auch für die Entwicklung der Kulturwirtschaft erforderlichen persönlichen Kontakte ermöglichen. Auf eine solche Einbindung ist auch bei der in manchen Städten anstehenden Modernisierung der öffentlich geförderten Kultureinrichtungen, deren Aus- oder Neubau, zu achten. Wichtige Nebeneffekte solcher Viertel sind die damit verbundene Aufwertung der Zentren als Wohnstandort und positive Standorteffekte für die Wissensindustrien. In Zusammenarbeit mit der Wirtschaftsförderung und dem Einzelhandel sind seitens der Stadtplanung vor allem in kleinen Großstädten und Mittelzentren entsprechende Konzepte zu erarbeiten und die öffentlichen Räume im fußläufigen Umfeld gestalterisch aufzuwerten.

Räume für die temporäre Nutzung durch die „kulturelle kreative Klasse“ als „Pionierpflanzen“ erschließen

Analysen der letzten Jahre zu den regionalen Entwicklungsprozessen der Kulturwirtschaft im In- und Ausland haben gezeigt, dass jene Städte und Regionen Entwicklungsvorteile vorweisen, die aus der Perspektive der „kulturellen kreativen Klasse“ attraktiv sind. Bevorzugt werden von dieser Gruppe der zumeist interregional und vielfach europaweit mobilen Künstler, Musiker etc. Stadtregionen mit einer Vielzahl an kulturellen Einrichtungen und aktiven Szenen, mit urbanen Lebensqualitäten (u.a. attraktive öffentliche Räume) sowie gut erreichbare, preisgünstige Räumlichkeiten in multifunktional nutzbaren Gebäuden mit „Adresse“, die Experimente und Innovationen ermöglichen und kulturell neu besetzt werden können. Das können vernachlässigte Wohngebiete, ehemalige klein- und großflächige Eisenbahn-, Hafen- und Industrieflächen sein. Solche „transition spaces“ sind verstärkt im Rahmen von Atelierprogrammen, temporären Nutzungskonzepten für die „kulturelle kreative Klasse“ als „Pionierpflanzen“ zu erschließen und in Stadtregionen mit ausgeprägten Gentrifizierungsprozessen mittelfristig abzusichern. Dabei sind die spezifischen Standortanforderungen der jeweiligen Branchensegmente in Abhängigkeit von der Unternehmensgröße zu beachten. In diesem Kontext sind auch die derzeit auf Kultur und Kulturwirtschaft setzenden Programme für benachteiligte Stadtviertel der Bundesländer, des Bundes und der EU zu überprüfen und gegebenenfalls entsprechend zu modifizieren. Da durch temporäre kulturelle Nutzungen sich indirekt die Vermarktungschancen der Branchen verbessern, ist hierbei auch die Immobilienwirtschaft einzubinden.

Eine neue Generation von kommunalen/regionalen Rahmen- oder Masterplänen zu Kultur und Kulturwirtschaft erarbeiten

Die kulturelle Daseinsvorsorge oder Grundversorgung ist heute nicht nur aus Gründen der problematischen Finanzsituation der öffentlichen Haushalte nicht mehr alleine durch Staat bzw. Kommunen zu gewährleisten. Es sind daher im Unterschied zu Konzepten der 70er Jahre eine neue Generation an zukunftsorientierten kommunalen/regionalen Rahmenplänen zu Kultur bzw. den publikumsbezogenen Angeboten der Kulturwirtschaft (z.B. Kinotheater) zu erarbeiten, sinnvollerweise unter Einbezug von Angeboten des 3. Sektors und des Freizeitbereichs (*ausführlich Ebert, Siegmann 2004*). Solche auf dem „Governance“- bzw. dem „Mixed Economy of Welfare“ Ansatz aufbauenden Rahmen- oder Masterpläne sollten räumliche Leitbilder beinhalten und aufzeigen, wie die traditionellen kulturellen Orte, neue Kreativräume etc. in öffentlich-privater Partnerschaft, mit welchen Angebots- und Nachfragepotenzialen (z.B. das baulich-kulturelle Erbe) und Instrumenten zukunftsorientiert entwickelt werden können. Dabei sind die in den Städten und Regionen sich abzeichnenden unterschiedlichen demografischen Veränderungen zu berücksichtigen („weniger, bunter, älter“). Durch solche Konzepte lässt sich der Ressourceneinsatz optimieren und es eröffnen sich neue Handlungs- und Gestaltungsmöglichkeiten, u.a. bei der Entwicklung integrierter Infrastrukturprojekte von Kultur und Kulturwirtschaft bzw. durch den Rückgriff auf Instrumente der Wirtschaftsförderung. Hilfreich ist bei der Umsetzung solcher Masterpläne ein darauf zugeschnittenes und mit den Akteuren aus Politik, Verwaltung, Kultur und Kulturwirtschaft abgestimmtes und auf mehrere Jahre angelegte Themen- und Projektmanagement.

4.3.4.3. Fazit: Wirtschafts-, Arbeitsmarkt- und Sozialpolitik, Stadterneuerung und Kulturförderung sind auf kommunaler/regionaler Ebene noch stärker zu verzahnen

Kultur und Kulturwirtschaft sind seit Jahren wichtige Handlungsfelder in der Regional- bzw. Wirtschaftsentwicklung und in der Stadterneuerung. Die bislang erzielten „Nebenutzen“ lassen sich noch erhöhen, mit wiederum positiven Rückwirkungen für beide Bereiche. Jedoch ist die Stärkung von Kultur und Kulturwirtschaft angesichts der Vielfalt kultureller Angebote in unterschiedlicher Trägerschaft, den teilweise fließenden Übergängen zwischen Kunst und „Kommerz“ sowie den urbanen Rahmen- und Standortbedingungen, der sich herausbildenden neuen Arbeitsteilung und den Interdependenzen zwischen Kultur und Kulturwirtschaft heute mehr denn je als eine Querschnittsaufgabe zu verstehen. So bedarf beispielsweise eine mittelfristig erfolgreiche Mobilisierung der Existenzgründungspotenziale im Umfeld kulturwirtschaftlich relevanter Qualifizierungseinrichtungen für die Kulturwirtschaft sowohl des Geschäftsfeld-Minings wie der Bereitstellung temporär nutzbarer, preisgünstiger Räumlichkeiten sowie attraktiver Kultur- und Freizeitviertel. Letzteres ist heute darüber hinaus eine der zentralen Voraussetzungen zur Erschließung des Nachfragepotenzials im Kultur- und Städtetourismus.

Stärker als bisher sind daher integrierte Konzepte erforderlich, unter Einbezug der Akteure aus der Wirtschafts- und Arbeitsmarktförderung, auch der Sozialpolitik, der Stadterneuerung und nicht zuletzt der Kulturförderung. Gerade die Kulturförderung lokaler kultureller Szenen ist für die innovationsorientierte Entwicklung der Kulturwirtschaft unabdingbar. Ein solcher integrierter Politikansatz ist vor allem auf kommunaler/ regionaler Ebene erforderlich und dort langfristig zu verankern. Insbesondere die elf von der Ministerkonferenz für Raumordnung ausgewiesenen europäischen Metropolregionen in Deutschland, die als Motoren der zukünftigen Entwicklung der Branche angesehen werden, sind im Rahmen des verstärkten europäischen Wettbewerbs der Metropolregionen aufgefordert in dieser Hinsicht Initiativen zu entwickeln.

Dies vorausgesetzt lassen sich die „Nebennutzen“ von Kultur und Kulturwirtschaft für die Regional- bzw. Wirtschaftsentwicklung und die Stadterneuerung durch ein Bündel zusätzlicher Maßnahmen auf der Ebene der EU, des Bundes, der Bundesländer und der Städte/Regionen noch verbessern (Abbildung 54). Dabei geht es auch um die eine oder andere gesetzliche Maßnahme, beispielsweise im Steuerrecht, bei den Marktzugangsbedingungen (*ausführlich Ertel, Gnad 2002:69-80*). Der Schwerpunkt liegt jedoch vielmehr auf den Gestaltungsfeldern „Strategien/Konzepte“, „Programme/Initiativen“ sowie „Projekte“. Dabei fällt den Kommunen bzw. Regionen eine zentrale Rolle zu. Sie bedürfen dabei der Unterstützung der anderen Gestaltungsebenen, vor allem der Bundesländer, der EU und des Bundes. Auf der Ebene des Bundes konzentrieren sich die vorgeschlagenen Maßnahmen auf drei Bereiche:

- So sind bei den bestehenden Förderprogrammen der relevanten Ministerien (z.B. beim Programm zum Stadtumbau) Kultur und erwerbswirtschaftliche Kulturwirtschaft unter Beachtung der veränderten Marktstrukturen im Kultursektor stärker zu berücksichtigen bzw. miteinander zu verzahnen. In diesem Zusammenhang sind auch andere relevante Politikfelder wie zum Beispiel das Programm zur Förderung von „Eliteuniversitäten“ auf ihre Bedeutung für Kultur und Kulturwirtschaft zu überprüfen und gegebenenfalls entsprechend zu modifizieren.
- Die EU hat in den vergangenen Jahren durch zahlreiche Initiativen und Programme Kultur und Kulturwirtschaft erfolgreich promotet. Auf der Ebene des Bundes könnte diese Strategie, ohne die föderalen Strukturen im Kultursektor zu unterlaufen, noch ausgebaut werden. Ansatzpunkte bieten u.a. Gesprächsrunden zur Entwicklung der Kulturwirtschaft als Wirtschaftsbranche (z.B. zur Bedeutung als Exportbranche) oder Publikationen des Wirtschaftsministeriums (z.B. zur Existenzgründung) sowie der für Kultur und Raumentwicklung bzw. Städtebau zuständigen Ministerien und Einrichtungen (z.B. auch des Goethe-Instituts). Insbesondere gilt dies für Publikationen, die für das Ausland bestimmt sind. Hilfreich wäre es darüber hinaus, wenn Minister bzw. Bundespolitiker in ihren Initiativen mehr als bisher auf das Themenfeld Kultur und Kulturwirtschaft eingehen würden.

