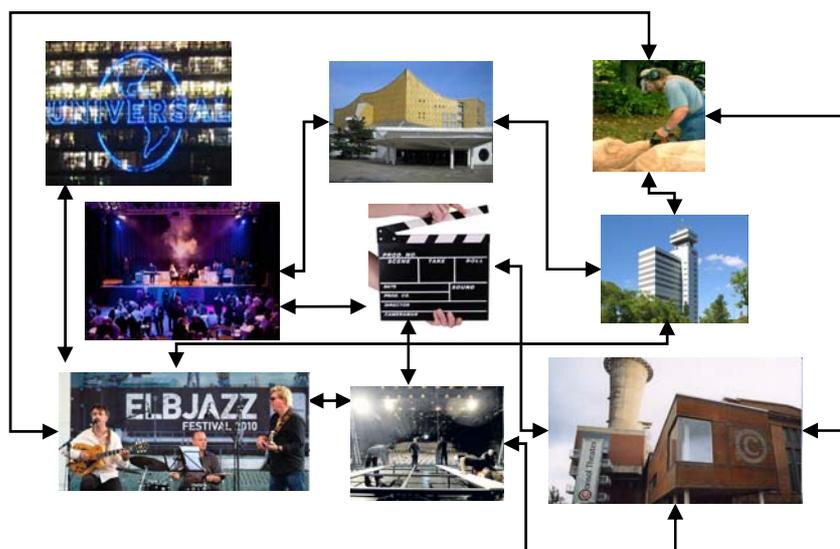


Öffentlich geförderter, intermediärer und privater Kultursektor – Wirkungsketten, Interdependenzen, Potenziale

Forschungsgutachten für den Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und
Medien (BKM)



Endbericht



STADTart
Planungs- und Beratungsbüro
Kultur – Freizeit – Sport
Gutenbergstraße 34, D-44139 Dortmund
Fon: +49-(0)231/ 58 44 99 5 - 0
Fax: +49-(0)231/ 58 44 99 5 - 27
e-mail: mail@stadtart.com
www.stadtart.com



Institut für Kulturpolitik
der Kulturpolitischen Gesellschaft
Weberstr. 59a, 53113 Bonn
Fon: +49-(0)228/ 201 67 - 0
Fax: +49-(0)228/ 201 67 - 33
e-mail: post@kupoge.de
www.kupoge.de



Hamburgisches WeltWirtschaftsInstitut
Heimhuder Straße 71, D-20148 Hamburg
Fon: +49-(0)40/ 34 05 76 - 0
Fax: +49-(0)40/ 34 05 76 - 776
www.hwwi.org

Öffentlich geförderter, intermediärer und privater Kultursektor – Wirkungsketten, Interdependenzen, Potenziale

Forschungsgutachten für den Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien (BKM)

Auftragnehmer:

STADTart, Dortmund

in Kooperation mit

Institut für Kulturpolitik, Bonn

Hamburgisches WeltWirtschaftsinstitut (HWWI), Hamburg

Bearbeiter/innen:

Ebert, Ralf

Dr. Gnad, Friedrich

Nitt-Drießelmann, Dörte

Dr. Sievers, Norbert

Dr. Stiller, Silvia

Dr. Wagner, Bernd

Dr. Wedemeier, Jan

Redaktion:

Ebert, Ralf

Dr. Gnad, Friedrich

Dr. Sievers, Norbert

unter Mitarbeit von:

van Ooy, Uwe

Raffalski, Niklas

Dortmund, August 2012

Gliederung

1	Hintergrund und Aufgabenstellung	1
2	Forschungsansatz	2
2.1	Entwicklung der drei Kultursektoren und aktuelle Situation	5
2.2	Forschungs- und Kenntnisstand zu den Interdependenzen der drei Kultursektoren	7
2.3	Schlussfolgerungen, Untersuchungsschwerpunkte, Ansatz und Methodik sowie Datenbasis des Forschungsgutachtens	15
3	Abschätzung der Finanzmittel und der Erwerbstätigkeit in den drei Kultursektoren ..	21
3.1	Finanzmittel im öffentlich geförderten Kultursektor und sonstige durch die öffentliche Hand mittelbar geförderte Leistungen	22
3.1.1	Finanzmittel im öffentlich geförderten Kultursektor	22
3.1.2	Bildungsausgaben der öffentlichen Hand für künstlerisch-musische Fächer	26
3.1.3	Eingesetzte Mittel im öffentlich-rechtlichen Rundfunk und bei den christlichen Kirchen	32
3.2	Eingesetzte Mittel im intermediären Kultursektor	40
3.2.1	Zeitspenden und Mitgliedsbeiträge für Kulturinstitutionen	40
3.2.2	Geldspenden, Stiftungen und Sponsoring	42
3.3	Übersicht der eingesetzten Mittel im öffentlichen und intermediären Kultursektor	46
3.4	Umsätze im privaten Kultursektor	47
3.5	Erwerbstätigkeit in den drei Kultursektoren	49
4	Wirkungsgefüge zwischen den Kultursektoren am Beispiel der Sparten bzw. Teilmärkte Musik/Musikwirtschaft, Bildende Kunst/Kunstmarkt und Darstellende Kunst	57
4.1	Sparte/Teilmarkt Musik und Musikwirtschaft	58
4.1.1	Leistungsgruppen zur Ausbildung für Musik	63
4.1.2	Leistungsgruppe „Ensembles und Künstler/innen“	71
4.1.3	Leistungsgruppen „Kulturelle Infrastruktur“, „Veranstaltungen, Programme“, „Musikpreise“ ..	73
4.1.4	Leistungsgruppe „Mediale Distribution“	76
4.1.5	Das Wirkungsnetzwerk Musik	79
4.1.6	Sparten- bzw. teilmarktübergreifende Wirkungen und zentrale Schnittstellen	82

4.2	Sparte/Teilmarkt Bildende Kunst	85
4.2.1	Leistungsgruppen zur Ausbildung für Bildende Kunst	89
4.2.2	Leistungsgruppe „Künstler/innen“	94
4.2.3	Leistungsgruppen „Kulturelle Infrastruktur“, „Veranstaltungen, Programme“, „Kunstprieße“	95
4.2.4	Leistungsgruppe „Mediale Distribution“	99
4.2.5	Das Wirkungsnetzwerk Bildende Kunst	99
4.2.6	Sparten- bzw. teilmarktübergreifende Wirkungen und zentrale Schnittstellen.....	101
4.3	Sparte/Teilmarkt Darstellende Kunst	104
4.3.1	Leistungsgruppen zur Ausbildung für Darstellende Kunst	108
4.3.2	Leistungsgruppen „Kulturelle Infrastruktur“, „Ensembles,Künstler/innen“, „Veranstaltungen, Programme“ und „Preise für Darstellende Kunst“	112
4.3.3	Leistungsgruppe „Mediale Distribution“	117
4.3.4	Das Wirkungsnetzwerk Darstellende Kunst.....	119
4.3.5	Sparten- bzw. teilmarktübergreifende Wirkungen und zentrale Schnittstellen.....	121
5	Zusammenfassung der Untersuchungsergebnisse und Schlussfolgerungen	124
5.1	Monetäre Rahmenbedingungen der drei Kultursektoren	124
5.2	Aktuelle Angebotssituation in den drei Kultursektoren.....	125
5.3	Institutionelle und personelle Verflechtungen zwischen den drei Kultursektoren in den drei ausgewählten Sparten/Teilmärkten	127
5.4	Ökonomische Wirkungen von Leistungsgruppen des öffentlichen und des intermediären Kultursektors für die Kultur- und Kreativwirtschaft	130
5.5	Die Forschungsergebnisse im Rahmen von Initiativen der Bundesländer und Kommunen zur Stärkung der Kultur- und Kreativwirtschaft	137
5.6	Schlussfolgerungen.....	142
6	Rahmenbedingungen und Handlungsmöglichkeiten der Bundesregierung zur Stärkung der Kultur- und Kreativwirtschaft	147
6.1	Entwicklungen in Kultur bzw. Kultur- und Kreativwirtschaft und deren Bedeutung für das Wirkungsgefüge der drei Kultursektoren.....	147
6.2	Handlungsmöglichkeiten des Bundes: Gestaltungsfelder und Prämissen.....	153
6.3	Handlungsfelder und Instrumente des Bundes	156
Literatur	164

1 Hintergrund und Aufgabenstellung

Die Bundesregierung hat sich angesichts der in zahlreichen Studien aufgezeigten direkten und indirekten Bedeutung der Kultur- und Kreativwirtschaft für das Bruttoinlandsprodukt, für den Arbeitsmarkt und für die Innovationskraft anderer Wirtschaftsbranchen entschlossen, diese Querschnittsbranchen zu unterstützen. Eine vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie und dem Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien gemeinsam koordinierte Initiative (www.kultur-kreativ-wirtschaft.de) hat im Rahmen von Studien, Workshops und Veranstaltungen bislang vor allem die Strukturmerkmale der Kultur- und Kreativwirtschaft sowie die Entwicklungen und Trends in den Teilmärkten beleuchtet, Konzepte zur Stärkung der Kultur- und Kreativwirtschaft erarbeiten lassen und in diesem Zusammenhang eine Reihe an Maßnahmen in Angriff genommen. Dazu zählt etwa die Öffnung bestehender Förderprogramme für die Selbstständigen und Unternehmen oder die Einrichtung von Kompetenzzentren für die Kultur- und Kreativwirtschaft.

Verbunden mit der „Entdeckung“ der Kultur- und Kreativwirtschaft waren immer auch Fragen zu den Zusammenhängen, Wechselwirkungen und Austauschbeziehungen zwischen dieser Querschnittsbranche und dem öffentlich geförderten bzw. dem intermediären Kultursektor. Kenntnisse zu den Zusammenhängen dieser weltweit nahezu einzigartigen Angebotsstruktur in Deutschland, seit einigen Jahren unter der Bezeichnung „Tri-Sektoralität“ in der Fachöffentlichkeit intensiv diskutiert, und den Wirkungen für die Kultur- und Kreativwirtschaft sind wichtige Voraussetzungen, sowohl für Strategien zur Stärkung der Kultur- und Kreativwirtschaft als auch für die Kulturpolitik.

Was mit Beispielen wie etwa dem Aufstieg der Popkomm von einer regionalen Musikmesse zu dem über viele Jahre weltweit teilnehmerstärksten Branchentreff der Musikwirtschaft, dem Sektorenhopping von Darsteller/innen im Theaterbereich oder der Bedeutung von Künstlerhäusern als informelle Inkubationszentren für die Kultur- und Kreativwirtschaft schnell dargestellt werden kann, ist jedoch systematisch noch wenig untersucht und nichtausreichend empirisch belegt. Die institutionellen und personellen Verflechtungen, Wechselwirkungen und Austauschbeziehungen zwischen den drei Kultursektoren sowie die ökonomischen Wirkungen für die Wertschöpfungskette der Kultur- und Kreativwirtschaft sind komplex und von vielen Randbedingungen abhängig, sodass einfache Ursache-Wirkungs-Beziehungen die Zusammenhänge nicht adäquat fassen können. Hinzu kommt, dass die Voraussetzungen und Situationen von Teilmärkten zu Teilmärkten sehr unterschiedlich sind und sich die Trägerlandschaft im Kulturbereich seit 1945 aufgrund des Ausbaus und der Ausdifferenzierung der öffentlichen Kulturinfrastruktur und der Zunahme weiterer Kulturanbieter im privaten und auch im gemeinnützigen bzw. intermediären Bereich verändert hat, was nicht zuletzt auf die „Bildungsexpansion“ und eine Pluralisierung der kulturellen Interessen zurückzuführen ist. Verallgemeinernde Aussagen sind daher kaum möglich. Um so mehr ist es erforderlich, die Zusammenhänge theoretisch und empirisch noch stärker zu durchdringen, um auf dieser Grundlage Handlungsvorschläge zu erarbeiten.

Das vom Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien vergebene Forschungsgutachten „Öffentlich geförderter, intermediärer und privater Kultursektor - Wirkungsketten, Interdependenzen, Potenziale“ leistet hierzu einen Beitrag und geht auf folgende Fragen ein:

- Wie stellt sich der Forschungsstand zu dem Themenfeld dar?
- Trifft das Modell der Tri-Sektoralität heute noch auf alle Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft zu?
- Welchen quantitativ darstellbaren Beitrag leisten die Kulturförderung der öffentlichen Hand und der intermediäre Kultursektor?
- Welche institutionellen und personellen Verflechtungen bestehen zwischen dem öffentlich geförderten bzw. dem intermediären Kultursektor und der Kultur- und Kreativwirtschaft?
- Welche ökonomische Bedeutung haben der öffentlich geförderte bzw. der intermediäre Kultursektor für die Kultur- und Kreativwirtschaft?
- Welche Bedeutung haben die drei Kultursektoren für die Tätigen in den Kulturberufen?
- Welche Schlussfolgerungen ergeben sich daraus für die Kreativwirtschaftspolitik auf der Ebene des Bundes, der Länder und der Kommunen?
- Mit welchen Instrumenten der Kulturpolitik kann die Bundesebene unter Berücksichtigung sich abzeichnender Veränderungen im Kulturbereich zur Stärkung der Kultur- und Kreativwirtschaft und zur Verbesserung der Rahmenbedingungen der Tätigen in Kulturberufen beitragen?

2 Forschungsansatz

Zentrales Ziel des Forschungsgutachtens ist es, das Wirkungsgefüge zwischen dem öffentlich geförderten, dem intermediären¹ und dem privaten Sektor der Kultur- und Kreativwirtschaft darzustellen. Konstitutiv für die Studie ist daher die Unterscheidung dieser drei Kultursektoren – konsequenterweise müsste man angesichts des „creative turns“ in der Kulturwirtschaft eigentlich von den Kultur- und Kreativsektoren sprechen – sind folgende Merkmale: die Trägerschaft von kulturbezogenen Einrichtungen, Programmen, Projekten und Preisen, deren Finanzierung und die dem jeweiligen Sektor eigene Funktion und Handlungslogik. Die Abgrenzung des Kulturbereichs basiert in dieser Studie auf der Definition der Kultur- und Kreativwirtschaft bzw. der darin enthaltenen Unterteilung in Teilmärkte sowie dem Kulturverständnis des Kulturfinanzberichts (Kulturfinanzbericht 2010, 12). Darauf aufbauend lassen sich die drei Kultursektoren idealtypisch (im heuristischen Sinne) wie folgt beschreiben und abgrenzen (Übersicht 2.1).

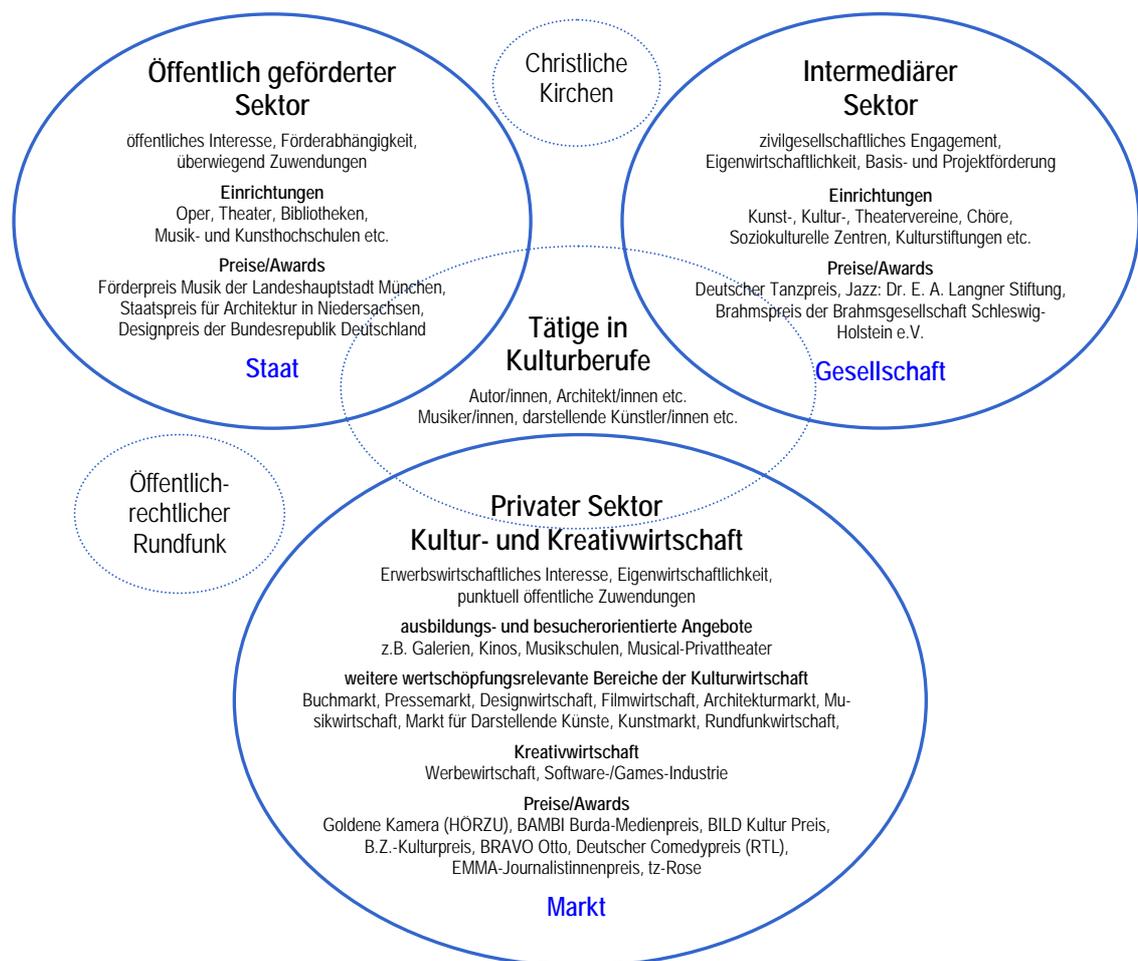
¹ Die Begriffe „frei-gemeinnützig“, „zivilgesellschaftlich“ und „intermediär“ werden in dieser Studie weitgehend synonym verwendet; Kennzeichen des damit gemeinten Sektors respektive der darin dominanten Handlungslogik ist die nicht-kommerzielle Orientierung und der nicht-öffentliche Organisationsstatus der Akteure.

- **Öffentlich geförderter Kultursektor:** Traditionell umfasst dieser Sektor Kultureinrichtungen, -programme und -projekte in der Trägerschaft der Kommunen, der Länder und des Bundes in unterschiedlichen Organisationsformen (als Amt, als öffentlich-rechtliche Anstalt, Stiftung oder GmbH), die im Wesentlichen über Steuern und Abgaben des Staates finanziert werden. Kennzeichen dieses Sektors ist neben der öffentlichen Finanzierung und der öffentlich-rechtlichen Organisationsstruktur die Gemeinnützigkeit und nicht-kommerzielle Orientierung sowie die Bindung an einen öffentlichen Kulturauftrag. Zurückführen lässt sich dies auf Ziele des Staates, Landesgesetze und auf Kommunalverfassungen etc. Darüber hinaus spielen Konzepte wie etwa die Sicherung der kulturellen Daseinsvorsorge oder die kulturelle Grundversorgung (Scheytt 2010a und 2010b) eine gewisse Rolle, weil sie einen gesellschaftlichen Konsens beinhalten. Im Vordergrund steht dabei ein überwiegend qualitativ anspruchsvolles und vielfältiges kulturelles Angebot sowie die Sicherung des kulturellen Erbes. Zum öffentlich geförderten Kultursektor können auch der öffentlich-rechtliche Rundfunk und in gewisser Hinsicht auch die christlichen Kirchen gezählt werden, da sich beide, mit einem gewissen Sonderstatus, durch gesetzlich definierte Abgaben/Steuern finanzieren. Auch der kulturbezogene Bildungs- und Ausbildungsbereich befindet sich weitgehend in öffentlicher Trägerschaft.
- **Intermediärer Kultursektor:** Dieser Kultursektor umfasst u.a. Kultureinrichtungen wie etwa Atelierhäuser, soziokulturelle Zentren, bürgerschaftlich getragene Einrichtungen sowie Kulturprogramme in privat-rechtlicher Trägerschaft (überwiegend Vereine, Stiftungen, gGmbHs), die zwischen den Märkten der Kultur- und Kreativwirtschaft und der öffentlichen Daseinsvorsorge angesiedelt sind. Die Organisationen dieses „Dritten Sektors“ finanzieren sich überwiegend aus Eigenmitteln, öffentlichen Zuschüssen, dem Engagement von Mäzenaten und selbst erwirtschafteten Erträgen. Außerdem spielt ehrenamtliches Engagement bei vielen Organisationen des intermediären Sektors eine große Rolle. Kennzeichnend für die korporativen Akteure des intermediären Sektors ist also ein Finanzierungsmix, der ein sehr anspruchsvolles Management erfordert, weil sowohl die Regeln des Marktes, des öffentlichen Zuwendungsrechts sowie die einer frei-gemeinnützigen Organisation berücksichtigt werden müssen. Man spricht in diesem Zusammenhang auch von „hybriden Organisationen“. Als frei-gemeinnützige Träger handeln sie nach Maßgabe eigener, als gemeinnützig anerkannter Ziele und Aufgaben und werden dabei vom Staat häufig subsidiär unterstützt. Sie sind in allen Sparten der Kultur vertreten, vor allem jedoch im soziokulturellen Bereich und in der Breitenkultur.
- **Privater Kultursektor:** Dieser Kultursektor umfasst die erwerbswirtschaftlich und an Märkten ausgerichtete Kultur- und Kreativwirtschaft, wie etwa den Kunstmarkt, die Musikwirtschaft und die Designwirtschaft. Zu der Querschnittsbranche mit ihren elf Teilmärkten zählen sowohl Künstler/innen, Designer/innen als auch Groß-, Mittel-, Klein- und Kleinstbetriebe sowie Selbstständige (Gnad 1994, Wagner 2009). Diese werden auch punktuell gefördert, etwa im Rahmen von Programmen zur Existenzgründung oder durch die Bereitstellung von Mikrokrediten. Heute definiert sich die Branche vor allem über ein an der Kunst und Kultur orientiertes Kreativitätsverständnis. Deshalb werden auch manche vor- und

nachgelagerten Wertschöpfungskettenglieder in den jeweiligen Teilmärkten, wie etwa der Musikalienhandel in der Musikwirtschaft, im Unterschied zu früheren Ansätzen nicht mehr zur Kultur- und Kreativwirtschaft gezählt, dafür ist Software/Games nun einer der Teilmärkte. Quer zu der Teilmarktstruktur kann innerhalb des privaten Kultursektors zwischen besucher- bzw. ausbildungsorientierten Kultureinrichtungen (z.B. Kinos, Kunstgalerien, privaten Musikschulen), weiteren wertschöpfungsrelevanten Bereichen der Kulturwirtschaft bzw. der Kreativwirtschaft und der Verleihung von Preisen unterschieden werden.

Die korporativen Akteure in den drei Kultursektoren Markt, Staat und Zivilgesellschaft haben unterschiedliche gesellschaftliche Funktionen, Organisationsstrukturen und Handlungslogiken, die es zu beachten gilt, wenn es darum geht, Wirkungszusammenhänge darzustellen und Vorschläge zu entwickeln, wie darauf aufbauend die Rahmenbedingungen zur Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft verbessert werden können.

Übersicht 2.1: Der Kulturbereich: Kultursektoren und Tätige in Kulturberufen



Quelle: STADTart / Institut für Kulturpolitik / HWWI 2012

2.1 Entwicklung der drei Kultursektoren und aktuelle Situation

Das Nebeneinander der drei unterschiedlich strukturierten Kultursektoren hat eine lange Tradition, auch wenn die Diskussion darum unter der Bezeichnung „Drei-Sektoren-Modell“ in der kulturpolitischen Diskussion erst seit gut zehn Jahren Aufmerksamkeit erfährt. Das Modell der Tri-Sektoralität unterscheidet nach Finanzquellen bzw. ordnungspolitisch nach Zuständigkeiten und hat daher im politischen Diskurs seine Berechtigung. Historisch gesehen haben sich aufgrund gesellschaftlicher, politischer und ökonomischer Entwicklungen immer wieder deutliche Verschiebungen zwischen den drei Kultursektoren ergeben. So war beispielsweise bis zur Weimarer Republik in Deutschland der überwiegende Teil der Theater in erwerbswirtschaftlicher Trägerschaft oder die Orchester um 1900 größtenteils Laien-Orchester, teils mit einem Berufsmusiker als Dirigenten. Auch zahlreiche Museen beruhten in ihren Anfängen auf bürgerschaftlichen Initiativen und wurden später von den Kommunen in eine öffentliche Trägerschaft überführt.

Nach 1945 galten in Deutschland die staatlichen Ebenen Bund, Länder und Kommunen über viele Jahre als Hauptträger kultureller Einrichtungen und Leistungen. Weite Bereiche von Kunst und Kultur wurden mit Ausnahme etwa der Tanzsparte, dem überwiegenden Teil der Literatur und des Films sowie des gesamten Pressewesens als meritorische Güter verstanden, die vor allem der Staat respektive die Kommunen anboten oder gesetzlich sicherten. Hintergrund dafür war die Einschätzung, dass die Märkte diese Angebote und Leistungen nicht ausreichend herstellen oder nachfragen (Klein 2010, 48 f.). Stärker als heute wurden kulturelle Angebote des öffentlichen Sektors in der kulturpolitischen Diskussion, nicht zuletzt vor dem Hintergrund der spezifischen deutschen kultur-philosophischen Debatte, von Leistungen und Produkten der „Kulturindustrie“ zumeist sogar extrem abgegrenzt². Hinzu kam in den 1960er und 1970er Jahren im Kontext der wohlfahrtsstaatlichen Entwicklung eine größere Bereitschaft des Staates, die kulturelle Infrastruktur auszubauen. Ferner dürften die „Bildungsexpansion“, beflügelt durch entsprechende Reformen im Anschluss an den ausgerufenen Bildungsnotstand, ein gestiegenes Interesse an Kunst und Kultur begründet haben.

Zurückführen lässt sich der „Kulturboom“ der vergangenen Jahrzehnte im Hinblick auf die Nachfrage auch auf eine weitgehende kostengünstige Bedarfsdeckung von Gebrauchs- und Konsumartikeln, eine Zunahme an jungen Nutzergruppen aufgrund der demografischen Entwicklung („Babyboomer-Generation“), einer Ausdifferenzierung der kulturellen Interessen in immer mehr und kleinere „Zielgruppen“ sowie auf neue soziale Bewegungen („Demokratisierung der Kultur“; „Kultur für alle“). In diesem Kontext ist seit den 1970er Jahren zusätzlich zu den öffentlichen Angeboten eine Vielzahl an weiteren publikumsbezogenen Kultureinrichtungen in intermediärer und in privater Trägerschaft entstanden. Dazu zählen auf der einen Seite etwa Soziokulturelle Zentren oder Künstlerhäuser, auf der anderen Seite z.B. Musikclubs, Kabarett-

² In der Musik wurde beispielsweise die so genannte „Unterhaltungsmusik“ als „ausnahmslos schlecht“ eingestuft (z.B. Adorno 1969, 265) und darauf verwiesen, dass die „Wertdifferenzen der Kulturindustrie (...) mit dem Sinn der Erzeugnisse überhaupt nichts zu tun“ haben (Horkheimer, Adorno 1969, 111).

häuser, Musicaltheater und Veranstaltungshäuser. Diese Einrichtungen haben vielfach erst die Rahmenbedingungen für Auftritts- bzw. Präsentationsmöglichkeiten von Musikbands, Theatergruppen und Künstler/innen geschaffen. Auch durch diese Entwicklung wurde die Dominanz des öffentlich geförderten Kultursektors hinsichtlich eines mehr oder weniger klar umrissenen Kanons an Kultureinrichtungen, Kulturprogrammen und kulturbezogenen Ausbildungsangeboten im Laufe der Jahre relativiert.

Parallel zu diesen und weiteren Veränderungen, wie etwa der Zunahme an Bürgerstiftungen (bundesweit aktuell rund 300), führte die in den 1980er und 1990er Jahren insbesondere von Jugendlichen und jungen Erwachsenen getragene Nachfrage nach Trägermedien im Musikbereich, die Privatisierung von Hörfunk und Fernsehen und die mit der kontinuierlichen Zunahme an privaten Sendeanstalten und neuen Sendeformaten verbundene gestiegene Nachfrage nach „Content“ für die neuen Vertriebskanäle (als Bild, Film oder Text) sowie die „Kulturalisierung“ zahlreicher Märkte zu einem Bedeutungszuwachs des Produkt- und Kommunikationsdesigns (u.a. in der Automobilwirtschaft, der Möbelindustrie, der Modebranche) und damit zu der in den Kulturwirtschaftsberichten des Bundes, der Länder und mancher Kommune beschriebenen „Dynamik der Kultur- und Kreativwirtschaft“.

Im Kontext dieser Entwicklung haben sich auch die organisatorischen Rahmenbedingungen für viele kulturbezogene Einrichtungen, Veranstaltungen und Ausbildungseinrichtungen verändert: So sind seit den späten 1990er Jahren im Rahmen des „New Public Managements“ für zahlreiche Kulturinstitutionen des öffentlichen und intermediären Sektors die Rechtsformen verändert worden, indem sie in Eigenbetriebe, Stiftungen, GmbHs etc. umgewidmet wurden. Damit ist zumeist eine stärkere betriebswirtschaftliche Organisation der Arbeit, eine höhere Kostendeckung durch Einnahmen sowie die Einbindung sonstiger privater Mittel verbunden. In diese Zeit fällt auch die Etablierung kooperativer Finanzierungs- und Trägerstrukturen im Sinne von Public-Private-Partnership-Modellen, die bereits einer sektorübergreifenden Logik folgen (Ebert, Gnad, Kunzmann 1992, Sievers 1998). Damit werden die „Überschneidungsflächen“ der einzelnen Sektoren größer und eine klare sektorale Zuordnung einzelner Organisationen, Träger oder Einrichtungen schwieriger, was u.a. zu den oft beschriebenen Zuordnungsschwierigkeiten bei der Auswertung etwa der Umsatzsteuerstatistik zur Kultur- und Kreativwirtschaft führt. Verstärkt wird diese Entwicklung bis heute durch eine Kulturpolitik, die Kultureinrichtungen, insbesondere des intermediären, aber auch des öffentlich geförderten Kultursektors, dazu auffordert, den erwirtschafteten Eigenanteil weiter zu erhöhen und breiteren Publikumsgruppen populäre Angebote zu offerieren (z.B. Musicals in öffentlichen Theatern oder „Blockbuster“-Ausstellungen in Kunstmuseen).

In diesen Entwicklungen und Strategien spiegelt sich ein neues Kultur- und damit auch Kulturpolitikverständnis, das sich von der traditionellen Ein-Sektor-Perspektive löst, Kulturförderung also nicht mehr ausschließlich als rein staatliche Aufgabe begreift, sondern als Kombination von öffentlicher Regulierung/Förderung, marktvermittelter Produktion und zivilgesellschaftlichem Engagement. Damit ist seit einiger Zeit bei den besucherorientierten Kultureinrichtungen eine

zunehmende „Durchlässigkeit der drei Sektoren“ zu beobachten (Enquete-Kommission 2007, 345). Diese teilmarktunspezifische Situationsbeschreibung bildet den Hintergrund für die Analyse und Darstellung der Wirkungszusammenhänge zwischen den drei Kultursektoren.

2.2 Forschungs- und Kenntnisstand zu den Interdependenzen der drei Kultursektoren

Das Nebeneinander des öffentlich getragenen, intermediären und privaten Kultursektors der Kultur- und Kreativwirtschaft und die Wirkungszusammenhänge zwischen diesen Kultursektoren waren in den letzten Jahren immer wieder Gegenstand von Studien und Analysen. Untersucht wurden und werden bis heute solche Zusammenhänge etwa im Rahmen der Kulturökonomie bzw. der Kulturökonomik, beispielsweise zu Aspekten wie etwa der Entstehung des Marktes, der Preisbildung für Kunst (u.a. Hutter 1992) oder der Bedeutung des Museumsbesuchs für die Wertbildung (Ashworth, Johnson 1996), jedoch weniger in Hinsicht auf ganze Sparten/Teilmärkte bzw. die gesamte Kultur- und Kreativwirtschaft.

Frühe Fallstudien zu Einrichtungen im öffentlich geförderten und intermediären Kultursektor

Eine der ersten, explizit die Wirkungszusammenhänge der Kultursektoren beleuchtende Fallstudie war die Untersuchung zur Bedeutung des Westdeutschen Rundfunks (WDR) in Köln als öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalt für den Kulturmarkt, die Kulturwirtschaft und die kulturelle Entwicklung des Bundeslandes Nordrhein-Westfalen (Fohrbeck, Wiesand 1989). Eines der Ergebnisse war, dass der WDR durch monetäre Verflechtungen mit über 2.000 kleinen und Kleinstbetrieben im Jahr 1985 verknüpft war und für Honorare und Lizenzen Beträge in einer Größenordnung von rund 100 Mio. DM leistete (a.a.O. 87 ff.). Mitte der 1990er Jahre wurden erstmals die Wirkungen eines Soziokulturellen Zentrums als Einrichtung des intermediären Kultursektors für die Kulturwirtschaft untersucht. Für das von der Stadt Essen finanziell unterstützte Soziokulturelle Zentrum „Zeche Carl“ wurde dabei festgestellt, dass es abgesehen von der Erweiterung des kulturellen Angebots für die Stadt auch einen „Nebennutzen“ als Gründungs- bzw. Inkubationszentrum hat. Zudem wies die Studie nach, dass die Beschäftigten des Zentrums über ihre Tätigkeiten Kompetenzen, Berufserfahrungen und Qualifikationen erwerben, die sich für Existenz- und Betriebsgründungen in der Kulturwirtschaft bzw. in den angrenzenden Branchen als hilfreich erweisen (MWMTV 1995, 216ff.).

Teilmarktbezogene qualitative Studien

Nicht bezogen auf einzelne Einrichtungen, sondern in Hinblick auf einzelne Teilmärkte, wurden erstmals 1998 die Wirkungs- und Funktionszusammenhänge im 3. Kulturwirtschaftsbericht des Landes NRW untersucht (MWMTV 1998, 117 ff.). In Anlehnung an die Wertschöpfungsketten in der Kulturwirtschaft, die in dieser Zeit noch mehr industriell geprägt war, wurden dabei in einem dualen Untersuchungsansatz die Wirkungs- und Funktionszusammenhänge zwischen dem

Übersicht 2.2.1: Interdependenzen in der Sparte Musik bzw. Musikwirtschaft

Funktionszusammenhänge zwischen dem öffentlich geförderten Musikbereich und der Musikwirtschaft		Funktionszusammenhänge zwischen der Musikwirtschaft und dem öffentlich geförderten Musikbereich			
Öffentlich geförderter Musikbereich	Funktion für die Musikwirtschaft	Intensitätsgrad		Funktion für den öffentlich geförderten Musikbereich	Musikwirtschaft
Aus-, Weiter- und Fortbildungsbereich	Qualifizierungs- und Erneuerungsfunktion für die Musikwirtschaft Wertsetzungs-, Interessens- und Nachfragefunktionen für kulturelle und künstlerische Produkte Nachfragefunktion für den Musikaalienhandel und für mediale Produkte (u.a. CD) Erfahrungsfunktion für den „kreativen Kern“	■ ■ ■ ■	■ ■ ■ ■	Ergänzungs- und Spezialisierungsfunktion durch Selbständige und andere private Dienstleister Ausbildungs- und Vorleistungsfunktion kulturwirtschaftlicher Handwerksberufe	Aus-, Weiter- und Fortbildungsbereich
Produktionsbereich	Potenzialfunktion für mediale Produktionen in der „Klassik“ Erneuerungs-, Experimentier- und Diversifizierungsfunktion für die „Klassik“ Übungs-, Erfahrungs- und „Promotion“-Funktion für „Popular-Musik“	■ ■ ■	■ □ □ ■ ■ □	Erweiterungs- und Diversifizierungsfunktion für die Musiksparte Ergänzungsfunktion im Veranstaltungsmarkt durch produzierende kulturwirtschaftliche Betriebe Potentialfunktion für öffentlich getragene Einrichtungen Werbe- und Frequenzerzeugungsfunktion durch mediale Produkte Kommunikations- und Innovationsfunktion durch musikwirtschaftliche Messen	Produktionsbereich
Distributionsbereich	Informations-, Weiterbildungs- und Testfunktion der Bibliotheken Informations-, Veranstaltungs- und „Promotion“-Funktion der „öffentlich-rechtlichen“ Rundfunk- und Fernsehanstalten für die Musikwirtschaft	■ □	■ □ ■	Verbreitungsfunktion des Einzelhandels Ergänzungsfunktion des Einzelhandels für den Veranstaltungsmarkt Frequenzunterstützungs-, Veranstaltungs- und Diversifizierungsfunktion der Rundfunk- und Fernsehanstalten	Distributionsbereich

Zeichenerklärung

- starker funktionaler Zusammenhang
- mittlerer funktionaler Zusammenhang
- geringer funktionaler Zusammenhang

Quelle: Arbeitsgemeinschaft Kulturwirtschaft NRW 1998

öffentlich geförderten bzw. intermediären Kultursektor und der Kulturwirtschaft analysiert (jedoch ohne explizite Berücksichtigung des intermediären Kultursektors). Dabei wurde zwischen Aus-, Weiter- und Fortbildung sowie der Produktion und der Distribution unterschieden. Basis der teilmarktspezifischen Analyse war ein systemischer Ansatz, d.h. es wurden die wechselseitigen funktionalen Beziehungen zwischen dem öffentlich geförderten Kultursektor und den Branchen oder Bereichen der Kulturwirtschaft beleuchtet, also einschließlich der Funktionen der Kulturwirtschaft für den öffentlich geförderten Kultursektor. Im Rahmen dieser explorativ angelegten Untersuchung wurden hinsichtlich der damals zugrunde liegenden fünf Teilmärkte (Musikwirtschaft, Darstellende Kunst, Literatur-, Buch- und Pressemarkt, Kunstmarkt, einschließlich Design bzw. Werbung, und Film/TV-Wirtschaft) spezifische Funktionen identifiziert, die sich in Hinblick auf ihre Intensität unterscheiden. Diese bilden, so ein Ergebnis des Berichts, zusammen ein feinmaschiges funktionales „Interdependenzgeflecht“ (für die Musikwirtschaft bzw. die Sparte Musik Übersicht 2.2.1). Bezogen auf die Bedeutung der öffentlich geförderten Einrichtungen und Programme für die Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft unterschied die Untersuchung zwischen zwei Funktionen:

- der Nachfrage nach Produkten und Dienstleistungen der jeweiligen Teilmärkte (im Musikmarkt z.B. für den Musikalienhandel) bzw. für andere Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft (etwa hinsichtlich der Bedeutung des öffentlich geförderten Musiksektors für die Film- und Fernsehwirtschaft), und
- der Entwicklung sowohl des „kreativen Kerns“ (der Künstler/innen, Musiker/innen etc.) als auch der Selbstständigen und der Unternehmen in den jeweiligen Teilmärkten bzw. in anderen Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft. Von zentraler Bedeutung erwies sich dabei die Qualifizierungs- und Erneuerungs- bzw. Innovationsfunktion des Aus- und Weiterbildungsbereichs bzw. die Erfahrungsfunktion u.a. in Einrichtungen des intermediären Kultursektors.

Zudem kam dieser Kulturwirtschaftsbericht des Landes NRW zu dem Ergebnis, dass der öffentlich geförderte und der intermediäre Kultursektor auf Produkte und Dienstleistungen der Kultur- und Kreativwirtschaft angewiesen ist, beispielsweise in der Sparte Musik über die Potenzialfunktion selbstständiger Musiker/innen oder über die für Kultureinrichtungen und -veranstaltungen bedeutsame Werbe- und Frequenzerzeugungsfunktion von Tonträgern.

Auch folgende Kultur- und Kreativwirtschaftsberichte anderer Bundesländer gehen auf das Wirkungsgefüge zwischen den drei Kultursektoren ein, darunter der Bericht zur Situation in Berlin (Senatsverwaltung Berlin 2008, 80f.). Darin wird unter Bezug auf den Ansatz der Produktionsfaktoren in der Ökonomie, dem soziologischen Ansatz unterschiedlicher Kapitalformen (Bourdieu 1983) und Wirkungsanalysen zu öffentlich geförderten Kultureinrichtungen darauf verwiesen, dass diese als „Produktionsressource“ hinsichtlich des Produktionsfaktors Arbeit bzw. als „kulturelles Kapital“ für die gesamte Branche eine wichtige Rolle spielen sowie als direkte Arbeitgeber für die Kultur- und Kreativwirtschaft fungieren.

Übersicht 2.2.2: Überblick über die im Kultursektor des Landes Thüringen bewegten Mittel zwischen 2004 und 2006 (in 1.000 EUR)¹

Teilsektor	Grundmodell steuerbare Umsätze	Landesmodell* steuerbare Umsätze	Grundmittel	Nettoausgaben	Bereitgestellte Mittel
Kulturwirtschaft	781.803	1.173.189	-	-	-
öffentlich geförderter Sektor (Kultur + Kulturmah)	-	-	259.973	283.991	-
MDR anteilig	-	-	-	-	ca. 12.700
Intermediärer Sektor	-	-	-	-	ca. 14.500

¹ Umsätze 2006, öffentliche Ausgaben 2005, intermediärer Sektor 2004/2005 Grundmodell (Abgrenzung nach Vereinbarung der Länder), * Landesmodell (Variation des Grundmodells)

Quelle: *STADTart*, NIW 2009, 134

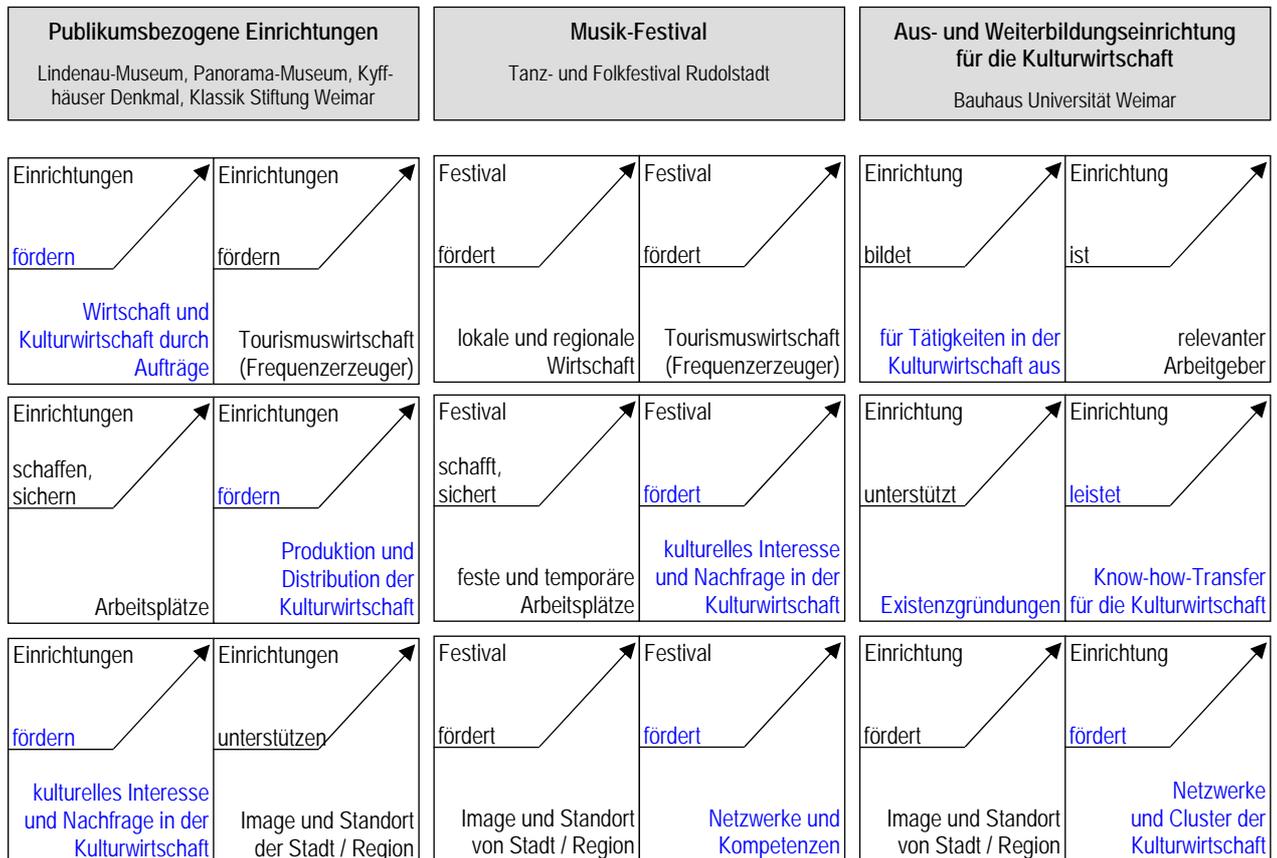
Quantifizierende Studien zu den drei Kultursektoren

Erstmals quantifizierende Angaben zu den drei Kultursektoren macht der 1. Kultur- und Kreativwirtschaftsbericht des Landes Thüringen (STADTart/NIW 2009, 133 f.). Als sogenannte „bewegte“ Finanzmittel wurden dabei die Umsätze in der Kultur- und Kreativwirtschaft, die Grundmittel und Nettoausgaben der öffentlichen Hand sowie die finanziellen Aufwendungen für den intermediären Kultursektor eines Landes zusammen dargestellt. Danach entfielen in Thüringen zwischen 2004 und 2006 knapp 25 Prozent aller „bewegten“ Finanzmittel in den drei Kultursektoren auf den öffentlich geförderten Kultursektor (Übersicht 2.2.2).

Neuere Fallstudien zu Einrichtungen und Programmen im öffentlich geförderten und intermediären Kultursektor sowie zu kulturbezogenen Ausbildungseinrichtungen

Im Rahmen des 1. Kultur- und Kreativwirtschaftsberichtes des Landes Thüringen wurde zudem die Bedeutung von Museen, der Klassik-Stiftung Weimar, dem Tanz- und Folkfestival Rudolstadt und der Bauhaus Universität Weimar für die Kultur- und Kreativwirtschaft untersucht (STADTart/NIW 2009, 139 ff.). Dies erfolgte in Anlehnung an eine Vielzahl in der Vergangenheit zumeist breit angelegter, jedoch nicht explizit auf die Kultur- und Kreativwirtschaft eingehender Wirkungsanalysen zu den messbaren und qualitativen Inzidenzen bzw. Spillover-Effekten von Kultureinrichtungen bzw. Festivals, etwa für den Arbeitsmarkt, die Tourismuswirtschaft oder für die Standortattraktivität einer Stadt (darunter zu den Salzburger Festspielen 1981, den Museen und Theatern in Bremen 1986, dem Luzernfestival 2000, dem Festspielhaus Baden-Baden 2008 oder den Bundestheatern in Wien 2008). In der für Thüringen durchgeführten und qualitativ angelegten Studie wurde u.a. deutlich, dass die untersuchten Einrichtungen und Veranstaltungen des öffentlichen Sektors intangible Effekte sowohl für die Nachfrage- als auch für die Angebotsseite der Kultur- und Kreativwirtschaft mit sich bringen. Dazu zählen etwa die für die

Übersicht 2.2.3: Wirkungen öffentlich geförderter Kultureinrichtungen, Veranstaltungen und kulturbezogener Ausbildungseinrichtungen für die Kultur- und Kreativwirtschaft sowie für die Stadt- und Regionalentwicklung



Quelle: STADTart / NIW 2009, 141

Nachfrage nach Kunst bedeutsamen Wertsetzungseffekte und die überwiegend durch die kulturbezogene Ausbildungseinrichtung bedingten Wirkungen für die Angebotsseite, insbesondere die Unterstützung von Existenzgründungen in der Kultur- und Kreativwirtschaft sowie der nachhaltige Know-how-Transfer für die bestehenden Netzwerke in Architektur und Design (Übersicht 2.2.3). Letzteres schlägt sich vor allem am Standort der Einrichtung bzw. in der Region nieder und weist darauf hin, dass manche der ökonomischen Wirkungen von anderen Bedingungen der Städte abhängig sind.

Analysen zur Bedeutung von Kulturpreisen

Analysen zu den heute rund 2.500 Kulturpreisen (Preisnamen mit rund 4.500 unterschiedlichen „Preiseinheiten“) kommen zu der Einschätzung (Wiesand o.J.), dass Preisgelder, finanzielle Zuwendungen (die beide je nach Sparte bzw. Teilmarkt unterschiedlich hoch ausfallen, am höchsten in der Regel im Filmbereich), Ehrungen und Stipendien eine Reihe an Funktionen für die Empfänger/innen haben. Danach eröffnet die direkte materielle Unterstützung des öffentlichen und intermediären Sektors, wie etwa durch den Musikpreis der Ernst von Siemens-Stiftung (Hauptpreis 200.000 EUR), den Aachener Innovationspreis „Kunst“ der Stadt Aachen (Hauptpreis 10.000 EUR) oder den deutschen Filmpreis „Kinderfilm“ (250.000 EUR) den Preisträger/innen vor allem einen motivierenden Freiraum. Zudem steigern finanzielle Zuwendungen, Ehrungen und Stipendien über die Medienberichterstattung den Marktwert (womit auch die Chancen, zusätzliches Einkommen zu generieren, zunehmen) bzw. erleichtern jüngeren Empfänger/innen den Markteintritt. In der zweiten Hälfte einer Karriere tragen mehrere „Preise“ zudem zur Sicherung von Auftragsarbeiten bei. Die in den letzten zehn Jahren zunehmende Anzahl an „Awards“ seitens der Kultur- und Kreativwirtschaft werden dagegen vor allem als besonders wirksame Marketinginstrumente angesehen.

Räumliche Aspekte des Wirkungsgefüges im Rahmen von Fall- und Teilmarktstudien

Dass die identifizierten Interdependenzen zwischen den drei Kultursektoren nicht in allen Bundesländern und Kommunen gleich entwickelt sind, sie also eine „Raumabhängigkeit“ aufweisen, zeigen seit Jahren die skizzierten und methodisch teilweise sehr ambitioniert angelegten raumbezogenen Inzidenzanalysen zu öffentlich geförderten Kultureinrichtungen und Festivals. Bezogen auf die qualitativen Effekte, die zumeist als wichtiger eingestuft werden als die messbaren, geht es dabei um die für die Angebotsseite der Kultur- und Kreativwirtschaft bedeutsamen Netzwerk-, Kompetenz-, Struktur- und Imageeffekte. Nicht auf Einrichtungen, sondern auf einzelne Teilmärkte bezogen, wurde im 3. Kulturwirtschaftsbericht des Landes NRW die Raumabhängigkeit der Wirkungs- und Funktionszusammenhänge explorativ untersucht (MWM-TV 1998, 117 ff). Die an die Wertschöpfungskette angelehnte und zwischen Aus-, Weiter- und Fortbildung, der Produktion und der Distribution unterscheidende Untersuchung kam für die Sparte Musik bzw. die Musikwirtschaft u.a. zu dem Ergebnis, dass sich einige der identifizierten Funktionen des öffentlich geförderten und intermediären Kultursektors für die Kultur- und Kreativwirtschaft vor allem am Standort bzw. im regionalen Umfeld auswirken. Dies gilt sowohl hinsichtlich der Nachfrage- als auch der Angebotsseite (Übersicht 2.2.4). Besonders deutlich zeigte sich dies bei kulturbezogenen Ausbildungseinrichtungen, etwa bei der Qualifizierungs- und Erneuerungsfunktion oder der Erfahrungsfunktion von Kultureinrichtungen für den „kreativen Kern“ der Musikwirtschaft. Hinsichtlich des Produktionsbereichs schlägt sich die durch Kultureinrichtungen bedingte Übungs-, Erfahrungs- und Promotion-Funktion, etwa von Soziokulturellen Zentren, ebenfalls überwiegend am Standort oder in der Region nieder. Solche Raumabhängigkeiten lassen sich auch hinsichtlich mancher Wirkungen des privaten Kultursektors auf die öffentlich geförderten und intermediären Kultursektoren feststellen, etwa bei der Ergänzungsfunktion des Einzelhandels für den lokalen und regionalen Veranstaltungsmarkt.

Räumliche Aspekte des Wirkungsgefüges im Kontext von Standortpräferenzen der Kultur- und Kreativwirtschaft sowie regionalökonomische Analysen und Strategien

Die räumlichen Aspekte des Wirkungsgefüges zwischen den drei Kultursektoren waren nicht nur Gegenstand von Untersuchungen im Rahmen von Fall- und Teilmarktstudien, sondern auch von Untersuchungen zu den Standortpräferenzen der Kultur- und Kreativwirtschaft, sowie regionalökonomischen Analysen und Entwicklungsstrategien. Eine der ersten bundesweit angelegten empirischen Studien zu den Standortanforderungen der Musikwirtschaft hat dabei deutlich gemacht, dass für die Betriebe der Branche nicht nur allgemeine Agglomerationsvorteile eine Rolle spielen, sondern dass insbesondere Einrichtungen wie etwa Musikhochschulen und Orchester wichtige Standortfaktoren sind (Brodbeck, Hummel 1991). Darauf aufbauend machte eine andere Studie darauf aufmerksam, dass musikbezogene Einrichtungen und „Szenen“ für die Musikwirtschaft als „harte“ Standortfaktoren anzusehen sind (Gnad 1994). Neuere Studien gelangen zu ähnlichen Einschätzungen. So werden etwa in der Film- und Fernsehwirtschaft die lokale Medienszene, das institutionelle Umfeld, renommierte Preise und Ausbildungseinrichtungen als relevante Standortfaktoren angesehen (Moßig 2004, 27). Jedoch wurde in all diesen Studien wenig darauf eingegangen, welche konkreten Funktionen diese Einrichtungen für die Selbstständigen und Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft jeweils haben.

Analysen zur Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft in Großstädten zeigen zudem, dass in der Vergangenheit die kulturelle Infrastruktur und kulturbezogene Ausbildungseinrichtungen eine nicht unerhebliche Bedeutung bei der Entwicklung der Branche gespielt haben. Letztere ziehen am Studienstandort vielfach Existenzgründungen nach sich, teilweise in Kombination mit anderen Einrichtungen in den öffentlich geförderten und intermediären Kultursektoren. Beispielsweise fungieren Kulturzentren als „Durchlauferhitzer“ und informelle Inkubationszentren (STADTart, Kunzmann 2007). Regionalökonomisch angelegte Untersuchungen, etwa im Rahmen des Ansatzes der „Produktionsmilieus“ (bezogen auf die Content-Produktion in der Film- und Fernsehwirtschaft Lütke 2006) oder des Clusteransatzes (Porter 1999), sind in den letzten Jahren zu dem Ergebnis gekommen, dass vor allem Ausbildungseinrichtungen, aber ebenso branchenbezogene Institutionen, eine spezialisierte Infrastruktur und Netzwerke für die Entwicklung und die Innovationsfähigkeit einer Wirtschaftsbranche von Bedeutung sind. Auf dieser branchenunspezifischen Einschätzung basiert auch das in einigen Bundesländern eingerichtete Clustermanagement zur Kultur- und Kreativwirtschaft (u.a. in Berlin, Bremen, Bayern), in dessen Kontext die Querschnittsbranche nicht nur direkt, etwa durch Bereitstellung von Mikrokrediten für die Selbstständigen und Kleinstunternehmen der Branche, sondern auch indirekt durch Kulturveranstaltungen unterstützt wird.

Rückschlüsse auf die Bedeutung des öffentlich geförderten und des intermediären Kultursektors für die Kultur- und Kreativwirtschaft ergeben sich auch aus dem seit Kurzem viel diskutierten regionalökonomischen Ansatz der „Kreativen Klasse“, wozu u.a. auch Künstler/innen und Musiker/innen gezählt werden (Florida 2002). Danach hat diese Gruppe der Kreativen, deren

Übersicht 2.2.4: Intensität der lokalen und regionalen Bezüge der Interdependenzen in der Sparte Musik

Funktionszusammenhänge zwischen dem öffentlich geförderter Musikbereich und Musikwirtschaft		Funktionszusammenhänge zwischen der Musikwirtschaft und dem öffentlich geförderter Musikbereich		
Öffentlich geförderter Musikbereich	Funktion für die Musikwirtschaft	Intensitätsgrad	Funktion für den öffentlich geförderten Musikbereich	Musikwirtschaft
Aus-, Weiter- und Fortbildungsbereich	Qualifizierungs- und Erneuerungsfunktion für die Musikwirtschaft Wertsetzungs-, Interessens- und Nachfragefunktionen für kulturelle und künstlerische Produkte Nachfragefunktion für den Musikalienhandel und für mediale Produkte (u.a. CD) Erfahrungsfunktion für den „kreativen Kern“	● ○ ● ○ ● ○ ● ○	Ergänzungs- und Spezialisierungsfunktion durch Selbständige und andere private Dienstleister Ausbildungs- und Vorleistungsfunktion kulturwirtschaftlicher Handwerksberufe	Aus-, Weiter- und Fortbildungsbereich
Produktionsbereich	Potentialfunktion für mediale Produktionen in der „Klassik“ Erneuerungs-, Experimentier- und Diversifizierungsfunktion für die „Klassik“ Übungs-, Erfahrungs- und „Promotion“-Funktion für „Populär-Musik“	○ ○ ● ● ● ○ ○ ○ ○ ○	Erweiterungs- und Diversifizierungsfunktion für die Musiksparte Ergänzungsfunktion im Veranstaltungsmarkt durch produzierende kulturwirtschaftliche Betriebe Potenzialfunktion für öffentlich getragene Einrichtungen Werbe- und Frequenzerzeugungsfunktion durch mediale Produkte Kommunikations- und Innovationsfunktion durch musikwirtschaftliche Messen	Produktionsbereich
Distributionsbereich	Informations-, Weiterbildungs- und Testfunktion der Bibliotheken Informations-, Veranstaltungs- und „Promotion“-Funktion der „öffentlich-rechtlichen“ Rundfunk- und Fernsehanstalten für die Musikwirtschaft	● ● ● ● ○ ○	Verbreitungsfunktion des Einzelhandels Ergänzungsfunktion des Einzelhandels für den Veranstaltungsmarkt Frequenzunterstützungs-, Veranstaltungs- und Diversifizierungsfunktion der Rundfunk- und Fernsehanstalten	Distributionsbereich

Legende:



starker lokaler und regionaler Bezug
mittlerer lokaler und regionaler Bezug



geringe lokaler und regionaler Bezug

Quelle: Arbeitsgemeinschaft Kulturwirtschaft 1998

Anteil jedoch in Relation zu den anderen Gruppen der „kreativen Klasse“ der „Hochkreativen“ (z.B. Physiker, Mediziner, Sozialwissenschaftler) und der „Kreativen Professionals“ (z.B. Unternehmensberater) mit einem Anteil von unter zehn Prozent sehr gering ist, durch ihre Ideen-Generierung (Ideation) und Umsetzung in schöpferische Prozesse (Invention) für die Wertschöpfung von Branchen eine innovative Funktion. Zu den Faktoren, die die Tätigen in Kulturberufen bzw. der „kulturellen kreativen Klasse“ besonders anziehen, werden für Deutschland Kultureinrichtungen des öffentlich geförderten und des intermediären Kultursektors gezählt, darunter Theater, Künstlerhäuser, Musikprobenzentren und kommunale Atelierprogramme, ohne jedoch deren konkreten Funktionen für die Selbstständigen und Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft zu nennen.

2.3 Schlussfolgerungen, Untersuchungsschwerpunkte, Ansatz und Methodik sowie Datenbasis des Forschungsgutachtens

Sowohl die skizzierten explorativen Untersuchungen bzw. Fallstudien als auch die teilweise auf empirische Befunde aufbauenden regionalökonomischen Ansätze verweisen auf ein vielfältiges Wirkungsgefüge zwischen den drei Kultursektoren und auf die Bedeutung des öffentlich geförderten und intermediären Kultursektors sowohl für die Nachfrage- als auch für die Angebotsseite der Kultur- und Kreativwirtschaft. Auf dieser Einschätzung basieren nicht wenige Initiativen und Strategien der letzten Jahre zur Stärkung der Kultur- und Kreativwirtschaft.

Der zu den Wirkungszusammenhängen skizzierte Forschungs- und Kenntnisstand zeigt aber auch noch weitere Lücken auf. Dazu zählt etwa, dass:

- die bisherigen Studien zumeist von der idealtypischen Trennung der drei Kultursektoren in allen Sparten/Teilmärkten ausgehen, was angesichts der skizzierten Durchlässigkeit der Grenzen zwischen den Kultursektoren heute jedoch deutlich weniger der Fall ist;
- für ganz Deutschland noch keine quantifizierenden Angaben zu den drei Kultursektoren vorliegen, die die Größenordnung der „bewegten“ Finanzmittel deutlich machen;
- die vorliegenden Kenntnisse zu dem Wirkungsgefüge auf der Vorstellung von linearen Wertschöpfungsketten basieren und von einer größeren Bedeutung der „Copy-Industrien“ ausgehen, etwa der Produktion von CDs oder DVDs als Trägermedium, die so heute nicht mehr besteht;
- noch nicht eindeutig geklärt ist, in welchen Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft überhaupt Wirkungszusammenhänge zwischen den drei Kultursektoren bestehen und welche davon aufgrund der Vernetzung eventuell auch für andere Teilmärkte bedeutsam sind;
- die Nachfrageseite hinsichtlich der Produkte und Dienstleistungen der Kultur- und Kreativwirtschaft bislang noch nicht ausreichend beleuchtet wurde (ausführlich Kraemer, Nessel 2011);

- die bisherigen Studien nur ansatzweise auf die institutionellen und personellen Verflechtungen zwischen den drei Kultursektoren unter Berücksichtigung der Tätigen in Kulturberufen eingehen.

Untersuchungsschwerpunkte

Vor dem Hintergrund der vorliegenden Kenntnisse und „weißen Flecken“ zu den Interdependenzen zwischen dem öffentlich geförderten bzw. dem intermediären Kultursektor und dem privaten Kultursektor der Kultur- und Kreativwirtschaft umfasst das Forschungsgutachten vier Schwerpunkte:

- Der erste Schwerpunkt ist die quantitative Analyse der Ausgaben für den öffentlich geförderten Kultursektor, der finanziellen Aufwendungen und Leistungen im intermediären Kultursektor sowie der in der Kultur- und Kreativwirtschaft erzielten Umsätze bzw. Erwerbstätigkeit in den drei Kultursektoren. Diese Analyse bildet das „Mengengerüst“ für die qualitativen Bausteine des Forschungsgutachtens.
- Das Forschungsgutachten soll vor dem Hintergrund der Ergebnisse Handlungsempfehlungen für die Bundesregierung erarbeiten. Ein wesentliches Handlungsfeld ist dabei u.a. die Kulturpolitik. Daher liegt der inhaltliche Schwerpunkt der Studie auf der vertiefenden Analyse und Darstellung der Zusammenhänge und Wirkungen der öffentlich geförderten bzw. intermediären Kultursektoren für den privaten Kultursektor und nicht auf den ebenfalls vorhandenen Wirkungen der Kultur- und Kreativwirtschaft für die beiden anderen Kultursektoren, also der Abbildung des gesamten Interdependenzgeflechts.
- Zudem konzentriert sich das Forschungsgutachten auf jene Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft, in denen Einrichtungen des öffentlich geförderten und des intermediären Kultursektors, Programme und Preise etc. auch eine relevante Größenordnung darstellen. Im Rahmen eines vereinfachten Ansatzes der Wertschöpfungskette zählen dazu die Sparte Musik mit dem Teilmarkt Musikwirtschaft, die Sparte Bildende Kunst mit dem Kunstmarkt und die Sparte der Darstellenden Kunst mit dem entsprechenden Teilmarkt (Übersicht 2.3.1). Alle acht anderen Teilmärkte haben dagegen deutlich weniger Kultureinrichtungen in unmittelbarer Trägerschaft des öffentlich geförderten und des intermediären Kultursektors. Dazu zählt beispielsweise auch der Film bzw. die Filmwirtschaft, die wohl über die Filmförderungsanstalt (FFA) seitens des Bundes gefördert wird, bei der jedoch die Produktion und etwas weniger ausgeprägt auch die Distribution (u.a. aufgrund von kommunalen Kinos und Kinos in gemeinnütziger Trägerschaft) nahezu ausschließlich im privaten Kultursektor angesiedelt sind.
- Ein vierter Schwerpunkt ist die Bedeutung des Wirkungsgefüges zwischen den drei Kultursektoren für die Tätigen in den Kulturberufen in den drei ausgewählten Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft.

Übersicht 2.3.1: Auswahl der Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft anhand von Thesen zur Bedeutung des öffentlich geförderten und des intermediären Kultursektors für die Teilmärkte im Kontext der Wertschöpfungskette

		Bedeutung des öffentlich geförderten Kultursektors und des intermediären Kultursektors für die Stufen der Wertschöpfungskette		
Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft		Schöpferischer Akt	Produktion/ Weiterverarbeitung	Distribution
Architektur		-	-	●
Buch		●	-	●
Design		●	-	-
Film und TV		●●	●●	●
Kunst		●●	●●●	●●
Darstellende Kunst		●●	●●	
Musik	Klassik etc.	●●●		●●●
	Popular-Musik	●●		●
Presse		●	-	-
Rundfunk		●●		●●
Software/Games		●	-	-
Werbung		●	-	-
●●● große Bedeutung ●● mittlere Bedeutung ● geringe Bedeutung				

Quelle: STADTart / Institut für Kulturpolitik / HWWI 2012

Ansatz und Methodik zur Identifizierung der Verflechtungen, Wirkungen und Schnittstellen in den Sparten bzw. Teilmärkten

Basis zur Identifizierung der institutionellen und personellen Verflechtungen zwischen den drei ausgewählten Sparten und den jeweiligen Teilmärkten sowie der ökonomischen Wirkungen der beiden nicht erwerbswirtschaftlichen Kultursektoren für den privaten Kultursektor der Kultur- und Kreativwirtschaft ist eine Darstellung der aktuellen Angebotssituation in den drei Kultursektoren der ausgewählten Sparten bzw. Teilmärkte. Dies erfolgt anhand der beiden Kettenglieder der Wertschöpfung „Produktion“ und „Distribution“ sowie unter Einbezug der „Ausbildung“, die in der Regel zwar nicht unmittelbar bei Wertschöpfungsketten berücksichtigt wird, jedoch in diese hineinwirkt. Da diese Struktur den jeweiligen faktischen Bedingungen in den Sparten nicht gerecht wird (z.B. fallen bei der Musik Produktion und Direktdistribution zusammen), unterscheidet die Analyse bei der „Produktion“ bzw. der „Distribution“ nach vier „Leistungsgruppen“: „Ensembles, Künstler/innen, Kreative“; „Kulturelle Infrastruktur“; „Veranstaltungen“ und „Musikpreise“. Die „Leistungsträger“ (die Angebote) der „Leistungsgruppen“ des öffentlich geförderten und intermediären Kultursektors sind die „Quellen“ von Wirkungen für die Kultur- und Kreativ-

wirtschaft. Inwieweit sich diese dann auch immer wirklich in der Branchenentwicklung niederschlagen, hängt u.a. von den allgemeinen Marktbedingungen ab, die jedoch an dieser Stelle nicht berücksichtigt werden. Aufbauend auf die sparten- bzw. teilmarktspezifischen Analysen werden dann die Ergebnisse zusammenfassend dargestellt und erste Schlussfolgerungen formuliert. Erfasst werden die Verflechtungen und ökonomischen Wirkungen anhand darauf zugeschnittener qualitativer Indikatoren (Übersicht 2.3.2):

- *Institutionelle und personelle Verflechtungen*: Die Abbildung der institutionellen Verflechtungen zwischen den drei Kultursektoren basiert zum einen auf formellen, zumeist langjährigen Kooperationen zwischen Leistungsträgern, die dann in der Regel vertraglich abgesichert sind, zum anderen auf temporären Formen der Zusammenarbeit, beispielsweise Ko-

Übersicht 2.3.2: Indikatoren für die Identifizierung institutioneller und personeller Verflechtungen sowie ökonomischer Wirkungen des öffentlich geförderten und intermediären Kultursektors für die Kultur- und Kreativwirtschaft

Indikatoren ...			
... zur Identifizierung von Verflechtungen		... zur Identifizierung ökonomischer Wirkungen für die Kultur- und Kreativwirtschaft	
institutionell	personell	Angebotsseite	Nachfrageseite
<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Langjährige formelle Kooperationen</i> (z.B. zwischen Musikhochschule und privatem Musikveranstalter oder Tonstudio) ▪ <i>Temporäre formelle und informelle Kooperationen</i> (z.B. projektbezogene gemeinsame Ausstellung von Stiftung und privatem Museum oder Zusammenarbeit von Stadttheater-Ensembles mit freien Theatern) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Künstlerische Mehrfach-tigkeiten in einer Sparte</i> (z.B. als Regisseur/in in einem öffentlich geförderten und einem privatem Theater, Dozententätigkeit und Live-Musik) ▪ <i>Spartenübergreifende Mehr-fach-tigkeiten</i> (z.B. als Schauspieler/in in einem öffentlich geförderten Theater, als Musiker/in und Filmschauspieler/in, Anbieter einer Künstler-agentur) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Innovationsfunktion</i> (z.B. Musikhochschulen als Ideenlieferant für die Musikwirtschaft und die Werbewirtschaft) ▪ <i>Qualifizierungs- und Existenzgründungsfunktion</i> (z.B. von Künstlerhäusern, Atelierhäusern und soziokulturellen Zentren) ▪ <i>Aufmerksamkeits-, Promoti-on- und Markteinstieg-sfunktion</i> (z.B. Ausstellungen in Atelierhäusern für den Kunstmarkt, Theaterfestivals für Darsteller/innen) ▪ <i>Förder- und Markterweiterungsfunktion</i> (z.B. des öffentlich-rechtlichen Rundfunks als Unterstützer von Musikveranstaltungen) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Interessens- und Wertset-zungsfunktion</i> (z.B. durch Kunst- und Theaterpädagogik und andere Programme der kulturellen Bildung) ▪ <i>Besuchsbezogene Nach-fragefunktion</i> (z.B. durch Konzertbesuche indizierte Nachfrage nach Tonträgern) ▪ <i>Mediale Nachfragefunktion</i> (z.B. Stärkung der Nachfrage durch Hinweise im öffentlich-rechtlichen Rundfunk zu Kulturveranstaltungen des privaten Kultursektors)

Quelle: STADTart / Institut für Kulturpolitik / HWWI 2012

operationen im Rahmen von Veranstaltungen oder Projekten etc. mit sowohl formellem als auch informellem Charakter. Personelle Verflechtungen zwischen den drei Kultursektoren werden anhand von sektorübergreifenden Mehrfachaktivitäten von Künstler/innen innerhalb einer Sparte bzw. eines Teilmarktes sowie spartenübergreifend dargestellt.

- *Ökonomische Wirkungen:* Die Darstellung der ökonomischen Wirkungen der beiden nicht erwerbswirtschaftlichen Kultursektoren für die Kultur- und Kreativwirtschaft erfolgt im Kontext eines Marktansatzes, also hinsichtlich der Entstehungsseite und der Nutzer- bzw. Konsumentenseite. Letzteres ist bislang bei der Entstehung von Märkten in der Kultur- und Kreativwirtschaft vielfach vernachlässigt worden (Kramer, Nessel 2011, 545). Mit dem Marktansatz kann zwischen Wirkungen für die angebots- und nachfragebezogenen Entwicklung der ausgewählten und der anderen Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft unterschieden werden (z.B. den Wirkungen der Musikwirtschaft für die Werbewirtschaft oder etwa die Games-Industrie). Diese Strukturierung ermöglicht auch eine passgenaue Identifizierung von Maßnahmen und Instrumenten. Indikatoren hinsichtlich der Wirkungen für die Angebotsentwicklung sind die Innovationsfunktion für Produkte und Dienstleistungen, die Qualifizierungs- und Existenzgründungsfunktion, die Aufmerksamkeits-, Promotion- und Markteinstiegsfunktion sowie die Förder- und Markterweiterungsfunktion. Zur Analyse der Wirkungen für die Nachfrageseite wurden drei Indikatoren verwendet: Wertsetzungs- und Interessensfunktionen, besucherbezogene Nachfragefunktionen und mediale Nachfragefunktionen.

Da sich nicht alle der analysierten institutionellen und personellen Verflechtungen sowie der ökonomischen Wirkungen in den Bundesländern und Kommunen gleichermaßen niederschlagen, wurden, zugeschnitten auf die unterschiedlichen Bedingungen von Bundesländern und Kommunen, Thesen zu den Wirkungszusammenhängen zwischen den drei Kultursektoren formuliert.

Datenbasis und Informationsquellen

Das Forschungsgutachten gliedert sich in seiner Analyse in einen quantitativen Untersuchungsteil (Kapitel 3) und einen qualitativen Teil (Kapitel 4 und 5), worauf aufbauend dann für den Bund zentrale Handlungsfelder und Instrumente aufgezeigt werden (Kapitel 6):

- Für die vergleichende quantitative Analyse der drei Kultursektoren wurde auf verschiedene Sekundärquellen zurückgegriffen. Hinsichtlich der Abschätzung der eingesetzten Mittel im öffentlich geförderten Kultursektor von Bund, Ländern und Kommunen waren dies Kulturfinanzberichte der statistischen Ämter des Bundes und der Länder, Verdienst- und Arbeitskosten 2008, Hochschulstatistiken, Statistiken der öffentlich-rechtlichen Rundfunk- und Fernsehanstalten, Statistiken und Reports der beiden christlichen Kirchen sowie weitere Berichte und Studien. Bei der quantitativen Erfassung des intermediären Kultursektors wurden Daten aus dem Freiwilligensurvey, dem Monitor des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend, Berichte von Enquete Kommissionen des Deutschen

Bundestages, von Tns Infratest, dem GfK-Charity-Scope, der Stiftungsdatenbank des Bundesverbandes der Deutschen Stiftungen sowie ergänzende Berichte und Studien ausgewertet. Die Darstellung des privaten Kultursektors, also der Kultur- und Kreativwirtschaft, erfolgte auf Basis der Umsatzsteuerstatistik und der Beschäftigtenstatistik. Mit Hilfe des Mikrozensus werden sowohl die Erwerbstätigen des privatwirtschaftlichen als auch des öffentlichen Kultursektors aufgezeigt.

- Die qualitative Analyse der Verflechtungen und Wirkungszusammenhänge des öffentlichen und des intermediären Kultursektors mit dem privaten Kultursektor basiert auf der Auswertung zahlreicher Studien sowie auf einer Reihe von Interviews zu den Wirkungszusammenhängen der Sparten bzw. Teilmärkte und auf Fallanalysen. Bei der Darstellung der Bedeutung der drei Kultursektoren für die Tätigen in Kulturberufen wurden beispielhaft Berufsbiografien erstellt und ausgewertet. Basis für die Einschätzung des identifizierten Wirkungsgefüges in den Bundesländern und Kommunen waren Studien zur Bedeutung der Kultur- und Kreativwirtschaft in den Ländern und Kommunen sowie Untersuchungen zu den anderen beiden Kultursektoren.
- Die Darstellung zentraler Handlungsfelder und Instrumente der Bundesregierung unterscheidet zwischen Angebots- und Nachfrageseite und basiert auf Analysen zu den Gestaltungsfeldern im Kulturbereich auf Bundesebene, auf der Auswertung vorhandener Handlungsprogramme relevanter Bundesministerien und anderer, in diesem Feld aktiver Träger. Zudem wird auf Entwicklungen im Kulturbereich eingegangen, hierzu wurden Untersuchungen ausgewertet.

3 Abschätzung der Finanzmittel und der Erwerbstätigkeit in den drei Kultursektoren

Der öffentlich geförderte Kultursektor, der intermediäre Kultursektor und der private Kultursektor der Kultur- und Kreativwirtschaft weisen jeweils unterschiedliche Handlungslogiken und Strukturen auf. Entsprechend unterschiedlich stellt sich jeweils die Datenlage dar, um Finanzmittel und Erwerbstätigkeit in diesen drei Kultursektoren abzubilden: Während im öffentlich geförderten Kultursektor die von den öffentlichen Haushalten getragenen Ausgaben für Einrichtungen, Programme und Preise als sogenannte „Grundmittel“ ausgewiesen werden, liegen für die Selbstständigen und Unternehmen des privaten Sektors Angaben zu den erzielten Umsätzen vor. Wieder anders sieht es im intermediären Sektor aus, für den oft nur Schätzungen vorgenommen werden können, wobei zudem die Datenbasis stark differiert. So liegen zum Beispiel für Stiftungen Informationen über Ausgaben, für Spenden hingegen über Einnahmen vor. Da in den drei Kultursektoren sehr unterschiedliche monetäre Größen erfasst und ausgewiesen werden, dürfen diese nicht addiert werden. Zudem liegen die Daten nicht in gleicher Struktur und auf gleicher Aggregationsebene vor.

Eine quantitativ vergleichende Analyse ist daher nur bedingt bzw. auf Umwegen möglich. Ein Beispiel hierfür ist der im Jahre 2009 im 1. Kulturwirtschaftsbericht Thüringen erprobte Ansatz der „bewegten Finanzmittel“ (Kapitel 2), der unter Verwendung dieses Begriffs erstmals die vorhandenen monetären Angaben für die drei Kultursektoren nebeneinander gestellt hat. Im Rahmen dieses Ansatzes lassen sich Größendimensionen erfassen und Schwerpunkte quer zu den Kultursektoren analysieren. Beide Aspekte sind hilfreich bei der adäquaten Einschätzung der qualitativen Ergebnisse (Kapitel 4 und 5). Für das Forschungsgutachten wurde in Anlehnung an die Abgrenzung der drei Kultursektoren (Kapitel 2) das „Mengengerüst“ der monetären Angaben in zweifacher Hinsicht ergänzt, durch

- die Berücksichtigung der gesamten eingesetzten Grundmittel für Bildung und Ausbildung durch die öffentliche Hand sowie der bewegten Finanzmittel der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten und der christlichen Kirchen;
- die Analyse der Erwerbstätigkeit in den drei Kultursektoren. Dabei konnte die Darstellung des privatwirtschaftlichen Sektors auf Basis amtlicher Statistiken erfolgen. Zudem wurde das Monitoring zu wirtschaftlichen Eckdaten der Kultur- und Kreativwirtschaft 2009 herangezogen. Die Erwerbstätigen des öffentlichen und die u.a. ehrenamtlich tätigen Personen des intermediären Kultursektors wurden hingegen auf der Basis verschiedener Quellen geschätzt.

3.1 Finanzmittel im öffentlich geförderten Kultursektor und sonstige durch die öffentliche Hand mittelbar geförderte Leistungen

Der öffentlich geförderte Kultursektor stellt auf der Ebene des Bundes, jedoch insbesondere auf der der Länder und der Kommunen kulturelle Infrastruktureinrichtungen bereit, darunter Museen, Theater, Bibliotheken, Konzerthäuser und finanziert Veranstaltungen, Ausstellungen sowie Kunst- und Kulturpreise (Kapitel 3.1.1). Zudem trägt er die Ausgaben für die Bildung in den künstlerisch-musischen Fächern an den allgemeinbildenden Schulen bzw. für die Hochschul- ausbildung (Kapitel 3.1.2), die für viele berufliche Tätigkeiten in der Kultur- und Kreativwirtschaft sowie im öffentlich geförderten und intermediären Kultursektor als eine Voraussetzung für eine erfolgreiche Teilhabe und für eine Erwerbstätigkeit angesehen werden. Zwar zählt der öffentlich-rechtliche Rundfunk nicht unmittelbar zum öffentlich geförderten Kultursektor, er erfüllt jedoch einen gesetzlich festgelegten Bildungs- und Kulturauftrag und wird über Gebühren finanziert, die seitens der öffentlichen Hand festgelegt werden. Auch den christlichen Kirchen, die in Deutschland ein nicht unbedeutender Kulturträger sind (Kapitel 3.1.3), gewährt der Staat Zuschüsse für ihre gesellschaftlichen Leistungen, übernimmt Teile ihrer Kosten und subventioniert ihre Arbeit durch Steuerbefreiungen.

3.1.1 Finanzmittel im öffentlich geförderten Kultursektor

Die Untersuchung des öffentlich geförderten Kultursektors stützt sich im Wesentlichen auf den Kulturfinanzbericht des Statistischen Bundesamtes (Statistische Ämter des Bundes und der Länder 2010a). Der Kulturfinanzbericht, der auf der Basis der Kulturdefinition der Europäischen Union erstellt wird, enthält Angaben zu den eingesetzten Grundmitteln. Diese umfassen die Ausgaben eines Ausgabenbereichs (Personalausgaben + laufender Sachaufwand + Sachinvestitionen + Zahlungen an andere Bereiche) abzüglich der unmittelbaren Einnahmen (aus dem öffentlichen und nicht öffentlichen Bereich). Grundmittel spiegeln somit den tatsächlichen Finanzierungsbedarf der öffentlichen Hand wider. Neben den Unterstützungsleistungen für Kultureinrichtungen in unmittelbarer öffentlicher Trägerschaft werden auch die Leistungen an ausgelagerte Einrichtungen einbezogen. Zudem ist die Förderung privater Organisationen (z.B. von Privattheatern) durch den Nachweis der gezahlten Zuschüsse in den Zahlen enthalten.

Allerdings werden nicht alle im Zusammenhang mit Kultur entstehenden staatlichen Ausgaben aufgeführt. So werden Bildungsausgaben im Kulturfinanzbericht nur berücksichtigt, wenn es sich bei den Anbietern um kulturspezifische Einrichtungen handelt. Dazu zählen Kunsthochschulen und Musikschulen, nicht jedoch die Angebote von Universitäten (z.B. für musik- oder kunstpädagogische Ausbildungen). Auch die Architekturförderung (öffentliche Wettbewerbe, Bauten) wird nicht einbezogen. Sofern bei der öffentlichen Förderung der Kulturwirtschaft die Wirtschaftsförderung im Vordergrund steht, wird sie ebenfalls ausgeklammert. Entgangene Steuereinnahmen des Staates, die durch Steuervergünstigungen entstehen, die der Staat direkt

durch die Möglichkeit der Anrechnung oder durch Freibeträge im erwerbswirtschaftlichen oder intermediären Sektor der Kulturwirtschaft gewährt, werden ebenfalls nicht quantifiziert.

Grundmittel insgesamt

Differenziert nach den eingesetzten Grundmitteln der öffentlichen Hand für Kultur und für den kulturnahen Bereich stellt sich die Situation im Jahre 2007 wie folgt dar:

- Für „Kultur“, wozu die Aufgabenbereiche „Theater und Musik“, „Museen, Sammlungen“, wissenschaftliche und nichtwissenschaftliche „Bibliotheken“, „Denkmalschutz und -pflege“, „Kulturelle Angelegenheiten im Ausland“, „Sonstige Kulturpflege“, die Kunsthochschulen und auch die Verwaltung für kulturelle Angelegenheiten zählen, beliefen sich die Grundmittel auf insgesamt knapp 8,5 Mrd. EUR, wobei 3,6 Mrd. EUR die Länder trugen und etwa 3,8 Mrd. EUR die Gemeinden. Der Bund stellte Mittel von ca. 1,1 Mrd. EUR bereit.
- Für den kulturnahen Bereich, also die Volkshochschulen, die sonstige Weiterbildung, die Unterstützung der Rundfunkanstalten und des Fernsehens sowie kirchlicher Angelegenheiten, wurden Grundmittel in Höhe von weiteren 1,6 Mrd. EUR aufgebracht (Bund 0,5, Länder 0,8 und Gemeinden 0,3 Mrd. EUR).

Insgesamt überstiegen die Ausgaben für Kultur und die kulturnahen Bereiche damit erstmals die 10-Mrd.-Euro-Marke (ohne Berücksichtigung der Filmförderung des Bundes und der Länder in Höhe von weiteren 309 Mio. EUR). Die vorläufigen Ist-Zahlen des Statistischen Bundesamtes für das Jahr 2009 zeigen einen weiteren Anstieg der Gesamtausgaben für Kultur (9,2 Mrd. EUR, Steigerung um 8,6 % gegenüber 2007) und der kulturnahen Bereiche um insgesamt knapp 8 Prozent gegenüber 2007 auf 10,8 Mrd. EUR.

Grundmittel nach Gebietskörperschaften

Entsprechend der Kulturhoheit der Länder und der kommunalen Selbstverwaltungshoheit bestreiten die Länder und Gemeinden mit 44 Prozent bzw. 40 Prozent den überwiegenden Teil der gesamten Ausgaben (Übersicht 3.1.1). Bei isolierter Betrachtung der kulturnahen Bereiche sieht dies etwas anders aus. Hier trägt der Bund ein Drittel der Grundmittel und die Gemeinden nur 17 Prozent. Dies liegt daran, dass bei den Grundmitteln für die Rundfunkanstalten fast ausschließlich die Ausgaben für die Deutsche Welle aufgeführt werden, deren Kosten der Bund alleine trägt. Die in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten, das ZDF und das Deutschlandradio werden hingegen in die Berichterstattung des Kulturfinanzberichts nicht aufgenommen. Zudem engagiert sich der Bund auch im Bereich Volkshochschulen und sonstiger Weiterbildung mit knapp 40 Prozent der Grundmittel überdurchschnittlich.

Übersicht 3.1.1: Anteil der Körperschaftsgruppen an den Grundmitteln für Kultur und für die kulturnahen Bereiche im Jahre 2007

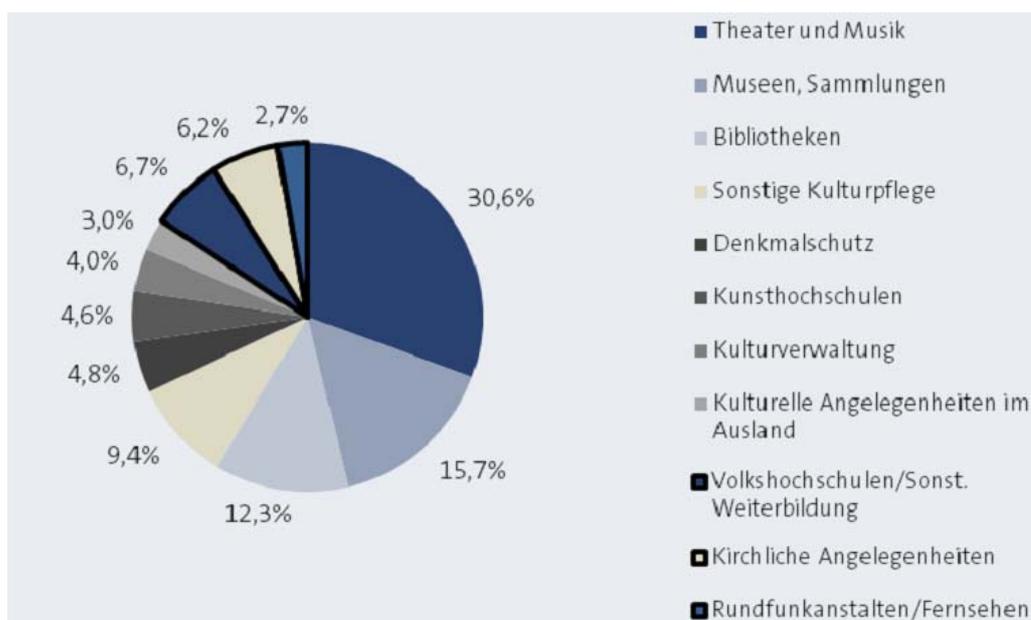
Körperschaft	Kultur (in %)	kulturnahen Bereiche (in %)	Insgesamt (in %)	Insgesamt (in Mrd. EUR)
Bund	12,6	33,9	15,9	1,6
Länder	43,0	48,8	43,9	4,4
Gemeinden	44,4	17,3	40,2	4,1
Summe	100	100	100	10,1

Quelle: STADTart / Institut für Kulturpolitik / HWWI 2012 nach Statistischen Ämtern des Bundes und der Länder 2010 a

Grundmittel nach Aufgabenfeldern

Bei den eingesetzten Grundmitteln aller Gebietskörperschaften (einschließlich der Mittel für ausgelagerte Eigenbetriebe, Zuschüsse für private Organisationen und Zuweisungen für Stiftungen) lassen sich hinsichtlich der Aufgabenfelder vier Schwerpunkte erkennen (Übersicht 3.1.2). Dabei ragen die Zuwendungen an die Sparten „Theater und Musik“ heraus, auf die knapp ein Drittel aller Grundmittel entfallen, gefolgt von „Museen und Sammlungen“ (16 %), „Bibliotheken“ (12 %) und „sonstige Kulturpflege“ (9 %). Die weiteren Aufgabenfelder kommen auf Anteile zwischen 3 bis fast 7 Prozent.

Übersicht 3.1.2: Anteil der Kulturbereiche und der kulturnahen Bereiche an den gesamten Grundmitteln 2007



Quelle: STADTart / Institut für Kulturpolitik / HWWI 2012 nach Statistischen Ämtern des Bundes und der Länder 2010 a

Grundmittel nach Gebietskörperschaften und Aufgabenfeldern

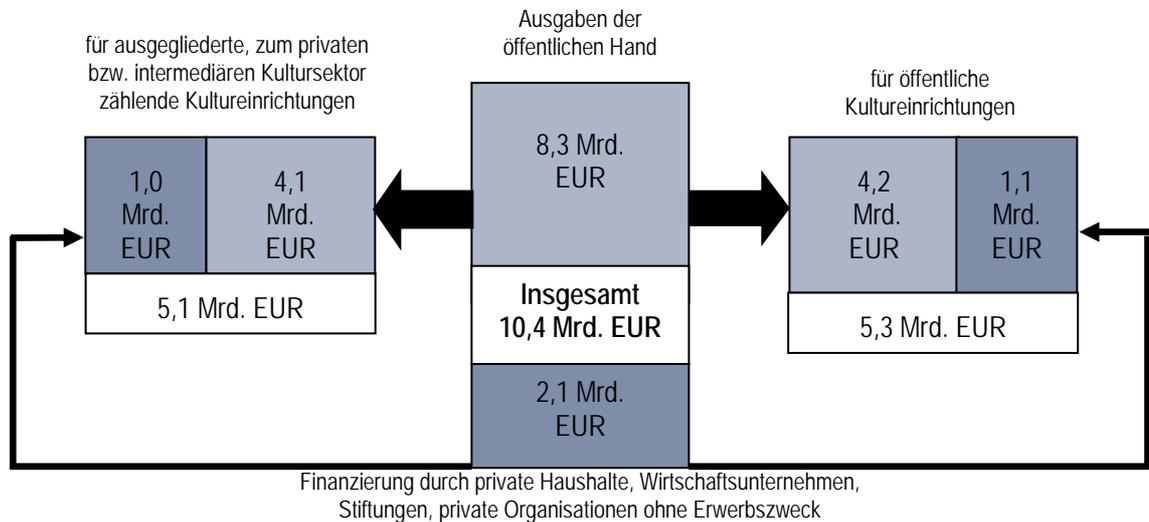
Mit Ausnahme der Aufwendungen für „Kulturelle Angelegenheiten im Ausland“, die nahezu ausschließlich vom Bund getragen werden, verausgaben die Gemeinden und Länder den überwiegenden Anteil der Grundmittel für Kultur und die kulturnahen Bereiche:

- Die Finanzierung durch die Gemeinden ist in drei Aufgabenfeldern von zentraler Bedeutung. So kommen die eingesetzten Mittel im Bereich „Theater und Musik“ zu 53 Prozent von den Gemeinden und zu 46 Prozent von den Ländern. Auch bei den „Museen“ tragen die Gemeinden mit 48 Prozent den Löwenanteil, während der Anteil der Länder bei 34 Prozent liegt. Im Bereich „Bibliotheken“ stammt jeder zweite Euro von den Gemeinden, jeder dritte von den Ländern und jeder fünfte vom Bund.
- Die Länder übernehmen einen hohen Finanzierungsanteil in der „sonstigen Kulturpflege“ (44 %). Dazu zählt die Unterstützung von Literaturhäusern, Kinder- und Jugendkulturprojekten, Stadtteilkulturzentren, Geschichtswerkstätten, Filmfestivals oder der Kulturaustausch durch Städtepartnerschaften. Hier tragen die Gemeinden 37 Prozent der Grundmittel, der Bund 19 Prozent. Im Denkmalschutz liegt der Finanzierungsanteil der Länder mit rund 65 Prozent der dafür eingesetzten Grundmittel noch höher (Gemeinden 25 %). Da der Bereich Bildung mit Ausnahme der vorschulischen und kulturellen Bildung weitgehend Aufgabe der Länder ist, fällt auch die Finanzierung der Kunsthochschulen vollständig in deren Verantwortung.