Abbildung 54
Vorschläge zur Stärkung von Kultur und Kulturwirtschaft im Rahmen der Regional- bzw. Wirtschaftsentwicklung und der Stadterneuerung

politische Ebene Gestaltungsfeld	Europäische Union	Bund	Bundesländer	Region/Stadt
Strategien		Berücksichtigung kulturwirtschaftlich bedeutsamer Universitäten bei der Förderung von „Eliteuniversitäten“ PR-Strategie: Berücksichtigung der Kultur-, Kreativwirtschaft in Publikationen der relevanten Ministerien	Unterstützung von Firmen bei der Kontaktaufnahme im Ausland (z.B. bei Messen)	Erarbeitung integrierter Masterpläne und Aufbau eines Themenmanagements zu Kultur/ Kultur-, Kreativwirtschaft (u.a. räumliches Leitbild) Monitoring der Kultur-, Kreativwirtschaft und Best-Practice-Studien
Programme, Initiativen	Stärkere Berücksichtigung der Kultur-, Kreativwirtschaft bei Kulturhauptstadt Europas, ex-ante-Studien und Evaluierung Qualifizierung/ Modifizierung von Projekten der Stadterneuerung mit Schwerpunkten bei Kultur / Kultur- bzw. Kreativwirtschaft	Qualifizierung/ Modifizierung von Projekten der Stadterneuerung mit Schwerpunkten bei Kultur / Kultur- bzw. Kreativwirtschaft Programm „Bundeskulturstadt“ alle 5 Jahre in wechselnden Städten / Regionen (Wettbewerbsverfahren)	Anschubfinanzierung zur Einrichtung regionaler Anlauf- und Beratungsstellen der Kultur- bzw. Kreativwirtschaft Unterstützung und Förderung von Angeboten des „Geschäftsfeld-Minings“ der Transferstellen Integration der Kultur-, Kreativwirtschaft in Programme zu „Standortgemeinschaften“(BID) oder Aktionen wie „Ab in die Mitte“ und stärkere Ausrichtung auf nachhaltige Effekte	Erkundung der regionalen Entwicklungspotenziale der Kultur-, Kreativwirtschaft
Projekte, Maßnahmen	Europaweite Best practice-Studien zu Kultur- und Freizeitvierteln	Gesprächsrunden zur Entwicklung der Kulturwirtschaft in Deutschland		Initiierung regionaler Netzwerke des Kultursektors Identifizierung und Mobilisierung von Leerständen in Städten/Regionen in Kooperation mit der Immobilienwirtschaft

Quelle: STADTart 2006

- Die Erfahrungen mit Initiativen in anderen Politikfeldern des Bundes zeigen, dass es neben den notwendigen kleinteiligen, eher unspektakulären Schritten zusätzlich öffentlichkeitswirksamer Maßnahmen bedarf. Eine solche Initiative wäre beispielsweise ein alle fünf Jahre verliehener Titel „Bundeskulturstadt“. In einem Wettbewerbsverfahren könnten sich Städte bzw. Regionen mit zukunftsweisenden Konzepten sowie Veranstaltungen zu Kultur und Kulturwirtschaft in der Stadt- bzw. Wirt-

schaftsentwicklung sowie der Stadterneuerung darum bewerben und bei der Umsetzung der Maßnahmen unterstützt werden.

Mit diesen Maßnahmenbündel lassen sich auf Bundesebene Kultur und Kulturwirtschaft sowohl im Bewusstsein der Politik als auch einer breiteren Öffentlichkeit stärker verankern. Dies ist eine der zentralen Voraussetzungen für weitere Initiativen und Projekte auf lokaler/regionaler Ebene im Kontext der zukunftsorientierten Transformation der europäischen Stadt durch Kultur und Kulturwirtschaft.

4.4. Kulturwirtschaft, Beschäftigungs- und Sozialpolitik

Kulturwirtschaft galt und gilt als Sektor mit einer überdurchschnittlichen Beschäftigungsdynamik. Die Zahl der dort Beschäftigten nahm über viele Jahre wesentlich stärker zu als in der Gesamtwirtschaft bzw. stieg selbst dann noch weiter, als die Wirtschaft insgesamt bereits von Beschäftigungsrückgängen gekennzeichnet war. Zwar sind die Beschäftigtenzahlen, wie in Kapitel 3 beschrieben, in den letzten drei Jahren nach der langjährigen kontinuierlichen Zunahme zum ersten Mal rückgängig. Allerdings wurde dieser Rückgang bislang durch die deutliche Zunahme der Selbständigen und freiberuflich Tätigen in der Kulturwirtschaft kompensiert.

Die qualitative Betrachtung dieser zahlenmäßig beruhigenden Entwicklung zeigt jedoch, dass es auch im Bereich der Kulturwirtschaft Probleme und Entwicklungen gibt, die sozial- und beschäftigungspolitischen Handlungsbedarf signalisieren. Von vielen Experten wird sogar behauptet, dass die qualitative Entwicklung der Erwerbstätigkeit im kulturellen Sektor aufzeigt, wie sich die Beschäftigung in der Wirtschaft insgesamt in der Zukunft verändern wird.

Die Untersuchungen sind sich einig und Statistiken bestätigen, dass Kulturwirtschaft und der Kultursektor insgesamt heute von Beschäftigungsverhältnissen gekennzeichnet sind, in denen die so genannten „Normalarbeitsverhältnisse“ auf der Grundlage eines unbefristeten Arbeitsvertrages kontinuierlich abnehmen. In weiten Bereichen der Kulturwirtschaft dominieren befristete Arbeitsverträge, Teilzeitbeschäftigung und atypische Arbeitsverhältnisse nehmen deutlich zu, die Fragmentierung der Arbeitswelt greift um sich, die geringfügige Beschäftigung wird von der Ausnahme immer mehr zur Regel und immer mehr abhängig Beschäftigte wechseln in eine Selbständigkeit, die bei fortbestehender Abhängigkeit nur als „Scheinselbständigkeit“ richtig kategorisiert ist.

Auf dem kulturwirtschaftlichen Beschäftigungsmarkt werden hohe Flexibilität und Mobilität zu oftmals sehr geringem Entgelt gefordert. Ein großer Teil der in der Kulturwirtschaft Beschäftigten muss mehr als ein Beschäftigungsverhältnis eingehen, um mit den Einkünften die Existenz sichern zu können. Viele Erwerbstätige mit Bastel- oder Patchworkbiographien bewegen sich in einer Grauzone zwischen abhängig beschäftigter und (schein)selbständiger Arbeit: Der Anteil der prekären Beschäftigungsverhältnisse, die kein zur Subsistenz ausreichendes Einkommen ermöglichen, nimmt kontinuierlich zu.

Die an anderer Stelle zitierte Untersuchung der EU zur Beschäftigung im kulturellen Sektor (siehe oben, Abbildung 26) bestätigt diese Entwicklung auf gesamteuropäischer Ebene. Demnach waren im Jahr 2002 die Anteile der Teilzeitbeschäftigten und der befristet Beschäftigten im Kultursektor jeweils um rund 50 % höher als deren Anteil in der Gesamtwirtschaft. Der Prozentsatz der Beschäftigten, die mehr als einem Beruf nach-

gingen, war drei Mal so hoch wie im Durchschnitt der Gesamtwirtschaft (siehe nachfolgende Abbildung).

Abbildung 55
Charakteristika der Beschäftigung im Kultursektor in der EU 2004

	% der Beschäftigten mit zeitlich befristeter Anstellung		% der Teilzeitbeschäftigten		% der Beschäftigten mit mehr als einer Anstellung	
	Gesamtwirtschaft	Kultursektor	Gesamtwirtschaft	Kultursektor	Gesamtwirtschaft	Kultursektor
EU25	12	18	17	25	3	9
Belgien	8	17	20	21	3	7
Dänemark	9	10	21	36	11	20
Deutschland	12	18	21	30	2	8
Estland	2	2	7	13	4	4
Finnland	17	24	12	24	4	8
Frankreich	14	29	16	24	3	10
Griechenland	11	21	4	14	3	9
Großbritannien	6	10	25	26	4	7
Irland	5	--	17	24	2	4
Italien	9	19	9	17	1	7
Lettland	11	9	7	10	7	19
Litauen	6	2	8	15	7	18
Luxemburg	4	1	12	16	1	3
Malta	--	--	--	--	--	--
Niederlande	14	19	44	56	6	14
Österreich	7	11	19	26	4	9
Polen	--	--	--	--	--	--
Portugal	21	35	7	15	7	13
Schweden	16	22	21	28	9	14
Slowakei	5	5	2	2	1	6
Slowenien	15	26	5	15	2	3
Spanien	30	34	8	16	2	6
Tschechische Republik	8	15	5	12	2	7
Ungarn	7	11	3	--	2	5
Zypern	9	5	6	11	5	5
Island	6	5	29	41	17	29
Norwegen	10	17	26	29	9	13
Bulgarien	--	--	2	7	1	1
Schweiz	13	14	33	45	6	14

Quelle: Eurostat 2004, o.S.

Anmerkung: Die bereits mehrmals erwähnte Untersuchung der Kreativberufe in Hamburg weist in der Kulturwirtschaft einen deutlich geringeren Anteil von Teilzeitverhältnissen als in der Gesamtwirtschaft aus. Dort wird festgestellt, dass abhängig Beschäftigte in den Creative Industries in Hamburg Vollzeit zur Verfügung stehen müssen. Der Grund für diese Divergenz dürfte darin liegen, dass die FORBA-Studie rein erwerbswirtschaftliche Bereiche der Kulturwirtschaft weitgehend ohne Einbezug der ersten Wertschöpfungsstufe (der Kreation) untersuchte.

Nicht minder prekär als die Beschäftigungsverhältnisse abhängig Beschäftigter ist die Situation vieler Selbständiger in der Kulturwirtschaft und im Kultursektor. Deren Zahl hat, wie erwähnt, in den letzten Jahren deutlich zugenommen. Diese Zunahme ist zum einen auf die Vorteile selbstbestimmter, unabhängiger und eigenverantwortlicher Berufsausübung und die größeren Dispositionsspielräume zurückzuführen, die eine selbstständige Tätigkeit bietet. Zu einem guten Teil ist sie jedoch dem Vorgehen vieler kulturwirtschaftlicher Unternehmen geschuldet, bislang abhängig Beschäftigte nicht weiter zu beschäftigen, sondern sie in die (Schein-)Selbständigkeit zu entlassen und ihnen eine Zusammenarbeit auf Vertragsbasis anzubieten. Für viele Beschäftigte ist darüber hinaus der Weg in die (prekäre) Selbständigkeit die Alternative zur Arbeitslosigkeit. „Wenn auch die abhängige Beschäftigung nicht mehr sicher ist, erhält die selbständige, aber ‚kreative‘ Unsicherheit eine größere Anziehungskraft als die unkreative Beschäftigungsunsicherheit.“ (McRobbie, Angela, *In the Culture Society: Art, Fashion and Popular Music*, London 1999:27, zitiert nach *European Commission, DG Employment and Social Affairs 2001:41*). Freiberuflichkeit als Alternative zur Arbeitslosigkeit heißt, „dass viele eigentlich unterbeschäftigte Branchenangehörige eher als formal Selbstständige die ‚Stille Reserve‘ verstärken als sich arbeitslos zu melden“ (Henninger; Mayer-Ahuja 2005:109).

Der Übergang in solche Selbständigkeit bringt für abhängig Beschäftigte in der Regel eine deutliche Einschränkung ihrer Lebensverhältnisse mit sich. Immerhin bot die abhängige Beschäftigung den vollen Umfang der sozialen Absicherung in Arbeitslosen-, Kranken- und Rentenversicherung. Die Lage bei den Selbständigen sieht anders aus und droht angesichts der geringen Einkünfte vieler zu einem umfassenden sozialpolitischen Problem zu werden. Selbständige sind für solche Absicherung selbst verantwortlich, sind aber angesichts der geringen Einkünfte oft nicht in der Lage, sich entsprechende Absicherung auf dem privaten Markt zu kaufen. Ihnen droht der Abstieg in die Armut und dies in doppelter Hinsicht. Zum einen sind Selbständige in der Regel nicht gegen Arbeitslosigkeit versichert. Können sie ihre Existenz nicht aus den Einkünften ihrer Tätigkeit sichern, haben sie daher keinen Anspruch auf Arbeitslosengeld I, sondern steuern unmittelbar auf das Arbeitslosengeld II zu. Zum anderen droht die Armutsfalle in Form der Altersarmut beim Erreichen des Rentenalters. Diese Befürchtungen werden erhärtet durch die Zahlen der Künstlersozialkasse (zur Erinnerung: Das durchschnittliche Einkommen der dort Versicherten im Jahr 2005 ist geringer als 11.000 €, s. oben, Kap. 3.1.2) und durch die Ergebnisse von Untersuchungen zur Selbständigkeit im Kultursektor, wonach ein hoher Anteil von Freiberuflern nur geringe Umsätze (unter der Abschneidegrenze von derzeit 17.500 € p.a.) erwirtschaften kann (vgl. z.B. Söndermann 2005).

Zumindest, was die Krankenkasse betrifft, und bei – wenn auch zu kleinen – Anwartschaften auf eine Altersrente bringt die Künstlersozialkasse eine (teilweise) Abhilfe auch für manchen Selbständigen in der Kulturwirtschaft. Noch stärker von diesen Auswirkungen sind jene Selbständigen in der Kulturwirtschaft betroffen, die nicht versichert

sind. Deren Zahl nimmt u.a. zu, weil sich neue bzw. veränderte Berufsbilder wie z.B. „Web Designer“ schneller herausbilden als sie von der Künstlersozialkasse – wenn überhaupt – akzeptiert werden. Daneben verfügt eine nicht zu unterschätzende Zahl von Selbständigen in der Kulturwirtschaft schlicht über zu geringe Einkünfte, um daraus die Kosten einer Krankenversicherung oder Altersvorsorge tragen zu können.

Die Enquete-Kommission „Kultur in Deutschland“ hat den Fragen der wirtschaftlichen und sozialen Lage sowie der sozialen Absicherung der Künstler und Kreativen einen Schwerpunkt ihrer Arbeit in der 15. Legislaturperiode gewidmet. Die dort aufgezeigten Probleme betreffen in hohem Maß auch die in der Kulturwirtschaft Beschäftigten. Es ist daher nicht nötig, die Diskussion dazu an dieser Stelle zu vertiefen.

Für die Kulturwirtschaft von besonderer Bedeutung ist, dass gerade die Künstler und schöpferisch Tätigen – also diejenigen, von denen jede kulturwirtschaftliche Wertschöpfung ursächlich ausgeht – von diesen Problemen besonders betroffen sind. Wenn Menschen hier auch bereit sind, selbstausbeuterisch zu arbeiten, so muss doch auch unter rein volkswirtschaftlichen Gesichtspunkten dafür Sorge getragen werden, dass solche Leidensfähigkeit nicht überspannt wird. Würden Kreative in großen Anteilen aufgeben und ihr berufliches Heil in anderen Bereichen suchen, hätte dies merkliche negative wirtschaftliche Auswirkungen auf die Kulturwirtschaft insgesamt.

Eine vor kurzem vom Deutschen Kulturrat, der Rheinischen Friedrich-Wilhelms-Universität, Bonn und der Vereinigten Dienstleistungsgewerkschaft ver.di herausgegebene Untersuchung unter freiberuflichen Künstlern zeigt, dass die überwiegende Mehrzahl trotz der schwierigen Bedingungen, unter denen viele von ihnen ihren Beruf ausüben, weiterhin selbständig bleiben möchte. Allerdings gaben rund 8 % der befragten Künstler an, etwas anderes machen zu wollen (siehe nachfolgende Abbildung). Für diese ist das Maß der beruflichen Zumutungen offensichtlich bereits voll.

Abbildung 56
Die Einstellung deutscher Künstler zu ihrer beruflichen Selbständigkeit

w ü n s c h e n s i c h:	Musiker	Schriftsteller	B i l d e n d e K ü n s t l e r	Schauspieler	Durchschnitt
weiterhin selbständig sein	79,6 %	97,8 %	90,8 %	80,4 %	87,2 %
Selbständigkeit ausbauen	45,9 %	46,7 %	52,5 %	50,0 %	48,8 %
Festanstellung	28,6 %	3,7 %	20,0 %	32,1 %	21,1 %
etwas anderes machen	11,2 %	4,4 %	9,2 %	8,9 %	8,4 %

Quelle: Kulturmanagement Network Dirk Schütz & Dirk Heinze, Hrsg. 2006:10. Die Untersuchung ist nicht repräsentativ, kann aber einen Eindruck von der Stimmung in der Kulturwirtschaft vermitteln.

Unter beschäftigungspolitischen Gesichtspunkten ist zu fragen, ob und gegebenenfalls wie dem Rückgang der abhängigen Beschäftigung in der Kulturwirtschaft begegnet werden kann oder soll bzw., welche Maßnahmen ergriffen werden sollten, um die Wiedereingliederung von arbeitslos gewordenen Beschäftigten der Kulturwirtschaft zum Erfolg zu führen.

Angesichts der schlechten finanziellen Bedingungen, unter denen viele ehemals in der Kulturwirtschaft abhängig Beschäftigte in die Selbständigkeit gewechselt sind, ist davon auszugehen, dass dies auf lange Sicht keine Alternative zur Arbeitslosigkeit sein wird. Es erscheint daher wenig sinnvoll, den Schwerpunkt von Qualifizierungs- und Förderprogrammen für Erwerbslose in der Kulturwirtschaft auf die Förderung von Existenzgründungen zu legen. Weder kann davon ausgegangen werden, dass jeder abhängig Beschäftigte zum Unternehmer taugt, noch wird der Markt dadurch größer und aufnahmefähiger, dass bislang abhängig Beschäftigte nach ihrem Ausscheiden aus dem Arbeitsverhältnis ihre Leistungen als (Schein-)Selbständige erbringen.

Qualifizierungs- und Fördermaßnahmen für Erwerbslose in der Kulturwirtschaft sollten an deren besonderen Qualitäten und Qualifikationen ansetzen, die sich wie folgt zusammenfassen lassen:

- große Bereitschaft zu hoher Flexibilität und Mobilität,
- überdurchschnittlich hohes Bildungs- und Ausbildungsniveau,
- Erfahrungen mit Mehrfach-Arbeitsverhältnissen.

Diese Qualifikationen sind bewusst auf die Chancen hin weiterzuentwickeln, die in den Märkten der Kulturwirtschaft liegen.

Als ein Beispiel sei die zunehmende Nachfrage nach Content erwähnt. Die Bedeutung der Medien nimmt unter dem Eindruck des Entstehens immer neuer Kommunikations- und Informationsformen laufend zu, der technische Fortschritt bringt Tag für Tag neue Möglichkeiten der noch schnelleren und noch umfassenderen Produktion und Verbreitung von Daten hervor. Der raschen und kontinuierlichen Zunahme der technischen Möglichkeiten steht ein von vielen Seiten immer heftiger beklagter Mangel an Inhalten (Content) gegenüber, der mit dieser Technik transportiert werden könnte. Es liegt nahe, bisher bereits in der Kulturwirtschaft Beschäftigten, die über entsprechende Fähigkeiten verfügen und Interesse daran haben, eher Angebote zur Weiterbildung und Qualifikation in Richtung Content-Produktion anzubieten als sie z.B. in Kurse zu schicken, in denen sie die Erstellung von Businessplänen erlernen. Im besten Fall kann über solche an den besonderen Fähigkeiten der in der Kulturwirtschaft Beschäftigten ansetzenden Weiterbildungsangebote nicht nur Beschäftigung in der Kulturwirtschaft gesichert werden, sondern zur Expansion von kulturwirtschaftlichen Teilmärkten beigetragen werden.