Anteil der privaten Kulturfinanzierung bei öffentlich geförderten Kultureinrichtungen

Die Öffentliche Hand förderte im Jahr 2007 Kultureinrichtungen mit insgesamt 8,3 Mrd. EUR. Davon flossen mit 4,2 Mrd. EUR rund eine Hälfte in Kultureinrichtungen in direkter öffentlicher Trägerschaft, die andere Hälfte (4,1 Mrd. EUR) in ausgegliederte öffentliche Kultureinrichtungen (z.B. Konzerthäuser als GmbH geführt) sowie in private Einrichtungen der Kultur- und Kreativwirtschaft (z.B. private Theater). Sowohl die Kultureinrichtungen in direkter öffentlicher Trägerschaft als auch die ausgegliederten öffentlichen sowie privaten Einrichtungen erhielten nach Schätzungen des Statistischen Bundesamtes Zuwendungen von privaten Haushalten, Unternehmen, Stiftungen und anderen privaten Organisationen ohne Erwerbszweck (z.B. durch Freundeskreise) in Höhe von jeweils rund 1 Mrd. EUR, insgesamt 2,1 Mrd. EUR (Statistisches Bundesamt 2010a). Damit standen den öffentlich geförderten Kultureinrichtungen ca. 10,5 Mrd. EUR zur Verfügung, wovon 20 Prozent durch den privaten Bereich finanziert waren (Übersicht 3.1.3). Diese kultursektorüberschreitenden Finanzierungsströme machen bereits deutlich, dass der öffentlich geförderte Kultursektor stark mit dem intermediären Kultursektor und dem privaten Kultursektor, also der Kulturwirtschaft, verknüpft ist.

Übersicht 3.1.3: Öffentliche und private Finanzierung von Kultureinrichtungen in Mrd. EUR (Stand 2007)



Quelle: STADTart / Institut für Kulturpolitik / HWWI 2012, (eigene Berechnung und Darstellung) nach Statistische Ämter des Bundes und der Länder 2010a

Schätzung der Erwerbstätigen des Öffentlichen Dienstes im Bereich Kultur

Schätzungen auf Basis des Mikrozensus kommen zu dem Ergebnis, dass ca. 126.000 Erwerbstätige des Öffentlichen Dienstes im Bereich „Kultur und Kreativität“ tätig sind, hiervon sind knapp 15.000 Personen Beamte. 123.000 dieser Erwerbstätigen gehen dabei einer Beschäftigung im Bereich Kultur nach (vgl. Übersicht 3.5.3 und Übersicht 3.5.4).

3.1.2 Bildungsausgaben der öffentlichen Hand für künstlerisch-musische Fächer

Neben den direkten Ausgaben des Bundes, der Länder und Kommunen für Kultur finanziert die öffentliche Hand auch die für viele Tätigkeitsfelder in den drei Kultursektoren und für die kulturelle Nachfrage bedeutsame Hochschulausbildung bzw. die Basisausbildung an den allgemeinbildenden Schulen.

Hochschulausbildung

Die Hochschulausbildung in der Fächergruppe Kunst/Kunstwissenschaft kann in Deutschland sowohl an einer Universität als auch an Fachhochschulen oder Kunsthochschulen erfolgen. Die Kulturfinanzstatistik für 2007 weist nur die aufgewendeten Grundmittel für die Kunsthochschulen in Höhe von 465,7 Mio. EUR aus (Übersicht 3.1.2). Jedoch sind die tatsächlichen Ausgaben deutlich höher, würden alle Hochschularten und Studiengänge einbezogen, die für eine Tätigkeit in der Kultur- und Kreativwirtschaft qualifizieren.

Studierende nach Fächergruppen

Im Wintersemester 2009/2010 waren von den rund 2,1 Millionen Studierenden in Deutschland knapp 4 Prozent (absolut 81.463) in der Fächergruppe „Kunst und Kunstwissenschaft“ eingeschrieben. 32.237 dieser Studienplätze befanden sich an einer Kunsthochschule (Statistisches Bundesamt 2011b). Die Studierenden verteilen sich auf die jeweiligen Fächer wie folgt (Statistisches Bundesamt 2010a):

- Der Studienbereich „Gestaltung“ lag mit 24.950 Studierenden etwas vor dem Bereich „Musik und Musikwissenschaft“ mit 24.045 Studierenden.
- Es folgte der Studienbereich „Kunst und Kunstwissenschaft“ mit 19.256 Studierenden.
- In „Darstellender Kunst“, „Film und Fernsehen“ und „Theaterwissenschaft“ wurden 7.152 Studierende unterrichtet, während auf die „Bildende Kunst“ 6.060 besetzte Studienplätze entfielen.

Darüber hinaus entschieden sich 8.177 Personen für ein Studium der Kulturwissenschaften (i.e.S.), während in der Bibliothekswissenschaft die Studierendenzahl bei 3.138 lag. In der Summe sind dies insgesamt etwa 6 Prozent der Studierenden in Deutschland, die ein Fach gewählt haben, das direkt für eine Tätigkeit in den drei Kultursektoren qualifiziert. Einbezogen wurden dabei noch nicht Studiengänge wie „Architektur und Innenarchitektur“ (33.810 Studierende), „Germanistik“ (85.235 Studierende), „allgemeine Sprach- und Kulturwissenschaft“ (25.581 Studierende) oder „Informatik“ (130.014 Studierende), die ebenfalls für Tätigkeiten in der Kultur- und Kreativwirtschaft qualifizieren (Statistisches Bundesamt 2010a).

Im Jahr 2009 haben rund 24.000 Studierende in den Studienfächern „Kunst/Kunstwissenschaft“, „Kulturwissenschaft“ und „Bibliothekswesen“ einen Abschluss erworben (Berechnungen nach Statistisches Bundesamt 2011c). Das sind mehr als 7 Prozent aller Absolvent/innen im Erststudium oder weiterem Studium an allen Hochschulen. Während 76 Prozent aller an Hochschulen Studierenden eines Erststudiums mit Studienbeginn 2000 ihr Studium bis zum Prüfungsjahr 2009 erfolgreich abgeschlossen hatten, lag die Erfolgsquote bei der Fächergruppe Kunst/Kunstwissenschaft bei knapp 87 Prozent. Nur in der Humanmedizin und in der Veterinärmedizin wurden mit 95 bzw. 89 Prozent noch höhere Anteile erzielt (Statistisches Bundesamt 2011d). In den für die Kultur- und Kreativwirtschaft qualifizierenden Fächern „Architektur“, „Germanistik“ und „allgemeine Sprach- und Kulturwissenschaften“ sowie „Informatik“ schlossen 2009 ca. 35.000 Studierende ihr Studium ab (Berechnungen nach Statistisches Bundesamt 2011c). Sowohl bei den „Sprach- und Kulturwissenschaften“ als auch bei der „Informatik“ lag die Abschlussquote mit 69 Prozent bzw. 66 Prozent unter dem Durchschnitt aller Studienfächer (Statistisches Bundesamt 2011d).

Grundmittel nach Hochschularten

Bei den von der öffentlichen Hand eingesetzten Grundmitteln für Lehre und Forschung ergeben sich nach Hochschularten für die Fächergruppe Kunst/Kunstwissenschaft große Unterschiede:

- Während die öffentliche Hand für einen Bachelorabschluss im Rechnungsjahr 2008 mit einer durchschnittlichen Fachstudiendauer an einer Fachhochschule 12.200 EUR aufwendet und ein Masterabschluss mit weiteren 6.400 EUR zu Buche schlägt, kostet an der Universität der Masterabschluss (bei etwa gleichen Kosten für den Bachelorabschluss) 8.700 EUR.
- Für einen künstlerischen Abschluss an einer Kunsthochschule in der Fächergruppe „Kunst/Kunstwissenschaft“ wird seitens des Staats doppelt so viel investiert wie für einen Masterabschluss an einer Universität. Für ein Studium in der durchschnittlichen Fachstudiendauer von 4,1 Jahren werden Grundmittel in Höhe von 40.100 EUR aufgebracht. Nur für Abschlüsse in der Humanmedizin (Universitärer Abschluss 203.700 EUR Grundmittel), in der Veterinärmedizin (62.100 EUR) und in den Agrar-, Forst- und Ernährungswissenschaften (57.900 EUR) wurden mehr Mittel eingesetzt (Statistisches Bundesamt 2010b).

Bei den Kunsthochschulen werden 93 Prozent der Ausgaben durch Grundmittel gedeckt (2007), während sie im Durchschnitt über alle Fächergruppen nur zur Hälfte durch Grundmittel finanziert werden. Die restlichen 50 Prozent werden durch Beiträge der Studierenden, Einnahmen aus wirtschaftlicher Tätigkeit und Drittmitteln erzielt (Statistisches Bundesamt 2009b). Da nicht ermittelt werden konnte, ob diese Durchschnittsquote auch für die Fächergruppe „Kunst/Kunstwissenschaft“ an Universitäten und Fachhochschulen gilt, können keine Rückschlüsse über die Kostenunterschiede einer akademischen Ausbildung an den verschiedenen Hochschularten gezogen werden. Festzuhalten ist, dass die Kunsthochschulen stärker als alle anderen Hochschulen (mit Ausnahme der Verwaltungshochschulen) bei der Finanzierung ihrer Aufgaben von den Zuwendungen der öffentlichen Hand abhängig sind.

Erwerbstätige

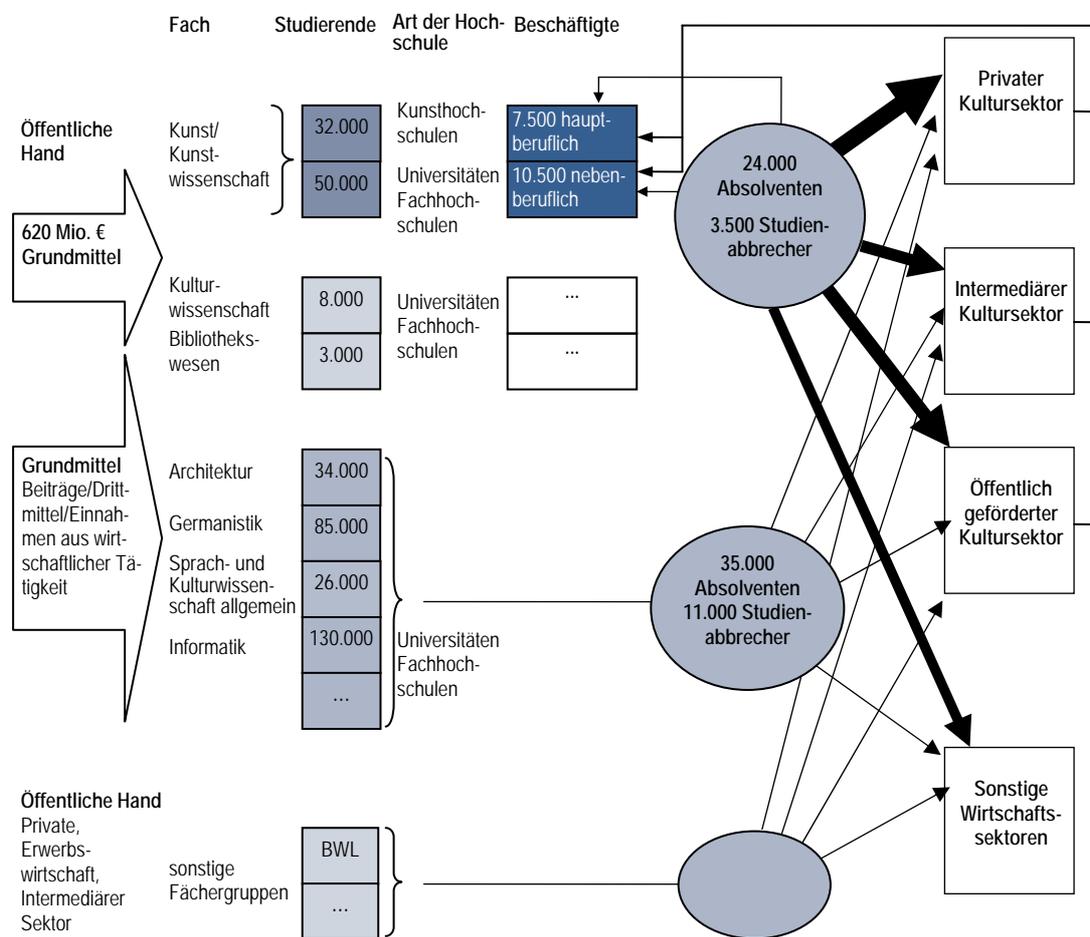
Die Beschäftigungssituation an den Hochschulen stellte sich 2009 in der Fächergruppe „Kunst/Kunstwissenschaft“ wie folgt dar:

- Hauptberuflich waren beim wissenschaftlichen und künstlerischen Personal 3.439 Professor/innen, 117 Dozent/innen und Assistent/innen, 1.748 wissenschaftliche und künstlerische Mitarbeiter/innen sowie 945 Lehrkräfte für besondere Aufgaben, in der Summe also 6.249 Mitarbeiter/innen, fest angestellt.
- Hinzu kamen 10.552 nebenberuflich Beschäftigte, davon 9.650 Lehrbeauftragte.

Vom wissenschaftlichen und künstlerischen Personal war somit nur jeder dritte Beschäftigte im Hauptberuf an der Hochschule tätig. Damit unterscheidet sich die Beschäftigungsstruktur in der Fächergruppe „Kunst/Kunstwissenschaft“ stark von der in anderen Gruppen (z.B. ist in der „Humanmedizin/Gesundheitswissenschaften“ nur jeder zehnte im wissenschaftlichen Personal-

bereich nebenberuflich tätig). Über alle Fächergruppen liegt der Anteil des hauptberuflichen Personals beim wissenschaftlichen und künstlerischen Personal mit 66 Prozent doppelt so hoch wie bei der Fächergruppe „Kunst/Kunstwissenschaft“. In der Verwaltung und Technik sind in der Fächergruppe „Kunst/Kunstwissenschaft“ weitere 1.224 Personen beschäftigt, davon 97 Prozent in einem hauptberuflichen Status. Dies entspricht in etwa dem Durchschnitt über alle Fächergruppen bei dem nicht wissenschaftlichen und künstlerischen Personal (Statistisches Bundesamt 2010c).

Übersicht 3.1.4: Interdependenzen zwischen Hochschulfinanzierung und Erwerbstätigkeit in den drei Sektoren der Kultur- und Kreativwirtschaft



Quelle: STADTart / Institut für Kulturpolitik / HWWI 2012 nach Statistisches Bundesamt 2010a, 2010b, 2010c; Statistisches Bundesamt 2011. Berechnungen und Darstellung HWWI

Zusammenfassend kann festgestellt werden, dass der Staat jährlich für ca. 24.000 akademische Abschlüsse, die für eine Tätigkeit in allen drei Kultursektoren qualifizieren, nach Schätzungen mindestens ca. 620 Mio. EUR an Grundmitteln aufwendet¹. Hinzu kommen noch mindestens 20 Mio. EUR², die für die berufliche Qualifizierung von Studenten, die ihr Studium nicht abschließen, anfallen. Gegenüber den im Kulturfinanzbericht ausgewiesenen Grundmitteln für die Kunsthochschulen sind die Aufwendungen für die akademische Ausbildung um fast 40 Prozent höher anzusetzen (absolut ca. 175 Mio. EUR). Dabei sind die Aufwendungen des Staates für andere akademische Ausbildungen, etwa von Germanist/innen oder Informatiker/innen, die in unterschiedlichem Maße ebenfalls in den drei Kultursektoren ihr berufliches Betätigungsfeld finden, nicht eingerechnet (Übersicht 3.1.4).

Ausbildung an allgemeinbildenden Schulen

Basis der akademischen Ausbildung für die drei Kultursektoren und der Nachfrage nach kulturellen Produkten und Dienstleistungen der Kultur- und Kreativwirtschaft sind Ausbildungsangebote mit Kulturbezug an allgemeinbildenden Schulen in den künstlerischen Fächern Musik, Kunst, Darstellende Kunst, textiles Gestalten oder Werken.

Unter der konservativen Annahme, dass an allgemeinbildenden Schulen 8 bis 10 Prozent der Aufwendungen für das Unterrichten der künstlerischen Fächer entstehen³, summiert sich das jährliche Ausgabenvolumen der öffentlichen Hand für diesen Fächerkanon auf 3,8 Mrd. EUR bis 4,8 Mrd. EUR, bei rechnerisch etwa rund 32.000 bis 40.000 Lehrervollzeitstellen sowie 21.000 bis 27.000 Teilzeitstellen⁴. Diese Aufwendungen dürften bei der zunehmenden Bedeutung des Nachmittagsunterrichts und der Ganztagsbetreuung in den kommenden Jahren trotz sinkender Schülerzahlen noch ansteigen.

¹ Annahme: 40 Prozent Abschlüsse an Kunsthochschulen (entspricht dem Anteil der Studierenden an allen Studierenden in dieser Fächergruppe), 30 Prozent Abschlüsse als Bachelor an Universitäten oder Fachhochschulen, 15 Prozent der Abschlüsse als Master an Universitäten, 15 Prozent der Abschlüsse als Master an Fachhochschulen.

² Schätzung auf Basis der Quote der Studienabbrecher – 13 Prozent der Studienanfänger beenden ihr Studium nach einem Fünftel der durchschnittlichen Fachstudiendauer.

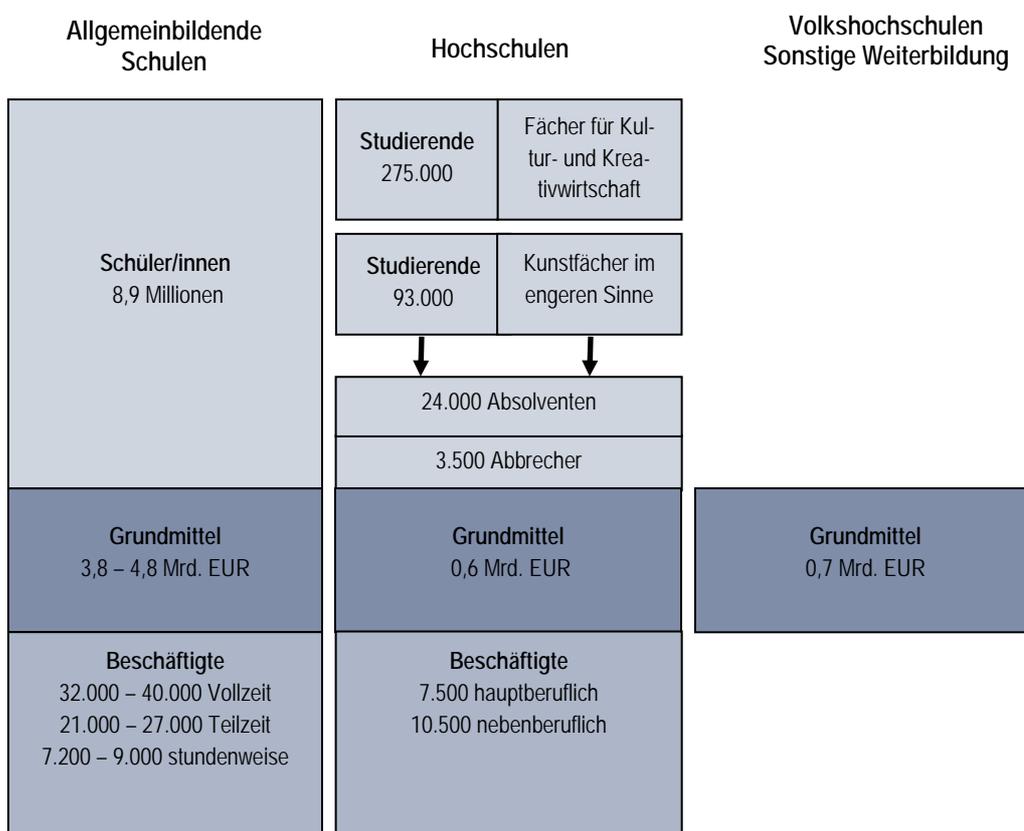
³ Diese Zahl kann nur geschätzt werden, da sich die Stundentafeln in den einzelnen Bundesländern unterscheiden. In der Primarstufe werden meist weit mehr als 10 Prozent der Unterrichtszeit in künstlerischen Fächern unterrichtet. Dies gilt auch in der Sekundarstufe I. Auch in der Sekundarstufe II muss in der Regel mindestens ein künstlerisches Fach gewählt werden (also mindestens ca. 5 Prozent der Unterrichtszeit), Berechnungen HWWI

⁴ Im Schuljahr 2009/2010 betraf dies 8,9 Millionen Schüler an deutschen allgemeinbildenden Schulen, die in allen Fächern von insgesamt 400.000 Vollzeitlehrkräften, 270.000 teilzeitbeschäftigten sowie 90.000 stundenweise beschäftigten Lehrern unterrichtet wurden (Statistisches Bundesamt 2011e). Für den gesamten Unterricht an allgemeinen Schulen entstanden der öffentlichen Hand in 2007 Kosten von 5.400 EUR pro Schüler, in der Summe also mehr als 48 Mrd. EUR. 80 Prozent der Kosten waren Aufwendungen für das Personal (Statistisches Bundesamt 2010d).

Bildungsausgaben der Öffentlichen Hand für künstlerische Fächer insgesamt

Ohne Einbeziehung der künstlerischen Fächer in vorschulischen Bildungseinrichtungen und beruflichen Schulen⁵ sowie der Unterstützung solcher Angebote durch kirchliche Träger, summieren sich die von der öffentlichen Hand für diesen Bereich eingesetzten Grundmittel auf einen jährlichen Betrag zwischen 5 und 6 Mrd. EUR. Allein im Bereich der allgemeinbildenden Schulen und der Hochschulen werden damit 40.000 bis 50.000 Vollzeitstellen und 30.000 bis 40.000 Teilzeitstellen bzw. Tätigkeiten im Nebenberuf finanziert (Übersicht 3.1.5).

Übersicht 3.1.5: Beschäftigte und Bildungsausgaben der öffentlichen Hand für die künstlerischen Fächer an verschiedenen Bildungseinrichtungen (ohne berufliche Schulen und vorschulische Bildungseinrichtungen)



Quellen: STADTart / Institut für Kulturpolitik / HWWI 2012 nach Statistischen Ämtern des Bundes und der Länder 2010a, Statistischem Bundesamt 2009b, 2010a, 2010b, 2010c, 2010d, 2011b, 2011c, 2011d, 2011e, Berechnungen und Darstellung HWWI

⁵ Die Aufwendungen können nicht ermittelt werden, da der Anteil je nach Ausbildungszweig stark variiert (Statistisches Bundesamt 2010d). Für den gesamten Unterricht an berufsbildenden Schulen wurden für die 2,8 Millionen Schüler im Schuljahr 2009/10 durchschnittlich 3.600 EUR eingesetzt, bei einer Ausbildung im dualen System 2.200 EUR, insgesamt rund 10 Mrd. EUR.

3.1.3 Eingesetzte Mittel im öffentlich-rechtlichen Rundfunk und bei den christlichen Kirchen

Neben den Aufwendungen des Bundes, der Länder und der Kommunen für kulturelle Angebote und für die Ausbildung können sowohl der öffentlich-rechtliche Rundfunk als auch die christlichen Kirchen zum öffentlich geförderten Kultursektor gezählt werden. Beide sind aufgrund rechtlicher Regelungen (z.B. bei der Gebührenerhebung, der Finanzierung von Personalausgaben der christlichen Kirchen) oder Aufgaben (wie etwa Bildungs- und Kulturauftrag) eng mit dem öffentlichen Sektor verknüpft. Dies schließt privatwirtschaftliche Bestandteile nicht aus.

Öffentlich-rechtlicher Rundfunk

Laut Kulturfinanzbericht belaufen sich die Ausgaben für Rundfunkanstalten für das Jahr 2007 im „kulturnahen Bereich“ auf 275 Mio. EUR, die fast vollständig dem Bund zugerechnet werden (Statistische Ämter des Bundes und der Länder 2010a). Dabei handelt es sich um die Ausgaben für die Deutsche Welle, die ihre Programme in erster Linie im Ausland ausstrahlt. Die Landesrundfunkanstalten sind eigenständige Gebietskörperschaften, deren Ausgaben nicht in die Landeshaushalte einfließen. Da der öffentlich-rechtliche Rundfunk in Deutschland überwiegend gebührenfinanziert ist, besteht seitens der öffentlichen Hand kein Zuschussbedarf. Neben der Deutschen Welle bilden die neun in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten, das Zweite Deutsche Fernsehen (ZDF) und das Deutschlandradio den öffentlich-rechtlichen Rundfunk in Deutschland. Sie boten 2008 dem inländischen Publikum insgesamt 65 Hörfunk- und 22 Fernsehprogramme an (TNS Infratest et al. 2010). Im privatwirtschaftlichen Sektor sind die Rundfunkanstalten durch erwerbswirtschaftlich orientierte Tochterunternehmen aktiv (ARD 2010, ZDF 2010).

Einnahmen und Ausgaben

Die Erträge des öffentlich-rechtlichen Rundfunks beliefen sich im Jahre 2008 insgesamt auf rund 8,6 Mrd. EUR, davon stammen 83 Prozent aus Einnahmen über Rundfunkgebühren. Weitere 3 Prozent stammten jeweils aus dem Bundeshaushalt (für die Deutsche Welle) und aus Werbeeinnahmen, 1 Prozent aus Sponsoring. Im selben Jahr wandten die Rundfunkanstalten knapp 8,8 Mrd. EUR auf (Übersicht 3.1.6), davon 27 Prozent für Personalausgaben der festangestellten Mitarbeiter/innen und für Betriebsrenten. Weitere 11 Prozent flossen als Vergütung an freie und feste freie Mitarbeiter/innen⁶ sowie Praktikant/innen (TNS Infratest et al. 2010)⁷.

⁶ Die Unterscheidung zwischen freien und festen freien Mitarbeitern besteht bei allen Rundfunkanstalten, jedoch sind die Rahmenbedingungen jeweils andere. Oft ist eine Beschäftigung über ein bestimmtes jährliches Honorar hinaus nur für feste freie Mitarbeiter möglich, die in der Regel durch einen Rahmenvertrag an die Anstalt gebunden werden und den Status einer arbeitnehmerähnlichen Person haben. Oft sind diese Rahmenverträge zeitlich befristet und schließen eine anschließende Sperrfrist ein bzw. sind nach einer festgesetzten Anzahl von Jahren nicht mehr verlängerbar, so dass für die Betroffenen nur eine Rückkehr als freier Mitarbeiter offensteht (Interessenvertretung der freien Mitarbeiter im NDR 2011).

Fast 4,6 Mrd. EUR (52,3 %) entfielen auf die „sonstigen Sachkosten“. Diese Finanzmittel wurden nach einer Analyse zur Bruttowertschöpfung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks verausgabt, ebenso wie die Vergütungen für die nicht angestellten Mitarbeiter/innen (938,8 Mio. EUR), meist für Vorleistungen, also für die von Dritten bezogenen Waren und Dienstleistungen (TNS Infratest et al. 2010). Der überwiegende Teil der Gelder floss dabei an inländische Unternehmen und Selbstständige, u.a. an als Subunternehmen beauftragte privatwirtschaftliche Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft an den Standorten der Rundfunkanstalten, und sicherte dort mittelbar Einkommen und Arbeitsplätze. Neben der Nachfrage nach Vorleistungen wird zudem durch die Investitionsgüternachfrage des öffentlich-rechtlichen Rundfunks mittelbar Erwerbstätigkeit in anderen Wirtschaftszweigen generiert. Die Investitionen für Bauten und Ausrüstung sowie immaterielle Investitionen in Rechte beliefen sich in 2008 auf 400 Mio. EUR (Übersicht 3.1.6).

Werden alle Leistungen, die der öffentlich-rechtliche Rundfunk außerhalb der inländischen Kultur- und Kreativwirtschaft bezieht oder erbringt, aus der Betrachtung ausgeklammert, kann nach einer vorsichtigen Schätzung davon ausgegangen werden, dass vom öffentlich-rechtlichen Rundfunk mindestens 5,5 Mrd. Euro an inländische Erwerbstätige, Selbstständige oder Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft fließen.

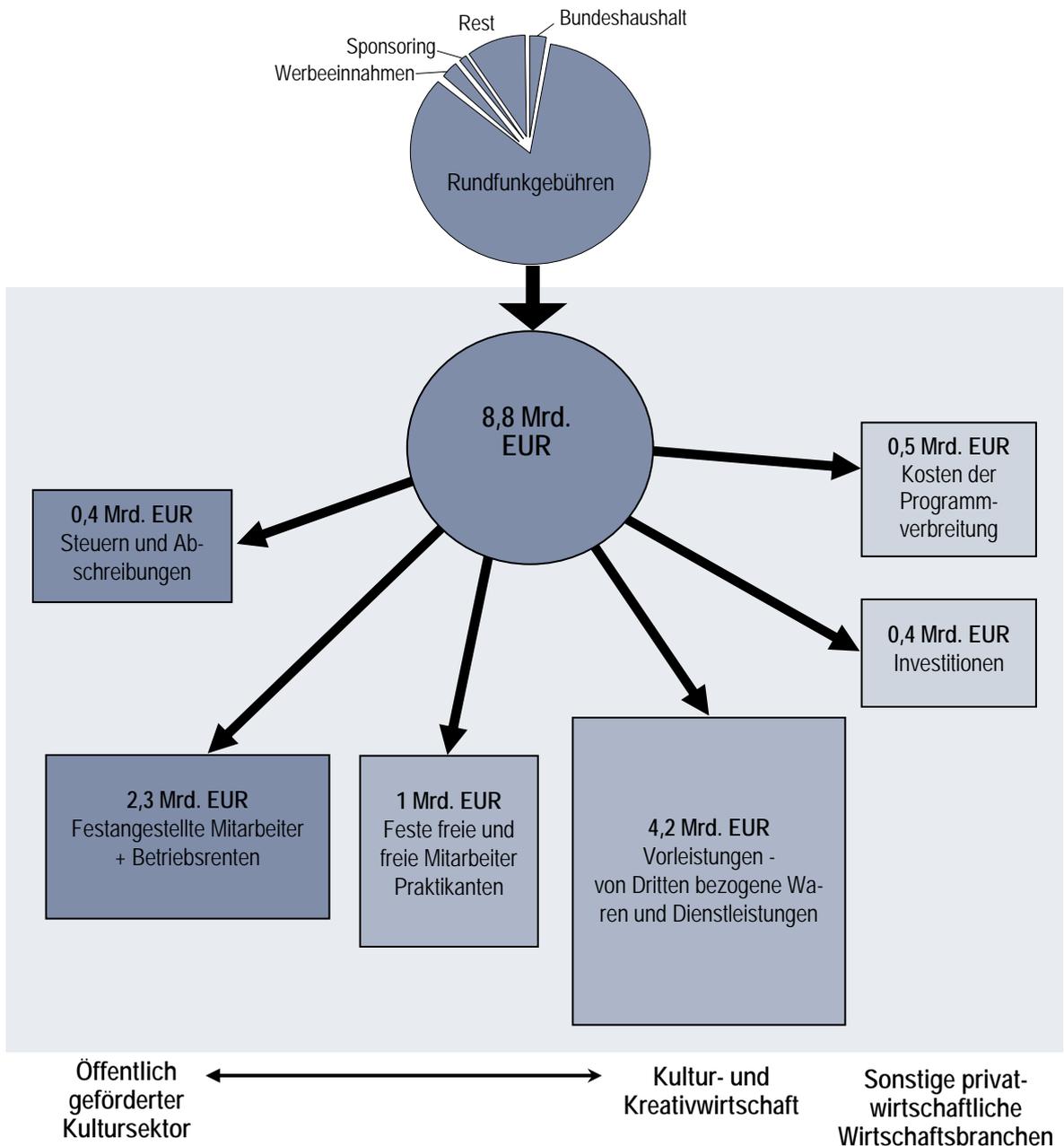
Erwerbstätige

Im öffentlich-rechtlichen Rundfunk waren 2008 insgesamt knapp 51.100 Personen beschäftigt (TNS Infratest et al. 2010). Davon waren 45,6 Prozent (23.300 Personen) fest angestellt und vollzeitbeschäftigt, weitere 7,6 Prozent (3.900 Personen) in Teilzeit fest angestellt. Hierunter befinden sich neben Mitarbeiter/innen der Verwaltung, Direktion, Redaktion, Produktion und Technik auch die Mitglieder der Orchester und Chöre der Landesrundfunkanstalten. Die 11.200 festen freien Mitarbeiter/innen stellten fast 20 Prozent der Belegschaft. Mehr als jeder zehnte Mitarbeiter war ein „sonstiger freier Mitarbeiter“ (5.400). Der Anteil der Praktikant/innen an allen Beschäftigten lag bei 11,5 Prozent (5.900), hinzu kommen noch knapp 3 Prozent Auszubildende (1.400).

Die Gesamtbeschäftigung im öffentlich-rechtlichen Rundfunk hat während des Zeitraums 2004 bis 2008 um fast 2,4 Prozent abgenommen. Bei den fest angestellten Mitarbeiter/innen reduzierte sich die Anzahl der Arbeitsplätze um 2,7 Prozent, bei den sonstigen Mitarbeiter/innen um knapp 2 Prozent (TNS Infratest et al. 2010). Die Anzahl der nicht fest angestellten Mitarbeiter/innen belief sich für das Jahr 2008 auf 22.400 (TNS Infratest et al. 2010). Nicht alle Rundfunkanstalten machen jedoch entsprechende Angaben in ihren Jahresberichten, sodass davon auszugehen ist, dass die tatsächliche Anzahl der freien Mitarbeiter wesentlich höher ist, wie die Zahlen einiger Rundfunkanstalten zeigen:

⁷ In dieser Studie wurden in einer Sekundäranalyse die öffentlich-rechtlichen Rundfunkstrukturen auf Basis der ARD- und ZDF-Jahrbücher, der Angaben der Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs, der Koordinationsstelle des ARD-Jahrbuchs beim Bayerischen Rundfunk sowie dem Haushaltsplan des ZDF ermittelt.

Übersicht 3.1.6: Herkunft und Verwendung der Einnahmen im öffentlich-rechtlichen Rundfunk sowie Zuflüsse für die Kultur- und Kreativwirtschaft



Quelle: STADTart / Institut für Kulturpolitik / HWWI 2012 nach TNS Infratest et al. 2010, Berechnungen des HWWI

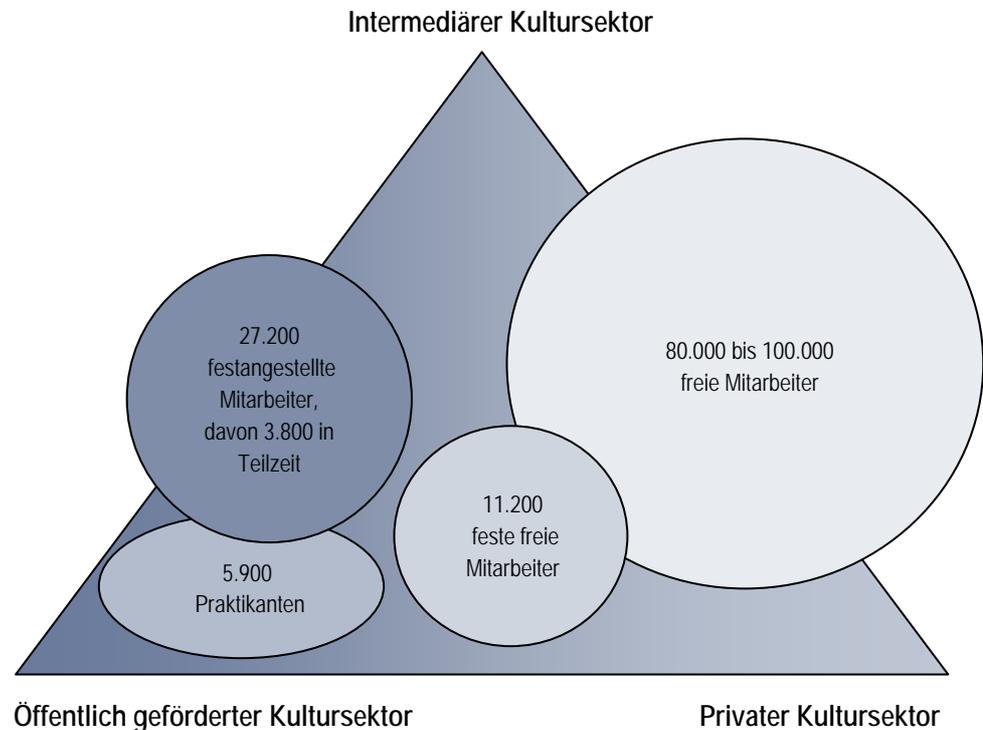
- So gibt der Westdeutsche Rundfunk (WDR) auf seiner Internetseite an, dass er neben seinen 4.500 festangestellten Mitarbeiter/innen rund 2.000 feste freie Mitarbeiter/innen und weitere 13.000 freie Mitarbeiter/innen in Programm und Produktion beschäftigt. In anderen Quellen wird von 18.000 freien Mitarbeiter/innen beim WDR ausgegangen. Weiterhin sichert der WDR rund 1.000 Arbeitsplätze durch die Vergabe von Fernsehproduktionsaufträgen (Website wdr1, Website wdr2, Deutscher Kulturrat 2009).
- Der Hessische Rundfunk (HR) hatte bei knapp 1.800 festen Mitarbeiter/innen 830 feste freie Mitarbeiter/innen. Im Jahresbericht 2010 werden knapp 7.000 freie Mitarbeiter/innen und Verlage angegeben, die 154.000 Einzelhonorare erhielten (HR 2011a, HR 2011b).
- Beim Mitteldeutschen Rundfunk (MDR) sind neben knapp 2.000 festen Mitarbeiter/innen weitere 5.500 freie Mitarbeiter/innen beschäftigt (MDR 2011).
- Der Südwestdeutsche Rundfunk (SWR) spricht bei 3.800 festen von 1.800 festen freien Mitarbeiter/innen (Website swr).

Unter der Annahme, dass auch die anderen öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten ähnliche Beschäftigungsstrukturen aufweisen wie die aufgezeigten Beispiele, liegt die Anzahl aller beschäftigten freien Mitarbeiter/innen bei dem drei- bis vierfachen der festangestellten Mitarbeiter/innen. Danach würden die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten neben den gut 27.200 festangestellten und 11.200 festen freien Mitarbeiter/innen weitere 80.000 bis 100.000 freie Mitarbeiter/innen beschäftigen (Übersicht 3.1.7, siehe auch Kapitel 3.4).

Die Analyse zeigt, dass der öffentlich-rechtliche Rundfunk für zahlreiche privatwirtschaftlich orientierte Unternehmen und Selbstständige der Kultur- und Kreativwirtschaft von immenser Bedeutung ist, insbesondere an den Standorten oder in der Nähe der Rundfunkanstalten. Für die Firmen sind die Aufträge des öffentlich-rechtlichen Rundfunks ebenso bedeutend wie für die festen freien Mitarbeiter/innen, die in der Regel einen wesentlichen Anteil ihres Einkommens verlässlich aus Aufträgen der Rundfunkanstalten erzielen. Nur einen Teil ihrer Einkünfte können hingegen freie Mitarbeiter aus Tätigkeiten für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk decken. Sie sind daher auf weitere Einkünfte aus den beiden anderen Kultursektoren, anderen Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft bzw. aus sonstigen Wirtschaftsbranchen angewiesen (Übersicht 3.1.7).

Die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten wirken mit ihren Erwerbstätigen und Aktivitäten in alle drei Kultursektoren hinein, beispielsweise durch Berichte über Kulturveranstaltungen, Musikfestivals und die Förderung von Nachwuchskünstler/innen. Sie leisten mit ihren eigenen Chören und Orchestern ferner einen Beitrag zum kulturellen Angebot (ausführlich Kapitel 4, Deutscher Kulturrat 2009).

Übersicht 3.1.7: Erwerbstätige des öffentlich-rechtlichen Rundfunks im Rahmen der drei Kultursektoren



Quelle: *STADTart* / Institut für Kulturpolitik / HWWI 2012 nach TNS Infratest; Schneider 2010; Berechnungen des HWWI

Hinweis: Die Größe der Kreise gibt einen Anhaltspunkt dafür, welche Relationen zwischen den einzelnen Mitarbeitergruppen bestehen. Je dunkler die Farbe der Kreise gewählt wurde, desto stärker ist die öffentliche Hand als Financier engagiert.

Christliche Kirchen

Die Religionsgemeinschaften sind aufgrund verschiedener Aktivitäten für das kulturelle Leben in Deutschland bedeutsam. Die höchsten Mitgliederzahlen verzeichnen dabei die christlichen Kirchen mit gut 50 Millionen Mitglieder/innen. Die Anzahl der Muslime wird bundesweit auf 4 Millionen geschätzt, während die jüdischen Gemeinden rund 100.000 Mitglieder haben (Katholische Kirche in Deutschland 2011a). Da nur für die christlichen Kirchen aussagefähige Zahlen zum kulturellen Engagement vorliegen, beschränkt sich die folgende Analyse auf diese Religionsgemeinschaften.

Die christliche Bindung der Bevölkerung (Anteil Protestanten und Katholiken an der Bevölkerung) lag im Jahr 2009 durchschnittlich bei 60 Prozent, bei einem starken West-Ost- (Saarland 83 %, Sachsen-Anhalt 18 %) und einem deutlichen Süd-Nord-Gefälle (Bayern 76 %, Schleswig-Holstein 59 %, Mecklenburg-Vorpommern 21 %). In den Stadtstaaten (Hamburg 40 %, Berlin 29 %) liegt die christliche Bindung der Bevölkerung weit unter dem Durchschnitt (Kirchenamt

der EKD 2010a). Insgesamt sind die Mitgliederzahlen der Kirchen rückläufig. Von 2005 bis 2008 verlor die evangelische Kirche knapp 4 Prozent und die katholische Kirche 3 Prozent ihrer Mitglieder. Auch sank im gleichen Zeitraum die Anzahl der Gemeinden und Pfarreien um 4 bzw. 6 Prozent (Statistisches Bundesamt 2008, Statistisches Bundesamt 2010e). Dieser Prozess hat sich seit 2008 fortgesetzt.

Kulturelle Aktivitäten, insbesondere im Bereich Musik

Die Kirchen sind nach der öffentlichen Hand, dem Bund, den Ländern und den Gemeinden der größte Kulturträger in Deutschland (Deutscher Kulturrat 2007). Sie unterhalten zahlreiche Museen und Büchereien und tragen mit großem finanziellem Aufwand Sorge für die Pflege und Unterhaltung ihrer großenteils denkmalgeschützten Gebäudebestands (Sekretariat der Deutschen Bischofskonferenz 2007), wovon hinsichtlich des Letzteren u.a. die lokale Bauwirtschaft profitiert. Besonders aktiv sind die Kirchen in der Sparte Musik.

- Im Jahre 2007 gab es in der evangelischen Kirche 17.700 Chöre mit mehr als 362.000 Sänger/innen und Aktiven. Dazu kamen mehr als 6.300 Posaunenchor mit fast 98.100 Musiker/innen und ca. 7.100 sonstige Instrumentalkreise mit 55.200 Aktiven (Kirchenamt der EKD 2010b). Dies schlägt sich auch in entsprechenden Veranstaltungen außerhalb der Gottesdienste nieder. 2007 wurden 67.700 musikalische Veranstaltungen kostenlos oder gegen geringes Entgelt durchgeführt, die von 7,4 Millionen Menschen besucht wurden (Kirchenamt der EKD 2010b).
- Die katholische Kirche ist in einem ähnlichen Umfang engagiert. 400.000 Mitglieder/innen verzeichnet sie 2009 in ihren Chören. Aus Gymnasien und Internaten in kirchlicher Trägerschaft stammen bekannte Chöre wie die Dresdener Kapellknaben oder die Regensburger Domspatzen. Die 2.400 Instrumentalgruppen der katholischen Kirche zählen knapp 24.000 Mitglieder/innen (Katholische Kirche in Deutschland 2011a, 2011b).

Im Bereich Musik sind in beiden Kirchen somit insgesamt fast eine Million Menschen singend, spielend oder dirigierend tätig. Vor allem im ländlichen Raum stellt die Kulturarbeit der Kirchen für die Bewohner/innen eine wichtige Möglichkeit dar, aktiv am kulturellen Leben teilzuhaben. Wenn es darum geht, im Chor zu singen, ein Instrument zu erlernen und zu spielen oder ein anspruchsvolles Konzert zu erleben, sind sie in vielen Teilen Deutschlands die einzigen Träger vor Ort. Dabei sind die Kirchen überwiegend in jenen Gebieten aktiv, in denen ihre Mitglieder ansässig sind.

Bei sinkenden Mitgliederzahlen der Kirchen gab es allein bei den Chorgruppen der katholischen Kirche seit 2002 nennenswerte Einbrüche, die aber zum Teil durch einen Anstieg im instrumentalen Laienmusizieren aufgefangen werden konnten. Das kirchliche Musizieren mit Kindern und Jugendlichen weist hingegen einen deutlichen Aufwärtstrend auf (Deutscher Musikrat 2010).

Einnahmen und Ausgaben für kulturelle Aktivitäten

Mit einer hohen Finanzkraft ausgestattet, sind die christlichen Kirchen in Deutschland ein bedeutender ökonomischer Faktor (Fischer 2008). Wichtigste Finanzierungsquellen der Kirchen sind die Einnahmen aus Kirchensteuern. Hinzu kommen sonstige staatliche Zuwendungen, Erträge aus Verwaltung und Betrieb sowie Kapitalerträge und Erlöse aus Kollekten und Spenden. Die gesamten direkten und indirekten staatlichen Zuwendungen (Einnahmen aus historischen Verträgen, Fördermittel, Zuschüsse, Kostenübernahmen, Ausbildung von Theologen, Religionsunterricht in Schulen) inklusive der Steuerprivilegien (Befreiung von Körperschaftssteuer, Grundsteuer, Kapitalertragssteuer) an die Kirchen werden von Experten für die rein innerkirchlichen Zwecke auf 14 Mrd. bis 20 Mrd. EUR pro Jahr geschätzt. Dabei sind Zuwendungen für öffentliche Sozialeinrichtungen noch nicht berücksichtigt (Schwarz 2005).

Die Einnahmen aus Kirchensteuern beliefen sich bei der Evangelischen Kirche im Jahre 2009 auf insgesamt 4,4 Mrd. EUR einschließlich Kirchgeld. Die katholische Kirche nahm 4,9 Mrd. EUR ein (Statistisches Bundesamt 2010e). Schätzungen gehen davon aus, dass ca. 20 Prozent der Gesamteinnahmen der Kirchen, also ca. 4,7 Mrd. EUR für das Jahr 2009, für die gesamten kulturellen Aktivitäten verwendet werden (Deutscher Bundestag 2007, Institut für kulturelle Infrastruktur Sachsen 2005, Limberg 2007a, Limberg 2007b).

Setzt man die seitens der öffentlichen Hand bereitgestellten Grundmittel für den Kulturbereich in Relation zu den von den Kirchen getragenen Aufwendungen im Kulturbereich, dann zeigt sich, dass auf jeden Euro, den die Gebietskörperschaften 2007 insgesamt für Kultur ausgaben, die Kirchen 55 Cent dazu gelegt haben.

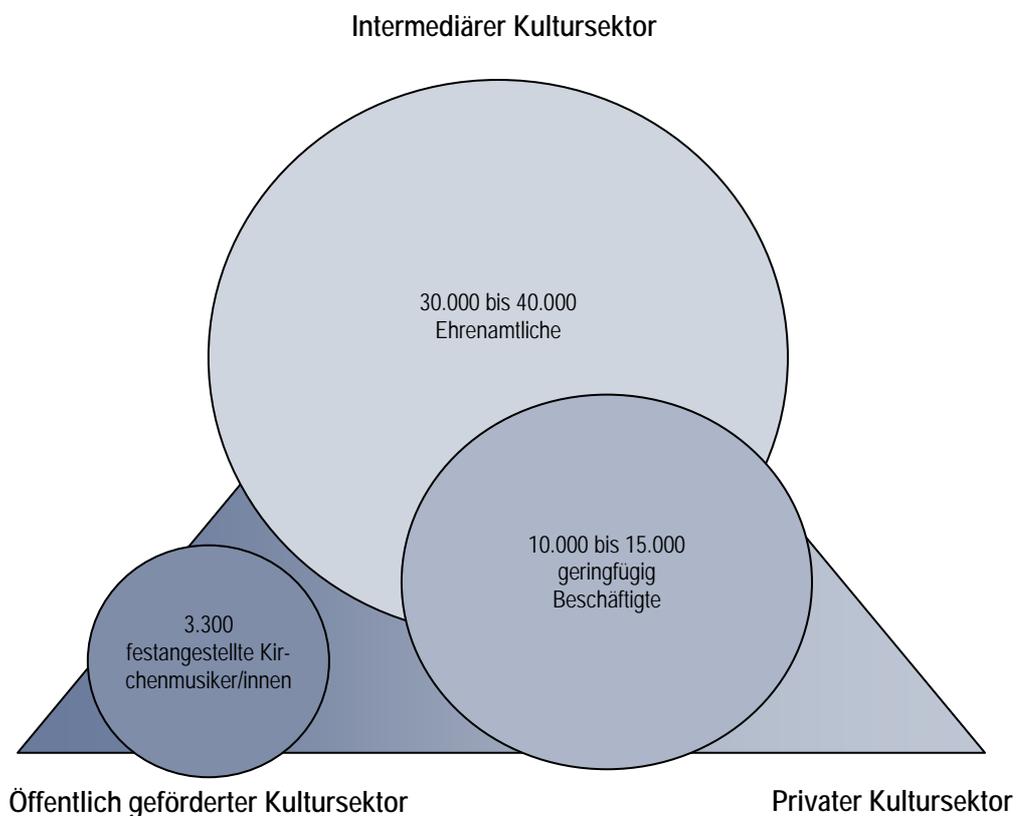
Erwerbstätige und Ehrenamt

Die evangelische Kirche beschäftigte 2007 hauptamtlich etwa 660.000 Menschen, davon zwei Drittel in der Diakonie und etwa 216.000 in der öffentlich-rechtlich verfassten Amtskirche. Die Zahl der Theologen liegt bei 22.000. Auf jeden Mitarbeiter der Amtskirche kamen ca. 5 ehrenamtliche Helfer, also über 1 Mio. Personen, die sich in der Kirche freiwillig und unentgeltlich unter anderem auch im Kulturbereich engagieren (Kirchenamt der EKD 2010b). Die Kirchen beschäftigen dazu hauptamtliche Kirchenmusiker. Deren Ausbildung finanzieren sie an den staatlichen Hochschulen mit (Katholische Kirche in Deutschland 2011b).

- Im Jahre 2009 belief sich die Zahl der bei der evangelischen Kirche angestellten hauptamtlichen Kirchenmusiker auf 1.943 Personen. Das waren gut 6 Prozent weniger als im Jahre 2002. Zudem wurde bei vielen Stellen das Stundenvolumen stark reduziert.
- Bei der katholischen Kirche waren im selben Jahr 1.386 Kirchenmusiker hauptberuflich angestellt, davon über 40 Prozent in Teilzeit. Gegenüber 2002 ist dies ein dramatischer Einbruch in der hauptberuflichen Beschäftigung. Jede dritte hauptberufliche Stelle für Kirchenmusiker/innen wurde in diesem Zeitraum eingespart. Viele der gestrichenen Stellen wurden daraufhin in Beschäftigungsverhältnisse mit einem Beschäftigungsvolumen von un-

ter 50 Prozent (einschließlich 400-Euro-Jobs) umgewandelt, weshalb sich diese Art an Beschäftigungsverhältnissen im gleichen Zeitraum von 3.444 auf 6.291 fast verdoppelt hat (Deutscher Musikrat 2010). Hinzu kommen noch zahlreiche ehrenamtliche Kirchenmusiker/innen. Deren Anzahl belief sich im September 2011 in der katholischen Kirche auf 16.658 (Katholische Kirche in Deutschland 2011a).

Übersicht 3.1.8: Ehrenamt und Erwerbstätigkeit im Bereich Musik bei den christlichen Kirchen Deutschlands im Rahmen der drei Kultursektoren



Quelle: *STADTart* / Institut für Kulturpolitik / HWWI 2012 nach Deutscher Musikrat 2010, Katholische Kirche in Deutschland 2011a, Berechnungen des HWWI

Hinweis: Die Größe der Kreise gibt einen Anhaltspunkt dafür, welche Relationen zwischen den einzelnen Mitarbeitergruppen bestehen. Je dunkler die Farbe der Kreise gewählt wurde, desto stärker ist die öffentliche Hand als Financier engagiert.

Die Kulturleistungen im Bereich Musik werden somit von den beiden Kirchen immer stärker im Ehrenamt und immer seltener von hauptberuflich angestellten Kräften erbracht. Unterstellt man bei der evangelischen Kirche ein ähnliches Engagement im Ehrenamt wie bei der katholischen Kirche, sind im Bereich Kirchenmusik 30.000 bis 40.000 Menschen in Deutschland ehrenamtlich aktiv. Hinzu kommen geschätzte 10.000 bis 15.000 Beschäftigungsverhältnisse⁸ mit einem Beschäftigungsvolumen von unter 50 Prozent. Die Anzahl der hauptberuflich angestellten Kirchenmusiker/innen hat sich in den letzten Jahren deutlich auf 3.300 reduziert. Auch davon ist ein großer Anteil in Teilzeit beschäftigt (Übersicht 3.1.8).

Durch die Veränderung der Beschäftigungsverhältnisse von Vollzeit in Teilzeit, Teilzeit in 400-Euro-Jobs und 400-Euro-Jobs in das Ehrenamt reduziert sich nicht nur die Anzahl der Menschen, die einer bezahlten Tätigkeit im Bereich Musik bei den Kirchen nachgehen, sondern auch deren Einkünfte. Die Mitarbeiter/innen der Kirchen im Bereich Musik sind also verstärkt auf weitere Tätigkeiten in einem der drei Kultursektoren oder auf eine Tätigkeit in einem sonstigen Wirtschaftssektor angewiesen, wenn sie das gleiche Einkommensniveau wie vor der Reduzierung der Arbeitszeit erzielen möchten.

3.2 Eingesetzte Mittel im intermediären Kultursektor

Zentrales Merkmal des intermediären Kultursektors ist das gemeinnützige, zivilgesellschaftliche Engagement von Bürger/innen. Formen dieses Engagements sind das Ehrenamt, Mitgliedsbeiträge für die Tätigkeiten von Vereinen, Geldspenden für kulturelle Belange oder die Gründung von kulturbezogenen Stiftungen sowie entsprechende Spenden bzw. Sponsorengelder von Unternehmen (in Anlehnung an die Zuordnung der Enquete-Kommission „Kultur in Deutschland 2007“). Die dabei bewegten Mittel können zumeist jedoch nur näherungsweise geschätzt werden. Zudem ist eine Aufgliederung in die verschiedenen Kultursparten nicht möglich.

3.2.1 Zeitspenden und Mitgliedsbeiträge für Kulturinstitutionen

Im intermediären Kultursektor haben die Zeitspenden ehrenamtlich tätiger Bürger/innen eine zentrale Bedeutung (Deutscher Bundestag 2002). Kunstvereine, soziokulturelle Zentren und bürgerschaftlich geführte Kulturzentren müssten schließen, Amateurtheatergruppen ihre Arbeit einstellen und kirchliche Chorarbeit könnte nur eingeschränkt stattfinden, wenn es im Kulturbereich keine engagierten Bürger/innen gäbe. Deshalb wird der intermediäre Kultursektor auch seitens des Staates unterstützt. So fördert die öffentliche Hand mit ihren Zuwendungen zur sonstigen Kulturpflege von im Jahr 2007 mehr als 0,9 Mrd. EUR (Statistische Ämter des Bun-

⁸ Da für die evangelische Kirche keine entsprechenden Zahlen vorliegen, wird hier eine ähnliche Beschäftigungsstruktur wie bei der katholischen Kirche unterstellt.

des und der Länder 2010a) nicht nur Kulturinstitutionen, in denen ehrenamtliches Engagement eine große Rolle spielt (z.B. Literaturhäuser, Kinder- und Jugendkulturprojekte, Stadtteilkulturzentren, Kulturaustausch durch Städtepartnerschaften), sondern gewährt den ehrenamtlich Tätigen auch verschiedene Steuervorteile (darunter Übungsleiterpauschale, Freibeträge für Ehrenamtliche (Stiftung Warentest 2008)). Zudem werden nicht selten öffentliche oder kirchliche Räume für ehrenamtliches Engagement kostenlos oder gegen eine geringe Nutzungsgebühr zur Verfügung gestellt.

Nach dem Freiwilligen-Survey (Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend 2010) lässt sich das bürgerliche Engagement für Kultur quantitativ folgendermaßen fassen:

- Rund 18 Prozent der Bevölkerung ab 14 Jahren, also fast 13 Millionen Menschen (Statistisches Bundesamt 2010e), unterstützten 2009 aktiv Kunst, Kultur und Musik in Vereinen, Organisationen, Gruppen oder öffentlichen Einrichtungen des intermediären Sektors;
- Längerfristige Aufgaben, Arbeiten oder Funktionen in diesem Bereich übernahmen 5,2 Prozent der Bevölkerung (3,7 Mio. Personen) ab 14 Jahren;
- Keinerlei Vergütung für ihr Engagement erhielten 80 Prozent der freiwillig Tätigen;
- Die Freiwilligen im Bereich Kunst, Kultur und Musik investierten in ihre wichtigste Tätigkeit im Durchschnitt 16 Stunden pro Monat;
- Die Organisation und die Durchführung von Veranstaltungen waren im Bereich Kultur, Kunst und Musik bei 81 Prozent der Engagierten die wichtigste Tätigkeit.

Danach sind rund 3 Millionen Bürger/innen im Durchschnitt 16 Stunden pro Monat unentgeltlich im Kulturbereich tätig. Dies sind insgesamt pro Jahr etwa 575 Millionen Stunden, die in Deutschland ehrenamtlich als Zeitspenden in den Kulturbereich eingehen. In diese vorsichtige Schätzung wurden nur Tätigkeiten einbezogen, die in dem Freiwilligen-Survey ausdrücklich Kultur, Kunst und Musik zugeordnet wurden. Kulturelles Engagement, das in den Aktivitätsfeldern Religion/Kirche sowie Jugendarbeit/Bildung stattfindet, wurde nicht berücksichtigt.

Würden sowohl die unentgeltlich geleisteten Stunden als auch die Stunden, für die die Ehrenamtlichen eine Aufwandsentschädigung erhalten, mit je 12 EUR pro Stunde vergütet werden, ergäbe dies einen Betrag in Höhe von 8,5 Mrd. EUR. Diese Summe entspräche dem Beitrag aller im Kulturbereich eingesetzten Grundmittel der drei Gebietskörperschaften. Bei einem Stundensatz von 7,50 EUR belief sich der Geldwert auf 5,3 Mrd. EUR. Würde der durchschnittliche Verdienst je Arbeitnehmerstunde bei öffentlichen und privaten Dienstleistern in 2009 von 18,14 EUR (Statistisches Bundesamt 2010f) der Berechnung zu Grunde gelegt werden, stiege das Zeitspendevolumen auf einen Betrag von knapp 12,9 Mrd. EUR.

Mitgliedsbeiträge für Kulturinstitutionen des intermediären Sektors

Im Jahre 2007 flossen 7,35 Mrd. EUR Mitgliedsbeiträge an die Organisationen ohne Erwerbszweck (Deutsches Zentralinstitut für soziale Fragen 2010). Für die im Bereich Kunst, Kultur und Musik angesiedelten Kultureinrichtungen des intermediären Sektors ist grob geschätzt bundesweit von 0,8 Mrd. EUR an Mitgliedsbeiträgen auszugehen⁹. Diese Zuwendungen stehen den Einrichtungen für die Bezahlung ihrer Mitarbeiter/innen oder für die Begleichung sonstiger Sachkosten zur Verfügung.

3.2.2 Geldspenden, Stiftungen und Sponsoring

Geldspenden

Neben den Mitgliedsbeiträgen für die im Bereich Kunst, Kultur und Musik angesiedelten Kultureinrichtungen erhält der intermediäre Kultursektor für kulturelle Belange und Projekte auch Geldspenden von privater Seite. Diese Form der mäzenatischen Unterstützung (im Unterschied zum Sponsoring - siehe unten) wird, wie das Ehrenamt, vom Staat steuerlich begünstigt. Über das Spendenverhalten und das Spendevolumen gibt es in Deutschland eine Reihe an Untersuchungen. Dabei wird entweder auf die amtliche Statistik bzw. Umfrageergebnisse oder auf Datenbanken gemeinnütziger Organisationen zurückgegriffen (Priller, Sommerfeld 2009; Deutsches Zentralinstitut für soziale Fragen 2010). In der Gesamtheit weisen entsprechende Erhebungen jedoch erhebliche Lücken auf und die Ergebnisse weichen stark voneinander ab. Somit fehlen nicht nur gesicherte Angaben zur Gesamtsumme der privaten Spenden, sondern auch hinsichtlich der verschiedenen Verwendungszwecke. Zur Abschätzung der Höhe der Geldspenden für kulturelle Zwecke muss daher auf verschiedene Datenquellen, die Angaben zum Verwendungszweck der privaten Spenden enthalten, zurückgegriffen werden. Dennoch erlaubt auch dieses Vorgehen nur eine Annäherung an das gesamte Spendenvolumen, da eine Erfassung von Sachspenden, wie etwa die Übereignung von Kunstwerken, nicht möglich ist (Deutscher Bundestag 2007).

- Laut Spendenmonitor spendeten im Jahr 2009 39 Prozent der deutschen Bevölkerung über 14 Jahre im Durchschnitt je 115 EUR im Jahr (TNs infratest 2009). In der Summe ergibt dies ca. 3,2 Mrd. EUR an privaten Spendengeldern (Statistisches Bundesamt 2010e). Der Anteil der Spenden, der auf den Verwendungszweck „Kunst/Kultur“ entfiel, wurde nach 3 Prozent in 2007 und 2 Prozent in 2008 mit 1 Prozent in 2009 angegeben. Demnach beliefen sich die Geldspenden für kulturelle Zwecke aus dem privaten Bereich in 2009 auf eine Summe zwischen ca. 19 und 45 Mio. EUR.

⁹ 89,40 Euro fließen pro Einwohner an Mitgliedsbeiträgen an Organisationen ohne Erwerbscharakter. Jedoch zahlen nur 70 Prozent der Bevölkerung, die im Durchschnitt jedoch in 2,4 Bereichen aktiv sind, Beiträge. Rechnerisch verbliebe bei Gleichverteilung der Beiträge pro Bereich ein Beitrag von 53,20 Euro pro Einwohner und Aktivitätsbereich. Die o.g. Schätzung basiert dabei auf der Annahme, dass die Nutzungsprofile der unter 14-jährigen denen der sonstigen Bevölkerung entsprechen.

- Der GfK Charity Scope ermittelte hingegen für 2009 ein deutlich geringeres privates Spendenvolumen von ca. 2,1 Mrd. EUR, von denen nach Angaben der Spender 5 Prozent, also ca. 95 Mio. bis 115 Mio. EUR auf Kultur und Denkmalpflege entfielen (GfK Compact 2010).

Im Mittel gehen beide Schätzungen also von einem Geldspendenvolumen von Privaten für kulturelle Zwecke von knapp 70 Mio. EUR aus.

Das Spendenvolumen von Unternehmen liegt höher als das der Privaten. Es wird im Schlussbericht der Enquete Kommission „Kultur in Deutschland“ für das Jahr 2006 mit 111 Mio. bis 188 Mio. EUR für die Bundesrepublik angegeben, wobei von einem zukünftigen Wachstum ausgegangen wird (Deutscher Bundestag 2007).

Stiftungen

In den letzten Jahren hat die Anzahl an Stiftungen zugenommen. Dabei wird eine Vermögensmasse in Verbindung mit anderen Einnahmequellen auf Dauer einem bestimmten, meist gemeinnützigen Zweck gewidmet¹⁰. Im Kulturbereich fördern Stiftungen häufig Pilotprojekte und agieren oft als Unterstützer von Innovationen und Financiers von Nischenprojekten. Sie vergeben Stipendien an Talente und verleihen Preise und Preisgelder für außerordentliche Leistungen. Es gibt auch Stiftungen, die sich langfristig engagieren, indem sie den Betrieb einzelner Kultureinrichtungen dauerhaft im gesellschaftlichen Interesse unterstützen oder sogar selbständig übernehmen (z.B. die ZEIT-Stiftung das Bucerius Kunst Forum in Hamburg). Die Förderungsschwerpunkte der Stiftungen hängen dabei stark von den Neigungen der Stifter/innen ab und folgen anderen Vergabekriterien als dies im öffentlich geförderten Kultursektor der Fall ist.

Stiftungen existieren in vielfältigen Rechtsformen. Über die genaue Anzahl der Stiftungen in Deutschland können keine Aussagen getroffen werden, da insbesondere die Anzahl an Treuhandstiftungen nicht bekannt ist. Beziffert werden kann jedoch die Zahl der rechtsfähigen Stiftungen bürgerlichen Rechts, die die vorherrschende Rechtsform in Deutschland darstellt und der staatlichen Stiftungsaufsicht untersteht (Bundesverband Deutscher Stiftungen 2008). Danach gibt es 17.400 selbstständige Stiftungen bürgerlichen Rechts (Bundesverband Deutscher Stiftungen 2009). Die Mehrheit von ihnen setzt sich für die Förderung bürgerlichen Engagements ein, am häufigsten in dem Bereich „Soziales“, gefolgt von „Bildung und Erziehung“ und „Kunst und Kultur“ (Bundesverband Deutscher Stiftungen 2010). Für das Jahre 2007 haben 14,7 Prozent der Stiftungen „Kunst und Kultur“ als Hauptgruppe ihres Stiftungszweckes angegeben¹¹. Zu etwas höheren Anteilen kommt eine repräsentative Onlinebefragung des Bundesverbandes Deutscher Stiftungen im Jahre 2010. Danach liegt der Anteil der Stiftungen, die frei-

¹⁰ 7 Prozent ihrer Einnahmen generieren Stiftungen im Durchschnitt aus Spenden, 13 Prozent aus der öffentlichen Förderung und 45 Prozent aus der Vermögensverwaltung. Aufgrund dieser differenzierten Einnahmesituation können die Gesamtausgaben der Stiftungen nicht anhand einer durchschnittlichen Verzinsung des Gesamtvermögens berechnet werden (Bundesverband Deutscher Stiftungen 2008).

¹¹ Hierbei handelt es sich um einen gewichteten Wert. Bei Stiftungen, die mehrere Stiftungszwecke verfolgen, werden die Anteile gleichmäßig, also zu gleichen Anteilen auf die verschiedenen Stiftungszwecke verteilt (Summe bei jeder Stiftung = 1) (Bundesverband Deutscher Stiftungen 2008)

williges bzw. bürgerschaftliches Engagement im Bereich Kunst und Kultur fördern, bei 18,4 Prozent. Eine Auswertung des Stiftungsbestandes im gleichen Jahr ergab eine (gewichtete) Quote von 15,1 Prozent (Bundesverband Deutscher Stiftungen 2010).

Für das Jahr 2007 lagen von knapp 30 Prozent aller Stiftungen in Deutschland Angaben über die Gesamtausgaben und die Stiftungszwecke vor. Hinsichtlich der getätigten Ausgaben für Kunst und Kultur (wobei nach Angaben des Bundesverbandes Deutscher Stiftungen 2010 ca. 23 Prozent der Gesamtausgaben nicht für den Stiftungszweck verwendet werden) zeigt sich dabei folgende Größenklassenstruktur¹² (Übersicht 3.2.1):

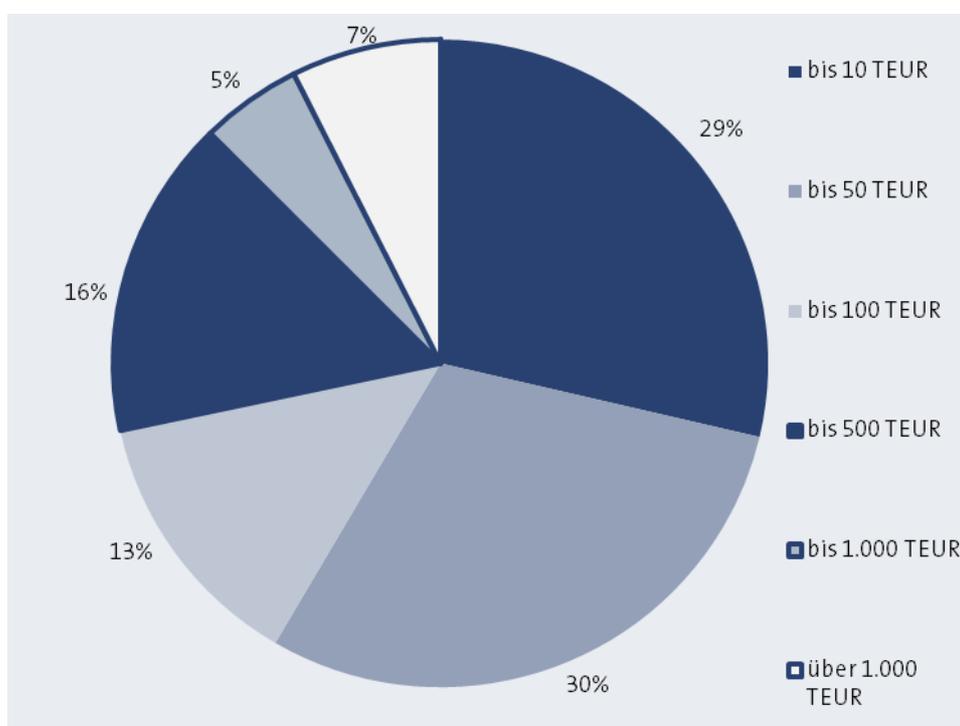
- Knapp 30 Prozent der Stiftungen haben eigenen Angaben zufolge ihr Anliegen mit jährlichen Gesamtausgaben von bis zu 10.000 EUR gefördert.
- Weitere 30 Prozent sind in dem Fördersegment bis 50.000 EUR anzusiedeln.
- Nur bei 7 Prozent der Stiftungen überschreiten die Ausgaben für diesen Bereich die Millionenmarke.
- Jährlich mehr als 10 Mio. EUR geben 1,3 Prozent der auskunftsbereiten Stiftungen für Kunst und Kultur aus.

Unter der Annahme, dass in den angegebenen Größenklassen die Ausgaben aller Stiftungen, die den Stiftungszweck Kunst und Kultur verfolgen, bis 1 Mio. EUR Ausgaben jährlich normal- bzw. gleichmäßig verteilt sind, die Stiftungen mit Ausgaben zwischen 1 Mio. EUR und 10 Mio. EUR im Mittel 4 Mio. EUR und die mit Ausgaben von mehr als 10 Mio. Ausgaben im Durchschnitt 15 Mio. EUR verausgaben, lässt sich hieraus ein durchschnittliches Ausgabenvolumen pro Stiftung für den Bereich Kunst und Kultur in Höhe von 529.000 EUR errechnen. Entspräche die Verteilung auf die verschiedenen Größenklassen bei den nicht auskunftsbereiten Stiftungen denen der auskunftsbereiten Stiftungen (30 % der Stiftungen), summierte sich das Stiftungsvolumen, das von rechtsfähigen Stiftungen des bürgerlichen Rechts 2008 unter den oben genannten Annahmen zweckgebunden in den Bereich Kunst/Kultur/Denkmalpflege fließen würde, auf einen geschätzten Betrag zwischen 1,35 Mrd. und 1,69 Mrd. EUR (bei 14,7 % bis 18,4 % der 17.400 Stiftungen mit je 529.000 EUR).

Dabei ist anzumerken, dass die öffentliche Hand Stiftungen fördert, in dem sie Vermögensgegenstände, die einer Stiftung zufließen, von der Erbschaft- und Schenkungssteuer freistellt und Zuwendungen zu Stiftungen in verschiedener Weise steuerlich geltend gemacht werden können. Durch den Verzicht auf Steuereinnahmen ist also die öffentliche Hand indirekt an den Beiträgen der Stiftungen beteiligt (Plan Stiftungszentrum 2011).

¹² Bei Stiftungen, die mehrere Stiftungszwecke verfolgen, wurden die Gesamtausgaben gleichmäßig auf die verschiedenen Stiftungszwecke verteilt (Gewichtung nach Stiftungszweck).

Übersicht 3.2.1: Gesamtausgaben von Stiftungen mit dem Stiftungszweck Kunst und Kultur für das Jahr 2007 nach Größenklassen



Quelle: STADTart / Institut für Kulturpolitik / HWWI 2012 nach Bundesverband Deutscher Stiftungen 2008

Sponsoring

Eine andere Form der Unterstützung von Kultur durch Private ist das Kultursponsoring, das sowohl privatwirtschaftlich als auch zivilgesellschaftlich motiviert ist, und demnach nicht eindeutig dem intermediären Kultursektor zugeordnet werden kann. Das Forschungsgutachten folgt dennoch der Praxis der Enquete-Kommission „Kultur in Deutschland“ (Deutscher Bundestag 2007) und gliedert das Sponsoring ebenfalls in den intermediären Sektor ein.

Im Unterschied zum Ehrenamt, zu Stiftungen und zur mäzenatischen Förderung ist Kultursponsoring ein Geschäft auf Gegenseitigkeit, das auf Leistung und Gegenleistung beruht und für beide Seiten von Nutzen ist. Kulturschaffende, Initiativen etc. versetzt der Sponsorvertrag in die Lage, ein Projekt durchzuführen, während er für den Sponsor die Möglichkeit bietet, unternehmensbezogene Ziele in seiner Kommunikationspolitik zu verfolgen. Für viele Unternehmen ist Sponsoring zu einem wichtigen Bestandteil ihrer Kommunikations- und Marketingstrategie geworden. Auch wird Sponsoring steuerlich begünstigt, da die Aufwendungen als Betriebsausgaben absetzbar sind (Frucht, v. Reden 2009; Bruhn 2010).

Laut der Studie SPONSOR VISIONS 2010, die auf Auswertungen von 209 Interviews mit Sponsoring-Experten aus führenden deutschen Unternehmen und Agenturen im Jahr 2009 basiert, wurden 4,2 Mrd. EUR für Sponsoring ausgegeben, wovon 0,3 Mrd. EUR auf das Kultursponsoring entfielen. Zu ähnlichen Ergebnissen kommt auch der Arbeitskreis Kultursponsoring (AKS) beim Bundesverband der Deutschen Industrie (BDI), der aktuell von einem jährlichen Sponsoringvolumen im Kulturbereich von 0,35 Mrd. EUR ausgeht (Kulturkreis der Deutschen Wirtschaft 2011). Andere Untersuchungen kommen zu ähnlichen Ergebnissen (0,4 Mrd. EUR; Bruhn 2010). Die Enquete-Kommission „Kultur in Deutschland“ spricht für das Jahr 2006 von einem Betrag, der zwischen 0,3 Mrd. und 0,4 Mrd. EUR liegt (Deutscher Bundestag 2007). Erweitert man den Kulturbegriff und berücksichtigt neben dem reinen Kultursponsoring auch das Mediensponsoring¹³, das weit umfangreicher als das Kultursponsoring ist, dann liegt das Sponsoringvolumen nach der Enquete-Kommission für 2006 bei 1,4 Mrd. EUR. Andere Studien kommen für 2009 auf 1,2 Mrd. EUR (Sponsor Visions 2010).

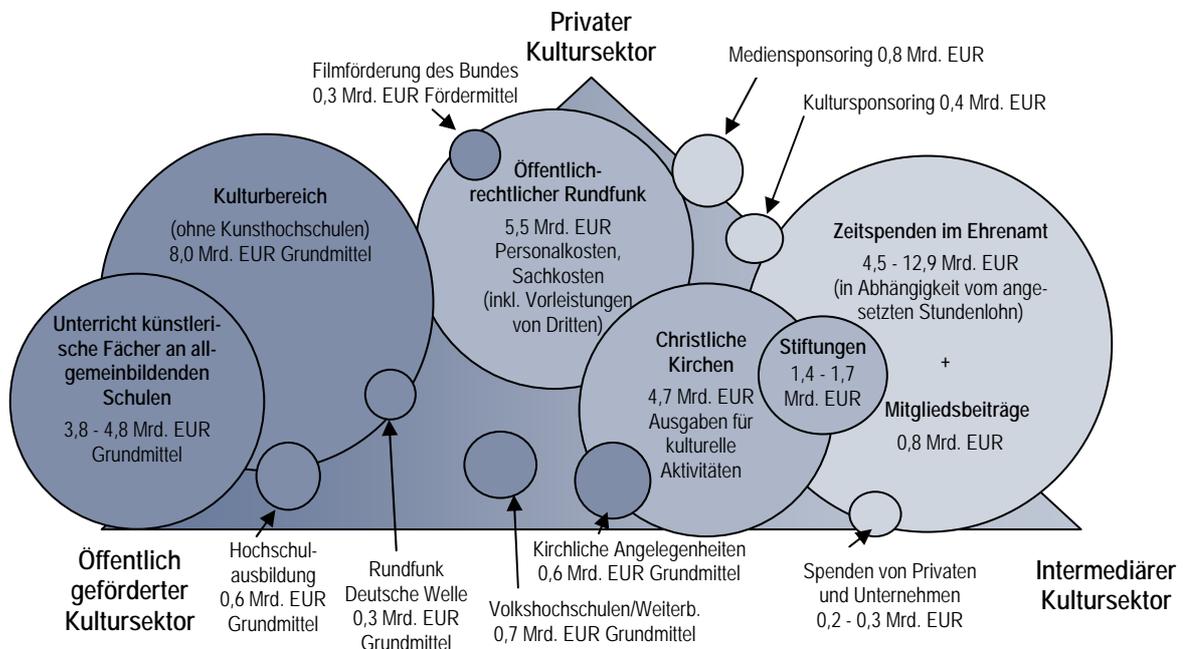
3.3 Übersicht der eingesetzten Mittel im öffentlichen und intermediären Kultursektor

Bei der Analyse zur quantitativen Bedeutung der drei Kultursektoren ist zu berücksichtigen, dass eine zusammenfassende Darstellung nur unter Vorbehalt möglich ist, da die berechneten Finanzvolumen der Kultursektoren aus unterschiedlichsten Quellen zusammengestellt worden sind (Einleitung Kapitel 3). Jedoch liefert eine solche grobe Zusammenschau (ohne Aufgliederung in einzelne Sparten etc.) Anhaltspunkte dafür, welche Relationen zwischen den bewegten Mitteln im öffentlichen geförderten Kultursektor und im intermediären Kultursektor bestehen (Übersicht 3.3.1). Dabei wird vor allem Folgendes deutlich:

- Der öffentlich geförderte Kultursektor nimmt mit den Aufwendungen des Bundes, der Länder und der Gemeinden für kulturelle Zwecke sowie dem Unterricht in künstlerischen Fächern an allgemeinbildenden Schulen einen zentralen Stellenwert ein.
- Auch der öffentlich-rechtliche Rundfunk und die christlichen Kirchen sind in diesem „Mengengerüst“ von nicht zu unterschätzender Bedeutung, wobei der öffentlich-rechtliche Rundfunk ausgeprägte Bezüge zum Kultursektor der Kultur- und Kreativwirtschaft aufweist.
- Die Zeitspenden im Ehrenamt sind im intermediären Kultursektor im Vergleich zum Aufkommen durch Spenden, Stiftungen und Sponsoring von zentraler Bedeutung und erzielen je nach angesetztem Stundenlohn auch in Bezug zu den Aufwendungen für den öffentlich geförderten Kulturbereich eine nennenswerte Größenordnung.

¹³ Kunst- und Kultursponsoring bezeichnet das Engagement von Firmen in den Bereichen bildende Kunst, Musik, Literatur, Theater, Design und Film. Beim Mediensponsoring unterstützen Firmen Fernsehübertragungen, Sendungen im Hörfunk oder die Berichterstattung in Zeitungen. Dafür wird der Sponsor mit seinem Logo oder einem Texthinweis im direkten Umfeld der gesponserten Sendung gewürdigt oder vor und nach Werbepausen eingeblendet. Mediensponsoring umfasst auch die Bereiche Kino, Internet, Handy, Smartphone.

Übersicht 3.3.1: Eingesetzte Mittel im Kultur- und Kulturnahen Bereich im öffentlich geförderten Kultursektor und im intermediären Sektor¹⁴



Quelle: STADTart / Institut für Kulturpolitik / HWWI 2012 nach Daten aus Kapitel 3.1. und 3.2

3.4 Umsätze im privaten Kultursektor

Die Träger des privaten Kultursektors (Kultur- und Kreativwirtschaft) sind Selbstständige und Unternehmen, die erwerbswirtschaftlich zur Vorbereitung, Produktion und Distribution von „Kultur“ Produkte und Dienstleistungen erbringen. Die Analyse der von diesen Betrieben bzw. Selbstständigen erzielten Umsätze auf der Basis der Umsatzsteuerstatistik (Erfassungsgrenze mindestens 17.500 €) erfolgte für das Jahr 2008 auf der Grundlage des „Leitfadens“ zur Erfassung der Querschnittsbranche (Söndermann 2009), die Einordnung der Teilmärkte zur Kultur- und Kreativwirtschaft erfolgt nach dem Monitoring zu den wirtschaftlichen Eckdaten 2009 (Söndermann 2010). Die Analyse kommt zu folgenden Ergebnissen (Übersicht 3.4.1):

¹⁴ Die Farbe der Kreise zeigt, wie hoch der Anteil der Finanzierung durch allgemeine Steuermittel ist, wie stark sich die öffentliche Hand also bei den einzelnen Feldern als Financier engagiert. So sind die Grundmittel, die die effektive gesamte Belastung des Steuerzahlers durch die Bereitstellung des Angebots der öffentlichen Hand darstellen, dunkel eingezeichnet. Das Ehrenamt hingegen wird durch die öffentliche Hand zu einem geringen Teil, und zwar im Wesentlichen durch Gewährung von Steuervergünstigungen, gefördert. Diese Anerkennung des ehrenamtlichen Engagements führt zwar zu geminderten Steuereinnahmen der öffentlichen Hand. Diese spielen jedoch für die Finanzierung der Tätigkeiten im intermediären Sektor nur eine untergeordnete Rolle und werden daher in einer hellen Farbe dargestellt.

Übersicht 3.4.1: Umsätze im privaten Kultursektor in Deutschland nach Teilmärkten 2003 und 2008

	2003	Anteil an der Kultur und Kreativwirtschaft	2008	Anteil an der Kultur und Kreativwirtschaft	Veränderung 2003-2008
	in Mrd. EUR	in %	in Mrd. EUR	in %	in %
Kulturwirtschaft	86,3	67,2	97,4	63,2	11,4
Musikwirtschaft	4,2	3,3	5,6	3,6	25,1
Buchmarkt	14,0	10,9	14,4	9,4	3,0
Kunstmarkt	1,5	1,2	1,9	1,3	23,4
Filmwirtschaft	7,9	6,1	7,3	4,7	-8,0
Rundfunkwirtschaft	8,6	6,7	10,1	6,5	14,8
Markt f. Darstellende Kunst	3,2	2,5	4,5	3,0	29,8
Designwirtschaft	10,9	8,5	16,0	10,4	32,1
Architekturmarkt	7,1	5,5	8,0	5,2	11,8
Pressemarkt	27,9	21,7	28,1	18,2	0,7
Sonstiges	1,2	0,9	1,4	0,9	18,7
Kreativwirtschaft	42,1	32,8	56,7	36,8	25,7
Werbemarkt	22,8	17,8	27,2	17,6	16,0
Software-/Games-Industrie	19,3	15,0	29,5	19,2	34,7
Kultur- und Kreativwirtschaft gesamt					
Mit Doppelzählungen	128,4		154,1		16,7
Doppelte Wirtschaftszweige ¹	12,1		17,9		32,3
Ohne Doppelzählungen	116,3		136,2		14,6
Anteil an der Gesamtwirtschaft (ohne Doppelzählungen) in %	2,7		2,5		

Quelle: *STADTart* / Institut für Kulturpolitik / HWWI 2012 nach Statistischem Bundesamt (2011); Berechnungen HWWI nach Leitfaden zur Erstellung einer statistischen Datengrundlage für die Kulturwirtschaft; Gliederung nach Monitoring zu wirtschaftlichen Eckdaten der Kultur- und Kreativwirtschaft; ¹Teilmarkt mit Wirtschaftszweigen, die mehreren Teilmärkten zugeordnet sind

- Die Kultur- und Kreativwirtschaft erzielte 2008 in Deutschland insgesamt Umsätze in Höhe von 136,2 Mrd. EUR. Dies entspricht 2,5 Prozent des Umsatzes der Gesamtwirtschaft. Neben den großen deutschen Industriezweigen wie der chemischen Industrie, der Automobilindustrie und der Informations- und Kommunikationstechnologie zählt die Kultur- und Kreativwirtschaft damit zu den bedeutendsten Wirtschaftszweigen in Deutschland (Söndermann 2010).
- Gemessen am Umsatzvolumen haben die zwei Kreativbranchen Software-/Games-Industrie (29,5 Mrd. EUR) und Werbemarkt (27,2 Mrd. EUR) die größte Bedeutung. Diese zwei Teilmärkte machen zusammen 36,8 Prozent des Gesamtumsatzes der Kultur- und Kreativwirtschaft aus. Die größte relative und absolute positive Umsatzentwicklung weist seit

dem Jahr 2003 die Kreativbranche Software-/Games-Industrie auf (+34,7 %), u.a. aufgrund einer verstärkten Nachfrage nach Softwarelösungen, Anwendungen im Socialmedia-Bereich, aber auch angesichts neuer Entwicklungen im Bereich des Edutainments.

- In der Kulturwirtschaft haben die Teilmärkte Pressemarkt mit 28,1 Mrd. EUR, Designwirtschaft mit 16,0 Mrd. EUR und der Buchmarkt mit 14,4 Mrd. EUR die größten Umsätze zu verzeichnen.
- Das Wachstum in der Kulturwirtschaft (+11,4 %) verlief zwischen 2003 und 2008 auf einem niedrigerem Niveau als in der Kreativwirtschaft (+25,7 %). Vor allem die Teilmärkte Designwirtschaft und Musikwirtschaft erzielten wesentlich höhere Umsätze im Jahr 2008 gegenüber 2003 (+32,1 % in der Designwirtschaft und +25,1 % in der Musikwirtschaft).
- Aber auch die anderen Teilmärkte der Kulturwirtschaft, wie der Kunstmarkt und der Markt für Darstellende Künste, verzeichneten Umsatzzuwächse. In diesen beiden Teilmärkten war das Umsatzniveau im Jahr 2003 jeweils allerdings relativ niedrig, sodass kleinere Veränderungen im absoluten Umsatz bereits zu größeren relativen Veränderungen führten.

3.5 Erwerbstätigkeit in den drei Kultursektoren

Die Erwerbstätigkeit in den drei Kultursektoren unterscheidet sich zwischen den einzelnen Sparten bzw. Teilmärkten teils erheblich. Dies haben im Ansatz auch die Auswertungen der eingesetzten Finanzmittel und der erzielten Umsätze für die drei Kultursektoren gezeigt. Dabei wird die Erwerbstätigkeit auf der Grundlage der amtliche Statistik erfasst und geschätzt.

Abschätzung der Erwerbstätigkeit im öffentlichen und intermediären Kultursektor

Die Abschätzung erfolgt auf der Basis der Umsatzsteuerstatistik, die Auskunft über die Anzahl der steuerpflichtigen Unternehmen bzw. Selbstständigen mit einem Umsatz von mehr als 17.500 EUR gibt. Zudem werden Daten der Bundesagentur für Arbeit (BA) zur sozialversicherungspflichtigen und geringfügigen Beschäftigung sowie zu im Nebenjob Beschäftigten hinzugezogen. Die Daten werden nach einem vorliegenden Leitfaden aufgeteilt (Söndermann 2009). Dabei wird der Anteil der Erwerbstätigkeit im privaten sowie im öffentlich geförderten Kultursektor geschätzt und hiernach die Erwerbstätigen nach den einzelnen Teilmärkten und den Kultursektoren verteilt. Hierbei ist zu berücksichtigen, dass nur die Angestellten des öffentlichen Dienstes, nicht aber die Beamten in der BA-Statistik aufgeführt werden. Deshalb können mit dieser Vorgehensweise die Erwerbstätigen im öffentlichen Sektor nicht vollständig erfasst und geschätzt werden. Hingegen werden Erwerbstätige des intermediären Kultursektors, die beispielsweise als Angestellte von Vereinen oder Stiftungen arbeiten, statistisch erfasst, jedoch können diese Erwerbstätigen nicht gesondert aufgeführt werden. Hintergrund dafür ist, dass es im Leitfaden keine einzelnen Schätzwerte zum intermediären Kultursektor gibt, sondern nur ei-

Übersicht 3.5.1: Erwerbstätige in den drei Kultursektoren in Deutschland nach Sparten und Teilmärkten 2008¹,

	Öffentlicher/ intermediärer Kultursektor	Privater Kultur- sektor	Drei Kultursek- toren insgesamt	Anteil des öffentlichen/ intermediären Kultursektors an der Kultur und Kreativ- wirtschaft in %
Kulturwirtschaft	181.175	862.086	1.043.261	17,4
Musikwirtschaft ²	33.994	45.126	79.120	42,8
Buchmarkt	-	99.156	99.156	0
Kunstmarkt	38.850	19.440	58.290	66,6
Filmwirtschaft ²	-	78.552	78.552	0
Rundfunkwirtschaft ²	42.275	44.754	87.029	48,6
Markt f. Darstellende Kunst ²	45.968	54.457	100.424	45,8
Designwirtschaft	-	174.764	174.764	0
Architekturmarkt	-	122.282	122.282	0
Pressemarkt ²	-	199.731	199.731	0
Sonstiges	20.088	23.825	43.913	45,7
Kreativwirtschaft	-	635.209	635.209	0
Werbemarkt ²	-	256.044	256.044	0
Software-/Games-Industrie	-	379.165	379.165	0
Kultur- und Kreativwirtschaft gesamt				
Mit Doppelzählungen	181.175	1.497.295	1.678.470	10,8
Doppelte Wirtschaftszweige ²	33.994	194.678	228.672	14,9
Ohne Doppelzählungen	147.181	1.302.617	1.449.798	10,2
Anteil an der Gesamtwirtschaft (ohne Doppelzählungen) in %	0,4	3,4	3,8	

Quelle: *STADTart* / Institut für Kulturpolitik / HWWI 2012 nach Statistischem Bundesamt (2011); Bundesagentur für Arbeit (2010); Berechnungen HWWI nach Leitfaden zur Erstellung einer statistischen Datengrundlage für die Kulturwirtschaft; Gliederung nach Monitoring zu wirtschaftlichen Eckdaten der Kultur- und Kreativwirtschaft. ¹Erwerbstätige ohne Beamte, Selbstständige und Unternehmen mit weniger als 17.500 EUR Umsatz; ²Teilmärkte mit Wirtschaftszweigen, die mehreren Teilmärkten zugeordnet sind

ne Aufteilung nach privatem und öffentlich geförderten Kultursektor. Gegenüber dem Monitoring zu den wirtschaftlichen Eckdaten der Kultur- und Kreativwirtschaft 2009 kommt die vorliegende Erwerbstätigenrechnung zu folgenden Ergebnissen (ohne Unterscheidung zwischen dem öffentlich geförderten und intermediären Kultursektor, Übersicht 3.5.1):

- Von den insgesamt 37,7 Mio. Erwerbstätigen in der Gesamtwirtschaft sind 3,8 Prozent, etwa 1,7 Mio. Erwerbstätige, in den drei Kultursektoren, also im öffentlich geförderten Kultursektor, im intermediären Kultursektor und in der Kultur- und Kreativwirtschaft tätig (ohne Doppelzählungen etwas mehr als 1,4 Mio. Erwerbstätige).