Gerade für die Kulturwirtschaft mit ihrem hohen Anteil an kreativen, gut ausgebildeten Erwerbstätigen ist unerlässlich, was für alle Arbeitsmärkte gelten sollte: Maßnahmen zur Wiedereingliederung in die Erwerbstätigkeit müssen zum einen die Besonderheiten des jeweiligen Marktes berücksichtigen und zum anderen an den speziellen Fähigkeiten und Qualifikationen der Erwerbslosen ansetzen. Standardpakete zur Erleichterung der Wiedereingliederung in den Arbeitsmarkt sollten daher in zunehmendem Maße von markt- und branchenspezifischen Angeboten abgelöst werden, die entsprechend den vorhandenen Qualifikationen individuell adaptiert werden können.

Es ist nicht möglich, generelle Empfehlungen zu den Inhalten solcher Angebote zu machen. Auch hier ist wieder die Orientierung an der kulturellen Wertschöpfungskette hilfreich. Sie kann Hinweise auf mögliche ähnlich geartete Qualifikationsbedarfe auf anderen Wertschöpfungsstufen und in anderen kulturwirtschaftlichen Teilbereichen liefern, die die Wiedereingliederung für bereits in der Kulturwirtschaft Tätige erleichtern können. Wesentlich ist, dass die Maßnahmen für die Erwerbslosen ihre beschriebenen Qualitäten um eine Qualifikation ergänzen, die einem konkreten Bedarf entspricht. Dieser muss aus der sorgfältigen Analyse der Besonderheiten kulturwirtschaftlicher Teilbereiche und der in ihnen steckenden Chancen und Potenziale abgeleitet werden.

Mehrere Untersuchungen zum Arbeitsmarkt in den letzten Jahren zeigen, dass die Arbeitsplätze der Zukunft zunehmend künstlerisch geprägt sein werden: Sie werden „mehr selbstbestimmt und kompetitiv; wechselhafter in Art und Umfang des Beschäftigungsverhältnisses und im stärkeren Maße projekt- oder teamorientiert; zunehmend in Netzwerken und weniger in Betrieben integriert; mit vielfältigeren und wechselnden Arbeitsaufgaben, die zu lebenslangem Lernen anspornen; aber auch mit schwankender Entlohnung oder Vergütung und kombiniert mit anderen Einkommensquellen oder unbezahlter Eigenarbeit“ (*Haak/Schmid 1999:33*). Angesichts dieser Prognose kommt der Beschäftigungs- und Tätigkeitsstruktur der Künstler und weiter Bereiche der Kulturwirtschaft beispielgebende Bedeutung zu.

Auch die EU wies bereits im Jahr 2001 darauf hin, dass der kulturelle Sektor aufgrund seiner schnellen Reaktionen auf gesellschaftliche Veränderungen in der gegenwärtigen Transformation der Arbeitsmärkte eine Vorreiterrolle spielt und als Avantgarde der neuen Arbeitsbeziehungen angesehen werden kann (*vgl. European Commission, DG Employment and Social Affairs 2001:33*).

Wenn sich diese Prognosen bewahrheiten, wofür vieles spricht, dann würden neuartige Ansätze der Förderung von Erwerbslosen in der Kulturwirtschaft und der beschäftigungspolitische Umgang mit Erwerbslosigkeit und Wiedereingliederung in der Kulturwirtschaft Vorbildcharakter annehmen. Umso stärkere Anstrengungen sollten unternommen werden, um innovative und effiziente Maßnahmen der Förderung und Unterstützung Erwerbloser in der Kulturwirtschaft zu entwickeln, die zu einer Wiedereingliederung führen. Konkrete Vorschläge dazu sind nicht Gegenstand des vorliegenden

Gutachtens. Es wird jedoch die klare Empfehlung ausgesprochen, an den besonderen Qualifikationen und Kenntnissen der Beschäftigten in der Kulturwirtschaft anzusetzen, um Programme und Maßnahmen zur erfolgreichen Wiedereingliederung zu entwickeln.

4.5. Kulturwirtschaft und öffentlich geförderte Kultur

Kulturwirtschaft und öffentlich geförderte Kultur sind – wie schon mehrfach dargestellt – einander bedingende Akteure im kulturellen Sektor, die arbeitsteilig an die ihnen gestellten Aufgaben herangehen: Sie erstellen Güter und erbringen Leistungen für den kulturellen Sektor, sie stellen kulturelle Infrastruktur bereit und sie widmen sich der Erhaltung des kulturellen Erbes sowie der künstlerischen Erziehung und Ausbildung.

Die öffentlich finanzierte Kultur handelt auf der Grundlage öffentlichen Interesses in Form eines politischen Auftrages. Dieser Auftrag leitet sich zum einen aus dem Grundverständnis ab, dass Kultur in Deutschland eine „Staatsaufgabe mit Kulturförderpflichten“ ist (vgl. Singer 2003:15). Zum anderen ergibt sich er sich aus den konkreten Vorgaben der Kulturpolitik auf Bundes-, Landes- und kommunaler Ebene. Diese Vorgaben sind nicht ökonomisch bedingt, sondern folgen kulturpolitischen Zielsetzungen wie der

- Erhaltung des kulturellen Erbes,
- Sicherung der kulturellen Vielfalt,
- Förderung der Künste,
- Gewährleistung des möglichst breiten Zuganges der Bevölkerung zur Kultur,
- etc.

Kulturwirtschaft hingegen orientiert sich am Eigeninteresse von Unternehmern und Unternehmen. Diese gehen von den ökonomischen Chancen und Möglichkeiten aus, die ihnen die Verwertung der Hervorbringungen des kulturellen Sektors – vom kulturellen Erbe bis zu den Schöpfungen zeitgenössischer Künstler – bietet. Die Motivation für ihr Wirken ist die Erzielung von Einkommen bzw. finanzieller Überschüsse. Ihre Zielsetzungen sind grundsätzlich nicht kulturpolitischer, sondern ökonomischer Art.

In dem durch die kulturwirtschaftliche Matrix aufgespannten Feld (vgl. Abbildung 16) positionieren sich die ausschließlich öffentlich finanzierte Kultur und die rein erwerbswirtschaftliche Kulturwirtschaft an den beiden Enden eines Kontinuums. Zwischen diesen beiden Endpunkten gibt es eine Vielzahl von Abstufungen, in denen sich öffentliches und privates Interesse mit wechselnder Gewichtung verbindet. Zu diesem Zwischenbereich gehört auch der tertiäre Sektor oder intermediäre Bereich, in dem privates, zivilgesellschaftliches Engagement das Engagement der öffentlichen Hände ergänzt. Hier sind private Beiträge gemeinnütziger Art, d.h. sie orientieren sich nicht an

der Erzielung von persönlichem Einkommen, sondern verstehen sich als persönliche Mitwirkung der Bürger an der Erfüllung eines Allgemeininteresses.

Erwerbswirtschaft – auch in der Kultur – gibt es nur, wo Überschüsse der Einnahmen über die Ausgaben erwartet werden können. Dies liegt in der Natur wirtschaftlicher Unternehmen. Der öffentliche Kultursektor unterliegt zwar nicht dem Gebot der Kostendeckung, für ihn gilt aber die Vorgabe des sparsamen Umgangs mit öffentlichen Mitteln. Er ist daher aufgerufen, zusätzliche Einnahmequellen zu erschließen, um die öffentlichen Budgets zu entlasten. Die Initiativen im tertiären Sektor versuchen von vorneherein, die Kosten ihrer Tätigkeiten durch die Mobilisierung privater Quellen unter möglichst geringem Einbezug öffentlicher Finanzierung zu decken.

Öffentliche und private Finanzierung sind daher keine einander ausschließenden Gegensätze, sondern ergänzen einander und gehen fließend ineinander über. Öffentlicher Kultursektor, Kulturwirtschaft und ihre Zwischenbereiche stehen einander als Kunden und Lieferanten gegenüber, sie sind – in unterschiedlichem Maße – von Finanzierungsbeiträgen der öffentlichen Hände abhängig, sie vereinigen in vielen Fällen öffentliche und kulturwirtschaftliche Tätigkeitselemente in sich und sie sind Gegenstand auf den kulturellen Sektor insgesamt gerichteter kulturpolitischer Rahmensetzungen.

Am augenscheinlichsten werden die Verschränkungen zwischen öffentlich geförderter Kultur und Kulturwirtschaft wieder am Beispiel der „kleinen Kulturwirtschaft“, also an der Stelle, an der das schöpferische Tun zum Ausgangspunkt kulturwirtschaftlicher Wertschöpfung wird. Hier wird öffentliche Förderung für kulturwirtschaftliche Kleinstunternehmen weiterhin unerlässlich sein, um Arbeiten und Projekte zu ermöglichen, deren Erfolgsaussichten zum Zeitpunkt ihres Entstehens noch ungewiss sind. Die in der Regel im Umfang geringe Förderung an dieser Stelle legt im Erfolgsfalle den Grundstein für Wertschöpfungsprozesse, die sich wirtschaftlich weit über den Bereich der ersten Wertschöpfungsstufen hinaus auswirken.

Aber es gibt auch ganze Teilbereiche der Kulturwirtschaft, deren wirtschaftlicher Erfolg von politisch begründete Rahmensetzungen oder direkter öffentlicher Finanzierung abhängt. Die ordnungspolitische Vorgabe der Buchpreisbindung ist – wie in Kapitel 3 beschrieben – z.B. die Voraussetzung für das Überleben einer Vielzahl von Unternehmen im Verlagswesen und Buchhandel. In der Filmwirtschaft ermöglicht die öffentliche Filmförderung die Entstehung von Filmen, die ohne diese Förderung nicht zustande kämen. Auch profitiert die Kulturwirtschaft von Leistungen, die von der öffentlichen Hand finanziert werden und dadurch als verbilligte Vorleistung in die Produktion kulturwirtschaftlicher Güter eingehen. Dies meint die bereits erwähnte öffentliche Finanzierung der Musikschulen z.B. ebenso wie die Sicherung eines Basiseinkommens von auch in der Kulturwirtschaft tätigen Künstlern über ihre Engagements an öffentlich finanzierten Häusern.

Umgekehrt können öffentlich geförderte Kulturbetriebe Einnahmefällen seitens der öffentlichen Hand oft nur durch kulturwirtschaftliche Aktivitäten begegnen, um die sie ihre eigentlichen Aufgaben ergänzen. So betreiben immer mehr Theater und Opernhäuser kostendeckende Kantinen und Buffets, Orchester sind neben ihrer Haupttätigkeit als Vermittler tätig, Museen richten Shops ein, aus deren Betrieb Überschüsse erwirtschaftet werden etc.

Schließlich erzielt eine große Zahl der im intermediären Bereich tätigen Institutionen, wie z.B. die soziokulturellen Zentren, den größeren Teil ihrer Einnahmen aus kulturwirtschaftlichen Aktivitäten.

Vieles spricht daher dafür, den kulturellen Sektor im Ganzen als ein Feld einander gegenseitig verstärkender Tätigkeiten zu sehen. Die Zunahme des Interesses für einen Bereich des Sektors hebt tendenziell die Nachfrage nach Gütern und Leistungen auch der anderen Bereiche. Öffentliche Ausgaben für den einen Bereich wirken indirekt auch in die anderen Bereiche hinein¹⁹. Öffentliche Ausgaben für Kultur erhalten damit zu einem guten Teil den Charakter von Investitionen in einen Zukunftsmarkt mit hoher Dynamik. Und dies nicht nur auf lokaler und regionaler Ebene (vgl. dazu Kapitel 4.3), sondern auf die gesamte Kulturwirtschaft bezogen. Dafür spricht auch das Verhältnis von öffentlichen Kulturausgaben und Umsätzen der Kulturwirtschaft (ohne den intermediären Bereich). Dieses betrug im Jahr 2003 rund 1:9: Kulturausgaben von Bund, Ländern und Gemeinden von 8,07 Mrd. € standen Umsätze der Kulturwirtschaft i.e.S. von knapp 74 Mrd. € gegenüber.

Eine Warnung ist an dieser Stelle jedoch angebracht: Politik sollte nicht der Hoffnung erliegen, eine nennenswerte Entlastung der öffentlichen Kulturfinanzierung durch Verlagerung von Tätigkeiten in die Kulturwirtschaft herbeiführen zu können. Es mag vereinzelt Nischen geben, in denen dies in eingeschränktem Umfang möglich ist. Größere Verschiebungen werden sich jedoch aufgrund der unterschiedlichen Handlungsmotive von Kulturwirtschaft und öffentlich geförderter Kultur nicht ergeben: Kulturwirtschaft bearbeitet aus ökonomischem Eigeninteresse jene Tätigkeitsfelder, in denen Überschüsse erzielt werden können. Die öffentlich geförderte Kultur erfüllt einen öffentlichen Auftrag, der gerade das Überleben jener Bereiche kulturellen Schaffens sichern soll, die nicht marktgängig sind. Diese Arbeitsteilung darf nicht unterlaufen werden, wenn die kulturelle Vielfalt der Kultur nicht Schaden leiden soll.

Die nachgewiesene Bedeutung des kulturellen Sektors auch unter ökonomischen Gesichtspunkten mag einen Beitrag zu einem aus der Sicht der Gutachter notwendigen offensiveren Umgang von Politik mit Kultur und Kulturwirtschaft leisten. Dieser offensivere Umgang wäre, wie schon in Kapitel 4.3 vorgetragen, hilfreich für die noch bessere Entfaltung der ökonomischen Potenziale der Kulturwirtschaft. Er würde darüber hinaus

¹⁹ Dies gilt unter der Bedingung, dass öffentliche Förderungen nur dorthin gelenkt werden, an denen mangels Renditeerwartungen kein erwerbswirtschaftliches Interesse besteht.

die Anerkennung von Kultur als einer der strategischen Ressourcen des Landes befördern. Die Arbeit der Enquete-Kommission „Kultur in Deutschland“ des Bundestages und des Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien stellen erste wichtige Meilensteine dieser wünschenswerten Entwicklung dar.

5. Zusammenfassende Empfehlungen

Die vorangegangenen Kapitel enthalten eine Reihe von Vorschlägen zu einer einheitlichen Begriffsfassung von Kulturwirtschaft und dazu, welche Konsequenzen die politische Planung aus der präziseren Kenntnis von Kulturwirtschaft ziehen kann. Zur Verdeutlichung dieser Vorschläge fassen wir sie hier zur folgenden Liste von Empfehlungen zusammen, die aus der detaillierten Untersuchung der Kulturwirtschaft abgeleitet werden können.

Empfehlungen zur einheitlichen Fassung der Kulturwirtschaft:

- Die Beschreibung von Kulturwirtschaft sollte in Zukunft nach dem Konzept der „kulturellen Wertschöpfungsketten“ erfolgen.
- Bei der Nutzung des Konzepts der kulturellen Wertschöpfungsketten sollte auf die aktuellen Ergebnisse der Bemühungen der EU um eine Vereinheitlichung der Kulturstatistik zurückgegriffen werden.
- Auf die Entwicklung einer neuen amtlichen Kulturstatistik für Deutschland sollte verzichtet werden.
- Die Berichterstattung zur Kulturwirtschaft sollte in Zukunft von einem einheitlichen, statistisch eindeutig abgegrenzten Begriff ausgehen, der den unbestrittenen Kern von Kulturwirtschaft abbildet und die Vergleichbarkeit der Berichterstattung gewährleistet.
- Die Berichterstattung zur Kulturwirtschaft sollte differenziert werden: Neben die globalen Berichte, die einen Überblick über die Kulturwirtschaft auf hoch aggregiertem Niveau vermitteln, sollten verstärkt Detailanalysen treten, die Erkenntnisse über konkreten Handlungsbedarf seitens der politischen Planung liefern.

Empfehlungen zur Neufassung des Begriffs „Kulturwirtschaft“:

Das Gutachten empfiehlt eine Neufassung des Begriffs „Kulturwirtschaft“, der

- vom künstlerischen Beruf als Kern von Kulturwirtschaft ausgeht;
- die Abgrenzung von öffentlich geförderter Kultur, intermediärem Sektor und Kulturwirtschaft durchbricht;
- eine Neuordnung kultureller Tätigkeiten in der „kulturwirtschaftlichen Matrix“ entlang der Dimensionen „Anteil öffentlicher Finanzierung“ und „Selbsterwirtschaftungsgrad“ unternimmt;
- die vielfältigen Interdependenzen zwischen den unterschiedlichen Ausprägungen der Tätigkeiten im kulturellen Feld berücksichtigt;
- einen neuen Blick auf das Verhältnis von öffentlich geförderter und privatwirtschaftlich finanzierter Kultur eröffnet.

Empfehlungen zur Einordnung von Kulturwirtschaft in den Kontext der Gesamtwirtschaft:

- Anerkennung der Kulturwirtschaft als einer Zukunftsbranche, die für die künftige Entwicklung des Landes ebensolche strategische Bedeutung hat wie z.B. die Biotechnologie oder die elektronische Industrie.
- Verstärkte Umsetzung von Detailanalysen der Beiträge von Kulturwirtschaft zur Gesamtwirtschaft auf der Basis der Vorschläge des Gutachtens für eine künftige Kulturstatistik.
- Nutzung des Modells der kulturellen Wertschöpfungskette zur differenzierten Einschätzung der inhaltlich und regional sehr heterogenen Beiträge von Kulturwirtschaft zur Gesamtwirtschaft.
- Beachtung der Unterschiede zwischen der „kleinen“ Kulturwirtschaft und der vom schöpferischen Kern weiter entfernten Stufen der kulturwirtschaftlichen Wertschöpfungskette.
- Beachtung der spezifischen Erwerbsmuster in der Kulturwirtschaft und des hohen Qualifikations- und Bildungsniveaus der in der Kulturwirtschaft Tätigen.

Empfehlungen zur Einordnung von Kulturwirtschaft in den Kontext der politischen Planung:

Im Bereich von Kulturwirtschaft, Kulturpolitik und Wirtschaftspolitik:

- Nutzung des Modells der kulturellen Wertschöpfungskette zur Identifikation, Lokalisierung und Analyse möglicher politischer Maßnahmen im kulturellen Sektor.
- Konsequente Analyse der wirtschaftlichen Auswirkungen kulturpolitisch motivierter Maßnahmen in allen unmittelbar und mittelbar betroffenen Wertschöpfungsbereichen.
- Ablösung der Umsatzsteuerbefreiung für bestimmte Kulturbetriebe durch die Einräumung eines Optionsrechts.
- Herleitung eventuellen Unterstützungsbedarfs auf der Basis der vom Gutachten empfohlenen Detailanalysen der heterogenen Teilbereiche von Kulturwirtschaft.
- Differenzierung zwischen „kleiner“ Kulturwirtschaft und den Bereichen von Kulturwirtschaft, die wie normale Märkte funktionieren.
- Einrichtung von für die Kulturwirtschaft zuständigen Querschnittsgremien in der gemeinsamen Ressortverantwortung von Kulturpolitik und Wirtschaftspolitik.
- Konzentration von kulturwirtschaftsspezifischen Fördermaßnahmen auf die „kleine“ Kulturwirtschaft.
- Bereitstellung von Fördermaßnahmen, die die besonderen Produktionsbedingungen der „kleinen“ Kulturwirtschaft zum Ausgangspunkt nehmen.
- Auflage eines Kreditgarantiefonds für die Kulturwirtschaft.
- Schaffung von kulturwirtschaftlichen Kompetenzagenturen.

- Förderung von Management-Sharing-Programmen.
- Förderung von externen Serviceleistungen.

Sollen die Entfaltungs- und Entwicklungsmöglichkeiten von Kultur und Kulturwirtschaft im Rahmen der Regional- bzw. Wirtschaftsentwicklung und die Stadterneuerung optimiert werden, so sind folgende grundlegenden Aspekte zu beachten:

- Angesichts arbeitsteiliger und interdependenter Wirkungszusammenhänge zwischen Kultur und Kulturwirtschaft bedarf es verstärkt integrierter und kooperierender Ansätze, Konzepte und Strategien.
- Die spezifischen Rahmenbedingungen von Kultur und Kulturwirtschaft erfordern aber gleichzeitig auf die jeweiligen Anforderungen zugeschnittene Handlungskonzepte.
- Vor dem Hintergrund sich verändernder wirtschaftlicher, kultureller etc. Rahmenbedingungen sind bestehende kooperative Ansätze in der Regional- bzw. Wirtschaftsentwicklung und in der Stadterneuerung immer wieder neu zu justieren.