- Etwa 90 Prozent dieser Erwerbstätigen sind im privaten Sektor angesiedelt (ohne Doppelzählungen). Bei alleiniger Betrachtung jener Kultursparten und unter Ausblendung derjenigen, die zur Kulturwirtschaft gezählt werden, erhöht sich der Anteil der Erwerbstätigen im öffentlich geförderten und intermediären Kultursektor an allen Kultursektoren auf einen Anteil von 17,4 Prozent.
- In einigen Kultursparten liegen die Beschäftigtenzahlen für den öffentlich geförderten und intermediären Kultursektor zwischen rund 20.000 Personen (Sonstiges) und 46.000 Personen (Darstellende Kunst). Keine entsprechenden Anteile verzeichnen nach dieser Auswertung die beiden Teilmärkte der Kreativwirtschaft.
- Besonders hohe Anteile des öffentlich geförderten und intermediären Kultursektors an den Erwerbstätigen haben die Sparten Kunst (67 %), Rundfunk (49 %), Darstellende Kunst (46 %), Sonstiges (46 %) sowie Musik (43 %). In diesen Sparten steht durchschnittlich etwa ein Beschäftigter des öffentlich geförderten und intermediären Kultursektors einem Beschäftigten im privatwirtschaftlichen Sektor gegenüber.

Die Gründe für die unterschiedlich hohen Anteile des öffentlich geförderten und intermediären Kultursektors bei den Erwerbstätigen in den einzelnen Sparten sind vielfältig und variieren von Sparte zu Sparte. In der Sparte/Teilmarkt Kunst ist dieser Anteil u.a. durch die in der Statistik berücksichtigten Museen bedingt. Auf etwa sieben Erwerbstätige im der öffentlichen und intermediären Sektor kommen drei Beschäftigte im privaten Sektor. In der Sparte/Teilmarkt Rundfunk ergibt sich der hohe Anteil bei den Erwerbstätigen in den beiden nicht erwerbswirtschaftlichen Kultursektoren (rund 42.000 Personen) aufgrund der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten (Kapitel 3.1.3). In der Sparte „Sonstiges“ sind vor allem Erwerbstätige in den Bibliotheken, in den Betrieben von Denkmalstätten und botanischen Gärten sowie Parks erfasst.

Struktur der Erwerbstätigkeit im privaten Kultursektor

Die Erwerbstätigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft setzen sich aus den sozialversicherungspflichtig und geringfügig entlohnten Beschäftigten (ausschließlich im Nebenjob) sowie Selbstständigen (hier nur Unternehmen mit einem Umsatz von mehr als 17.500 EUR) zusammen. Insgesamt gab es im Jahre 2008 in der Kultur- und Kreativwirtschaft etwa 1,3 Millionen Erwerbstätige. Etwa 635.000 Personen können davon den kreativwirtschaftlichen Teilmärkten zugeordnet werden, was etwa 42 Prozent der Erwerbstätigen der Querschnittsbranche entspricht. Von zentraler Bedeutung ist dabei der Teilmarkt Software-/Games-Industrie mit 379.000 Erwerbstätigen, gefolgt vom Werbemarkt mit 256.000 Erwerbstätigen. In den kulturwirtschaftlichen Teilmärkten ragen vor allem die Designwirtschaft, der Architekturmarkt und der Pressemarkt mit insgesamt 497.000 Erwerbstätigen hervor, was nahezu 58 Prozent der Erwerbstätigen in der Kulturwirtschaft entspricht. Hinsichtlich des Erwerbsstatus zeichnen sich folgende Strukturmerkmale ab (Übersicht 3.5.2):

Übersicht 3.5.2: Erwerbstätige im privaten Kultursektor in Deutschland nach Teilmärkten 2008

	Selbstständige und Unternehmen ¹	Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte ²	Geringfügig entlohnt Beschäftigte ³	Erwerbstätige ⁴
Kulturwirtschaft	205.449	445.645	210.992	862.086
Musikwirtschaft ⁵	11.019	25.062	9.045	45.126
Buchmarkt	13.906	64.445	20.805	99.156
Kunstmarkt	12.003	4.300	3.137	19.440
Filmwirtschaft ⁵	18.982	38.626	20.944	78.552
Rundfunkwirtschaft ⁵	19.133	23.105	2.516	44.754
Markt f. Darstellende Kunst ⁵	18.770	21.010	14.677	54.457
Designwirtschaft ⁵	41.341	91.139	42.284	174.764
Architekturmarkt	40.624	62.706	18.952	122.282
Pressemarkt ⁵	24.506	102.227	72.998	199.731
Sonstiges	5.165	13.026	5.634	23.825
Kreativwirtschaft	81.330	418.427	135.452	635.209
Werbemarkt ⁵	40.827	112.007	103.210	256.044
Software-/Games-Industrie	40.503	306.420	32.242	379.165
Kultur- und Kreativwirtschaft gesamt				
Mit Doppelzählungen	286.779	864.072	346.444	1.497.295
Doppelte Wirtschaftszweige ⁵	54.009	93.774	46.895	194.678
Ohne Doppelzählungen	232.770	770.298	299.549	1.302.617
Anteil an der Gesamtwirtschaft (ohne Doppelzählungen) in %	7,3	2,8	4,2	3,4

Quelle: *STADTart* / Institut für Kulturpolitik / HWWI 2012 nach Statistischem Bundesamt (2011); Bundesagentur für Arbeit (2010); Berechnungen HWWI nach Leitfaden zur Erstellung einer statistischen Datengrundlage für die Kulturwirtschaft; Gliederung nach Monitoring zu wirtschaftlichen Eckdaten der Kultur- und Kreativwirtschaft. ¹Selbstständige und Unternehmen mit mehr als 17.500 EUR Umsatz; ²Ohne Beamte; ³Ausschließlich geringfügig entlohnt Beschäftigte und im Nebenjob geringfügig entlohnt Beschäftigte; ⁴Erwerbstätige ohne Beamte, Selbstständige und Unternehmen mit weniger als 17.500 EUR Umsatz; ⁵Teilmarkt mit Wirtschaftszweigen, die mehreren Teilmärkten zugeordnet sind

- Während 3,4 Prozent der Erwerbstätigen in Deutschland in der Kultur- und Kreativwirtschaft arbeiten, liegt der Anteil der in dieser Branche tätigen Selbstständigen und Unternehmen an allen Selbstständigen und Unternehmen der Gesamtwirtschaft mit 7,3 Prozent mehr als doppelt so hoch.
- Der Anteil an Selbstständigen ist am höchsten in den Teilmärkten Kunstmarkt (62 %), Rundfunkwirtschaft (43 %) und dem Markt für Darstellende Künste (35 %), wobei die Gründe dafür in den Sparten bzw. Teilmärkten variieren. So ist etwa in der Rundfunkwirtschaft ein großer Teil der Erwerbstätigen als freie Mitarbeiter selbstständig tätig. Ähnlich ist die Situation bei den Darstellenden Künsten.

- Hinsichtlich der Anteile an sozialversicherungspflichtig Beschäftigten ragen vor allem die Rundfunkwirtschaft, die Designwirtschaft, der Architekturmarkt und der Pressemarkt hervor. In diesen Sparten/Teilmärkten liegt der Anteil über 51 Prozent. Noch höher ist der Anteil im Buchmarkt (65 %), vor allem jedoch in der Software-/Games-Industrie (81 %).
- Die geringfügig entlohnten Beschäftigten befinden sich vor allem in den Teilmärkten der Kreativwirtschaft, dem Pressemarkt (37 % der Erwerbstätigen) und der Werbewirtschaft (40 %), aber auch in den Teilmärkten Filmwirtschaft (26,6 %) und der Darstellenden Kunst (26,9 %).

Analyse der Erwerbstätigkeit in den drei Kultursektoren auf der Basis des Mikrozensus

Die Ergebnisse zur Erwerbstätigkeit auf Basis der Umsatzsteuer- und der BA-Statistik ist eine Schätzung zu den Anteilen der drei Kultursektoren. Die Auswertung des Mikrozensus¹⁵ erlaubt eine statistische Annäherung an die sozio-ökonomische und strukturelle Zusammensetzung der Erwerbstätigkeit in den drei Kultursektoren. Im Mikrozensus werden u.a. auch Unternehmen, die weniger als 17.500 EUR Umsatz aufweisen, Erwerbstätige die im öffentlichen Dienst tätig sind und Beamte statistisch erfasst. Zudem können Aussagen darüber getroffen werden, ob die Erwerbstätigen einer Beschäftigung im öffentlichen Dienst nachgehen. Dazu kann das Kriterium der Mehrfachbeschäftigung berücksichtigt werden. Dies gibt beispielsweise Auskunft darüber, ob eine erwerbstätige Person in der ersten Erwerbstätigkeit im Kultursektor tätig ist und mit der zweiten Erwerbstätigkeit einer sonstigen Beschäftigung nachgeht. Auf der Basis des Leitfadens zur Erstellung einer statistischen Datengrundlage für die Kulturwirtschaft (Söndermann 2009)¹⁶ können zusätzliche Einblicke zur Erwerbstätigenstruktur in den Kultursektoren gewonnen werden. Zudem lassen sich weitere Hinweise über die Verflechtungen der Kultursektoren mit anderen Wirtschaftszweigen ableiten. Die Analyse dazu kommt zu folgenden Ergebnissen:

- Danach ist die Anzahl der Erwerbstätigen in den drei Kultursektoren auf Basis der Auswertungen mit dem Mikrozensus im Vergleich zu den Ergebnissen nach der Umsatzsteuer- und der Beschäftigtenstatistik fast doppelt so hoch (Übersicht 3.5.3). Dies lässt sich durch die zusätzliche Einbeziehung der Selbständigen mit einem Jahresumsatz von unter 17.500 EUR, der Erfassung aller Arbeitnehmer, aller Beamten und sonstigen Erwerbstätigen (mithelfende Familienangehörige, Auszubildende und arbeitende Schüler) erklären¹⁷.

¹⁵ Der Mikrozensus ist eine 1 Prozent-Stichprobe der Gesamtpopulation und erfasst dabei alle Personen, unabhängig z.B. vom Erwerbstatus, der Stellung im Beruf und weiteren sozio-ökonomischen Charakteristika.

¹⁶ Dabei werden die Erwerbstätigen in sogenannte Teilgruppen gegliedert. Diese werden, im Gegensatz zu den Teilmärkten, nach der Wirtschaftszweigsystematik der Zweisteller erfasst. Eine Ausweisung nach den Teilgruppen kann im Folgenden jedoch nicht vorgenommen werden, da die Fallzahl entsprechend der Stichprobe zu gering war. Daher werden die elf Teilgruppen den beiden Bereichen Kultur/Kulturwirtschaft und Kreativwirtschaft zugeordnet und dementsprechend in den nachstehenden Ergebnissen dargestellt (vgl. Söndermann 2009). Darüber hinaus werden zur besseren Vergleichbarkeit mit öffentlichen Statistiken (Statistisches Bundesamt) die Erwerbstätigen nach Hauptwohnsitz erfasst und ausgewiesen.

¹⁷ Beachtet werden muss, dass beim Mikrozensus die Befragten sich selbst dahingehend einordnen, in welchem Kultursektor sie tätig sind. So geben in Übersicht 3.4.3. z. B. 155 Beamte an, in Sparten der Kreativwirtschaft tätig zu sein. Es könnte sich dabei beispielsweise um Beamte handeln, deren Tätigkeitsschwerpunkt in der Wirtschaftsförderung der Kreativwirtschaft liegt. Laut Definition der bisherigen Analysen dürften hier jedoch keine Nennungen erfolgen.

Übersicht 3.5.3: Erwerbstätige in den Kultursektoren in Deutschland nach Stellung im Beruf 2008

	Selbstständige	Arbeitnehmer	Beamte	Sonstige ¹	Gesamt
Kulturwirtschaft/Kultur	682.025	2.058.115	14.473	235.416	2.990.029
Anteil nach Stellung im Beruf in %	22,8	68,8	0,5	7,9	100
Kreativwirtschaft	103.448	338.179	/	36.302	478.086
Anteil nach Stellung im Beruf in %	21,6	70,7	/	7,6	100
Kultur- und Kreativwirtschaft/ Kultur insgesamt	785.473	2.396.294	14.628	271.719	3.468.114
Anteil nach Stellung im Beruf in %	22,6	69,1	0,4	7,8	100
Anteil an Gesamtwirtschaft in %	18,9	8,1	0,8	9,0	8,9

Quelle: *STADTart* / Institut für Kulturpolitik / HWWI 2012 nach Mikrozensus 2008 (2010); Berechnungen HWWI nach Leitfaden zur Erstellung einer statistischen Datengrundlage für die Kulturwirtschaft; Gliederung nach Monitoring zu wirtschaftlichen Eckdaten der Kultur- und Kreativwirtschaft. ¹Mithelfende Familienangehörige, Auszubildende und arbeitende Schüler; / = keine Angabe, da Zahlenwert nicht sicher genug

- Rund 4 Prozent aller Beschäftigten im öffentlichen Dienst – dies sind 123.000 Personen – arbeiten nach eigenen Angaben in der Sparte „Kultur“. Der Anteil dieser Beschäftigten an allen Beschäftigten im öffentlichen Dienst beträgt hingegen lediglich 1,9 Prozent (Übersicht 3.5.4). Das Ergebnis gibt Hinweise auf mögliche Verflechtungen zwischen dem öffentlichen bzw. intermediären und dem privaten Kultursektor. Der öffentliche (und intermediäre) Sektor kann dabei Impulse im privaten Kultursektor auslösen, beispielsweise die Theater für private Kleinkunsth Bühnen (vgl. Kapitel 3.1.3).
- Insgesamt sind etwa 4 Prozent der Erwerbstätigen in den drei Kultursektoren mit einer Tätigkeit in der Sparte/Teilmarkt Kultur, absolut etwa 126.000 Personen, mehrfach beschäftigt (Übersicht 3.5.5). Bezieht man die Teilmärkte der Kreativwirtschaft mit ein, dann steigt die Anzahl auf 144.000 Personen (4,2 % aller Erwerbstätigen in den drei Kultursektoren). Damit liegt der Anteil der Mehrfachbeschäftigung in den drei Kultursektoren etwa 0,5 Prozentpunkte höher als in der Gesamtwirtschaft (ohne die drei Kultursektoren).

Die rund 126.000 Erwerbstätigen mit Mehrfachbeschäftigung in den drei Kultursektoren weisen folgende Strukturmerkmale auf (Übersicht 3.5.6):

- Knapp 36.000 Personen haben eine weitere Beschäftigung in einem der drei Kultursektoren. Dies entspricht einem Anteil von 29 Prozent aller Mehrfachbeschäftigten.
- Etwa zwei Drittel der Erwerbstätigen in den drei Kultursektoren mit einer Mehrfachbeschäftigung (67 %) gehen einer Tätigkeit außerhalb der Kultursektoren nach (Gesamtwirtschaft ohne Kultursektoren).

- Etwa 12 Prozent der mehrfach beschäftigten Erwerbstätigen, die ihre erste Erwerbstätigkeit in anderen Wirtschaftsbranchen nachgehen (ca. 150.000 Erwerbstätige), sind in ihrer zweiten Erwerbstätigkeit in einem der drei Kultursektoren tätig.

Übersicht 3.5.4: Erwerbstätige im öffentlichen und in den nicht-öffentlichen Kultursektoren (privat und intermediär) in Deutschland 2008

	Öffentlicher Dienst	Nicht-öffentlicher Dienst	Gesamt
Kulturwirtschaft/Kultur	122.844	2.867.185	2.990.029
Anteil nach Stellung im Beruf in %	4,1	95,9	100
Kreativwirtschaft	/	475.130	478.086
Anteil nach Stellung im Beruf in %	/	99,4	100
Kultur- und Kreativwirtschaft/Kultur insgesamt	125.800	3.342.315	3.468.114
Anteil nach Stellung im Beruf in %	1,9	10,4	8,9
Anteil an Gesamtwirtschaft in %	3,6	96,4	100

Quelle: *STADTart* / Institut für Kulturpolitik / HWWI 2012 nach Mikrozensus 2008 (2010); Berechnungen HWWI nach Leitfadern zur Erstellung einer statistischen Datengrundlage für die Kulturwirtschaft; Gliederung nach Monitoring zu wirtschaftlichen Eckdaten der Kultur- und Kreativwirtschaft. / = keine Angabe, da Zahlenwert nicht sicher genug

Übersicht 3.5.5: Erwerbstätige in den Kultursektoren mit Mehrfachbeschäftigung in Deutschland 2008

	Mehrfachbeschäftigung		Gesamt
	Ja	Nein	
Kulturwirtschaft/Kultur	125.547	2.864.481	2.990.028
Anteil in %	4,2	95,8	100
Kreativwirtschaft	18.478	459.608	478.086
Anteil in %	3,9	96,1	100
Kultur- und Kreativwirtschaft/Kultur insgesamt	144.025	3.324.089	3.468.114
Anteil in %	4,2	95,8	100
Gesamt- ohne Kultur und Kreativwirtschaft	1.294.464	34.005.423	35.299.887
Anteil in %	3,7	96,3	100

Quelle: *STADTart* / Institut für Kulturpolitik / HWWI 2012 nach Mikrozensus 2008 (2010); Berechnungen HWWI nach Leitfadern zur Erstellung einer statistischen Datengrundlage für die Kulturwirtschaft; Gliederung nach Monitoring zu wirtschaftlichen Eckdaten der Kultur- und Kreativwirtschaft.

Insgesamt kann festgestellt werden, dass jeder 25. Erwerbstätige in Deutschland einer Mehrfachbeschäftigung nachgeht (ca. 4 %). Von diesen arbeitet wiederum fast jeder Siebte in einem der drei Kultursektoren. Etwa 15 Prozent aller Mehrfachbeschäftigungsverhältnisse in Deutschland können daher den drei Kultursektoren zugeordnet werden. Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass der Anteil der Mehrfachbeschäftigung in den Kultursektoren nicht wesentlich höher ist als im Durchschnitt aller anderen Wirtschaftszweige.

Von den Mehrfachbeschäftigten, die in den Kultursektoren insgesamt arbeiten (mehr als 294.000 Personen), hatte weniger als jeder fünfte auch seine Ersttätigkeit in einem der drei Kultursektoren. Mehr als drei von fünf Mehrfachbeschäftigten mit der ersten Erwerbstätigkeit in einem der drei Kultursektoren erzielen demnach ihre weiteren Einkünfte in sonstigen Wirtschaftszweigen. In der Gesamtbetrachtung bedeutet dies, dass drei von hundert Erwerbstätigen in den Kultursektoren weitere Einkommen außerhalb dieser Sektoren erzielen, entweder mit einer kulturellen oder mit einer anderen Tätigkeit. Dies ist gleichzeitig ein Hinweis darauf, dass über Mehrfachbeschäftigungen auch Verflechtungen der Kultursektoren mit anderen Wirtschaftszweigen bestehen können. Des Weiteren kann angenommen werden, dass die Haupteinkünfte der Erwerbstätigen mit der zweiten Tätigkeit in einem der Kultursektoren in den sonstigen Wirtschaftszweigen erzielt werden und nicht in einem der Kultursektoren selbst.

Übersicht 3.5.6: Erwerbstätige in den Kultursektoren mit Mehrfachbeschäftigung und Angabe der zweiten Erwerbstätigkeit in Deutschland 2008

Erste Erwerbstätigkeit	Zweite Erwerbstätigkeit			
	Kulturwirtschaft/ Kultur	Kreativwirtschaft	Gesamt- ohne Kul- tur- und Kreativ- wirtschaft	Gesamt
Kulturwirtschaft/Kultur	35.781	/	83.784	125.547
Anteil in %	28,5	/	66,7	100
Kreativwirtschaft	/	/	8.261	18.478
Anteil in %	/	/	44,7	100
Kultur- und Kreativwirtschaft/Kultur insgesamt	39.836	12.144	92.045	144.025
Anteil in %	27,7	8,4	63,9	100
Gesamt- ohne Kultur und Kreativwirtschaft	132.965	17.307	1.144.192	1.294.464
Anteil in %	10,3	1,3	88,4	100

Quelle: *STADTart* / Institut für Kulturpolitik / HWWI 2012 nach Mikrozensus 2008 (2010); Berechnungen HWWI nach Leitfaden zur Erstellung einer statistischen Datengrundlage für die Kulturwirtschaft; Gliederung nach Monitoring zu wirtschaftlichen Eckdaten der Kultur- und Kreativwirtschaft. / = keine Angabe, da Zahlenwert nicht sicher

4 Wirkungsgefüge zwischen den Kultursektoren am Beispiel der Sparten bzw. Teilmärkte Musik/Musikwirtschaft, Bildende Kunst/Kunstmarkt und Darstellende Kunst

Die quantitative Analyse (Kapitel 3) hat gezeigt, dass die drei Kultursektoren bundesweit auf vielfältige Weise miteinander verzahnt sind. Dazu zählt insbesondere, dass

- der öffentliche Sektor nicht nur Kultureinrichtungen in öffentlicher Trägerschaft unterstützt, sondern auch Einrichtungen und Aktivitäten des privaten Kultursektors;
- der öffentliche Sektor über die Universitäten und Hochschulen mit den rund 81.500 Studierenden der „Kunst und Kunstwissenschaft“ (6 Prozent aller Studierenden in Deutschland) wesentliche Qualifizierungsleistungen für die berufliche Tätigkeit in Musik, Kunst und Darstellender Kunst und damit auch für die Kultur- und Kreativwirtschaft erbringt;
- die Ausbildungsgänge an Universitäten und Hochschulen zahlreichen Tätigen in den Kulturberufen zusätzliche Beschäftigungsmöglichkeiten eröffnen, da die Dozent/innen zu rund 70 Prozent nebenberuflich oder als Lehrbeauftragte tätig sind, was auch auf rund 50 Prozent der Lehrenden in künstlerischen Fächern an allgemeinbildenden Schulen zutrifft;
- im intermediären Kultursektor sehr viel ehrenamtliche Tätigkeiten und damit Zeitspenden erbracht werden, die in monetäre Größen umgerechnet etwa der Größenordnung der öffentlichen Kulturausgaben entsprechen;
- der öffentlich-rechtliche Rundfunk ein bedeutender Auftraggeber für Unternehmen und Selbstständige der Kultur- und Kreativwirtschaft ist und die christlichen Kirchen zahlreichen Tätigen in Musikberufen Beschäftigungsmöglichkeiten eröffnen.

Hinsichtlich der drei Sparten bzw. Teilmärkte mit einem bedeutenden Anteil an Einrichtungen des öffentlich geförderten und intermediären Kultursektors, wozu die „Musik/Musikwirtschaft“, die „Bildende Kunst/Kunstmarkt“ und die „Darstellende Kunst“ zählen, stellt sich die aktuelle Situation bezüglich ausgewählter Strukturdaten wie folgt dar:

- Nahezu 50 Prozent der Kulturausgaben (Grundmittel) aller Gebietskörperschaften fließen in die drei Sparten Musik, Bildende Kunst und Darstellende Kunst.
- Zwei Drittel der Erwerbstätigen des öffentlich geförderten und des intermediären Kultursektors sind in diesen drei untersuchten Sparten tätig.
- In der Musik sind 43 Prozent der Erwerbstätigen in allen drei Kultursektoren im öffentlich geförderten oder intermediären Kultursektor tätig, in der Bildenden Kunst sind es 67 Prozent, in der Darstellenden Kunst 46 Prozent.
- Die drei Teilmärkte zusammen erzielten im Jahr 2008 einen Umsatz in Höhe von 12 Mrd. EUR, das entspricht einem Anteil von 8 Prozent an der Kultur- und Kreativwirtschaft. Der

Anteil bei den Selbstständigen und Unternehmen lag bei rund 15 Prozent und bei den Erwerbstätigen bei 8 Prozent.

- Die Umsatzzuwächse der drei untersuchten Teilmärkte lagen im Zeitraum zwischen 2003 und 2008 in Deutschland zwischen rund 23 Prozent und 30 Prozent, wobei der Zuwachs in der gesamten Kultur- und Kreativwirtschaft durchschnittlich bei 17 Prozent lag.

Diese Strukturdaten setzen den Rahmen für die Untersuchung der institutionellen und personellen Verflechtungen sowie der wirtschaftlichen Wirkungen des öffentlich geförderten und des intermediären Kultursektors für den privaten Kultursektor, einschließlich der Tätigen in Kulturberufen.

4.1 Sparte/Teilmarkt Musik und Musikwirtschaft

Musik spricht im Vergleich zu anderen kulturellen Sparten auch aufgrund einer großen Vielfalt an Genres bzw. Stilen breite Bevölkerungsgruppen an. Dabei ist das bürgerschaftliche Engagement für Musik sehr verbreitet, wie die 173.000 Ensembles, Orchester und Chöre mit insgesamt über 5 Mio. Aktiven in Deutschland zeigen. Allein die Chöre veranstalten jährlich rund 300.000 Konzerte für rund 60 Mio. Zuhörer/innen (Reimers 2010). Musik hat deshalb einen hohen Stellenwert, wobei die Rahmenbedingungen sich insbesondere zwischen populärer Musik und dem Genre Klassik, einschließlich Neuer Musik, unterscheiden. Das Genre Klassik hat in Deutschland aus historischen Gründen ein besonderes Gewicht. Ausdruck hierfür sind u.a. die große Anzahl an öffentlich geförderten Orchestern und die weltweit geschätzten Musikhochschulen. Darüber hinaus ist Musik ein wichtiger Content für andere Sparten und Teilmärkte, insbesondere für die Rundfunkwirtschaft, die Filmwirtschaft, die Werbewirtschaft, die Gamesindustrie und neuerdings auch für Teile der IT-Branche (u.a. „Ringtones“ für Mobiltelefone).

In der Musikwirtschaft gab es in Deutschland 2008 rund 11.000 Selbstständige und Unternehmen, die einen Umsatz in Höhe von 5,6 Mrd. EUR erzielten (dabei ist zu berücksichtigen, dass heute auch über andere Branchen Musik vertrieben wird, weshalb der tatsächliche Umsatz höher liegen dürfte). Die Anzahl der Erwerbstätigen belief sich auf 45.100, davon waren 25.100 sozialversicherungspflichtig und 9.000 geringfügig beschäftigt. Innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft nimmt die Musikwirtschaft bei den Umsätzen und der Anzahl der Beschäftigten den 9. Rang ein, bei der Anzahl der Unternehmen und Selbstständigen liegt der Teilmarkt auf dem 11. Platz (Kapitel 3).

Angebotssituation in der Sparte Musik und dem Teilmarkt Musikwirtschaft

Hinsichtlich der Angebotssituation stellt sich die Lage in der Sparte Musik und dem Teilmarkt Musikwirtschaft heute in den sieben Leistungsgruppen von „Ausbildung“, „Produktion/ Distribution“ und „Mediale Distribution“ wie folgt dar (Übersicht 4.1.1):

Übersicht 4.1.1: Angebotssituation in der Musik nach Leistungsgruppen der Wertschöpfungskette und Leistungsträgern in den drei Kultursektoren (Auswahl)

	Leistungsgruppen im Wertschöpfungsprozess	Leistungsträger		
		Öffentlich geförderter Kultursektor	Intermediärer Kultursektor	Privater Kultursektor: Kultur- und Kreativwirtschaft
Ausbildung	(1a) Allgemeine schulische kulturelle Bildung	Allgemeinbildende Schulen: Musikunterricht, Ensemblespiel, Chöre	Allgemeinbildende vereinsgetragene Schulen: Musikunterricht, Ensemblespiel, Chöre	Allgemeinbildende Privatschulen: Musikunterricht, Ensemblespiel, Chöre
	(1b) Außerschulische kulturelle Bildung	Musikschulen, VHS etc.	Als Verein geführte Musikschulen, Jugend-Kunstschulen etc.	Musikschulen, Workshops von Instrumentenherstellern bzw. Einzelhändlern etc.
	(2) Berufliche Aus-, Fort- und Weiterbildung	Musikhochschulen, Musikakademien	Als Verein geführte Fort- und Weiterbildungseinrichtungen, z.B. Jazz Haus Schule Köln	Musikfachschulen, Workshop-Angebote selbstständiger Musiker/innen
Produktion/Distribution	(3) Ensembles, Künstler/innen, Kreative	Symphonie-, Theater- und Rundfunkorchester, Chöre, Big Bands, Kammerorchester	Musikvereine, z.B. Chöre, Bläsergruppen	Musicalensembles, Profibands, Komponist/innen etc.
	(4) Kulturelle Infrastruktur	Musiktheater, Konzerthallen, Veranstaltungshäuser, Kirchengebäude, Bürgerzentren	Soziokulturelle Zentren, Kleinkunsthöfen	Musicalhäuser, Veranstaltungsarenen, Musikclubs
	(5) Veranstaltungen, Programme	Festspiele, Festivals, Konzerte; z.B. Dresdener Musikfestspiele	Konzerte, Festivals; z.B. Balingen Rockfestival; Afrika Festival in Nürnberg	Konzerte, Festivals z.B. Hurricane Festival in Scheeßel; Rock am Ring in Nürnberg
	(6) Musikpreise	z.B. „Hessischer Jazzpreis“; Bachpreis Hamburg; Jahresstipendium Musik, Land Niedersachsen; Robert Schumann Preis, Zwickau	z.B. Brahms-Preis der Brahms Gesellschaft Schleswig Holstein; Musikinstrumentenfonds; Violinwettbewerb der Ostdeutschen Sparkassenstiftung; Instrumentenleihgabe	z.B. „Echo Klassik“ der Deutschen Phonoakademie; Frankfurter Musikpreis des Bundesverbandes der Deutschen Musikinstrumentenhersteller
Mediale Distribution	(7) Mediale Distribution	Öffentlich-rechtlicher Rundfunk (Hörfunk und TV)	Internetradio, Bürgerkanäle	Privater Rundfunk (Hörfunk und TV), Tonträgerhersteller und -vertriebe, Internetdistributoren

Quelle: STADTart / Institut für Kulturpolitik/ HWWI 2012

- Ausbildung:* In den drei hierzu zählenden Leistungsgruppen, also der „Allgemeinen schulischen kulturellen Bildung“, der „Außerschulischen kulturellen Bildung“ und der „Beruflichen Aus-, Fort- und Weiterbildung“, gibt es seit Jahren im zunehmenden Maße nicht nur Leistungsträger im öffentlich geförderten, sondern ebenso im intermediären und im privaten Kultursektor. Allein an den rund 920 Musikschulen des öffentlichen Kultursektors, die im Verband deutscher Musikschulen organisiert sind, werden fast 1 Mio. Schüler/innen unterrichtet (MIZ 2011a). Darüber hinaus gibt es zahlreiche Musikschulen im intermediären Sek-

tor, die zum Beispiel in kleineren Gemeinden als Verein geführt werden. Hinzu kommt eine große Anzahl an privaten Musikschulen, Musikalienhändlern sowie privat unterrichtenden Musiklehrer/innen. Schon vor mehr als 20 Jahren betrieb allein der japanische Yamaha-Konzern, u.a. ein Produzent von Musikinstrumenten, etwa 400 private Musikschulen in Deutschland, meist im Zusammenhang mit Musikgeschäften (Gnad, 1994, 72f.). Für die berufliche Ausbildung machen vor allem die 24 Musikhochschulen in Trägerschaft des öffentlichen Kultursektors Angebote. Hinzu kommen Einrichtungen des intermediären Kultursektors (z.B. freie Kunstschulen) und private Angebote seitens etablierter Musiker/innen, zum Beispiel in Form von Meisterkursen oder Workshops.

- *Produktion/Distribution:* Eine Besonderheit in der Musik ist, dass im Live-Musiksegment die Wertschöpfungsketten „Produktion“ und „Distribution“ zusammenfallen. In diesem „Uno-actu-Prinzip“ steht der „schöpferische Akt“ nicht nur am Anfang der Wertschöpfungskette, sondern ist zugleich Teil des Konzerts, also der „Produktion“ wie auch Teil der „Distribution“. Anbieter gibt es in allen drei Kultursektoren, mit Ausnahme der Vermarktung gespeicherter Musik, die vorwiegend über den privaten Kultursektor erfolgt. In der Musik können vier Leistungsgruppen unterschieden werden, die jeweils in allen drei Kultursektoren Leistungsträger aufweisen. Jedoch gibt es dabei zum Teil deutliche Unterschiede zwischen „Klassik“ und „populärer Musik“.

Generell überwiegen in der Leistungsgruppe der „Ensembles, Künstler/innen und Kreativen“ im Genre Klassik mit den bundesweit 133 Kulturorchestern weiterhin Leistungsträger, die zum öffentlich geförderten Kultursektor zählen. Hinzu kommen einzelne Künstler/innen, Chöre, Bläsergruppen, Ensembles und Bands aller Genres, sowohl im intermediären als auch im privaten Kultursektor. Entsprechend stellt sich die Situation bei der „Kulturellen Infrastruktur“ mit den großen Konzerthäusern dar, in denen heute nicht mehr nur das Genre Klassik angeboten wird, sondern seit einigen Jahren auch die zur Musikwirtschaft zählenden Ensembles und Stars, u.a. auch um die Auslastung zu erhöhen (ausführlich Kapitel 2). Parallel dazu gibt es heute vor allem in der populären Musik, sowohl im intermediären als auch im privaten Kultursektor, eine Vielzahl an zumeist kleineren frei-gemeinnützigen Leistungsträgern. Hierzu zählen beispielsweise eine große Anzahl an Soziokulturellen Zentren und Kleinkunstabühnen sowie mittelgroße und große Mehrzweckhallen, die große nationale und internationale Stars präsentieren, wie etwa die Lanxess Arena in Köln. Die dritte Leistungsgruppe umfasst „Veranstaltungen und Programme“, Festspiele oder Festivals, die von Leistungsträgern in allen drei Kultursektoren angeboten werden. Eine vierte Leistungsgruppe sind die rund 700 „Musikpreise“, die vorwiegend vom öffentlichen geförderten Kultursektor, aber auch vom intermediären und vom privaten Kultursektor ausgelobt werden.

- *Mediale Distribution:* Die wichtigsten massenmedialen Distributionskanäle für Musik sind heute die seit 1900 bestehenden Tonträger, der Unterhaltungsrundfunk (ab etwa 1923), das Unterhaltungsfernsehen sowie die neuen digitalen Verbreitungsformen und -netze. In der Distribution von Musik über Tonträger waren viele Jahrzehnte nur wenige Majors der Musik als Leistungsträger des privaten Kultursektors vorherrschend. Dies hat sich mit der Digitalisierung der Musikproduktion und -distribution grundlegend verändert. Onlineplattformen wie SoundCloud, Youtube oder Myspace und zahlreiche Internetradios bieten heute Musiker/innen, Privatpersonen, kleinen Vereinen oder Betrieben die Möglichkeit, mit vergleichsweise geringem Aufwand zeit- und ortsunabhängig Musik beliebig zu verbreiten. Nach der Privatisierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks (Hörfunk und TV) sind darüber hinaus zahlreiche Privatsender entstanden, bei denen Musik ebenso ein bedeutender Programminhalt ist.

Insgesamt zeigt sich, dass es in der Sparte Musik bzw. dem Teilmarkt Musikwirtschaft heute in nahezu allen Leistungsgruppen bis auf wenige Ausnahmen Leistungsträger in den drei Kultursektoren gibt. In der Qualifizierung ist jedoch der Anteil an Leistungsträgern des öffentlich geförderten Kultursektors weiterhin sehr groß. Auch gibt es zwischen dem Genre Klassik und populärer Musik hinsichtlich des Besatzes an Leistungsträgern in den drei Kultursektoren deutliche Unterschiede.

Entwicklungen in der Musikwirtschaft

Die traditionelle Wertschöpfungskette der Musikwirtschaft, die u.a. eine hohe Marktkonzentration der Marktproduzenten bei den Majors aufwies, und mit Ausnahme kleinerer Labels industriell organisiert war, hat sich seit Mitte der 1990er Jahre durch die Digitalisierung von Produktion und Distribution von Musik stark verändert (zusammenfassend z.B. Kraemer, Nessel 2011, 550-555; Übersicht 4.1.2). Damit verbunden waren Desintegrationsprozesse in der Wertschöpfungskette. Zudem ist die Musik viel stärker zeit- und standortunabhängig sowie unbegrenzt speicher- und damit rezeptionsfähig geworden. Auch wird davon gesprochen, dass sich die Einstellung der Musikknutzer/innen zur Musik weiter ändern wird und weniger „nach dem Eigentum an einer Sache, denn nach seiner Verfügbarkeit“ gestrebt wird (Herbold 2012). Darüber hinaus zeichnen sich u.a. folgende Entwicklungen ab:

- *Neue technologische Entwicklungen ermöglichen andere Möglichkeiten der Musikproduktion und -distribution*

Technologisch bedingte „Treiber“ in der Musikwirtschaft sind die Digitalisierung und Miniaturisierung der Musikproduktion und -distribution. Dies eröffnet Musiker/innen, kleinen Labels etc. unabhängig von der Musikindustrie seit einiger Zeit nicht nur neue Distributions- und Vermarktungsmöglichkeiten, sondern bietet auch die Chance, Musikproduktionen heute unabhängig von großen Studios einzuspielen.

Übersicht 4.1.2: Akteure und Produkte in der Wertschöpfungskette der Musikwirtschaft

Vorproduktion		Produktion	Produktion/Distribution
Schöpferischer Prozess: Musik-Content Komposition Arrangement Texte	Vorprodukte für Content-Produktion u.a. Musikinstrumente Musikzubehör Noten Musiksoftware	Vorleistung für Live-Musik Instrumentalist/innen, Sänger/innen Tontechniker/innen Veranstalter Agenturen: Marketing, Werbung Verlage: Rechtswahrnehmung	Live-Musik Konzerthallen Musikclubs Sonstige Veranstaltungsorte Diskotheken Licht- & Bühnentechniker/innen
	Vorprodukte für Distribution u.a. Ton-, Lichttechnik Bühnentechnik etc. Aufnahmetechnik Online-Distributionstechnik Software Internetbezogene Dienstleistungen	Vorleistung für Tonträger-Distribution und digitale Online-Distribution Instrumentalist/innen, Sänger/innen Studiotechner/in Produzent/innen, Verleger/innen	Digitale Online-Distribution z.B. Online-Vertriebsplattformen/ Netradio, Netlabel, IT: Musik Online Speicher (Clouds) Verlag: Rechtswahrnehmung
		Tonträgerproduktion CD, DVD etc. Label, Tonträgerhersteller Vervielfältigung Verpackung, Vertrieb	Einzelhandel Tonträger, Noten, Printprodukte Medien & andere Branchen Hörfunk, TV, Film, Werbung Verlag: Rechtswahrnehmung

Quelle: STADTart / Institut für Kulturpolitik / HWWI 2012 nach Arbeitsgemeinschaft Kulturwirtschaft NRW 2007

■ *Die Bedeutung kleiner Unternehmen nimmt zu*

Die auf der Digitalisierung basierenden veränderten Produktionsbedingungen bieten kleineren Unternehmen der Musikwirtschaft wie etwa Tonträgerunternehmen, Musikverlagen, Konzertveranstaltern sowie sonstigen unterstützenden Dienstleistern, beispielsweise der Bühnentechnik, neue Marktmöglichkeiten und generieren Umsatzzuwächse (BMWi 2010, 34 f.). Die Steigerung betrug zwischen 2003 und 2008 rund 25 Prozent (Kulturwirtschaft insgesamt 16 %, Übersicht 3.4.1).

■ *Musikverkäufe werden sich weiter stabilisieren*

Die digitalen Distributionsmöglichkeiten von Musik als Download- und Streaming-Angebot haben lange Zeit zu starken Umsatzeinbußen im traditionellen Tonträgermarkt geführt. Trotz deutlicher Zunahme im Downloadgeschäft betrug nach Verbandsangaben der Umsatzanteil mit physischen Tonträgern im Jahr 2011 jedoch immer noch 83 Prozent des Gesamtumsatzes der im Bundesverband der Musikindustrie angeschlossenen Unternehmen. Das stärkste Umsatzwachstum lag jedoch bei den digitalen Musikverkäufen mit einem Plus von über 21 Prozent. Damit konnten die Verluste bei den physischen Tonträgern nach einer Phase der teilweisen „Entmarktlichung“ und dem Ersatz durch nicht-marktliche Tauschbeziehungen von so genannten „Peer-to-Peer-Netzwerken“ über die Praxis des „File-Sharings“ (zu diesem Prozess: Kraemer, Nessel 2011) nahezu kompensiert werden (Bundesverband der Musikindustrie 2012a).

- *Neue, ehemals musikferne Unternehmen treten als „Player“ hinzu und verändern die Distribution*

Im Rahmen der Konvergenzentwicklung von Musikwirtschaft, Medienwirtschaft und Informationswirtschaft integrieren sich zunehmend ehemals musikferne Akteure in den Wertschöpfungsprozess. So bieten IT-Unternehmen Musik-Downloadplattformen oder Musik-Clouds als zum Teil kostenlose Online-Speicher für den Einsatz multifunktionaler mobiler Endgeräte wie Smartphones an (z.B. die Telekom). Dies hat u.a. dazu geführt, dass heute Musik bereits zu rund 20 Prozent über das Internet gehört wird (Bundesverband der Musikindustrie 2012b).

- *Der Stellenwert von Live-Musik steigt*

Verbunden mit der zeitlich und räumlich unbegrenzten Verfügbarkeit von Musik steigt anscheinend die Bedeutung von Live-Musik. Hierauf lassen die jüngsten Zuwächse an Besucher/innen, Ticketverkäufen und Umsätzen in den Jahren 2009 bis 2011 im Musikveranstaltungsmarkt schließen (GfK 2011). Nur Live-Musik ermöglicht das „authentische Erfahren“ eines Stars in einem Life-Style-Publikum an „Gleichgesinnten“ und die Einzigartigkeit eines Musikerlebnisses.

Diese und weitere Entwicklungen, wie etwa der nicht auf einen Teilmarkt beschränkte Wandel vom Konsumenten zum „Produser“ (Kapitel 6.1), wodurch die Bedeutung der Konsumenten für die Angebotsentwicklung zunimmt (ausführlich Kraemer, Nessel 2011), tangieren nicht nur die Musikwirtschaft, die Musikunternehmen und alle in der Musikbranche tätigen Musiker/innen, Sänger/innen, Komponist/innen etc., sondern auch die Musik als Sparte und damit auch die Leistungsgruppen und die Leistungsträger in den drei Kultursektoren. Hierzu zählen etwa veränderte Qualifikationsanforderungen an die Musikberufe und die Tätigkeiten im Musikbusiness, u.a. zu den sich damit verändernden Musikproduktions- und Distributionstechnologien oder zu Strategien der Eigenvermarktung.

4.1.1 Leistungsgruppen zur Ausbildung für Musik

Die Qualifizierungsangebote für Musik umfassen drei Leistungsgruppen: die „Allgemeine schulische kulturelle Bildung“, die „Außerschulische kulturelle Bildung“ sowie die „Berufliche Aus-, Fort- und Weiterbildung“. Hinsichtlich der Bedeutung der Leistungsträger des öffentlich geförderten und intermediären Kultursektors für die Musikwirtschaft stellt sich die Situation wie folgt dar:

Leistungsgruppe „Allgemeine schulische und außerschulische kulturelle Bildung“

Allgemeinbildende Schulen wie Grundschulen, Gymnasien, Gesamtschulen etc. in öffentlicher oder gemeinnütziger privater Trägerschaft erteilen Musikunterricht, unterhalten Schulchöre sowie Ensembles, erteilen vereinzelt Instrumentalunterricht etc. Darüber hinaus führen insbeson-

dere die städtischen Musikschulen, Jugendkunstschulen, Volkshochschulen oder Konservatorien Kinder, Jugendliche und Erwachsene über musikalische Früherziehung, Instrumentalausbildung und Ensemblespiel intensiv an Musik heran und bilden musikpraktisch aus. Allein an den zum Verband der deutschen Musikschulen zählenden öffentlich geförderten 920 Einrichtungen werden nicht ganz 1 Mio. Schüler/innen unterrichtet (MIZ 2011a). Damit ist die musikkulturelle Ausbildung auch eine wichtige Haupt- bzw. Nebenerwerbsquelle für Musikpädagog/innen und Musiker/innen.

Institutionelle und personelle Verflechtungen

- *Allgemeinbildende Schulen kooperieren in der Musik mit externen Anbietern der Musikwirtschaft*

Zur Realisierung ihrer außerunterrichtlichen Musikangebote kooperieren nach neuren Untersuchungen etwa 40 Prozent der allgemeinbildenden Schulen mit externen Trägern. Hierzu zählen vor allem Musikschulen aus allen drei Kultursektoren, ebenso Musikvereine sowie Kirchen (BMBF 2012, 181). Darüber hinaus gibt es auch institutionelle Kooperationen mit freiberuflichen und selbstständigen Musiker/innen.

- *Der überwiegende Teil der Dozent/innen an Musikschulen hat ein weiteres Standbein in der Kultur- und Kreativwirtschaft oder in anderen Branchen*

Dozent/innen an öffentlichen Musikschulen sind aufgrund ihrer häufig geringen Lehrkontingente überwiegend nebenberuflich tätig; von den rund 37.000 Lehrkräften des Verbandes deutscher Musikschulen (VDM) trifft dies auf 63 Prozent zu (MIZ 2011a). Fast zwei Drittel der Lehrkräfte üben demnach noch weitere Tätigkeiten aus, zum Beispiel als Live-Musiker/innen in Bands, als Studiomusiker/innen, als private Musiklehrer/innen, als Lehrkraft in privaten Musikschulen oder auch als Selbstständige oder Beschäftigte in anderen Branchen. Von einer ähnlichen Situation ist bei den Dozent/innen an Musikschulen des intermediären Sektors auszugehen. Dies zeigen Biografien wie die eines Dozenten für Musik, der zeitweise Musikunterricht als Nebentätigkeit gegeben hat, im Hauptberuf Gitarren herstellt und als Geiger in einer internationalen und professionellen Cajun-Band spielt (Übersicht 4.1.3).

Ökonomische Wirkungen

- *Allgemeinbildende Schulen und Musikschulen schaffen durch die Vermittlung persönlicher Wertsetzungen vor allem die Basis für die Nachfrage nach Musik und für Produkte bzw. Dienstleistungen der Musikwirtschaft*

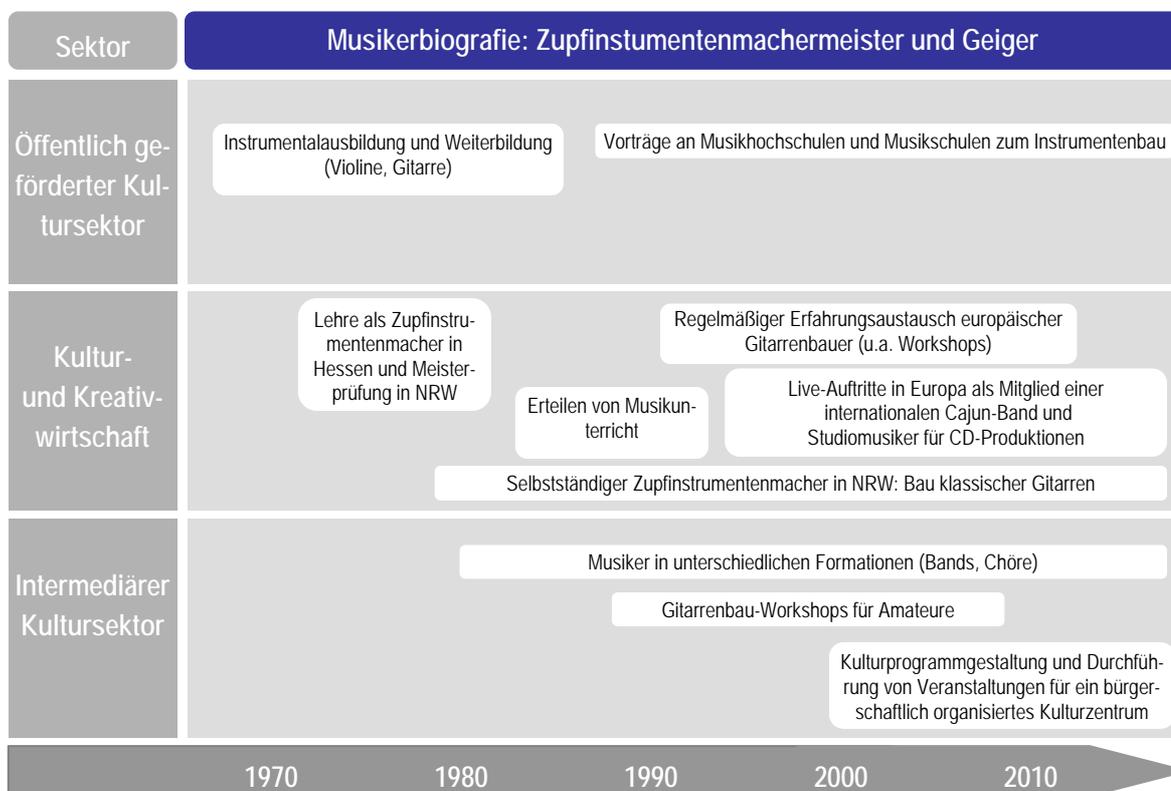
Lebensläufe von Tätigen in der Musik weisen darauf hin, dass ein attraktiver Musikunterricht an allgemeinbildenden Schulen und an Musikschulen Kinder und Jugendliche durch Interessens- und Geschmacksbildung an die Musik und zum Teil auch an das aktive Musizieren heranführen (empirische Untersuchungen sind dazu angesichts der Schwierigkeiten bei der Isolierung bildungsbedingter Ursache-Wirkungszusammenhänge nicht bekannt). Dabei findet die musikalische Sozialisation zu verschiedenen Zeitpunkten im Lebenslauf statt, wobei dem Umfeld und

der „Familie als Keimzelle musikalischer Entwicklung“ vor allem für spätere Berufsmusiker/innen meist ein besonderer Stellenwert zukommt (Bork 2010, 36ff.). Da Musikunterricht an öffentlichen allgemeinbildenden Schulen allerdings nicht immer ausreichend berücksichtigt wird, wurden in manchen Bundesländern ergänzende Initiativen gestartet, beispielsweise in Niedersachsen, das seit 2009 den Musikunterricht zur Heranführung an Musik vervierfacht hat (Niedersächsisches Ministerium für Wissenschaft und Kultur 2011). In Musik- und Jugendkunstschulen, die vielfach gleichzeitig Partner von außerunterrichtlichen Angeboten der Schulen sind, erlernen Kinder und Jugendliche durch Früherziehung, Instrumentalausbildung und Ensemblespiel das aktive Spiel und werden im Einzelfall auf diese Weise auf eine spätere Berufsausbildung und Tätigkeit in der Musik vorbereitet. Vor allem wird jedoch die Basis für die Nachfrage nach Musik und für Produkte bzw. Dienstleistungen der Musikwirtschaft geschaffen, darunter für Konzerte, Festivals, Tonträger, Downloads und seitens der Aktiven auch nach Musikinstrumenten, Musikalien etc. sowie nach Musikmessen mit Event-Charakter (z.B. die Musikmesse Frankfurt, die Chor.com in Dortmund).

Leistungsgruppe „Berufliche Aus-, Fort- und Weiterbildung“

In Deutschland gibt es 24 Musikhochschulen, zum Teil mit mehreren Standorten in unterschiedlichen Städten (z.B. die Hochschule für Musik und Tanz Köln mit den Standorten Köln, Aachen und Wuppertal). Immatrikuliert waren im Semester 2009/2010 an den Musikhochschulen Deutschlands rund 20.400 Studierende (MIZ 2011b). Insgesamt studierten zu diesem Zeitpunkt an den Musikhochschulen, Universitäten, Gesamthochschulen, Pädagogischen Hochschulen und Fachhochschulen 24.000 Personen in musikbezogenen Studiengängen für unterschiedliche Musikberufe (1. Studienfach), davon 31 Prozent im Bereich Musikerziehung, sowohl für das Lehramt als auch an Musikschulen oder als selbstständige(r) Musiklehrer/in (MIZ 2011c). Darüber hinaus gibt es zahlreiche Konservatorien, Einrichtungen und Kurssysteme, die insbesondere dem intermediären oder privaten Kultursektor zuzurechnen sind. Die Musikhochschulen haben in den letzten Jahren kontinuierlich ihr Ausbildungsangebot erweitert, etwa hinsichtlich der Stilrichtung Jazz. Diese wird heute allein an 18 Hochschulen für über 1.000 Studierende angeboten, zum Teil in Verbindung mit Pop-Musik. Die Musikhochschulen und Konservatorien in Deutschland sind, von wenigen Ausnahmen abgesehen (z.B. Weimar, Detmold), vor allem in Großstädten ansässig mit einem zumeist intensiven Musikleben, sodass hier besonders viele Kontaktmöglichkeiten der Studierenden zu diesen Szenen bestehen und von ihnen teilweise mitgeprägt werden.

Übersicht 4.1.3: Musikerbiografie eines Zupfinstrumentenmachermeisters und Geiger



Quelle: STADTart / Institut für Kulturpolitik / HWWI 2012 nach Gespräch und Internetrecherchen

Institutionelle und personelle Verflechtungen

- *Musikhochschulen sind institutionell sowohl formell als auch informell mit dem Veranstaltungsmarkt und anderen Branchen der Musikwirtschaft verknüpft*

Musikhochschulen haben teilweise langjährige Kooperationsverträge oder kooperieren informell und projektbezogen mit Einrichtungen bzw. Betrieben der Musikveranstaltungswirtschaft. So ist beispielsweise die Musikhochschule Stuttgart über Kooperationsvereinbarungen institutionell eng mit dem außerhalb der Hochschule angesiedelten „Bix-Jazzclub“ (gGmbH) verflochten. In diesem Club präsentieren sich die Studierenden der Hochschule des Studienganges Jazz wöchentlich, um auf diese Weise frühzeitig marktnahe Bühnenerfahrungen zu erhalten. Zusätzlich werden die Konzerte von der Hochschule für Medien mitgeschnitten und über das Hochschulradio ausgestrahlt. Ähnliches gibt es zum Beispiel an der Hochschule für Musik und Theater in Köln, die mit den Veranstaltungseinrichtungen „Stadtgarten“ und „Loft“ kooperiert. Im Genre Klassik sind entsprechende Kooperationen mit der Musikwirtschaft angesichts der stark vom öffentlich geförderten und intermediären Kultursektor bestimmten Angebotsstruktur dagegen geringer ausgeprägt (zusammenfassend Übersicht 4.1.5 und 4.1.6).

- *Dozent/innen der Musikhochschulen sind neben ihrer Lehrtätigkeit auch für die Musikwirtschaft bzw. andere Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft tätig*

Beschäftigte an Musikhochschulen in Deutschland sind zu 70 Prozent nebenberuflich tätig (MIZ 2011d), wobei der Anteil für das künstlerische Personal, also an Dozent/innen, vermutlich noch deutlich höher liegen dürfte. Aufgrund oftmals beschränkter Lehrkontingente üben die Dozent/innen in der Regel noch weitere Hauptbeschäftigungen in der Musikwirtschaft freiberuflich aus (u.a. als Komponist/innen, Live-Musiker/innen in Bands, Musiklehrer/innen etc.), wie etwa die Musikbiografie eines Trompeters zeigt, der neben seiner Tätigkeit als Dozent gleichzeitig seit Jahren mehrfach freiberuflich in der Musikwirtschaft bzw. in der TV-Wirtschaft als Live-Musiker oder Studiomusiker tätig war und ist (Übersicht 4.1.4). Gleiches gilt auch für Dozent/innen des Genres Klassik, die zudem noch häufig in Orchestern des öffentlich geförderten Kultursektors tätig sind.

- *Aufgrund intensiver institutioneller sowie personeller Verflechtungen mit der Musikwirtschaft haben Musikhochschulen die Funktion eines die Kultursektoren übergreifenden Personen-Netzwerkknotens für Mehrfachstätigkeiten*

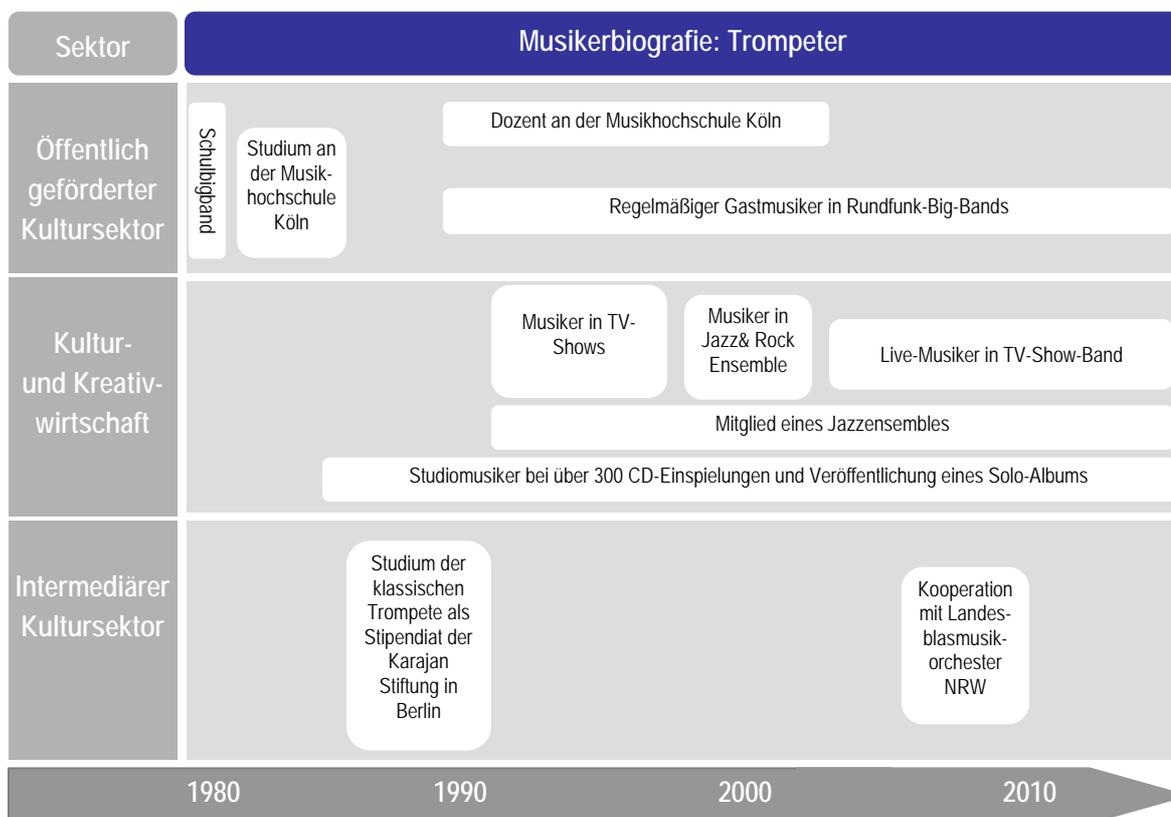
Da Lehrende und Studierende der Musikhochschulen insbesondere in den Genres der populären Musik eng mit der Musikwirtschaft verknüpft sind, übernehmen diese Einrichtungen, je nach Offenheit und Ausbildungskonzeption, in einzelnen Musikgenres die Funktion eines Personen-Netzwerkknotens. So sind beispielsweise an der Pop-Akademie Baden-Württemberg nahezu alle der 150 Dozent/innen eng in die Musikpraxis bzw. Musikwirtschaft eingebunden. Die Einrichtung kooperiert zudem mit zahlreichen Partnern aus der Musik, darunter mit dem nahe gelegenen Musikpark Mannheim, der für manche Studierende als Gründerzentrum fungiert und auch Auftragsproduktionen vermittelt (z.B. für Werbespots).

Ökonomische Wirkungen

- *Die zentrale Wirkung von Musikhochschulen liegt in der Qualifizierung für die Live-Musikproduktion und -distribution sowie für die Musikpädagogik in allen drei Kultursektoren*

Ausbildungsangebote der Musikhochschulen und -akademien schaffen zusammen mit temporären Weiterbildungsangeboten im Kurssystem (z.B. der Eventim Popkurs an der Hochschule für Musik und Theater in Hamburg, das Angebot an der Pop-Akademie Baden-Württemberg) die notwendigen Voraussetzungen für professionelle Tätigkeiten in allen Wertschöpfungsstufen der Musikwirtschaft. Dies trifft sowohl auf Komposition, Arrangement bzw. Solo- und Ensemblespiel zu als auch für Tontechnik, Musikmanagement und die Musikpädagogik und damit für Lehrtätigkeiten an Musikausbildungseinrichtungen aller drei Kultursektoren oder auch für selbstständige Musiklehrer/innen. Die Musikhochschulen sind damit vor allem für die angebotsbezogene Entwicklung der Musikwirtschaft bedeutsam, spielen aber auch eine nicht unwesentliche Rolle bei der Entwicklung der Nachfrage (Übersicht 4.1.5).

Übersicht 4.1.4: Musikerbiografie eines Trompeters



Quelle: STADTart / Institut für Kulturpolitik / HWWI 2012 nach Internetrecherchen

- *Musikhochschulen tragen zu Inventionen und Innovationen in der Musikwirtschaft bei*

Die Musikhochschulen sind zudem Orte der „Ideation“ (Ideen-Generierung) und der „Invention“ (Erfindung und Umsetzung). Die beruflichen Qualifizierungseinrichtungen bieten die Chance, jenseits von Zwängen des Marktes, musikalisch zu experimentieren und Neues zu erproben. Manche der auf diese Weise entstandenen Neuerungen können über unterschiedliche Transferkanäle (z.B. Show-Cases, Clubs, Aufträge) dann Innovationen in der Musikwirtschaft oder auch in anderen Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft (z.B. Film, TV, Werbung) nach sich ziehen. Sie sind daher für die angebotsbezogene Entwicklung der Musikwirtschaft von nicht zu unterschätzender Bedeutung.

- *Musikhochschulen ermöglichen zahlreichen Studierenden den Markteinstieg*

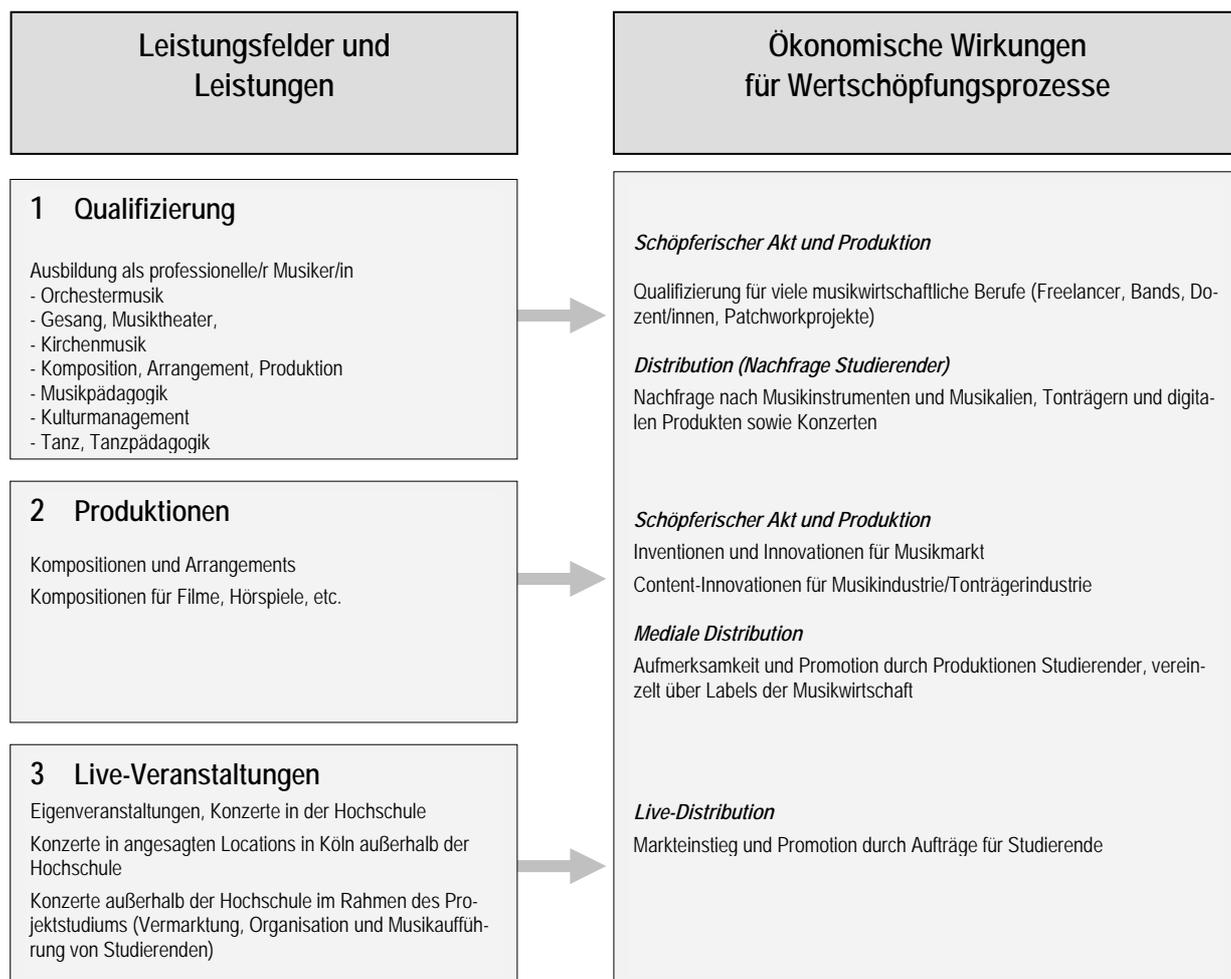
Viele Studierende der Musikhochschulen sind während des Studiums nebenbei bereits in der Musikwirtschaft aktiv tätig, was auch vielfach seitens der Hochschulen unterstützt wird (z.B. durch Vermittlung von Kontakten, Einwerbung von Aufträgen). So sind nach einer aktuellen Befragung der Jazz-Studierenden der Hochschule für Musik und Theater Hamburg nahezu alle während des Studiums beruflich tätig, beispielsweise als Mitglied einer Band, als Studiosi-

ker/in oder als Unterrichtende (unveröffentlichte Untersuchung STADTart, Herborn, Ramme 2011). Dies gilt besonders für Studiengänge mit Schwerpunkt populärer Musik, und insbesondere für Einrichtungen wie die Popakademie Baden-Württemberg, in der u.a. über eine angegliederte Künstleragentur und die Netzwerke der Dozent/innen Studierende während des Studiums bereits in den Markt einsteigen. Die Musikhochschulen tragen über diese Markteinstiegsfunktion zur angebotsbezogenen Entwicklung der Musikwirtschaft bei (Übersicht 4.1.6).

- *Musikhochschulen unterstützen die Entwicklung regionaler Produktionsmilieus der Musikwirtschaft und anderer Branchen der Kultur- und Kreativwirtschaft*

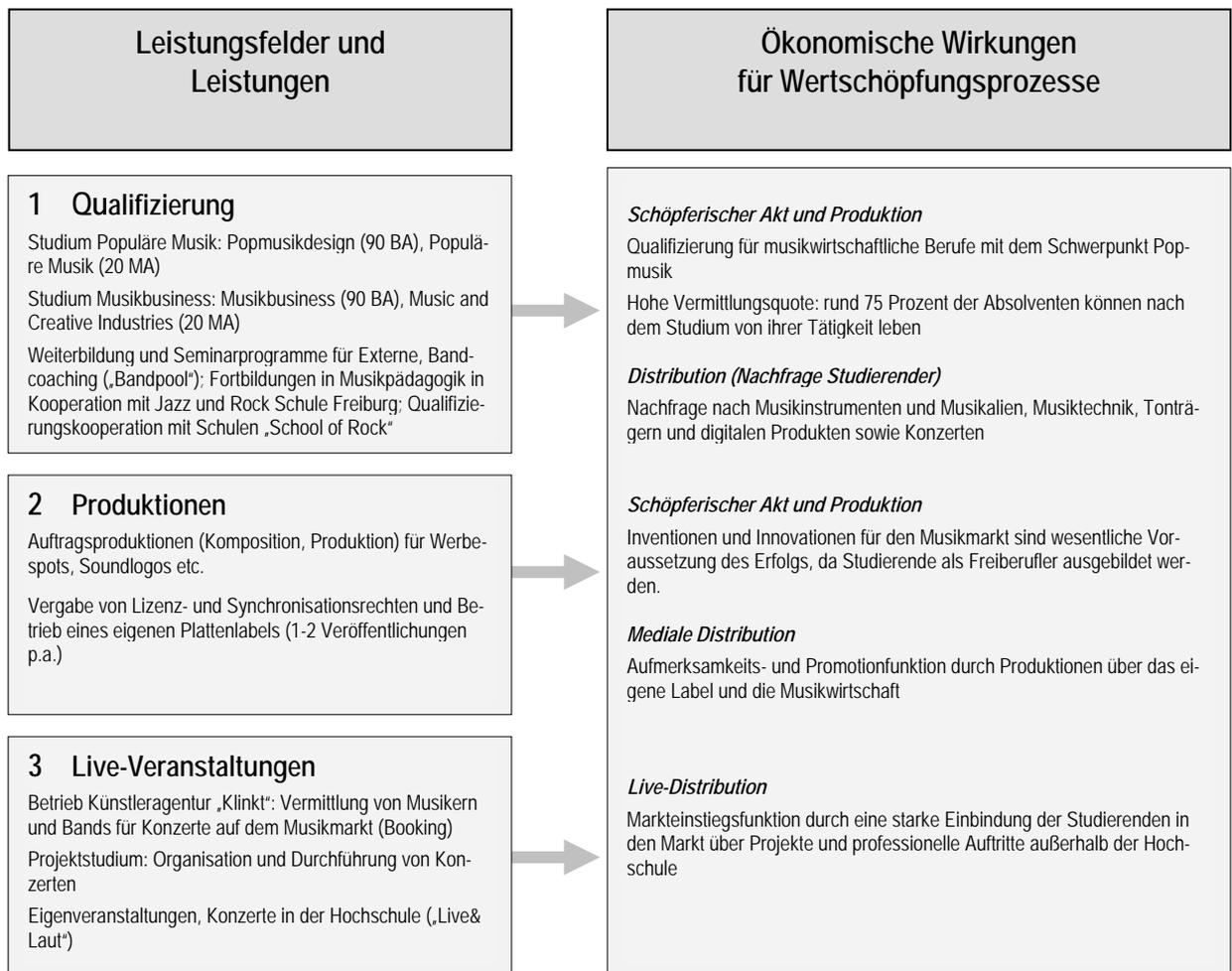
Die weltweit sehr geschätzten Musikhochschulen in Deutschland ziehen Studierende und damit Talente aus dem In- und Ausland an. Etwa 30 Prozent aller Studierenden für den Musikberuf (erste Studienfach) an Musikhochschulen, Universitäten, Gesamthochschulen, Pädagogischen

Übersicht 4.1.5: Wirtschaftliche Wirkungen der Musikhochschulen für die Musikwirtschaft und andere Branchen am Beispiel der Hochschule für Musik und Tanz Köln



Quelle: STADTart / Institut für Kulturpolitik / HWWI 2012

Übersicht 4.1.6: Wirtschaftliche Wirkungen der Pop-Akademie Baden-Württemberg für die Musikwirtschaft und andere Branchen



Quelle: STADTart / Institut für Kulturpolitik / HWWI 2012

Hochschulen und Fachhochschulen stammen aus dem Ausland, in den Studienrichtungen „Komposition“, „Dirigieren“ und „Instrumentalmusik“ sind es über 50 Prozent (MIZ 2011c). Oftmals sind die Studierenden zusammen mit den Dozent/innen wichtige Akteure lokaler Musikszenen (z.B. die Jazzabteilung der Hochschule für Musik und Theater Hamburg für die Jazzszene). Auch verbleibt ein Teil dieser Studierenden nach dem Studium am Ausbildungsort, vorausgesetzt es bestehen entsprechende Arbeitsmöglichkeiten (etwa im Musikveranstaltungs- markt, bei Sendeanstalten, für andere, auf Musik als Input angewiesene Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft, wie z.B. die Werbewirtschaft). Damit tragen die Musikhochschulen zur regionalen Nachfrage nach Angeboten der drei Kultursektoren bei. Gleichzeitig unterstützt deren Innovations- und Markteinstiegsfunktion vorhandene Produktionsmilieus der Musikwirtschaft und damit vernetzter Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft, beispielsweise in der Rundfunkwirtschaft.

4.1.2 Leistungsgruppe „Ensembles und Künstler/innen“

Die Kultureinrichtungen des öffentlich geförderten Kultursektors mit den meisten Musik-Künstler/innen sind die Kulturorchester. Diese werden wegen des hohen wirtschaftlichen Risikos nur selten vom privaten Kultursektor vorgehalten, was vor allem für das Musikgenre Klassik gilt. Insgesamt gibt es in Deutschland 133 Symphonie-, Konzert-, Theater- und Rundfunkorchester mit zusammen knapp 10.000 Planstellen (DOV 2011a). Davon sind 114 staatliche oder städtische Orchester (8.627 Planstellen), 7 öffentlich finanzierte Kammerorchester (e.V. oder GmbH mit 125 Planstellen) und 12 Rundfunkorchester, ohne Tanzorchester und Bigbands, mit rund 1.200 Planstellen (DOV 2011b). Damit sind Orchester wichtige Arbeitsstellen für die Musiker/innen. Zum Leistungsspektrum dieser Orchester zählen Konzerte, Neuproduktionen, Begleitung von Theateraufführungen, Musikaufführungen im Rahmen von TV-Unterhaltungssendungen, Einspielungen von Filmmusik etc. Nach einem jahrelangen Rückgang der Besucherzahlen von Konzerten haben sich die Besuche insgesamt in der jüngeren Vergangenheit zwar stabilisiert, jedoch weniger bei den jüngeren Bevölkerungsgruppen (Deutsche Orchestervereinigung 2011). Parallel dazu gibt es im intermediären Kultursektor rund 172.000 Laienorchester, Amateurensembles sowie Chöre mit rund 5 Mio. Aktiven, außerdem zahlreiche Stiftungen und Musikvereine (z.B. Spielmannzüge). Manche von diesen Aktiven sind nachhaltig im semiprofessionellen Bereich tätig oder profilieren sich als Quereinsteiger für die Musikwirtschaft, wie es beispielhaft die Musikbiografie einer Percussionistin zeigt (Übersicht 4.1.7).

Personelle und institutionelle Verflechtungen

- *Orchester kooperieren mit Veranstaltungsagenturen und Musikverlagen*

Bekannte wie weniger bekannte Orchester kooperieren formell, also auf der Basis von Verträgen, mit der Musikwirtschaft, um ihre Musik medial über Ton- und Tonbildträger verbreiten zu können und auch um zusätzliche Einnahmen zu erzielen. Ein Beispiel hierfür sind die „Berliner Philharmoniker“, die seit Jahren mit der „Deutsche Grammophon GmbH“ in Hamburg zusammenarbeiten. Ebenso wird mit Veranstaltungsagenturen bei Tourneen kooperiert.

- *Musiker/innen in den Kulturorchestern sind über Mehrfach Tätigkeiten mit anderen öffentlichen Kultureinrichtungen bzw. mit der Musikwirtschaft verflochten*

Musiker/innen der Kulturorchester sind zum Teil nebenberuflich in anderen öffentlich geförderten Einrichtungen und/oder für die Kultur- und Kreativwirtschaft freiberuflich tätig, darunter in kleineren Formationen, wie etwa in am Markt tätigen Kammerensembles oder als Musikdozent/-innen. Auch sind ein Großteil der fest angestellten Musiker der NDR-Bigband in Hamburg gleichzeitig als nebenberufliche Lehrbeauftragte oder Teilzeitprofessoren an der Hochschule für Musik und Theater in Hamburg tätig.

zeitig wird damit das Repertoire an Stilen und Musikgenres weiter ausdifferenziert und erweitert. Mit diesen Content-Innovationen zur aktuellen Musik sind positive Effekte für angebotsseitige Entwicklung der Musikwirtschaft verbunden, etwa bei Musicalproduktionen.

- *Profi- und Amateur-Musiker/innen fragen Produkte und Dienstleistungen der Musikwirtschaft nach*

Nicht nur die rund 10.000 professionellen Musiker/innen in den Kulturorchestern sondern insbesondere auch die große Gruppe der in Ensembles und Vereinen zusammengeschlossenen und vielfach aus den Musikschulen aller drei Kultursektoren hervorgegangenen Amateurmusiker/innen des intermediären Kultursektors sind eine breite Nachfragegruppe für Segmente der Musikwirtschaft. Diese fragen in quantitativ großem Umfang Produkte und Dienstleistungen wie etwa Musikinstrumente, technische Ausstattung (z.B. Verstärker, PA's), sonstige Musikalien und Tonträger sowie Dienstleistungen von Tontechniker/innen und Musikmanager/innen nach.

4.1.3 Leistungsgruppen „Kulturelle Infrastruktur“, „Veranstaltungen, Programme“, „Musikpreise“

In der Musik gibt es zahlreiche Infrastruktureinrichtungen. Diese werden entweder ausschließlich für Musikveranstaltungen oder neben Veranstaltungen für Theater bzw. Tanz auch für diese genutzt. Hierzu zählen öffentlich geförderte bzw. ausgegliederte, aber weiterhin überwiegend seitens der Kommunen finanzierte Konzerthäuser und Mehrzweckhallen, Kulturzentren, Musikclubs, Kirchen, umgenutzte Gewerbe- und Industriestandorte (z.B. Veranstaltungsarena Ferropolis in Sachsen-Anhalt), Musikprobezentren etc., die angesichts unterschiedlicher Größe, Ausstattung, Atmosphäre etc. auch von ganz unterschiedlichen Publika genutzt werden. Allein in den Bundesländern Bremen, Hamburg, Niedersachsen, Nordrhein-Westfalen und Sachsen gibt es rund 2.100 Spielstätten (einschließlich Soziokultureller Zentren), die zu 58 Prozent eine Förderung erhalten, welche zu 62 Prozent aus öffentlichen Mitteln stammt (Initiative Musik gGmbH 2011) zu ähnlichen Ergebnissen kommen eine bundesweite Studie der Bundesvereinigung Soziokultureller Zentren 2010 sowie eine landesbezogene Studie der LAG NRW 2011). Zumeist sind diese Einrichtungen mehr oder weniger ausgeprägte Schnittstellen und damit „Netzwerkknoten“ zwischen Künstler/innen und dem Publikum spezifischer Musikszenen. Dies gilt sowohl für Einrichtungen der so genannten Hochkultur als auch des intermediären Kultursektors, wie etwa für das Projekt „Ohrenstrand.net“ im Soziokulturellen Zentrum „Pfefferwerk Stadtkultur“ in Berlin sowie die Veranstaltungsstätten „Unterfahrt“ (München), „Stadtgarten“ (Köln) oder „Domicil“ (Dortmund), die Kommunikationsknoten für Jazzmusiker und Jazzinteressierte sind.

War über Jahrzehnte die Trägerschaft der Musik-Veranstaltungseinrichtungen im Genre Klassik vor allem durch den öffentlich geförderten Kultursektor geprägt und von den Einrichtungen für „populäre Musik“ im intermediären und privaten Kultursektor deutlich getrennt, so hat sich dies in den letzten Jahren sowohl aus musikalischen als auch aus Gründen der Finanzierung gewandelt, auch teilweise zum Nachteil von Anbietern des privaten Kultursektors, wie etwa Musikclubs (Kapitel 2). Sowohl die unmittelbar musikbezogenen als auch die multifunktional ge-

nutzten Einrichtungen sowie die seit Jahren wachsende Anzahl an Musikfestivals der unterschiedlichsten Stilrichtungen in Deutschland (insgesamt rund 500, davon kann rund ein Drittel dem Genre Klassik zugeordnet werden, Website miz) spielen heute angesichts der nicht für alle Stilrichtungen abnehmenden Bedeutung von Tonträgern (z.B. im Jazz) für die Situation der Musiker/innen und Ensembles eine immer größere Rolle (Kapitel 4.1 Einleitung). Zudem gibt es bundesweit eine nicht unerhebliche Anzahl von rund 700 dotierten und undotierten Musikpreisen, die ebenfalls für die Entwicklung der Musikwirtschaft bedeutsam sind.

Institutionelle und personelle Verflechtungen

- *Zwischen Musikveranstaltungseinrichtungen und Festivals des öffentlichen bzw. des intermediären Kultursektors und dem privaten Kultursektor bestehen formelle institutionelle und personelle Verflechtungen*

Öffentlich geförderte Musikveranstaltungseinrichtungen, aber auch Einrichtungen des intermediären Kultursektors sowie Musikfestivals, kooperieren oftmals mit anderen öffentlichen Einrichtungen, um Veranstaltungen durchzuführen (für das Konzerthaus Dortmund STADTart, Kunzmann 2007, 47 ff.). Sie weisen unabhängig vom Musikgenre zudem auch stabile institutionelle und personelle Kooperationsbeziehungen bzw. Verflechtungen mit Selbstständigen und Betrieben der Musikwirtschaft und anderen Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft auf. Dies gilt sowohl im technisch organisatorischen Sinne (z.B. Bühnen- und Tontechnik) als auch hinsichtlich weiterer Dienstleistungen (z.B. Tournee-, Konzert- und Künstlervermittlung, Musikmitschnitte). Hierbei bilden persönliche und zuverlässige Kontakte eine wichtige Grundlage für dauerhafte Kooperationen und erfolgreichen Leistungsaustausch.

Ökonomische Wirkungen

- *Die größeren Musikeinrichtungen bzw. für Musikveranstaltungen genutzten Gebäude haben für die am Markt etablierten Musiker/innen und Ensembles eine Markterweiterungsfunktion, bei Nachwuchsprogrammen eine Aufmerksamkeits- und Promotionfunktion*

Konzerthäuser und Mehrzweckhallen mit entsprechender Bühnentechnik, Tontechnik etc. für Live-Musik, die seitens des privaten Kultursektors nur selten bereitgestellt werden (wie z.B. das privatwirtschaftliche, von einer Kulturstiftung geführte Festspielhaus Baden-Baden), bieten die räumlichen und technischen Voraussetzungen für Konzerte der überwiegend schon am Markt etablierten selbstständigen Musiker/innen, Bands oder Ensembles der popularen Musik und dem Genre Klassik. Sie sind mit ihrer Markterweiterungsfunktion, insbesondere durch Live-Übertragungen, Hörfunk-, TV- und Interneteinspielungen, für diese Gruppe an Tätigen in Musikberufen und damit für die angebotsseitige Entwicklung der Musikwirtschaft daher unerlässlich. Zudem bedingen diese Einrichtungen aber auch eine besucherbezogene Nachfragefunktion durch die damit induzierte Nachfrage nach Tonträgern, Downloads und musikbezogenen Print- und Merchandisingprodukten. Bieten solche Infrastruktureinrichtungen auch Nachwuchsprogramme an, dann können für die Gruppe der Markteinsteiger damit auch Aufmerksamkeits-, Promotion- und Markterweiterungsfunktionen verbunden sein.

- *Kleinere Musikveranstaltungseinrichtungen des öffentlichen und des intermediären Kultursektors ermöglichen den Markteinstieg und unterstützen sowohl die Angebots- als auch die Nachfrageentwicklung in der Musikwirtschaft*

Für junge Musiker/innen und Ensembles haben Kulturzentren, andere kleinere Spielstätten wie etwa Jugendzentren und teilweise auch manche Musikprobezentren wie etwa „Consol4“ in Gelsenkirchen wichtige und oftmals unterschätzte Förderfunktionen, vorwiegend für das Geschäftsfeld der popularen Musik in der Musikwirtschaft. In diesen Einrichtungen können eher neue Inhalte erprobt, kann mit Musik sowie ungewöhnlichen Präsentations- und Ausdrucksformen auf dem Weg zur Professionalisierung „von marktfern bis marktnah“ experimentiert und ein Publikumsstamm für neue Entwicklungen aufgebaut werden. Allein in den Soziokulturellen Zentren erreichten im Jahre 2009 die 13.600 Konzerte etwa 1,6 Mio. Besucher/innen (Bundesvereinigung Soziokultureller Zentren 2010, 11, LAG 2011). Die kleineren Musikveranstaltungseinrichtungen des öffentlichen und des intermediären Kultursektors, die heute jedoch verstärkt unter Finanzierungsdruck stehen, sind mit ihren manchmal noch zusätzlich vorhandenen Proberäumen in der popularen Musik notwendige Experimentier- und Erfahrungsorte für Musiker/innen, Bands oder Ensembles (Initiative Musik gGmbH 2011, 10f.). Zahlreiche Bands mit heute überregionaler Bedeutung haben in solchen Einrichtungen ihre Karriere gestartet, hier ihr erstes Publikum gefunden und erste Schritte in die Selbständigkeit gemacht. Die damit verbundene Existenzgründungsfunktion des öffentlich geförderten und intermediären Kultursektors beschränkt sich jedoch nicht auf die Musiker/innen. Bei professionellen Einrichtungen profitiert davon in einzelnen Fällen auch der Musikveranstaltungsmarkt.

- *Wie bei den musikbezogenen Einrichtungen haben auch Musikfestivals etc. je nach Größe und Bekanntheit für die Musiker/innen, Bands und Ensembles Funktionen für die angebots- und nachfrageseitige Entwicklung der Musikwirtschaft*

Von den Großkonzerten, Musikfestivals und -festspielen im Genre Klassik und der popularen Musik werden nicht alle öffentlich gefördert, nicht wenige tragen sich selbst, insbesondere in den unterschiedlichen Stilrichtungen der popularen Musik, da diese zumeist sehr große Publika anziehen (z.B. das „Wacken Open Air“ 2011 mit rund 86.000 Besucher/innen, „Rock am Ring“ 2012 mit etwas mehr als 86.000). Von den Musikfestivals, von denen zahlreiche Dienstleister der Musikwirtschaft profitieren (z.B. für Bühnen- und Tontechnik), setzen viele sowohl im Genre Klassik als auch der popularen Musik auf eine Mischung von im Markt etablierten Musiker/innen, Bands und Ensembles sowie Neueinsteigern. Für die erste Gruppe haben Musikfestspiele einen zusätzlichen Promotioneffekt, insbesondere bei Live-Übertragungen, Hörfunk-, TV- und Interneteinspielungen (z.B. TV-Mitschnitte der Bayreuther Festspiele). Für manche der Gruppe der Neueinsteiger haben diese Veranstaltungen eine Aufmerksamkeits-, Promotion und Markteintrittsfunktion. Dies gilt insbesondere für Musikfestivals und -festspiele mit „Newcomern“ oder bei solchen Veranstaltungen, die auf Musikinnovationen setzen, wie beispielsweise das Moers Festival. Unabhängig vom Genre induzieren Festivals etc. indirekt eine Nachfrage nach musikrelevanten Produkten wie CD's, Downlods und musikbezogenen Print- und Merchandisingprodukten.

- *Musikpreise unterstützen Künstler/innen, tragen zu ihrer Promotion bei und bewirken damit sowohl Effekte für angebots- als auch nachfrageseitige Entwicklungen der Musikwirtschaft*

In der Musik werden in Deutschland rund 700 Förderpreise gelistet (Website kulturpreise). Diese können allen drei Kultursektoren zugeordnet werden. Hierbei handelt es sich sowohl um dotierte Geldpreise, als auch um Sachpreise (z.B. Arbeits- und Förderstipendien, wie etwa der Bachpreis Hamburg oder das Jahresstipendium Musik des Landes Niedersachsen) sowie undotierte Ehrungen. Je nach Reputation bedingen die Preise mehr eine regionale, überregionale oder auch internationale Aufmerksamkeit. Mit Preisen wie dem mit 6.000 EUR dotierten „Förderpreis Musik der Landeshauptstadt München“ oder dem mit 12.000 EUR ausgestatteten Musiker Stipendienpreis des Märkischen Kreises wird vor allem die angebotsseitige Entwicklung der Musikwirtschaft unterstützt, während manche undotierte Ehrungen wie der „Preis der deutschen Schallplattenkritik“ sich eher positiv auf der Nachfrageseite der Musikwirtschaft auswirken, sowohl hinsichtlich der verschiedenen Tonträger als auch im Hinblick auf den Besuch von Musikveranstaltungseinrichtungen bzw. von Festivals.

4.1.4 Leistungsgruppe „Mediale Distribution“

Neben der Live-Musik, den Tonträgern und dem Internet ist der öffentlich-rechtliche Rundfunk, der aufgrund seiner Finanzierungsstruktur zum öffentlich geförderte Kultursektor gezählt werden kann (Kapitel 1), für die Musik ein bedeutender Distributionskanal. Im Hörfunk nimmt „Musik“ den größten Programmanteil ein. Die Musiksendeanteile aller neun Hörfunksender -programme der ARD beliefen sich 2010 auf rund 60 Prozent (Media Perspektiven 2011, 11). Auch das öffentlich-rechtliche Fernsehen hat Musikanteile, u.a. in Shows und durch Übertragung von teilweise selbst veranstalteten Konzerten, jedoch in einem erheblich geringerem Umfang, abgesehen von Musikeinspielungen für unterschiedliche Sendungen. Welche Bedeutung der öffentlich-rechtliche Rundfunk insgesamt für die Musikwirtschaft hat und welche institutionellen und personellen Verflechtungen mit dem privaten Kultursektor bestehen, lässt sich am Beispiel des größten Senders der ARD darstellen, dem Westdeutschen Rundfunk (Deutscher Kulturrat 2009, Übersicht 4.1.8).