Im Einzelnen empfiehlt die Untersuchung folgende Maßnahmen:

- Regionale Informationsbasis zur Kulturwirtschaft bei den Akteuren verbessern, die Entwicklungspotenziale erkunden und Netzwerke bilden.
- Regionales Monitoring der Kulturwirtschaft etablieren, Märkte bzw. Wettbewerb beobachten und clusterbezogene Entwicklungskonzepte und Maßnahmen erarbeiten.
- Kulturwirtschaftlich relevante Qualifizierungs- und Forschungseinrichtungen für die Regional- und Wirtschaftsentwicklung nutzen.

Zur „Stadterneuerung im Rahmen der Europäischen Stadt“ empfiehlt die Untersuchung folgende Maßnahmen:

- Stadt(teil)zentren und öffentliche Räume im Umfeld publikumsbezogener Kulturangebote aufwerten.
- Räume für die temporäre Nutzung durch die „kulturelle kreative Klasse“ als „Pionierpflanzen“ erschließen.
- Eine neue Generation von kommunalen/regionalen Rahmen- oder Masterplänen zu Kultur und Kulturwirtschaft erarbeiten.

Für die Ebene des Bundes werden unter Beachtung der föderalen Strukturen folgende Maßnahmen vorgeschlagen:

- Bei bestehenden Förderprogrammen sollten Kultur und Kulturwirtschaft mehr als bisher Berücksichtigung finden, dabei sind die interdependenten Beziehungen zwischen beiden sowie die sich verändernden Angebots- und Nachfragebedingungen zu beachten.

- Insbesondere ist die Kulturwirtschaft stärker als bedeutendes Handlungsfeld in Politik und Verwaltung des Bundes zu promoten. Ansatzpunkte hierfür sind u.a. Gesprächsrunden zur Entwicklung der Kulturwirtschaft und die zahlreichen Publikationen der relevanten Ministerien für das Inland wie für das Ausland.
- Des Weiteren bedarf es zusätzlicher öffentlichkeitswirksamer Maßnahmen. Vorgeschlagen wird ein alle fünf Jahre verliehener Titel „Bundeskulturstadt“, um den sich Städte mit zukunftsweisenden Konzepten zu Kultur und Kulturwirtschaft bewerben können.

Im Bereich von Kulturwirtschaft, Beschäftigungs- und Sozialpolitik:

- Fortführung der Befassung der Enquete-Kommission mit der prekären Lage vieler Künstler; Kreativer und sonstiger in der Kulturwirtschaft Beschäftigter.
- Besondere Beachtung der drohenden Altersarmut von Selbständigen in der Kulturwirtschaft.
- Ableitung von Maßnahmen zur Wiedereingliederung von Erwerbslosen anhand von Analysen konkreten Bedarfs kulturwirtschaftlicher Teilbereiche entlang der kulturellen Wertschöpfungskette.
- Entwicklung von Wiedereingliederungsmaßnahmen, die den konkreten Bedarf kulturwirtschaftlicher Teilbereichen mit den besonderen Qualitäten der in der Kulturwirtschaft Tätigen bestmöglich kombinieren.

6. Literaturliste

Arbeitsgemeinschaft Kulturwirtschaft LSA (2001). Kulturwirtschaft in Sachsen-Anhalt – Bedeutung, Strukturen, Handlungsfelder. 1. Kulturwirtschaftsbericht Sachsen-Anhalt. Hauptteil und Zusammenfassung. Online im Internet: http://www.sachsen-anhalt.de/LPSA/fileadmin/Elementbibliothek/Bibliothek_Kultur_und_Medien/PDF/Kultur/dokumente/1-KuWi-Bericht-LSA.pdf (Stand: 20.04.2006).

Arbeitsgemeinschaft Kulturwirtschaft NRW (1995). 2. Kulturwirtschaftsbericht – Untersuchungen zu Strukturen, Potenzialen und Entwicklungsmöglichkeiten der Kulturwirtschaft. Ministerium für Wirtschaft und Mittelstand, Technologie und Verkehr des Landes Nordrhein-Westfalen (Hrsg.). Düsseldorf.

Arbeitsgemeinschaft Kulturwirtschaft NRW (1998). 3. Kulturwirtschaftsbericht – Kulturwirtschaft in Nordrhein-Westfalen: Kultureller Arbeitsmarkt und Verflechtungen. Ministerium für Wirtschaft und Mittelstand, Technologie und Verkehr des Landes Nordrhein-Westfalen (Hrsg.). Düsseldorf.

Arbeitsgemeinschaft Kulturwirtschaft NRW (2001). 4. Kulturwirtschaftsbericht – Kulturwirtschaft im Netz der Branchen. Ministerium für Wirtschaft und Mittelstand, Energie und Verkehr des Landes Nordrhein-Westfalen (Hrsg.). Düsseldorf.

ARCult (1992). Dynamik der Kulturwirtschaft Nordrhein-Westfalen im Vergleich. 1. Kulturwirtschaftsbericht 1991/92. Bonn.

ARKStat – Arbeitskreis Kulturstatistik im Haus der Kultur, Hrsg. (2005). Vom Nutzen einer abgestimmten Kulturstatistik. Dokumentation und Materialien zur 19. Arbeitskonferenz des Arbeitskreis Kulturstatistik e.V. am 15. April 2005 in Berlin. Entwurf. Unveröffentlichtes Manuskript. Bonn.

Backes, Christoph; Holzer, Barbara; Söndermann, Michael (2005). Kulturwirtschaft in Aachen – Erstes kulturwirtschaftliches Portrait einer Stadt in Deutschland: Gründerzentrum Kulturwirtschaft. Aachen.

Bayerischer Landtag (2001). Interpellation zur Entwicklung der Kulturwirtschaft in Bayern und Antwort der Staatsregierung gegeben vom Staatsministerium für Wissenschaft, Forschung und Kunst. (Drucksache 14/7726). München.

Cameron, Marsaili; Cave, Ben; Coutts, Adam (2003). Health Impact Assessment – Draft Culture Strategy. Report by the London Health Commission. London.

Canada Council for the Arts (2005). Comparisons of Arts Funding in Selected Countries: Preliminary Findings. o.O.: Canada Council for the Arts. Online im Internet: <http://www.canadacouncil.ca/NR/rdonlyres/9C37F2C4-FB69-47C9-8227-EC8C46CAEACF/0/Comparisonsofartsfunding27Oct2005.pdf>. (Stand: 28.08.2006).

Canadian Minister of Industry (2004). Canadian Framework for Culture Statistics. Culture Statistics Program. Ottawa.

Commonwealth of Australia (2001). Australian Culture and Leisure Classifications. Canberra: Australian Bureau of Statistics.

Corsani, Antonella (2006). Quand l'exception devient la règle. o.O. Online im Internet: <http://multitudes.samizdat.net/Quand-l-exception-devient-la-regle.html> (Stand: 23.06.2006).

Council of Europe/Conseil de l'Europe (2000). Maximising the Educational and Cultural Potential of the New Information Technologies. Strasbourg. Zitiert nach: European Commission, Directorate General Employment and Social Affairs (2001), 41.

Dangschat, Jens (1992). Vertreibung aus der Stadt durch Kultur? Ursachen der Instrumentalisierung von Kultur und ihre Folgen. In Ebert, Ralf; Gnad, Friedrich; Kunzmann, Klaus R. (Hrsg.) (1992). Dortmunder Beiträge zur Raumplanung 57. Partnerschaften für die Kultur: Chancen und Gefahren für die Stadt (127-149). Dortmund.

- Department for Culture, Media and Sport (2001). Creative Industries Mapping Document 2001. Online im Internet: http://www.culture.gov.uk/Reference_library/Publications/archive_2001/ci_mapping_doc_2001.htm (Stand: 12.05.2005).
- Department for Culture, Media and Sport (2004). DCMS Evidence Toolkit – DET (Formerly The Regional Cultural Data Framework). London.
- Deutscher Bundestag, 15. Wahlperiode, Enquete-Kommission „Kultur in Deutschland“. (2004) Unveröffentlichtes Kurzprotokoll der 5. Sitzung (öffentlich) der Enquete-Kommission zum öffentlichen Expertengespräch zum Thema „Leistungsprofil und Leistungsdefizite der Kulturstatistik“. Berlin.
- Deutscher Tourismusverband (2006). Städte- und Kulturtourismus in Deutschland. Grundlagenuntersuchung. dwif-Consulting. Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie. Bonn.
- DIW – Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung (2002). Film- und Fernsehmarkt in Deutschland 2000/2001. Studie im Auftrag der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten. Berlin: Vistas.
- DIW – Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung (2002). Kultur als Wirtschaftsfaktor in Berlin. Studie. Kurzfassung. Berlin. Online im Internet: http://www.diw.de/deutsch/produkte/publikationen/gutachten/docs/diw-Kultur_Berlin_kurz.pdf (Stand: 18.10.2005).
- Donnedieu de Vabres, Renaud (2006). Discours d'ouverture des 1ères journées d'Economie de la culture. Online im Internet: <http://www.culture.gouv.fr/culture/actualites/conferen/donnedieu/ecoculture.html> (Stand: 04.08.2006).
- Drda-Kühn, Karin (2005). Prinz, Karin. Das Auskommen finden mit dem Einkommen. Bad Merгентheim: Media k GmbH.
- Ebert, Ralf (1995). Gnad, Friedrich. Kultur- und Medienwirtschaft in den Regionen Nordrhein-Westfalens: 2. Kulturwirtschaftsbericht NRW. Düsseldorf: Ministerium für Wirtschaft, Mittelstand und Technologie.
- Ebert, Ralf; Gnad, Friedrich (2006). Strukturwandel durch Kulturwirtschaft. In Aus Politik und Zeitgeschichte, Heft 34-35, 31-38.
- Ebert, Ralf; Gnad, Friedrich; Kunzmann; Klaus R.; Ooy, Uwe van (2005). Wandel durch Kultur(wirtschaft) im Ruhrgebiet. Kultur(wirtschaft) durch Wandel: ein Beitrag zur Bewerbung „Essen für das Ruhrgebiet – Kulturhauptstadt Europas 2010“, Düsseldorf, Ministerium für Wirtschaft, Mittelstand und Energie des Landes Nordrhein-Westfalen.
- Ebert, Ralf; Siegmann, Jörg (2003). Stadtkultur durch Kultur- und Freizeitviertel: ein struktureller Ansatz zur Stärkung der Innenstädte von Mittelzentren. In Arbeitskreis Stadterneuerung an Deutschsprachigen Hochschulen; Institut für Stadt- und Regionalplanung, Technische Universität Berlin (Hrsg.). Jahrbuch Stadterneuerung 2003 – Beiträge aus Lehre und Forschung an deutschsprachigen Hochschulen, 167-178, Berlin.
- Ebker, Nicole (2000). Politische Ökonomie der Kulturförderung; Entwicklungen, zwischen Staat, Markt und 3. Sektor. Bonn: ARCult-Media.
- Ernst & Young AG (2003). Film- und Fernsehbranche: Standorte mit Zukunft? Stuttgart.
- Ernst & Young AG (2006). Filmbarometer 2006. Stuttgart.
- Ertel, Rainer; Gnad, Friedrich (2002). Kulturwirtschaft in Niedersachsen. Quantitativer Befund und Schlussfolgerungen für die wirtschaftspolitische Diskussion. Hannover: Niedersächsisches Institut für Wirtschaftsforschung.
- Europäische Kommission, Generaldirektion X ,Information, Kommunikation, Kultur, Audiovisuelle Medien; Generaldirektion V, Beschäftigung, Arbeitsbeziehungen, soziale Angelegenheiten (1998). Kultur, Kulturwirtschaft und Beschäftigung. Arbeitsunterlage der Kommissionsdienststellen: Brüssel. Europäische Kommission.
- European Commission (2000). Eurostat Working Papers. Population and social conditions 3/200/E/N° 1. Cultural Statistics in the EU. Final report of the LEG. Luxembourg.

- European Commission, DG Employment and Social Affairs (2001). Exploitation and development of the job potential in the cultural sector. Final Report. Brussels.
- Eurostat (2004). Cultural employment in Europe. Press Release. Luxembourg. Online im Internet: <http://europa.eu.int/rapid/pressReleasesAction.do?reference=STAT/04/68> (Stand: 14.10.2005).
- Evans, Graeme; Shaw, Phyllida (2004). The contribution of culture to regeneration in the UK: A review of evidence. A report to the DCMS. London.
- Ferchhoff, Wilfried (2002). Aufwachsen von Jugendlichen zu Beginn des 21. Jahrhunderts. Veränderte kulturelle Erziehungs- und Sozialisationsbedingungen, In Stiftung Kunst und Kultur des Landes NRW (Hg.). Cool-Kult-Kunst?! Jugendliche als Kulturpublikum, Dokumentation, 37-40, Düsseldorf.
- FFA Filmförderungsanstalt. FFA Info – halbjährliche online Informationsschrift. Ausgaben 1/99 bis 1/06. Online im Internet: <http://www.ffa.de> (Stand: 29.08.2006).
- FFA Filmförderungsanstalt. Marktdaten – Kinoergebnisse. Daten der Jahre 1998 bis 2005. Online im Internet: <http://www.ffa.de> (Stand: 29.08.2006).
- Franck, Georg (1998). Ökonomie der Aufmerksamkeit. München: Hanser.
- Freundt, Andreas (2003). Entwicklungspotenziale der Kulturwirtschaft in altindustrialisierten Regionen. Chancen der Förderung von Clustern im Ruhrgebiet und in Mersyside. Dissertation.
- Friedrich-Naumann-Stiftung; Büro für Kulturpolitik und Kulturwirtschaft (Hrsg.) (2006). Kulturwirtschaft 2005. Berlin.
- Fronville, C.L. ; Isar, Y.R. (2003). The International Creative Sector: Its Dimensions, Dynamics, and Audience Development. Summary and Proceedings. o.O.. Online im Internet: <http://www.culturalpolicy.org/pdf/UNESCO2003.pdf> (Stand: 16.10.2005).
- Garnham, Nicholas (o.J.). From Cultural to creative industries – An analysis of the implications of the „creative industries“ approach to arts and media policy making in the United Kingdom. International Journal of Cultural Policy, Vol. 11, No. 1, 2005.
- Görsch, Markus (2001). Komplementäre Kulturfinanzierung: Das Zusammenwirken von staatlichen und privaten Zuwendungen bei der Finanzierung von Kunst und Kultur. Berlin: Verlag im Internet GmbH.
- Grabow, Busso; Henckel, Dietrich; Hollbach-Grömig, Beate (1995). Weiche Standortfaktoren. Schriften des DIfU. Bd. 89. Berlin.
- Haak, Carroll (2005). Künstler zwischen selbstständiger und abhängiger Erwerbsarbeit. Berlin: Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung.
- Haak, Carroll; Schmid, Günther (1999). Arbeitsmärkte für Künstler und Publizisten – Modelle einer zukünftigen Arbeitswelt. Berlin: Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung. Online im Internet: <http://skylla.wz-berlin.de/pdf/1999/p99-506.pdf> (Stand: 03.04.2006).
- Häußermann, Hartmund; Siebel, Walter (1992). Urbanität als Lebensweise. Zur Kritik der Ausstattungskultur. In Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung (Hrsg.): Kulturelle Infrastruktur. Informationen zur Raumentwicklung, Heft 1, 1992, 29-35.
- Hebestreit, Regine ; Geisen, Bernd (2004). Tipps zur Existenzgründung für Künstler und Publizisten. Berlin: Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit.
- Heinrichs, Werner (1997). Kulturpolitik und Kulturfinanzierung. München: Beck.
- Held, Thom; Kruse, Christian; Söndermann, Michael; Weckerle, Christoph (2005). Kreativwirtschaft Zürich: Synthesebericht. Zürich.
- Hellstern, Gerd-Michael (1993). Die documenta: Ihre Ausstrahlungen und regionalökonomischen Wirkungen. In Häußermann, Hartmund; Siebel, Walter (Hrsg.). Festivalisierung der Stadtpolitik, 305-324, Opladen.

- Henninger, Annette; Mayer-Ahuja, Nicole (2005). Arbeit und Beschäftigung in den Hamburger Creative Industries. Wien.
- Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung; Hessisches Ministerium für Wissenschaft und Kunst (Hrsg.) (2003). Kulturwirtschaft in Hessen. 1. Hessischer Kulturwirtschaftsbericht. Wiesbaden.
- Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung (2004). Gründerzentren für die Kulturwirtschaft: Analyse bestehender Ansätze, Manuskript, Wiesbaden.
- Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung; Hessisches Ministerium für Wissenschaft und Kunst (Hrsg.) (2005). Kultursponsoring und Mäzenatentum in Hessen. 2. Hessischer Kulturwirtschaftsbericht. Wiesbaden.
- Hippe, Wolfgang (2000). Kulturwirtschaftsbericht Köln – Daten und Analysen zu den Branchen Medienwirtschaft, Kunstmarkt, Designmarkt, Musikwirtschaft, Darstellende Kunst/Entertainment und Literaturmarkt. Köln.
- Hummel, Marlies (2001). Kulturelle Gründerzentren – Kurzfassung. Ministerium für Wirtschaft und Mittelstand, Energie und Verkehr NRW und Ministerium für Städtebau und Wohnen, Kultur und Sport NRW. Königswinter.
- Hummel, Marlies; Berger, Manfred (1988). Die volkswirtschaftliche Bedeutung von Kunst und Kultur. Berlin: Duncker & Humboldt.
- IFCIC, Institut pour le financement du cinéma et des industries culturelles (0.J.). L'IFCIC et les Industries Culturelles. o.O. Online im Internet: http://www.ifcic.fr/pc/ent_cult/ca_en_cu.htm (Stand: 01.08.2006).
- Institute of economic research (2002). Creative industries in New Zealand. Economic Contribution. Report to Industry New Zealand, Wellington. Online im Internet: <http://www.nzte.govt.nz/common/files/nzier-mapping-ci.pdf> (Stand: 18.10.2005).
- Keuchel, Susanne; Wiesand, Andreas Joh. (1997). Stadtkultur im Bürgerurteil III: Ergebnisse der Dortmunder Bevölkerungsumfrage 1996, Bonn. Zentrum für Kulturforschung.
- KMU Forschung Austria (2006). Zweiter Österreichischer Kreativwirtschaftsbericht. Wien.
- KMU Forschung Austria; Institut für Kulturmanagement und Kulturwissenschaft der Universität für Musik und darstellende Kunst Wien (2003). Erster Österreichischer Kreativwirtschaftsbericht. Wien.
- Krätke, Stefan (2002). Medienstadt – Urbane Cluster und globale Zentren der Kulturproduktion. Opladen: Leske & Budrich.
- Krätke, Stefan (2003). Global Media Cities in an Worldwide Urban Network. In European Planning Studies, 11(6), 605-628.
- Kriesi, Hanspeter (2001). Die Rolle der Öffentlichkeit im politischen Entscheidungsprozess – Ein konzeptioneller Rahmen für ein international vergleichendes Forschungsprojekt. Discussion Paper P 01-701. Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung (WZB). Berlin.
- Kulturmanagement Network Dirk Schütz & Dirk Heinze GbR, Hrsg., (2006). Kulturmanagement Newsletter, Ausgabe 85. September 2006. Weimar.
- Kunzmann, Klazs R. (2002). Kultur, Wirtschaft und Raumentwicklung. In Informationen zur Raumentwicklung, Heft 4/5, 185-198.
- Marcus, Carmen (2005). Future of creative Industries. Brüssel: European Commission.
- Mason, Jeffrey D. (2001). An International Glimpse of Public Spending on the Arts. o.O. Published on line in The Millennium Fool. Online im Internet: <http://www.uoregon.edu/~jdmason/FoolUO/pdf/international.pdf> (Stand: 16.08.2006).
- McGuigan, Jim (2005). Neo-Liberalism, culture and policy. International Journal of Cultural Policy, Vol. 11, No. 3, 2005.