Institutionelle und personelle Verflechtungen

- *Der öffentlich-rechtliche Rundfunk ist durch Mehrfach Tätigkeiten vor allem der freien Mitarbeiter/innen als Netzwerkknoten personell mit der Musikwirtschaft verflochten*

Die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten haben neben ihren 27.000 fest Angestellten zahlreiche freie und feste freie Mitarbeiter/innen. Insgesamt kann von rund 80.000 bis 100.000 freien und über 11.000 festen freien Mitarbeiter/innen in den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten ausgegangen werden (Kapitel 3.1.3). Insbesondere viele der „freien“ und „festen freien“ Mitarbeiter/innen sind in der Musikwirtschaft bzw. in anderen Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft tätig, wie das Beispiel des Moderators Götz Alsmann zeigt („Zimmer Frei“ im

WDR), der gleichzeitig freiberuflicher Musiker und Bandleader ist. Angesichts der nicht unbedeutenden Anzahl an solchen personellen Verflechtungen mit der Kultur- und Kreativwirtschaft können die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten als wichtige Netzwerkknoten angesehen werden.

Ökonomische Wirkungen

- *Die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten ermöglichen durch Ausbildung und Tätigkeiten den Markteinstieg und unterstützen damit die Angebotsentwicklung in der Musikwirtschaft*

Die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten bilden in einigen wenigen Ausbildungsberufen aus, die auch für Tätigkeiten in der Musikwirtschaft qualifizieren (z.B. beim WDR: Fachkraft für Veranstaltungstechnik). Für Berufseinsteiger/innen können die Sendeanstalten zudem den Markteinstieg in die Kultur- und Kreativwirtschaft auf vielfältige Weise erleichtern, zum Beispiel durch Erfahrungen als junge Musikmoderator/innen im Jugendsender des WDR (1LIVE) oder durch Features über Musiker/innen und Bands.

- *Die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten tragen mit ihren Klangkörpern zur Erweiterung des Musikangebotes, zu Innovationen und Diversifizierungen in der Musikwirtschaft bei*

Wie die anderen Orchester des öffentlichen geförderten Kultursektors (Kapitel 4.1.2) erarbeiten die 12 Rundfunkorchester in Deutschland auch neue Produktionen, die als Content zur Diversifizierung des Musikangebotes in der Musikwirtschaft beitragen (u.a. in der Tonträgerindustrie). Allein im WDR Rundfunkorchester sind insgesamt 240 „Top-Musiker/innen“ beschäftigt, einschließlich der Musiker/innen der Big-Band und des Rundfunkchores (DOV 2011b, Deutscher Kulturrat 2009, 223 ff.). Seine vier Klangkörper (Sinfonieorchester, Rundfunkchor, Rundfunkorchester und Big-Band) gaben 2008 insgesamt 208 Konzerte, davon 11 der Big-Band im Ausland. Zu den sich hieraus ergebenden Innovationen tragen selbstständige Musiker/innen und Komponist/innen bei (Péres 2019), die im Jahr 2008 Aufträge in Höhe von rund 274.000 EUR für Kompositionen, von 31.000 EUR für Hörspielmusik und Jazz sowie von rund 300.000 EUR für Arrangements erhalten haben (Deutscher Kulturrat 2009, 230 ff.).

- *Der öffentlich-rechtliche Rundfunk trägt zur Promotion von Musiker/innen, Bands und Ensembles und damit zur Angebotsentwicklung bei*

Durch Live-Übertragungen von Konzerten und Festivals und die Ausstrahlung von Mitschnitten sowie manchen Preisen (z.B. der WDR Jazzpreis) werden Künstler/innen einem breiten Publikum zugänglich gemacht. Dies ist zum Teil mit erheblichen Promotioneffekten für die Künstler/innen verbunden (z.B. Mitschnitte des Festivals „Rock am Ring“ oder des Tanz- und Folkfestivals Rudolstadt in Thüringen). Für die unterschiedlichsten Sendeformate in Hörfunk und TV werden zudem häufig Tonträgeraufnahmen aus den unterschiedlichsten Stilrichtungen eingespielt, was ebenfalls die Aufmerksamkeit für Musiker/innen, Bands und Ensembles erhöht und über die damit verbundene Nachfrage entweder den Markteinstieg ermöglicht oder die Erschließung neuer Märkte erleichtert.

Übersicht 4.1.8: Wirtschaftliche Wirkungen des Westdeutschen Rundfunks für die Musikwirtschaft und andere Branchen



Quelle: STADTart / Institut für Kulturpolitik / HWWI 2012

■ *Der öffentlich-rechtliche Rundfunk hat eine bedeutende mediale Nachfragefunktion*

Der öffentlich-rechtliche Rundfunk hat trotz des starken Wettbewerbs mit den privaten Rundfunksendern immer noch eine beträchtliche Reichweite, wobei diese je nach Sendeformat und Altersgruppe variiert. Hinweise auf Musikveranstaltungen und vor allem die Einspielung von Musik haben daher weiterhin positive Effekte für die Musikwirtschaft, zum einen wird damit zur

besseren Auslastung der Musikveranstaltungen beigetragen, zum anderen wird die Nachfrage nach Tonträgern gestärkt. So stiegen beispielsweise die Anzahl der Downloads der Band AC/DC an einem Wochenende um das zehnfache, als ihre Songs im ZDF bei „Wetten dass...?“ eingespielt wurden (Musikmarkt 2011).

- *Als Musikveranstalter und als Unterstützer von Fremdkonzerten übernimmt der öffentlich-rechtliche Rundfunk eine Förder- und Markterweiterungsfunktion*

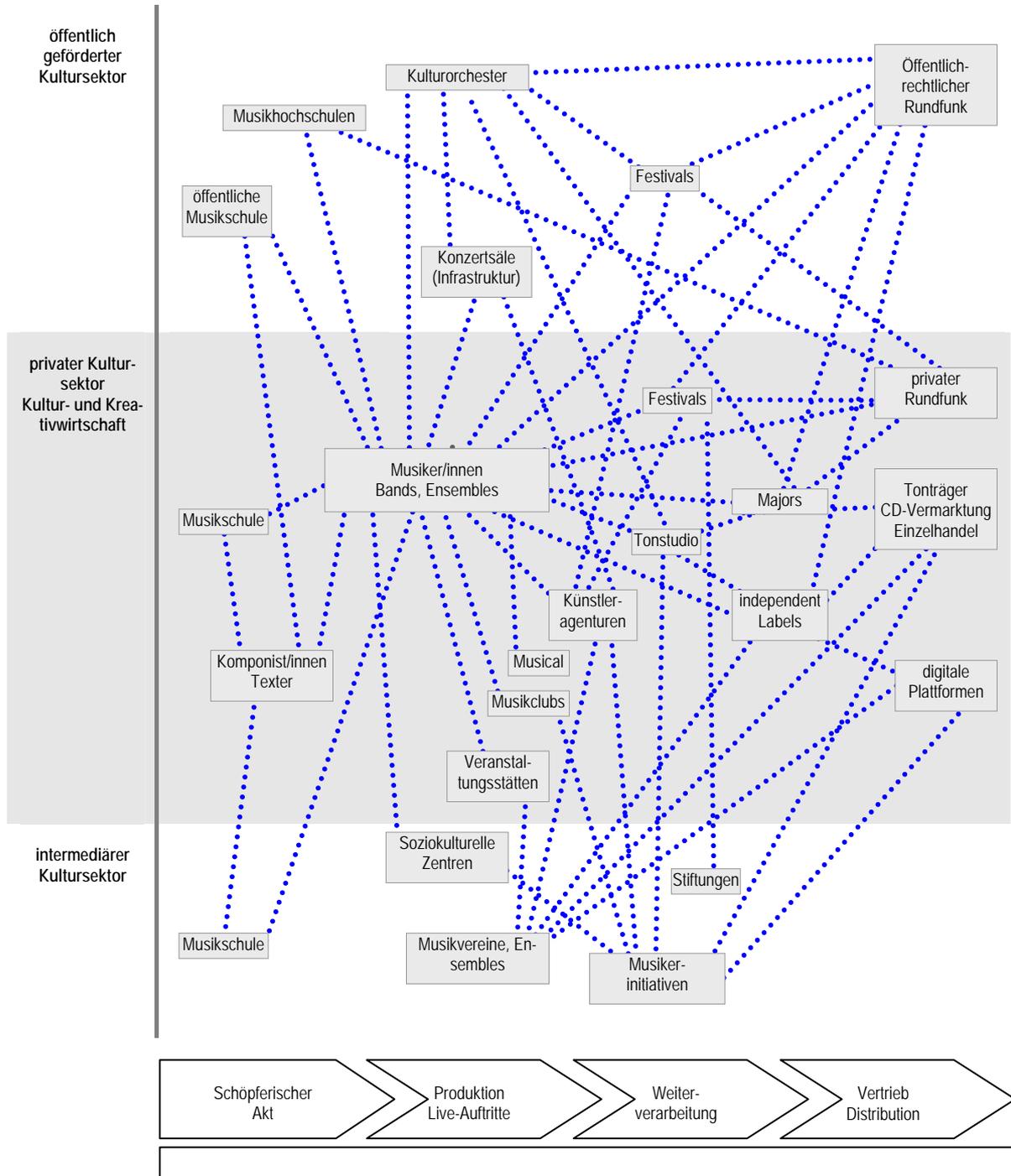
Die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten veranstalten selbst Konzerte (z.B. die der eigenen Klangkörper) und unterstützen Fremdkonzerte sowie Events. Beim WDR sind dies überwiegend Musikveranstaltungen (83 %). Allein der Sender WDR 3 ist im Jahr 2008 bei rund 300 Veranstaltungen als Kulturpartner aufgetreten (Deutscher Kulturrat 2009, 297). Abgesehen davon, dass durch solche Kooperationen zahlreiche Kultureinrichtungen des öffentlichen wie des intermediären Kultursektors hinsichtlich ihres Bekanntheitsgrades profitieren, haben diese bei der Einbindung von Nachwuchsmusiker/innen auch eine Förder- und Markterweiterungsfunktion für die Angebotsentwicklung der Musikwirtschaft.

4.1.5 Das Wirkungsnetzwerk Musik

Die Analysen zu den institutionellen und personellen Verflechtungen zwischen den drei Kultursektoren in der Musik sowie zu den ökonomischen Wirkungen der Leistungsträger des öffentlichen und des intermediären Kultursektors in den einzelnen Leistungsgruppen für die Musikwirtschaft machen deutlich, dass die lineare Wertschöpfungskette dieser Branche in ein feinmaschiges Wirkungsnetzwerk oder „Wirkungsfeld“ eingebettet ist (Übersicht 4.1.9). Dabei spielen die Tätigen in den Kulturberufen dieser Sparte, wie Musikbiografien offen legen, eine die drei Kultursektoren vernetzende Rolle (Übersichten 4.1.10; 4.1.11). Es zeigt sich zudem, dass die Musikwirtschaft auch relevante Funktionen für die Sparte Musik hat (z.B. hinsichtlich des Musikmanagements). Dieses „Wirkungsnetzwerk Musik“ bietet sich auch als Erklärungsmodell für die Entwicklung von Innovationen in der Musikwirtschaft an, insbesondere hinsichtlich des in der Musik vor allem bedeutsamen Innovationsfelds Content (zu anderen Innovationsfeldern in der Kultur- und Kreativwirtschaft: MWME 2007; 10-12).

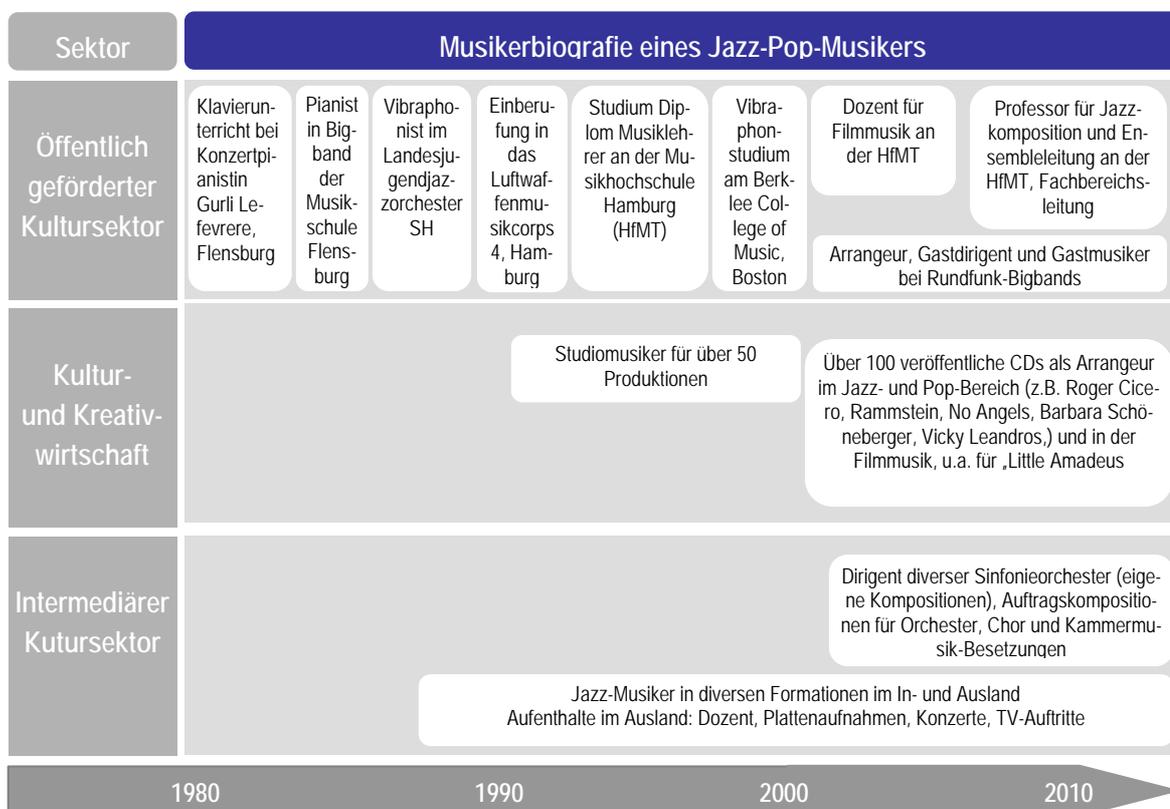
Am Markt erfolgreich etablierte Musik benötigt nach den Analyseergebnissen, die im Einzelnen noch weiter empirisch zu vertiefen sind, eben mehr als der aus einer angebotsbezogenen Branchen- und Unternehmensperspektive sinnvolle lineare Dreiklang von „Schöpferischem Akt“, „Produktion“ (einschließlich von Datenträgern) und „Distribution“ vereinfachend zum Ausdruck bringt. Damit unmittelbar verbunden sind zahlreiche Leistungsträger des öffentlichen und des intermediären Kultursektors, wobei diese nicht ausschließlich zu den beiden nicht erwerbswirtschaftlichen Kultursektoren zählen müssen, wie Leistungsträger des privaten Kultursektors aufgrund vergleichsweise günstiger Nachfragebedingungen in der Musik zeigen (u.a. hinsichtlich einer breiten Zahlungsbereitschaft z.B. für Musikschulangebote, für Musikclubs, Übersicht 4.1.2).

Übersicht 4.1.9: „Wirkungsnetzwerk Musik“ der drei Kultursektoren im Rahmen der Wertschöpfungskette (Schema)



Quelle: STADTart / Institut für Kulturpolitik / HWWI 2012

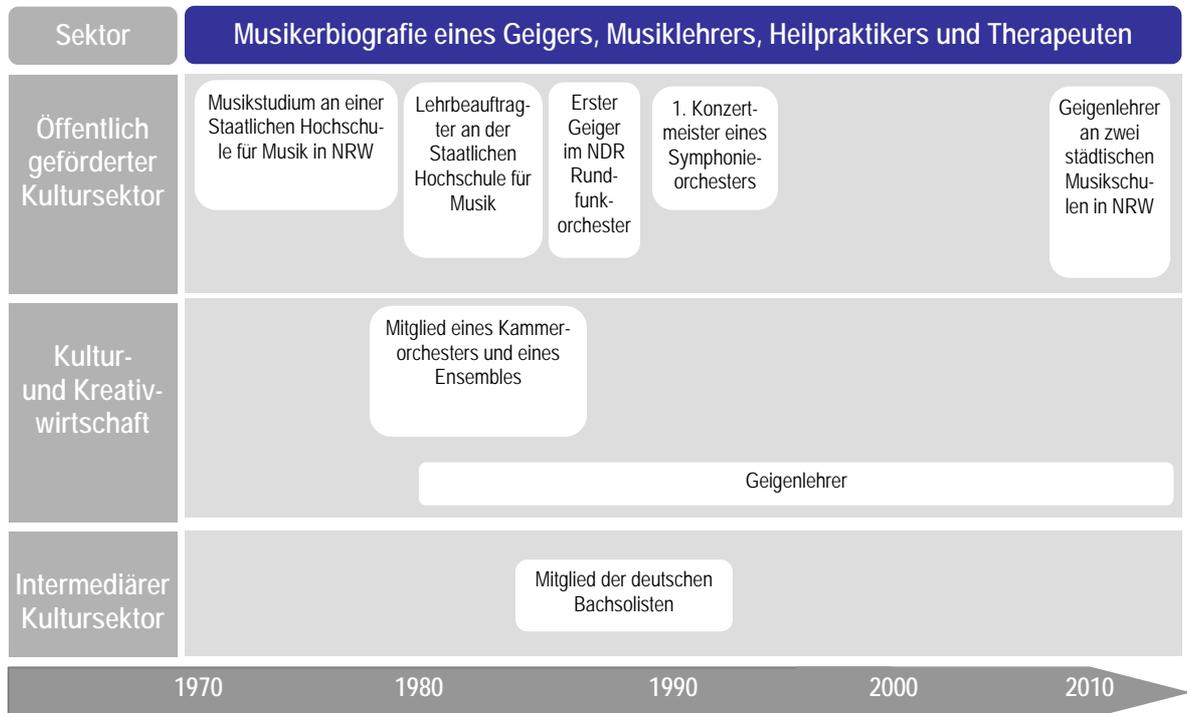
Übersicht 4.1.10: Musikerbiografie eines Jazz-Pop-Musikers



Quelle: STADTart / Institut für Kulturpolitik / HWWI 2012 nach Internetrecherchen

Diese Leistungsträger übernehmen für die angebotsseitige Entwicklung der Musikwirtschaft nicht nur Basisfunktionen der Qualifikation, sondern sie sind gleichzeitig unmittelbar für die „Produktion“ und „Distribution“ der Wertschöpfung bedeutsam, indem beispielsweise die Orchester Content für die Tonträgerindustrie bereit stellen oder Qualifizierungseinrichtungen über personelle Verflechtungen den Studierenden den Markteinstieg in die Musikwirtschaft erleichtern. Letztere Funktion haben nicht nur die zahlreichen unterschiedlichen kulturellen Zentren, sondern auch manche Musikclubs. Die Qualifizierungseinrichtungen für die Musik sind zudem für die bislang in Strategien zur Entwicklung der Musikwirtschaft zumeist vernachlässigte Nachfrageseite relevant, der zukünftig im Rahmen von Modellen des „producers“ auch für die Entwicklung der Angebotsseite der Branche eine größere Rolle beigemessen wird.

Übersicht 4.1.11: Musikerbiografie eines Geigers und Musiklehrers



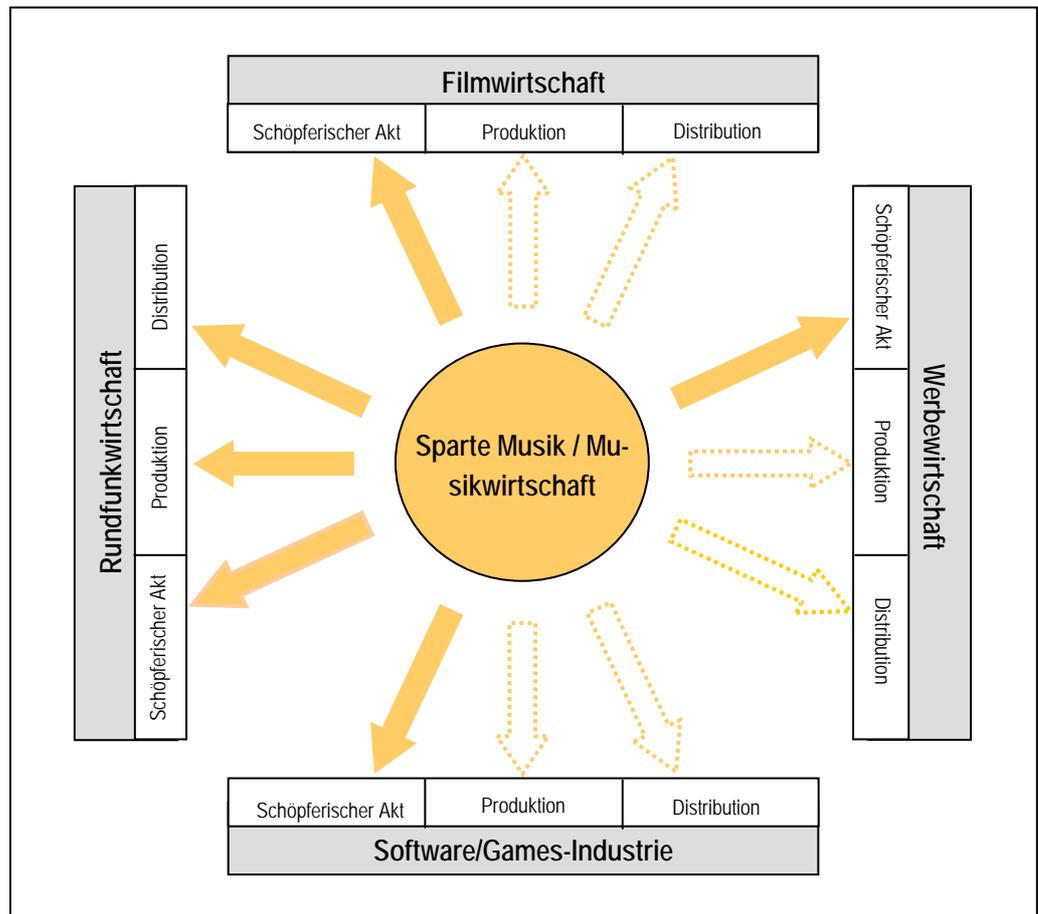
Quelle: STADTart / Institut für Kulturpolitik / HWWI 2012 nach Eigendarstellungen im Internetrecherchen

4.1.6 Sparten- bzw. teilmarktübergreifende Wirkungen und zentrale Schnittstellen

Die ökonomischen Wirkungen der Leistungsträger des öffentlich geförderten und des intermediären Kultursektors für die Musikwirtschaft beschränken sich nicht auf die Sparte, sondern reichen über die Branche hinaus. Die Inputs des Wirkungsnetzwerks Musik erstrecken sich besonders auf den „schöpferischen Akt“ in den Teilmärkten der Werbewirtschaft, der Filmwirtschaft und der Gamesindustrie, in der Rundfunkwirtschaft zudem auf die Wertschöpfungsketten „Produktion“ und „Distribution“ (Übersicht 4.1.12). Bedeutsam sind die in das Wirkungsnetzwerk Musik eingebundenen Tätigen in Kulturberufen der Musik, die Komponist/innen, Bands, Ensembles, Songwriter/innen etc.

- bei Filmproduktionen der Filmwirtschaft, bei Neukompositionen, Musikeinspielungen oder Arrangements von Kompositionen und Songs;
- bei „Commercial Songs“, „Brand Songs“, „Jingles“, „Background Music“ etc. für die Werbewirtschaft, zum Beispiel im Rahmen des „Audiobrandings“ (Stepniczka 2011, 58);
- bei Games, insbesondere bei Musikspielen wie „Guitar Hero“ oder „Rock Band“, bei denen Musik einen besonders hohen Stellenwert einnimmt. Auch wird zunehmend auf Orchesteraufnahmen zurück gegriffen oder es werden bekannte Interpret/innen eingebunden (Laber 2011, 61f.);

Übersicht 4.1.12: Wirkungen der Sparte Musik bzw. des Musikmarktes auf Wertschöpfungsprozesse anderer Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft



Quelle: STADTart / Institut für Kulturpolitik / HWWI 2012

- für den gesamten Wertschöpfungsprozess in der privaten Rundfunkwirtschaft. So werden u.a. Kompositionen für Shows, Serien etc. als Jingles von Musiker/innen erarbeitet, treten Musikensembles in Unterhaltungssendungen auf und ist Musik Bestandteil zahlreicher Hörfunk- und TV- Sendungen.

Der Stellenwert der Leistungsträger des öffentlich geförderten und des intermediären Kultursektors in der Musik begrenzt sich damit nicht auf die angebots- und nachfrageseitige Entwicklung der Musikwirtschaft. Eine Reihe von Leistungsträgern haben darüber hinaus eine wohl überwiegend ergänzende, aber deshalb nicht unbedingt geringe Bedeutung für die Wertschöpfung anderer Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft.

Unter Berücksichtigung des skizzierten sparten- bzw. teilmarktübergreifenden Stellenwerts von Musik und Musikwirtschaft wirken insbesondere folgende Leistungsgruppen der beiden nicht erwerbswirtschaftlichen Kultursektoren als Schnittstellen zur Kultur- und Kreativwirtschaft:

- In der „Ausbildung“ sind alle Leistungsgruppen, die allgemein schulische musikbezogene Bildung, die außerschulische kulturelle Bildung (u.a. Musikschulen) und die Hochschuleinrichtungen der Musik bedeutsame Schnittstellen, da deren Leistungsträger zentrale Grundlagen sowohl für die Angebots- als auch für die Nachfrageentwicklung von Musik und Musikwirtschaft schaffen. Eine zentrale Rolle spielen dabei die Dozent/innen an den Musikschulen und Musikhochschulen mit Teil- und Mehrfachbeschäftigungen in allen drei Kultursektoren. Sie wirken durch diese Form der Beschäftigung als Transmissionsriemen der Angebotsentwicklung in der Musikwirtschaft.
- Bezüglich der „Produktion/Distribution“ zählen zu den zentralen Schnittstellen vor allem nicht marktabhängige Kultureinrichtungen wie etwa Soziokulturelle Einrichtungen. Da diese Nachwuchskünstler/innen, Bands etc. vor allem den Markteinstieg erleichtern, wird über diese Einrichtungen angebotsseitig zur Entwicklung der Musikwirtschaft beigetragen.
- Einen besonderen Stellenwert hat in der „Medialen Distribution“ der öffentlich-rechtliche Rundfunk. Dieser beschränkt sich nicht auf die Nachfrageseite der Musikwirtschaft. Aufgrund der Mehrfachbeschäftigungen zahlreicher freier und fester freier Beschäftigter bei den Sendern tragen diese ähnlich wie die Teil- und Mehrfachbeschäftigungen an den Musikhochschulen auch zur Angebotsentwicklung in der Musikwirtschaft bei.

4.2 Sparte/Teilmarkt Bildende Kunst

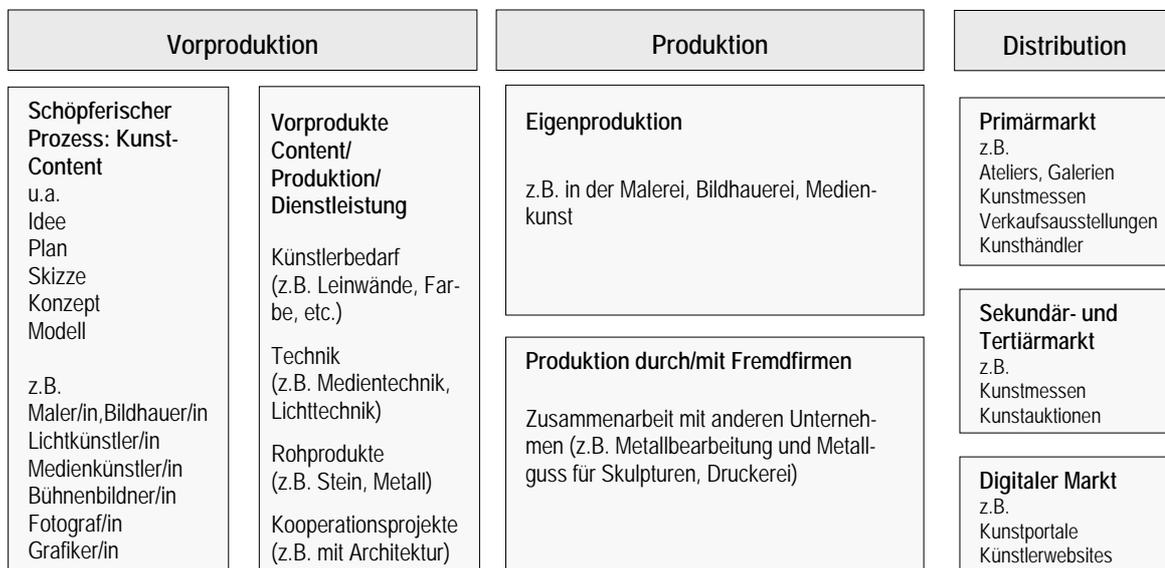
Zur Bildenden Kunst zählen neben klassischen Genres der Malerei etc. auch die Medienkunst, die Lichtkunst, die Fotografie, die Bühnenbildkunst und traditionell zudem die „angewandte Kunst“ (z.B. Kunstgewerbe, Kunsthandwerk). Eine der Besonderheiten der Bildenden Kunst ist es, dass vorwiegend Unikate geschaffen werden oder geringe limitierte Auflagen (z.B. über druckgrafische Verfahren wie Radierungen, Lithografien, Serigrafien oder Siebdrucke⁹). Zudem gibt es Reproduktionen von Originalen als Massenprodukte, zum Beispiel als Kunstdrucke.

Die Situation in der Sparte bzw. dem Teilmarkt Bildende Kunst ist u.a. davon geprägt, dass es für aktives Malen und Gestalten ein breites Interesse gibt. Je nach Bildungsabschluss sind oder waren zwischen 8 und 26 Prozent der Bevölkerung gestalterisch tätig (BMBF 2012, 171f.). Dies schlägt sich in zahlreichen Künstlervereinigungen mit unterschiedlichen Professionalitätsansprüchen, Kunstvereinen, rund 2.600 selbstständigen Kunst- und Kulturstiftungen bürgerlichen Rechts und in den hohen Besucherzahlen der bundesweit rund 520, überwiegend zum öffentlich geförderten Kultursektor zählenden Kunstmuseen nieder. Im Jahre 2009 verzeichneten diese ca. 18 Mio. Besuche (Statistisches Bundesamt 2011, 177).

Neben diesen Einrichtungen, die Bildende Kunst einem breiten Publikum näher bringen, gibt es den Kunstmarkt, den Verkauf von Bildender Kunst, der eine bis ins 17. Jahrhundert zurückreichende Tradition hat (Hoffmann-Ostenhoff 2009). Dieser erfolgt heute mit Ausnahme direkter Atelierverkäufe seitens der Künstler/innen überwiegend über Galerien, Kunstmessen, Kunsthändler und -vermittler sowie Auktionshäuser des privaten Kultursektors. Der Kunstmarkt hängt im Unterschied zur breiten Nachfrage etwa in der Musik insbesondere von der Zahlungsbereitschaft der Sammler/innen (60 % der Umsätze der Galerien lassen sich auf diese Nachfragegruppe zurückführen, nach Bundesverband Deutscher Galerien 2002) und seit einiger Zeit auch immer mehr vom Stellenwert der Kunst als Kapitalanlage ab. Im Kunstmarkt wird zwischen drei Märkten unterschieden, dem

- Primärmarkt bzw. dem „Künstlermarkt“ für Erstverkäufe von Werken etablierter ebenso wie von weniger etablierten Künstler/innen. In diesem Markt sind vor allem Galerien tätig, die ihre Hauptumsätze auf Kunstmessen erzielen. Teil des Primärmarkts ist die Eigenvermarktung von Künstler/innen über Atelierverkäufe, auf die vor allem die am Markt weniger etablierten Künstler/innen angewiesen sind, insbesondere wenn sie keinen Zugang zu einer Galerie haben. Je nach Marktakzeptanz variiert die Nachfrage nach Erstverkäufen. Für weite Teile dieses Marktes, wozu auch „junge Kunst“ zählt, werden „Vermittlungsprobleme“ als die zentrale Herausforderung bei der Erschließung von Märkten angesehen (MWMMEV 2002).
- Sekundärmarkt, auf dem Folgeverkäufe getätigt werden. Weitgehend handelt es sich dabei um am Markt etablierte Kunst, die überwiegend von Kunsthändler/innen, kleineren Auktionshäusern und auf Kunstmessen, aber angesichts der damit verbundenen höheren Umsätze auch von Galerien gehandelt werden.

Übersicht 4.2.1: Akteure und Produkte in der Wertschöpfungskette des Kunstmarktes



Quelle: *STADTart* / Institut für Kulturpolitik der KupoGe / HWWI 2012. nach: Arbeitsgemeinschaft Kulturwirtschaft NRW 2007, 67

- Tertiärmarkt, der überwiegend von den Auktionshäusern für am Markt international etablierte Kunst bedient wird. Die Zentren dafür sind London und New York.

Daneben gibt es noch Künstler- oder Atelierhäuser des intermediären Kultursektors, über die die Künstler/innen durch Atelierverkäufe vor allem im Primärmarkt Kunst veräußern. Besonderes Merkmal der Sparte bzw. des Teilmarkts Bildende Kunst ist es, dass im Gegensatz zur Musik bzw. zur Darstellenden Kunst mit seinen Ensembles im öffentlich geförderten Kultursektor nahezu alle Künstler/innen Selbstständige sind und damit zum privaten Kultursektor zählen - (Übersicht 4.2.1).

Der Kunstmarkt ist innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft der kleinste Teilmarkt. Im Jahr 2008 gab es in Deutschland in diesem Teilmarkt rund 12.000 Selbstständige und Unternehmen, die einen Umsatz in Höhe von 1,9 Mrd. EUR erzielten. Die Anzahl der Erwerbstätigen lag bei rund 19.400, davon waren rund 4.300 sozialversicherungspflichtig und rund 3.100 geringfügig entlohnt beschäftigt (Übersichten 3.4.1, 3.5.2). Damit nimmt der Kunstmarkt bundesweit innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft sowohl hinsichtlich der Umsätze als auch der Erwerbstätigen den 11. Rang ein, bezüglich der Anzahl der Unternehmen und Selbstständigen den 10. Rang (weniger gibt es nur noch in der Musikwirtschaft, Kapitel 3.4 und 3.5). Zwischen 2003 und 2008 verzeichnete der Teilmarkt deutliche Zuwächse, sowohl hinsichtlich der Umsätze bzw. der Anzahl an Unternehmen und Selbstständigen als auch der Erwerbstätigen (Kapitel 3, BMWi 2010, 42). Kunst ist zudem ein wichtiger Treiber für andere Sparten und Teilmärkte, zum Beispiel für die Design- oder auch die Werbewirtschaft.

Angebotssituation in der Sparte/Teilmarkt Bildende Kunst

Hinsichtlich der Angebotssituation stellt sich die Sachlage in der Sparte bzw. dem Teilmarkt Bildende Kunst heute in sieben Leistungsgruppen für die „Ausbildung“, „Produktion“ bzw. „Distribution“ und „Medialer Distribution“ wie folgt dar (Übersicht 4.2.2):

- *Ausbildung:* In den dazu zählenden drei Leistungsgruppen, der „Allgemeinen schulischen kulturellen Bildung“, der „Außerschulischen kulturellen Bildung“ sowie der „Beruflichen Aus-, Fort- und Weiterbildung“ gibt es nicht nur Leistungsträger im öffentlich geförderten bzw. im intermediären Kultursektor, sondern teilweise auch im privaten Kultursektor. Dazu zählen in der außerschulischen kulturellen Bildung eine zunehmende Anzahl von privaten Kunst- und Malschulen (die es in manchen Städten wie etwa Dresden schon einmal in den 20er Jahren des letzten Jahrhunderts gab), sowie Workshop- und Kursangebote selbstständiger Künstler/innen. In der Leistungsgruppe der beruflichen Ausbildung der Bildenden Kunst überwiegen mit Kunsthochschulen und Kunstakademien Leistungsträger des öffentlich geförderten Kultursektors. Jedoch bestehen auch zahlreiche Kunstschulen im intermediären und privaten Kultursektor, wie zum Beispiel die Ruhrakademie für Medien, Design und Kunst in Schwerte oder die Kunstakademien in Mannheim, Augsburg und München.
- *Produktion/Distribution:* In der Bildenden Kunst fallen, sieht man von Kunstreproduktionen ab, „Schöpferischer Akt“ und „Produktion“ zusammen. Davon deutlich getrennt ist, mit Ausnahme der Künstler- und Atelierhäuser (bei denen „Schöpferischer Akt“, „Produktion“ und „Distribution“ eine Einheit bilden), die „Distribution“. Die Leistungsgruppe der „Künstler/innen“ ist ausschließlich Teil des privaten Kultursektors. Hinsichtlich der Leistungsgruppe der „Kulturellen Infrastruktur“ der Bildenden Kunst ist die Angebotssituation dagegen breiter, auch wenn der öffentlich geförderte Kultursektor in vielerlei Hinsicht dominierend sein dürfte. Neben den bundesweit 520 Kunstmuseen, Kunsthallen (wie z.B. der Berliner Nationalgalerie), städtischen Galerien und Artotheken des öffentlich geförderten Kultursektors gibt es 270 in der Arbeitsgemeinschaft Deutscher Kunstvereine (ADKV) zusammengeschlossene Kunstvereine sowie zahlreiche Künstler- und Atelierhäuser des intermediären, aber teilweise auch des privaten Kultursektors. Zum Letzteren zählen die mehr als 500 Galerien (davon sind über 350 im Bundesverband Deutscher Galerien und Editionen zusammengeschlossen), die jedoch überwiegend den Primär- und teilweise auch den Sekundärmarkt bedienen. Die Leistungsgruppe der „Veranstaltungen und Programme“ umfassen in der Bildenden Kunst ständige und temporäre Ausstellungen. Hinsichtlich der Präsentation von Bildender Kunst zählen hierzu etwa die weltweit renommierte „Documenta“ in Kassel oder die sich zu „Blockbustern“ und Besuchermagneten entwickelnden Ausstellungen wie zum Beispiel „Monet“ im Wuppertaler Von der Heydt-Museum oder zu Matisse in der Kunstsammlung Nordrhein-Westfalen. Sowohl Präsentations- als auch Verkaufsausstellungen sind im Primärmarkt vor allem die Künstler- und Atelierhäuser, teilweise auch die Kunstvereine des intermediären Kultursektors. Die vierte Leistungsgruppe umfasst die rund 800 „Kunstpreise“, die insbesondere vom öffentlichen Kultursektor und dabei häufig von Städten, aber auch vom intermediären und vom privaten Kultursektor vergeben werden.

Übersicht 4.2.2: Angebotssituation in der Bildenden Kunst nach Leistungsgruppen der Wertschöpfungskette und Leistungsträgern in den drei Kultursektoren (Auswahl)

	Leistungsgruppen im Wertschöpfungsprozess	Leistungsträger		
		Öffentlich geförderter Kultursektor	Intermediärer Kultursektor	Privater Kultursektor: Kultur- und Kreativwirtschaft
Ausbildung	(1a) Allgemeine schulische kulturelle Bildung	Allgemeinbildende Schulen: Kunstunterricht, Museumsbesuche etc.	Allgemeinbildende vereinsgetragene Schulen: Kunstunterricht, Museumsbesuche etc.	Allgemeinbildende Privatschulen: Kunstunterricht, Museumsbesuche etc.
	(1b) Außerschulische kulturelle Bildung	Jugendkunstschulen, VHS etc	Als Verein geführte Jugendkunstschulen, etc.	Kunst- und Malschulen, Workshops selbstständiger Künstler/innen etc.
	(2) Berufliche Aus-, Fort- und Weiterbildung	Kunsthochschulen, Kunstakademien, Universitäten	Freie Kunstschulen, Fachverbände für Künstler/innen	Freie Kunstschulen, Workshop-Angebote selbstständiger Künstler/innen
Produktion/Distribution	(3) Künstler/innen (ohne Infrastruktur)			Selbstständige Künstler/innen
	(4) Kulturelle Infrastruktur	Kunstmuseen, Kunsthallen, Kulturzentren, städtische Galerien	Museen, Künstlerhäuser, Kulturzentren, Kirchen etc.	Private Museen, Galerien, Auktionshäuser, Kunsthändler
	(5) Veranstaltungen, Programme	Ausstellungen zur Präsentation	Ausstellungen zur Präsentation und zum Verkauf	Ausstellungen zur Präsentation und zum Verkauf, Kunstmessen etc.
	(6) Kunstpreise	z.B. Förderpreis für Bildende Kunst des Landes Sachsen-Anhalt; Stipendium der Landeshauptstadt München für Bildende Kunst	z.B. Förderpreis für junge Künstlerinnen und Künstler des Künstlerbundes Baden-Württemberg e.V.	z.B. Kunstpreis der Sparkasse Karlsruhe; Kunstpreis der Leipziger Volkszeitung
Distribution	(7) Mediale Distribution	Öffentlich-rechtlicher Rundfunk (Hörfunk und TV)	Internetradio, Bürgerkanäle	Privater Rundfunk (Hörfunk und TV), Internetdistributoren,

Quelle: STADTart / Institut für Kulturpolitik/ HWWI 2012

- *Mediale Distribution:* Bildende Kunst hat in den traditionellen medialen Distributionskanälen des Rundfunks und Fernsehens über viele Jahrzehnte keine große Rolle gespielt. Dies hat sich mit dem Aufkommen des Internets verändert. Inzwischen hat sich im privaten Kultursektor das Internet als Präsentations- und Verkaufsplattform etabliert.

Entwicklungen im Markt der Bildenden Kunst

Die letzten Jahren haben sehr deutlich gezeigt, dass der Kunsthandel in den oberen Preissegmenten in erheblichem Maße von Entwicklungen der Finanzwirtschaft tangiert wird, sowohl im positiven wie im negativen Sinne (Deutsche Welle 2011). Davon profitiert jedoch die große Mehrheit der Bildenden Künstler/innen kaum. Auch ist damit der Eindruck verbunden, dass der

Erwerb wertvoller Bildender Kunst ausschließlich vom Marktwert abhänge und nur bei Einsatz von nicht unerheblichen Finanzmitteln möglich sei. Abgesehen davon zeichnen sich Entwicklungen ab, die die Wertschöpfungskette in der Bildenden Kunst beeinflussen werden. Dazu zählen insbesondere folgende Aspekte:

- *Der Wettbewerb zwischen den Kunstmessen nimmt sowohl national wie auch international zu*

Im Primärmarkt für Bildende Kunst haben sich die Kunstmessen zu den wichtigsten marktbezogenen Distributionsorten entwickelt. Die in jüngster Zeit in Deutschland wieder erstarkte „Art Cologne“ als 1971 weltweit erste Kunstmesse hat in Deutschland (z.B. mit der Art Karlsruhe), Europa und auf allen Kontinenten zahlreiche Nachfolger gefunden, wie etwa die Art Basel, die Art Basel Miami Beach oder die Frieze Art Faire in London. Diese Zunahme bedingt sowohl national wie international einen starken Wettbewerb und hat in der Folge auch bereits zur Aussetzung bzw. zur Einstellung von Kunstmessen geführt (z.B. 2008 der dc-duesseldorf contemporary). Mit der zunehmenden Bedeutung asiatischer Kunst kann davon ausgegangen werden, dass sich Kunstmessen noch mehr internationalisieren werden und sich immer mehr eine multipolare Struktur herausbilden wird.

- *Das Internet etabliert sich als digitale Verkaufsplattform und eröffnet Künstler/innen Vermarktungsmöglichkeiten*

Das Internet, obwohl lange Zeit als wenig geeignetes Vermarktungsmedium angesehen, hat als Informations- und Verkaufsplattform in den letzten Jahren auch in der Bildenden Kunst erheblich an Bedeutung gewonnen und zur Erhöhung der Markttransparenz beigetragen. Plattformen wie kunstmarkt.com, artprice.com oder artnet.com weisen auf diese zunehmende Bedeutung hin. Auch die Auktionshäuser nutzen das Internet zur Erschließung internationaler Märkte, wie etwa Angebote von Lempertz in Köln mit dem Netzwerk „International Auctioneers“ zeigen. Selbst Ebay ist in diesem Geschäftsfeld in einem Niedrigpreissegment aktiv. Auch eröffnet das Internet jenen Künstler/innen und Privatverkäufer/innen, die ansonsten keinen Zugang zum Kunsthandel haben, zusätzliche Möglichkeiten der Selbstvermarktung.