Menger, Pierre-Michel (2002). Kunst und Brot: Die Metamorphosen des Arbeitnehmers. Konstanz: UVK.

Ministère de la Culture et de la Communication, Délégation au développement et aux affaires internationale, Département des études, de la prospective et des statistiques (Hrsg.) (2006). Chiffres clés 2006. Statistiques de la Culture. Paris: La Documentation Française.

Ministère de la culture et de la communication, Délégation au développement et aux affaires internationales. Département des études, de la prospective et des statistiques (2004). L'emploi dans le secteur culturel en 2002. o.O. Online im Internet: <http://www.culture.gouv.fr/dep/telechrg/noec35.pdf> (Stand: 18.06.2006)

Ministère de la culture et de la communication, Délégation au développement et aux affaires internationales. Département des études, de la prospective et des statistiques (2005). L'emploi culturel dans l'Union européenne en 2002. Paris. Online im Internet: <http://www.culture.gouv.fr/dep/telechrg/noec39.pdf> (Stand: 21.06.2006).

Ministère de la culture et de la communication, Direction de l'administration générale, Département des études et de la prospective (2002). L'emploi dans le secteur de la culture en 2001. Paris. Online im Internet: <http://www.culture.gouv.fr/dep/telechrg/noec28.pdf> (Stand: 24.08.2006).

Moll, Alex (1998). Bericht zur Kultur- und Medienwirtschaft in der Stadt Solingen. Solingen.

Mommaas, Hans (2004). Cultural Clusters and the Post-industrial City: Towards the Remapping of Urban Cultural Policy. *Urban Studies*, Vol. 41, No. 3, März 2004, 507-532.

Nef, Robert (2006). Kulturgüter sind Handelsgüter. Schweiz: Liberales Institut.

New England Foundation for the Arts (2005). New England's Creative Economy: The Non-Profit Sector. o.O.: New England Foundation for the Arts. Online im Internet: http://www.nefa.org/pubs/documents/NEFA_NonprofitStudy2002_000.pdf (Stand: 23.08.2006).

O'Connor, J (1999) The Definition of "Cultural Industries", Manchester Institute for Popular Culture. Online im Internet: <http://mmu.ac.uk/h-ss/mipc/iciss/home2.htm> (Stand: 12.05.2005).

Österreichische Kulturdokumentation (2005). Die wirtschaftliche Bedeutung von Kultur und Creative Industries: Wien im Städtevergleich mit Barcelona, Berlin, London, Mailand, Paris. Wien.

Österreichische Kulturdokumentation; Wifo; Mediacult (2004). Untersuchung des ökonomischen Potenzials der „creative Industries“ in Wien. Endbericht. Wien.

Palmer, Robert; Jones, Susie; Will, Casper et. al. (2004). Report on European Cities and Capitals of Culture, Part 1, Brüssel.

Pratt, Andy C. (2000). Baseline study of the cultural industries in an international context for Creative Compact. Draft 1.3. A report commissioned by Comedia. Online im Internet: <http://www.lse.ac.uk/collections/geographyAndEnvironment/whosWho/profiles/pratt/pdf/BaselineCulturalIndustries.pdf> (Stand: 18.10.2005).

Pratt, Andy C. (2004). Creative Clusters – Towards the governance of the creative industries production system. Paper re-submitted to *Media International Australia incorporating Culture and Policy*. Online im Internet: <http://www.lse.ac.uk/collections/geographyAndEnvironment/whosWho/profiles/pratt/pdf/cluster%201.pdf> (Stand: 17.05.2005).

Pratt, Andy C. (2004). The cultural economy – a Call for specialized „production of culture“ perspectives. *International Journal of Cultural Studies*, Vol. 7/1, 117-128.

Pratt, Andy C. (o.J.). Cultural Industries and Public Policy: An Oxymoron? Online im Internet: <http://www.lse.ac.uk/collections/geographyAndEnvironment/pdf/oxymoron.pdf> (Stand: 18.10.2005).

RuhrstART (2005). Kulturwirtschaft und Selbstständigkeit: Ausgangslage – Förderinstrumente – Vorbereitung. RuhrstART Orientierungsveranstaltung. Essen.

Scherer, Roland (2002). Die räumliche Inzidenz des Lucerne-Festivals. In Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung (Hrsg.) (2002): Kultur als Faktor der Stadt- und Regionalentwicklung in Europa. Informationen zur Raumentwicklung, Heft 4/5.2002, 271-275.

Schleswig-Holsteinischer Landtag (2004). Bericht der Landesregierung über Entwicklung und Stand der Kulturwirtschaft in Schleswig-Holstein. o.O.

Schulze Buschoff, Karin (2006). Die soziale Sicherung von selbstständig Erwerbstätigen in Deutschland. Berlin: Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung. Online im Internet: <http://skylla.wz-berlin.de/pdf/2006/i06-107.pdf> (Stand: 11.08.2006).

Scott, Allen (1997). The Cultural Economy of Cities. In International Journal of Urban and Regional Research 21(2), 323-339.

Senatsverwaltung für Wirtschaft, Arbeit und Frauen in Berlin; Senatsverwaltung für Wissenschaft, Forschung und Kultur (Hrsg.) (2005). Kulturwirtschaft in Berlin. Entwicklung und Potenziale. Kulturwirtschaftsbericht. Berlin.

Seufert, Wolfgang (1999). Wirtschaftliche Bedeutung des TV-Marktes für die deutsche Filmwirtschaft 1997. Berlin: Bayerische Landeszentrale für neue Medien. Online im Internet: <http://www2.uni-jena.de/oeko/images/Film%201997.pdf> (Stand: 22.08.2006).

Singer, Otto (2003). Die Förderung von Kunst und Kultur: Grundlagen und Formen der Kulturförderung und -finanzierung unter Berücksichtigung des internationalen Kontextes. Berlin: Wissenschaftliche Dienste des Deutschen Bundestages.

Söndermann, Michael (2002). Die Darstellenden Künste in Nordrhein-Westfalen. Köln: Ministerium für Wirtschaft und Mittelstand, Energie und Verkehr.

Söndermann, Michael (2004). Kulturberufe in Deutschland. Statistisches Kurzportrait zu den erwerbstätigen Künstlern, Publizisten, Designern, Architekten und verwandten Berufen im Kulturberufemarkt in Deutschland 1995-2003. Studie im Auftrag der Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien (BKM), Bonn: ARKStat – Arbeitskreis Kulturstatistik. Online im Internet: <http://www.kulturstatistik.de/links> (Stand: 06.07.2006).

Söndermann, Michael (2005). Beschäftigung im Kultursektor in Deutschland 2003/2004 – Ergebnisse aus der Kulturstatistik. In: Institut für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft (Hrsg.) (2005). Jahrbuch für Kulturpolitik 2005. Bonn, 459-475.

Söndermann, Michael (2006). Kulturwirtschaft – Was ist das? In: Friedrich-Naumann-Stiftung; Büro für Kulturpolitik und Kulturwirtschaft, Hrsg. (2006), 7-20.

Söndermann, Michael (2006b). Kulturwirtschaftsberichte der Bundesländer – Viele Sprachen – ein Ziel? In: Friedrich-Naumann-Stiftung; Büro für Kulturpolitik und Kulturwirtschaft, Hrsg. (2006), 47-52.

Söndermann, Michael (2006c). Growth and Employment in the Content and Creative Industries. Facts and Figures. Vortrag im Rahmen des European Union High-Level Seminars Content for Competitiveness. Wien.

Söndermann, Michael, o.J., Kulturwirtschaft und kulturelle Beschäftigung in Europa unter besonderer Berücksichtigung der Schweiz. Online im Internet: <http://www.k3000.ch/becreative/downs> (Stand: 06.07.2006).

Spitzenorganisation der Filmwirtschaft e.V. Filmstatistisches Jahrbuch. Ausgaben 2001 bis 2005. Baden-Baden: Nomos.

STADTart; Dümcke, Cornelia; Kunzmann, Klaus R. (2006). Kunst, Kultur und Co. in der Berliner Stadtentwicklung. Studie im Auftrag der Senatsverwaltung für Stadtentwicklung Berlin.

Stanley, Dick (2003). The Three Faces of Culture: Why culture is a strategic good requiring government policy attention. Kanada: Strategic Research and Analysis. Online im Internet: http://66.46.139.215/ccrndocs/library/3.Colloquium_Presentations/Stanley_-_3_Faces_of_Culture.pdf (Stand: 17.08.2006).

The Arts Council (2000). A comparative study of levels of arts expenditure in selected countries and regions. Dublin.

Weckerle, Christoph/Söndermann, Michael/Hochschule für Gestaltung und Kunst Zürich (2003). Kultur.Wirtschaft.Schweiz. Das Umsatz- und Beschäftigungspotenzial des kulturellen Sektors. Erster Kulturwirtschaftsbericht Schweiz. Online im Internet: <http://www.kulturwirtschaft.ch/Forschung/Schlussbericht> (Stand: 15.05.2005).

Weiss, Christina (1999). Stadt ist Bühnen: Kulturpolitik heute, Hamburg, Europäische Verlagsanstalt.

Wicke, Peter (1994). Kultur – Politik – Wirtschaft: Eine Studie zu Problemen und Perspektiven der Kulturförderung. Berlin: Humboldt-Universität.

Wiesand, Andreas Joh. (2002). Comparative Cultural Policy Research in Europe: A Change of Paradigm. Canadian Journal of Communication, Vol. 27 (2002), 369-378. Online im Internet: <http://www.ericarts.org/web/files/86/en/Wiesand.pdf> (Stand: 14.08.2006).

Wiesand, Andreas; Söndermann, Michael (2005). The „Creative Sector“ – an Engine for Diversity, Growth and Jobs in Europe. An overview of research findings and debates prepared for the European Cultural Foundation. o.O. Online im Internet: <http://www.eurocult.org/uploads/docs/114.pdf> (Stand: 21.06.2006).

Williams, Maureen K. (2003). Creative Industries and cultural Development: Views from Canada and the United Kingdom. o.O.: Strategic Research and Analysis. Online im Internet: <http://www.culturescope.ca> (Stand: 17.08.2006).