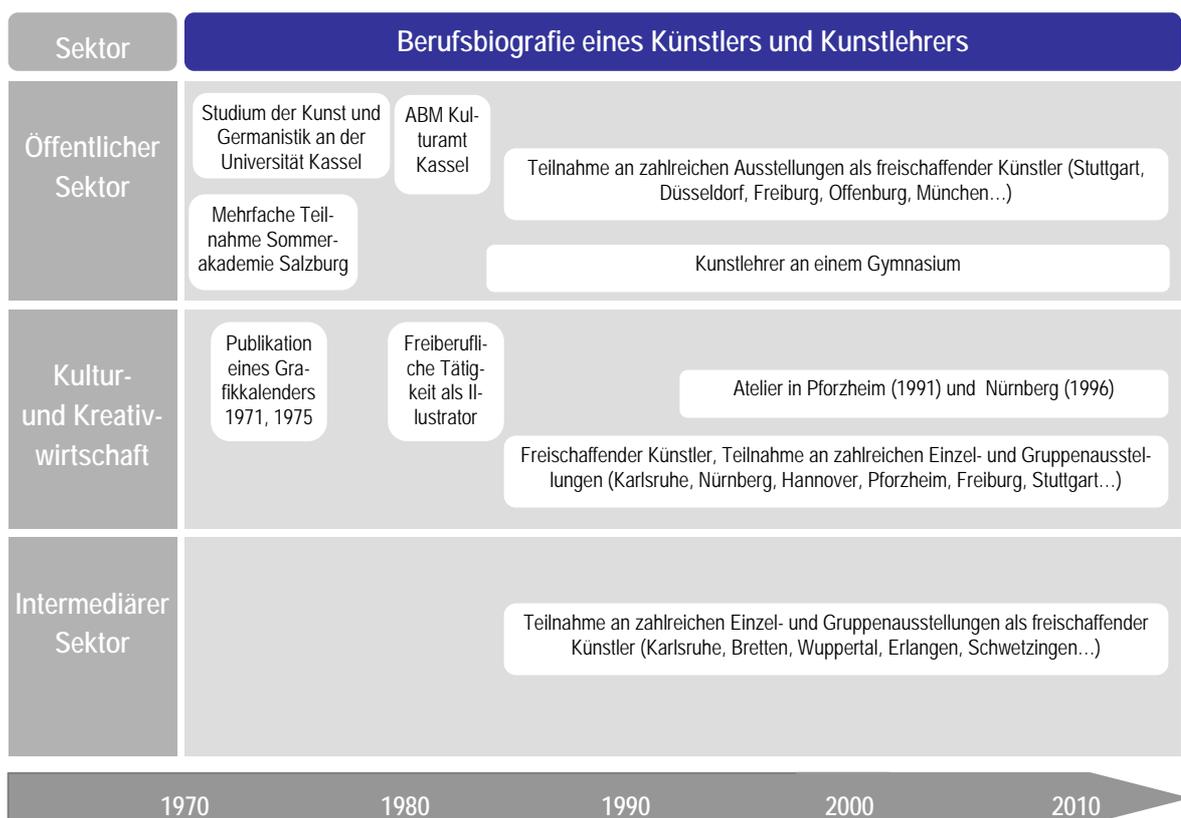
4.2.1 Leistungsgruppen zur Ausbildung für Bildende Kunst

Zu den Qualifizierungsangeboten für die Bildende Kunst zählen drei Leistungsgruppen: Einrichtungen der „Allgemeinen schulischen kulturellen Bildung“, der „Außerschulischen kulturellen Bildung“ wie etwa Jugendkunstschulen und Volkshochschulen sowie die für Künstler/innen bedeutsamen Einrichtungen der „Beruflichen Aus-, Fort- und Weiterbildung“ der Hochschulen und Akademien. Hinsichtlich der Bedeutung der Leistungsträger des öffentlich geförderten und intermediären Kultursektors für den Kunstmarkt stellt sich die Situation wie folgt dar:

Leistungsgruppen „Allgemeine schulische kulturelle Bildung“ und „Außerschulische kulturelle Bildung“

In den meisten Schulformen der allgemeinbildenden Schulen ist „Kunst“ ein reguläres Unterrichtsfach. Darüber hinaus gibt es für Jugendliche und Erwachsene zahlreiche außerschulische kulturpädagogische Einrichtungen, die bildnerisches und plastisches Gestalten vermitteln. Allein die ca. 400 Jugendkunstschulen Deutschlands erreichen rund 300.000 Interessierte, das entspricht in etwa der Hälfte aller Teilnehmer/innen (Bundesverband der Jugendkunstschulen und Kulturpädagogischen Einrichtungen e.V. 2011). Damit wird neben dem Beitrag zur Persönlichkeitsbildung bzw. Identitätsfindung vor allem das Beurteilungsvermögen für künstlerische oder andere ästhetische Erscheinungsformen des Alltags gefördert (Enquete-Kommission des Deutschen Bundestages 2007, 378-379). Insgesamt wird davon ausgegangen, dass Malen und Gestalten von 60 Prozent der 9 bis unter 13-jährigen praktiziert wird (BMBF 2012, 164).

Übersicht 4.2.3: Bildende Kunst-Berufs-Biografie eines Künstlers und Kunstlehrers



Quelle: STADTart / Institut für Kulturpolitik / HWWI 2012 nach Auswertung eines Interviews

Institutionelle und personelle Verflechtungen:

- *Allgemeinbildende Schulen kooperieren in der Bildenden Kunst mit externen Anbietern, auch aus dem privaten Kultursektor*

Bei der Realisierung ihrer außerunterrichtlichen Kunstangebote kooperieren nach neueren Untersuchungen etwa 18 Prozent der allgemeinbildenden Schulen in Deutschland mit externen Einrichtungen. Dazu zählen insbesondere Museen und Kunstvereine, aber auch selbstständige Künstler/innen oder Kunstschulen des privaten Kultursektors (BMBF 2012, 181; Tab. H2.2-16web). Beispielsweise findet am Spalatin-Gymnasium in Altenburg (Thüringen) der Kunstunterricht zum Teil im Lindenau Museum statt, wodurch auch Schwellenängste gegenüber Kunstmuseen abgebaut werden (Thüringer Kultusministerium 2009, 72ff).

- *Durch Mehrfach Tätigkeiten der Künstler/innen als Lehrende bzw. Dozent/innen bestehen personelle Verflechtungen mit dem privaten Kultursektor:*

Wie Untersuchungen zeigen, ist annähernd jede/r zweite Künstler/in auch als Lehrkraft an unterschiedlichsten Ausbildungseinrichtungen tätig, zum Beispiel an Volkshochschulen, Gymnasien, Jugendkunstschulen oder im Privatunterricht (Hummel 2005 und 2008). Solche Lehrtätigkeiten sind für zahlreiche Künstler/innen eine der Möglichkeiten, bei denen sie mit ihren Kenntnissen und Fähigkeiten ihre oftmals schwierige Einkommenssituation verbessern können, was auch die Biografie eines Bildenden Künstlers deutlich macht (Übersicht 4.2.3).

Ökonomische Wirkungen

- *Allgemeinbildende Schulen, vor allem Weiterbildungsanbieter, wecken Interesse an Bildender Kunst, schärfen das Beurteilungsvermögen, führen an bildnerisches Gestalten heran und legen hierdurch die Basis für die Nachfrage nach Bildender Kunst*

Kinder und Jugendliche können durch allgemeinbildende Schulen oder Jugendkunstschulen bei einem unterstützenden familiären Umfeld für Kunst interessiert und die individuellen Wertsetzungen für Bildende Kunst gefördert werden. Zu dieser Interessens- und Wertsetzungsfunktion tragen vor allem die außerunterrichtlichen Angebote der Jugendkunstschulen und andere Weiterbildungsanbieter wie Volkshochschulen sowie Kunstvereine bei, die Jugendliche bzw. Erwachsene intensiver als es die allgemeinbildenden Schulen häufig vermögen, an die Bildende Kunst heranzuführen. Beispielsweise kooperiert der Kunstverein Frankfurt seit 2010 mit Schulen und bietet in diesem Rahmen das Programm „SCHULSTUDIO“ an. Dies soll dazu beitragen, Berührungängste gegenüber zeitgenössischer Kunst abzubauen und Vertrauen und Kenntnisse im Umgang mit ihr zu stiften (Kunstverein Frankfurt 2011). Im Einzelfall wird durch solche und ähnliche Angebote auch auf eine Tätigkeit als Bildende/r Künstler/in vorbereitet (Eickhoff 2010, 189ff.). Vorwiegend dürften die Ausbildungseinrichtungen jedoch die Nachfrage nach Besuchen von Kunstausstellungen und nach Artikeln des Künstlerbedarfs beeinflussen, wenn die Teilnehmer/innen später semiprofessionell oder in ihrer Freizeit künstlerisch tätig sind. Eine Nachfrage nach Kunstwerken auf dem Kunstmarkt dürfte damit ursächlich jedoch kaum verbunden sein.

Leistungsgruppe „Berufliche Aus-, Fort- und Weiterbildung“

An fast 30 Hochschulen, Universitäten und Akademien werden in Deutschland Bildende Künstler/innen in freier und angewandter Kunst sowie in der Kunsterziehung ausgebildet, darunter in Dresden, Stuttgart, Hamburg, Berlin, Karlsruhe oder Düsseldorf. Davon ziehen manche Einrichtungen aufgrund ihres internationalen Renommées Talente von außerhalb Deutschlands an. An der Staatlichen Akademie der Bildenden Künste Stuttgart gibt es beispielsweise rund 900 Studierende in 14 Studiengängen und den Fachgruppen Kunst, Architektur, Design und Kunstwissenschaften. Im Zentrum steht in Stuttgart die Bildende Kunst mit den Studienrichtungen Malerei, Freie Grafik, Bildhauerei und Glasgestaltung. Ebenso wird Kunstpädagogik für das Lehramt unterrichtet, für Bühnen- und Kostümbild ausgebildet und es werden Studiengänge für Restaurierung, Design, Architektur und Kunstgeschichte angeboten (Website abk-stuttgart.de; Website [kunsthochschule.de](http://www.kunsthochschule-stuttgart.de)). Neben diesen überwiegend vom öffentlichen Sektor getragenen Hochschuleinrichtungen gibt es in Deutschland zahlreiche Einrichtungen und Kursangebote seitens des intermediären oder auch des privaten Kunstsektors (z.B. die Freie Akademie der Bildenden Kunst in Hannover, die als GbR geführt wird und staatlich anerkannt ist).

Institutionelle und personelle Verflechtungen

- *Kunsthochschulen und Kunstakademien kooperieren vor allem mit Kunst- und Kultureinrichtungen des öffentlichen und intermediären Kultursektors, weniger mit Leistungsträgern des Kunstmarkts*

Kunsthochschulen und Kunstakademien kooperieren sowohl formell als auch informell und dabei häufig projektbezogen vorwiegend mit entsprechenden Kunst- und Kultureinrichtungen des öffentlich geförderten und intermediären Kultursektors. Entsprechend aktiv ist zum Beispiel die Universität der Künste in Berlin, die mit die Bildende Kunst unterstützenden Unternehmen (z.B. bei Forschungsprojekten wie etwa zur „Marke als Artefakt“) im Rahmen von Public-Private-Partnership zusammenarbeitet. Kooperationen von Kunsthochschulen bzw. Kunstakademien mit dem Kunstmarkt, wie beispielsweise die projektorientierte Zusammenarbeit mit Galerien oder die Beteiligung an Kunstmesen (z.B. auf der „Preview Berlin Art fair“), bilden jedoch eine Ausnahme. Etwas anders stellt sich dies in den anwendungsbezogenen Studiengängen wie beispielsweise an der Kunsthochschule für Medien in Köln dar, die kontinuierlich mit kulturellen Institutionen, Festivals, Ausstellungsmachern sowie der Medien- und Filmwirtschaft zusammenarbeitet.

- *Hochschulen und Akademien bilden über die personellen Verflechtungen der Dozent/innen eine Schnittstelle zum Kunstmarkt*

Der überwiegende Teil der Dozent/innen an Kunsthochschulen ist oder war einmal als selbstständiger Bildender Künstler/in tätig. Da Hochschulen und Akademien möglichst Künstlerpersönlichkeiten bzw. „bekannte Namen“ aus der Bildenden Kunst als Dozent/innen oder Professor/innen berufen, die auch das Image und Profil der Hochschule mitprägen, bestehen über die Dozent/innen enge Verflechtungen sowohl zum Kunstmarkt, den Galerien etc., als auch zu Mu-

seen des öffentlich geförderten Kultursektors. Damit fungieren die Qualifizierungseinrichtungen als Schnittstellen zum privaten Kultursektor.

Ökonomische Wirkungen

- *Die beruflichen Qualifizierungseinrichtungen in der Bildenden Kunst schaffen die Voraussetzung für die Selbstständigkeit als Bildende Künstler/in und für andere Tätigkeiten im Kunstmarkt*

Die beruflichen Qualifizierungseinrichtungen der Kunsthochschulen und Kunstakademien sind heute eine wesentliche Voraussetzung für die Selbstständigkeit als Bildende Künstler/in in den freien Künsten, sowohl in fachlicher als auch vor allem in persönlicher Hinsicht (Entwicklung von „Künstlerpersönlichkeiten“). Zudem bilden die Einrichtungen auch für eine Tätigkeit als Kunstpädagogen an allgemeinbildenden Schulen, Jugendkunstschulen, an Kunstmuseen sowie an freien Kunst- und Malschulen des privaten Kultursektors aus. Aufbaustudiengänge zum Kultur- und Kunstmanagement erweitern das Spektrum an beruflichen Möglichkeiten im Kunstmarkt, beispielsweise hinsichtlich der Tätigkeit als Kurator.

- *Kunsthochschulen tragen zu Inventionen sowie zu Innovationen im Kunstmarkt bei und erleichtern manchen Bildenden Künstler/innen den Markteinstieg*

Kunsthochschulen bzw. Akademien dienen nicht nur der Ausbildung, sondern auch der Entwicklung von Inventionen und Innovationen für den Kunstmarkt, frei von unmittelbar wirtschaftlichen Zwängen. Möglichkeiten des Transfers sowohl in den Kunstmarkt als auch in andere Teilmärkte (z.B. die Werbewirtschaft), so genannte „Matching-Gelegenheiten“, bieten Ausstellungen studentischer Arbeiten in den Einrichtungen. So verfährt etwa die Universität der Künste in Berlin, die Kunstakademie in Düsseldorf, deren „Rundgänge“ zahlreiche Besucher/innen anziehen (2011 rund 40.000), oder etwa die Akademie der Bildenden Künste in München mit ihrer Akademiegalerie. Solche Präsentationen erleichtern in Kombination mit dem Kontaktpool der Dozent/innen manchen bildenden Künstler/innen den Markteinstieg und beeinflussen damit die angebotsseitige Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft.

- *Manche Kunsthochschulen eröffnen den Absolvent/innen durch ergänzende anwendungsbezogene Ausbildungsangebote Möglichkeiten der Markterweiterung*

In wachsendem Maße gibt es an Kunsthochschulen bzw. Akademien ergänzende anwendungsbezogene Ausbildungsangebote, darunter an der staatlichen Akademie der Bildenden Künste in Stuttgart mit einem grundständigen Studiengang Architektur oder an der Universität der Künste in Berlin mit einem neuen postgradualen Weiterbildungs- und Ergänzungsstudiengang „Art in Context“ mit unterschiedlichen Studienprofilen, u.a. zum künstlerischen Arbeiten mit gesellschaftlichen Gruppen oder an der Kunstakademie Düsseldorf mit dem M.A.-Studiengang Baukunst. Diese ergänzenden anwendungsbezogenen Ausbildungsangebote schaffen die Basis für „Teilmarkthopping“, also für Tätigkeiten auch außerhalb des Kunstmarkts, und tragen dadurch zur Markterweiterung der Bildenden Künstler/innen bei.

4.2.3 Leistungsgruppen „Kulturelle Infrastruktur“, „Veranstaltungen, Programme“, „Kunstpreise“

In der Bildenden Kunst besteht in der Leistungsgruppe „kulturelle Infrastruktur“ eine große Bandbreite an Einrichtungen, die Bildende Kunst präsentieren. Diese reicht von Kunstmuseen und städtischen Galerien sowie Artotheken über Kunstvereine bzw. Künstler- und Atelierhäuser, Bürgerzentren sowie Galerien bis hin zu Kirchengebäuden, Stadthallen, Firmen etc. Hinsichtlich ständiger Ausstellungen hat der öffentlich geförderte Kultursektor mit seinen rund 520 Kunstmuseen einen herausragenden Stellenwert, wobei sich die Anzahl der Kunstmuseumsstandorte pro Sammlungsschwerpunkt zwischen 1990 und 2009 um fast 50 Prozent erhöht und damit weiter ausdifferenziert hat (Statistisches Bundesamt 2011, 177; Hagedorn-Saupe 2010, 181). Jedoch gibt es auch im intermediären und privaten Kultursektor manche Kunstmuseen wie etwa das Weserburg Museum für moderne Kunst als Stiftung und Sammlermuseum in Bremen oder das Kunstmuseum Würth in Künzelsau und die Kunsthalle Würth in Schwäbisch Hall.

In der Leistungsgruppe „Veranstaltungen/Programme“ stellt sich die Situation je nach Kontext anders dar. Bei den temporären Sonderausstellungen dominiert mit seinen Kunstmuseen und -hallen ebenfalls der öffentlich geförderte Kultursektor (z.B. in der Schirn Kunsthalle in Frankfurt). Dies gilt auch für Veranstaltungsformate im längerfristigen Turnus, wie zum Beispiel die Ausstellung „Skulptur.Projekte“ in Münster (alle 10 Jahre), die „documenta“ in Kassel (alle 5 Jahre) oder die Berlin Biennale (2-jährig). Bei den Verkaufsausstellungen für Bildende Kunst gibt es zwar mit rund 500 Galerien, einigen internationalen und zahlreichen regionalen und lokalen Kunstmessen sowie Kunstmärkten eine Dominanz des privaten Kultursektors, doch wird Bildende Kunst auch vereinzelt über kommunale Ausstellungsmöglichkeiten sowie über Kunstvereine bzw. Atelier- und Künstlerhäuser des intermediären Kultursektors verkauft. Die rund 800 Preise für Bildende Kunst seitens der Städte, Bundesländer, Stiftungen etc lassen sich dagegen überwiegend dem öffentlich geförderten und dem intermediären Kultursektor zuordnen.

Institutionelle und personelle Verflechtungen

- *Zwischen Kunstmuseen, Künstlerhäusern etc. und dem Kunstmarkt sind institutionelle Kooperationen eher schwach ausgeprägt, anders ist dies bei personellen Verflechtungen*

Da Kunstmuseen und der Kunstmarkt in jeweils unterschiedlichen Kontexten agieren, sind institutionelle langjährige Kooperationen traditionell zwischen beiden eher relativ schwach ausgeprägt (auch unveröffentlichte Studie MWMEV 2002). Wenn dies doch der Fall ist, dann etwa zum Zweck der gemeinsamen Vermarktung, wie das Beispiel des „Bodensee-Kunst.netz“ rund um den Bodensee zeigt, zu dem sich Kunstmuseen, Galerien und Künstler/innen zusammengeschlossen haben. Im Rahmen von Museumsnächten, beispielsweise in Münster mit der Veranstaltung „Schauraum – Fest der Museen und Galerien“ (Übersicht 4.2.5), gibt es seit Jahren verstärkt temporäre formelle Kooperationen zwischen Einrichtungen der Bildenden Kunst im öffentlich geförderten, intermediären und privaten Kultursektor. Personelle Verflechtungen können

Übersicht 4.2.5: Beteiligung von Einrichtungen der intermediären und privaten Kultursektoren an Museumsnächten in ausgewählten Städten

Stadt	Beteiligung des intermediären Sektors an Museumsnächten	Beteiligung des Kunstmarkts an Museumsnächten
Kassel	u.a. Bastion Kunst e.V., Kasseler Kunstverein, Handwerksform, Werkstatt Kassel e.V., Labor Ost Tanz und Theater e.V., kunsTTempel	u.a. Galerie Coucou, Galerie 3a, Galerie Loyal, Galerie Rasch, Galerie Caricatura
Dortmund	u.a. Dortmunder Kunstverein, Depot e.V., Künstlerhaus Dortmund, Farbraum e.V.	u.a. Galerie Utermann, Galerie Schöber, zahlreiche Ateliers
Erfurt	Förderverein Citadelle Petersberg e.V.	u.a. Galerie Rothamel, Atelierhaus Vogelsgarten, Kunsthaus Erfurt
Münster	u.a. Förderverein Aktuelle Kunst, Westfälischer Kunstverein	u.a. Galerie Frye und Sohn, Galerie Clasing & Etage, Galerie Schneeberger, Galerie Ostendorf, Galerie Schemm, Galerie Claus Steinrötter, Galerie Nettels, Galerie Spiekerhof, Galerie Goeken, Kunsthandlung Götting, SO-66
Stuttgart	u.a. Künstlerhaus Stuttgart, Kunstraum e.V., Württembergischer Kunstverein	u.a. Galerie Anja Rumig, Galerie Artary, Galerie Schlichtenmaier, Galerie Franke, zahlreiche Ateliers
Weimar	u.a. Weimarer Mal- und Zeichenschule e.V., Künstlerhaus Weimar	u.a. Galerie Hebecker, Galerie Profil, Galerie im Erbenhof, ACC Galerie
Nürnberg	u.a. Künstlerklausen Nürnberg e.V., Jazzstudio Nürnberg e.V., der Kreis e.V., Kunstverein Kohlenhof e.V., Ballettförderzentrum Nürnberg e.V., Krakauer Haus	u.a. Artefakt, club stereo, cinecitta

Quelle: *STADTart* / Institut für Kulturpolitik / HWWI 2012, nach Internetrecherche

angesichts der geringen Anzahl an Bildenden Künstler/innen im öffentlich geförderten Kultursektor ausschließlich zwischen Künstler- bzw. Atelierhäusern und Galerien bestehen. Das zeigen auch manche Biografien (Übersicht 4.2.4),

Ökonomische Wirkungen

- *Kunstmuseen und Kunstausstellungen sind „Bedeutungsproduzenten“ und promoten Bildende Künstler/innen, weshalb sie für die angebots- und nachfrageseitige Entwicklung des Kunstmarkts bedeutsam sind*

Die ständigen Ausstellungen der Kunstmuseen und die temporären Kunstausstellungen sind Formate, die aufgrund der kuratorischen Arbeit zur „Symbolwertproduktion“ von Bildender Kunst beitragen. Diesem Symbolwert, der sich u.a. aus der Singularität, der historischen Zuschreibung, der Etablierung des Bildenden Künstlers bzw. der Künstlerin ergibt (Graw 2008, 32), und der intersubjektiv nicht messbar ist, wird aufgrund der Unsicherheit von Marktwerten in der Bildenden Kunst eine große Bedeutung beigemessen (a.a.O. 12). Museen und Ausstellungen zählen damit neben anderen Akteuren, wie etwa Kunstkritiker/innen zu den „Bedeutungsproduzenten“, die gerade wegen ihrer Marktferne einen indirekten, aber dennoch erheblichen

wertlegitimierenden Einfluss auf den Primär- und Sekundärmarkt haben. Dies gilt insbesondere dann, wenn Werke Bildender Künstler/innen ausgestellt werden, die noch wenig etabliert sind. Damit können für sie über die Medienberichterstattung Aufmerksamkeits- und Promotioneffekte verbunden sein. Zudem sind Kunstmuseen „Bilder-Bibliotheken“, die für die Entwicklung nicht nur der Bildenden Kunst, sondern auch etwa der Filmwirtschaft bedeutsam sind (Kapitel 4.2.6).

- *Kunstmuseen wecken Interesse bzw. haben eine wertsetzende Funktion für Bildende Kunst und können damit zur nachfrageseitigen Entwicklung des Kunstmarkts beitragen*

Die Kunstmuseen und auch die Kunsthallen haben in den letzten Jahren angesichts von Orientierungsproblemen bei zeitgenössischer Kunst außerhalb der Szene der Kunstkenner (Grisebach 2000) ihr Angebot zur Vermittlung ausgebaut. Vermittelnde zielgruppenorientierte Angebote gehören inzwischen zum Standardangebot vieler Kunstmuseen, mit dem das Interesse an Bildender Kunst geweckt und Orientierungshilfen geboten werden sollen. Dies gilt sowohl für kleinere Kunstmuseen wie etwa das Picasso-Museum in Münster als auch für große wie beispielsweise die Pinakotheken und das Museum Brandhorst in München, die zur Vermittlung von Bildender Kunst im Kunstquartier das „Palais Pinakothek“ als eigene gemeinsame Vermittlungseinrichtung geschaffen haben. Solche Angebote tragen zur Orientierung in der Bildenden Kunst bei und haben auch Einfluss auf die nachfrageseitige Entwicklung im Kunstmarkt.

- *Der Kunstverleih über Artotheken unterstützt sowohl die angebotsseitige als auch die nachfrageseitige Entwicklung des Kunstmarkts*

Der Kunstverleih über die in der Regel zum öffentlich geförderten Kultursektor zählenden Artotheken (zumeist über Bibliotheken) ist eine zwischen der Präsentation und dem Erwerb von zeitgenössischer Kunst angesiedelte spezifische Form der Distribution. In Deutschland gibt es etwa 100 solcher Einrichtungen. Da die verliehenen Kunstwerke überwiegend von Kommunen, Sparkassen etc. erworbene Originale sind, profitieren davon unmittelbar Bildende Künstler/innen, insbesondere aus dem regionalen Umfeld der Einrichtungen und vorwiegend im Primärmarkt. Zudem lassen sich durch den Verleih zusätzlich Promotioneffekte erzielen. Darüber hinaus haben die Artotheken eine wertsetzende Funktion für die Nachfrage im Kunstmarkt und hinsichtlich der bei den Artotheken berücksichtigten Bildenden Künstler/innen.

- *Künstlerhäuser bzw. andere Einrichtungen der Kunstproduktion und -distribution wirken vor allem als informelle Gründerzentren für den Kunstmarkt bzw. für andere Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft*

Künstler- und Atelierhäuser, die mit Ausnahme mancher kommunaler Häuser überwiegend zum intermediären Kultursektor zählen, gibt es heute in Deutschland nicht nur in Großstädten, sondern auch in zahlreichen Klein- und Mittelstädten, wie etwa in Bad Ems, in Edenkoben bei Heidelberg oder in Soest sowie in einigen Dörfern (z.B. in Schöppingen). Als manchmal auch spartenübergreifende Kristallisationsorte ermöglichen diese Häuser aufgrund günstiger Mietbedingungen manchen Bildenden Künstler/innen die Existenzgründung und den Einstieg in den Primärmarkt bzw. in weitere Tätigkeiten im Kunstmarkt (z.B. als Dienstleister für Ausstellungsdesign) und/oder auch in andere, der Bildenden Kunst nahe stehende Teilmärkte der Kultur- und

Kreativwirtschaft, etwa die Designwirtschaft. Mit diesem „Teilmarkthopping“ ist auch eine Markterweiterung verbunden. Zahlreiche Künstler- und Atelierhäuser und auch andere Einrichtungen, die Kunstproduktion und -distribution durch Ausstellungen vereinen, wie etwa manche Soziokulturelle Zentren, erweisen sich als „Durchlauferhitzer“ im Übergang zur Selbstständigkeit und wirken auf diese Weise als „informelle Gründerzentren“ für die angebotsseitige Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft (STADTart, Kunzmann 2007, 57-60). Mit ihren Ausstellungen leisten sie zudem einen Beitrag zur Stärkung der Nachfrage nach Bildender Kunst.

- *Ausstellungen in Kunstvereinen und in anderen Einrichtungen des intermediären Kultursektors eröffnen Bildenden Künstler/innen zusätzliche Möglichkeiten des Marktzugangs*

In zahlreichen Städten Deutschlands gibt es Kunstvereine, teilweise mit einer langen Tradition (z.B. wurde der Leipziger Kunstverein 1837 gegründet, der Badische Kunstverein 1818). Eine der Aktivitäten dieser bundesweit mehr als 300 Vereine ist die Organisation eines Ausstellungsprogramms für Gegenwartskunst. In vielen Kunstvereinen werden dabei vor allem Werke von Bildenden Künstler/innen jenseits der hoch gelisteten Namen präsentiert (Müller 2012), die ansonsten kaum Zugang zu Galerien, Kunstmesse oder renommierten Kunstmuseen haben, deren Werke aber jenseits des Kunstmarkts als bedeutsam für die Bildende Kunst angesehen werden. Damit haben die Kunstvereine und teilweise auch manche anderen Einrichtungen des intermediären Kultursektors (z.B. Kirchen, Bürgerzentren) eine bedeutsame Promotionfunktion für diese Gruppen an vielfach jungen Bildenden Künstler/innen und damit für die angebotsseitige Entwicklung des Primärmarkts, und dies auch außerhalb der nationalen Kunstzentren und Großstädte (z.B. in Heppenheim, in Glauchau). Durch ergänzende Vermittlungsangebote, seit einiger Zeit auch für Schulen (z.B. über Vorträge und Führungen) haben die Vereine auch eine Wertsetzungsfunktion für die Nachfrageseite des Kunstmarkts.

- *Kunstpreise unterstützen Künstler/innen finanziell, steigern deren Reputation und bieten Nachfragern Orientierung bei der Bewertung von Bildender Kunst:*

In Deutschland gibt es rund 800 Preise für die Bildende Kunst, sowohl von Seiten des öffentlich geförderten bzw. intermediären Kultursektors (z.B. der Bayrische Kunstförderpreis, der Förderpreis für junge bildende Kunst des Ahlener Kunstvereins) als auch des privaten Kultursektors (z.B. der Kunstpreis der Nürnberger Nachrichten oder der „Art Cologne-Preis“ des Messe Köln und des Bundesverbandes Deutscher Galerien). Diese unterschiedlich renommierten Kunstpreise umfassen sowohl dotierte Geldpreise als auch Sachpreise (z.B. Künstlerstipendien, Atelieraufenthalte, Projektförderungen) oder undotierte Ehrungen. Geld- und Sachpreise sind für zahlreiche Künstler/innen (z.B. Katalogförderung im Rahmen der „Stiftung Kunstfond“ der Kulturstiftung des Bundes) finanziell bedeutsam. Auch undotierte Ehrungen, Ehrenpreise etc. (z.B. die Paul-Strecker Medaille der Stadt Mainz für junge Malerinnen) können hilfreich sein, gerade im Kunstmarkt, der in der Bewertung junger Kunst durch erhebliche Unsicherheiten gekennzeichnet ist. Preise sind für Markteinsteiger/innen wichtig, da diese für Nachfrager/innen Orientierung bieten. Für am Markt etablierte Künstler/innen tragen entsprechende Ehrungen zu ihrer Reputation bei, unterstützen ihre Stellung im Markt und haben Einfluss auf die Nachfragestärke.

4.2.4 Leistungsgruppe „Mediale Distribution“

Im öffentlich-rechtlichen Rundfunk nimmt die Bildende Kunst im Vergleich etwa zur Bedeutung der Musik einen deutlich geringeren Stellenwert ein. Dies liegt u.a. daran, dass Beiträge dazu im Wettbewerb etwa mit Unterhaltungssendungen und Reportagen stehen, der Zugang zu Bildender Kunst für breite Bevölkerungsgruppen nicht immer leicht ist und daran, dass der Hörfunk für Bildende Kunst nur in begrenztem Maße ein geeignetes Medium ist.

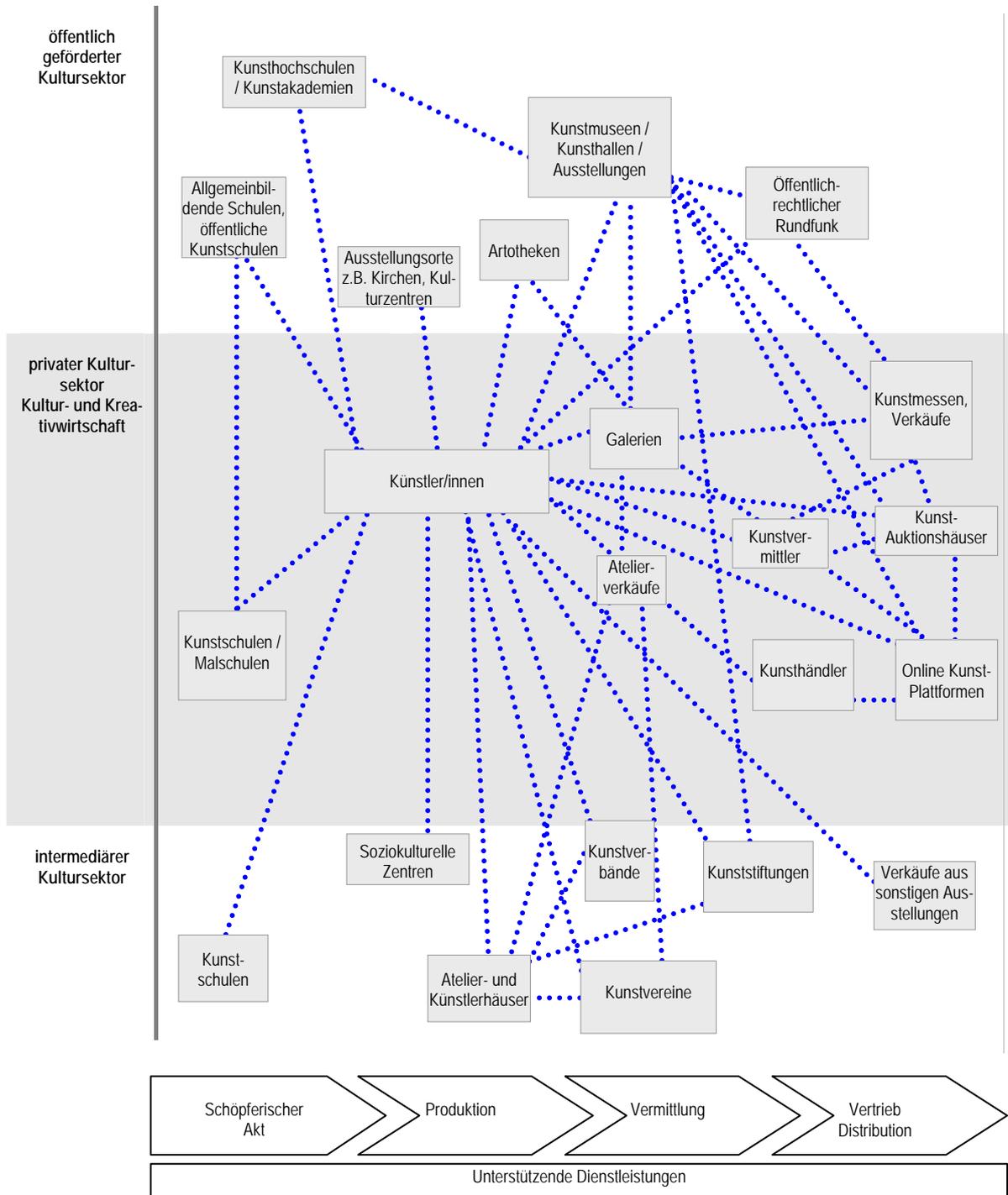
Berichtet und gezeigt wird Bildende Kunst im Kulturmagazin „tlt - Titel, Thesen, Temperamente“ der ARD, und in „Aspekte – Das Kulturmagazin im ZDF“, zum Beispiel mit Features zu „Tatort Kultur“. Intensiv informiert der Kultursender „arte“ über Bildende Kunst, u.a. anhand von Dokumentationen über Künstler/innen und Werke (auch über experimentelle Kunst) oder zur Kunstgeschichte. Einen hohen Stellenwert hat bei „arte“ Medienkunst. In dem 3sat-Format „Kulturzeit“ stellen Expert/innen Meisterwerke zeitgenössischer Kunst vor, während bei „Kunst und Krempel“ Erbstücke der Bildenden Kunst begutachtet werden. Auch in den Kulturmagazinen der Dritten Programme wird regelmäßig über Bildende Kunst berichtet, zum Beispiel der Bayerische Rundfunk in dem Format „Capriccio“, der Hessische Rundfunk unter dem Titel „hauptsache kultur“, der Mitteldeutsche Rundfunk mit „artour“, der Norddeutsche Rundfunk mit „Kulturjournal“ oder der Westdeutsche Rundfunk mit seinen Formaten „Scala“, „Mosaik“ oder „Resonanzen“. Die Sendungen beinhalten u.a. Ausstellungsrezensionen, Künstler-Porträts, Berichte und Kommentare zum Kunstmarkt, darunter zu Kunstauktionen bzw. Kunstmessen, Werkstatt-Reportagen und Projektberichte. Manche Beiträge widmen sich auch der Vermittlung von Bildender Kunst. So wurde beispielsweise beim WDR das TV-Kultur-Format „west.art“ um das Unterformat „west.art - Meisterwerke“ erweitert, in dem vorrangig Kunstobjekte oder Architektur erläutert werden (in der Tradition der Sendung „1.000 Meisterwerke“).

Die Sendungen und Beiträge dürften vor allem für die nachfrageseitige Entwicklung des Kunstmarkts bedeutsam sein. Zum einen deshalb, weil mit den Hinweisen auf Ausstellungen in Galerien und zu Kunstmessen sowohl die besucherbezogene Nachfrage nach eben diesen als auch nach den Werken von Künstler/innen unterstützt wird, zum anderen weil dadurch zur Interessens- und Wertsetzungsfunktion für die Bildende Kunst und damit zudem für Leistungsträger des Kunsthandels auch außerhalb des Sammlermarktes beigetragen wird.

4.2.5 Das Wirkungsnetzwerk Bildende Kunst

Die Untersuchungen zu den institutionellen und personellen Verflechtungen zwischen den drei Kultursektoren in der Bildenden Kunst sowie zu den ökonomischen Wirkungen von Leistungsträgern des öffentlichen und des intermediären Kultursektors in den einzelnen Leistungsgruppen für den Kunstmarkt zeigen, dass auch in der Bildenden Kunst die Wertschöpfungskette in

Übersicht 4.2.6: „Wirkungsnetzwerk Bildende Kunst“ der drei Kultursektoren im Rahmen der Wertschöpfungskette (Schema)



Quelle: STADTart / Institut für Kulturpolitik / HWWI 2011

ein „Wirkungsnetzwerk“ bzw. „Wirkungsfeld“ eingebunden ist (Übersicht 4.2.6). Dies ist trotz einer im Vergleich etwa zur Sparte bzw. zum Teilmarkt Musik weniger entwickelten Durchlässigkeit und einer zumindest rhetorisch deutlichen Trennung zwischen Bildender Kunst und Kunstmarkt der Fall (u.a. aufgrund ganz unterschiedlicher Ausrichtung in der Distribution, weil alle Bildenden Künstler/innen zum privaten Kultursektor zählen) und erstreckt sich sowohl auf den „Schöpferischen Akt“ als auch auf die „Produktion“ und „Distribution“.

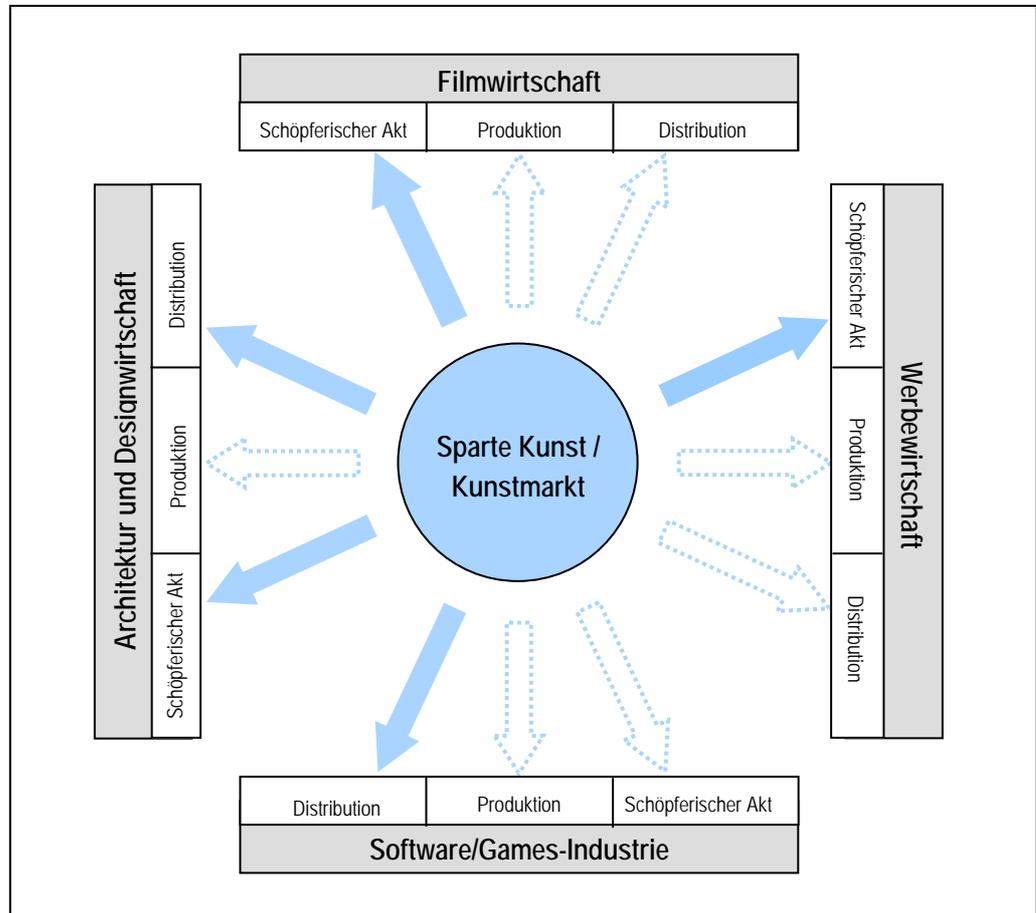
Die Leistungsträger des öffentlichen und des intermediären Kultursektors übernehmen dabei mit den Kunsthochschulen bzw. Akademien für die angebotsseitige Entwicklung der Bildenden Kunst nicht nur Basisfunktionen der Qualifikation. Angesichts des für zahlreiche Bildende Künstler/innen schwierigen Zugangs sowohl zum Primär- als auch zum Sekundärmarkt spielen die verschiedenen Leistungsträger der Kunstmuseen und Kunstaussstellungen, der Kunstvereine sowie der Künstler- und Atelierhäuser in der Leistungsgruppe der kulturellen Infrastruktur für die angebotsseitige Entwicklung im Kunstmarkt eine unterschätzte Rolle. Hervorzuheben ist dabei insbesondere die marktrelevante Funktion der Kunstmuseen und Kunstaussstellungen als „Bedeutungsproduzenten“ und die Existenzgründungs- und Markteintrittsfunktion zahlreicher Künstler- und Atelierhäuser bzw. mancher Soziokultureller Zentren, nicht nur für den Kunstmarkt, sondern auch für andere Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft („Teilmarkthopping“). Hinzu kommt, dass alle Leistungsträger des öffentlichen und des intermediären Kultursektors in der Sparte Bildende Kunst für die nachfrageseitige Entwicklung des Kunstmarkts, die außerhalb des Sammlermarkts als besonderer Engpass der Marktentwicklung angesehen wird, einen zentralen Beitrag leisten.

4.2.6 Sparten- bzw. teilmarktübergreifende Wirkungen und zentrale Schnittstellen

Die ökonomischen Wirkungen der Leistungsträger des öffentlich geförderten und des intermediären Kultursektors in der Sparte der Bildenden Kunst reichen jedoch über die angebots- und nachfrageseitige Entwicklung des Kunstmarkts hinaus. Insbesondere bestehen Wirkungsbeziehungen zu den Teilmärkten der Architektur, der Design-, Film- und Werbewirtschaft sowie der Gamesindustrie (Übersicht 4.2.7). Dies betrifft in der Wertschöpfung über Inventionen vorwiegend den „schöpferischen Akt“ dieser Teilmärkte, in der Architektur und in der Designwirtschaft zusätzlich auch die Distribution (z.B. der Einfluss von Bildender Kunst auf Kommunikationsdesign). Bedeutsam ist die Sparte der Bildenden Kunst als vielfältiger Ideengeber

- bei Filmproduktionen in unterschiedlichen Filmgenres, beispielsweise bei der Bildkonzeption von Spielfilmen (Allary 2012);
- in der Gestaltung experimenteller und innovativer Architektur,
- im Produktdesign sowie im Kommunikationsdesign und damit auch in der Werbewirtschaft,
- in der Gamesbranche für eine Reihe an Berufsfeldern, darunter für „Game-Designer“, die ähnlich wie Drehbuchautoren für die Spielwelten Stories und Charaktere entwickeln.

Übersicht 4.2.7: Wirkungen der Sparte Bildende Kunst bzw. des Kunstmarkts auf Wertschöpfungsprozesse anderer Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft



Quelle: *STADTart* / Institut für Kulturpolitik / HWWI 2012

Vor dem Hintergrund der Analyseergebnisse zu den Wirkungen des öffentlich geförderten und des intermediären Kultursektors in der Sparte der Bildenden Kunst für den Kunstmarkt bzw. für die anderen Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft wirken insbesondere folgende Leistungsgruppen als Schnittstellen:

- In der „Ausbildung“ sind alle drei Leistungsgruppen wichtige Schnittstellen, sowohl zum Kunstmarkt als auch zu anderen Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft. Einen besonderen Stellenwert haben dabei die außerschulischen Leistungsträger wie etwa Jugendkunstschulen. Hier werden zentrale Grundlagen sowohl für die angebots- als auch für die nachfrageseitige Entwicklung des Kunstmarkts gelegt. Eine wichtige Rolle nehmen auch die Dozent/innen an den Kunsthochschulen und Kunstakademien ein, die in der Regel als ehemals selbstständige Künstler/innen auch ein Scharnier zum Kunstmarkt darstellen.

- Unter den spezifischen Bedingungen von „Produktion/Distribution“ in der Bildenden Kunst sind für den Kunstmarkt bzw. für die anderen damit vernetzten Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft zwei Leistungsträger bedeutsam. Dazu zählen zum einen die weitgehend vom öffentlich geförderten Kultursektor getragenen und für den Kunstmarkt als „Bedeutungsproduzenten“ von Bildender Kunst angesehenen Kunstmuseen. Zum anderen spielen Kunstvereine, insbesondere jedoch die Künstler- und Atelierhäuser des intermediären Kultursektors eine wichtige Rolle (wobei solche Häuser, wie Beispiele zeigen, bei angemessenen Mietpreisen auch privatwirtschaftlich angeboten werden können). Diese bieten wie auch teilweise Artotheken den Bildenden Künstler/innen neben Galerien und dem Verkauf über Internetplattformen eine weitere Möglichkeit des Markteinsteigs, sowohl hinsichtlich des Primärmarkts als auch der anderen mit der Bildenden Kunst vernetzten Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft. Die Kunstvereine sowie die Künstler- und Atelierhäuser haben damit vor allem für die angebotsseitige Entwicklung eine Bedeutung, aufgrund der geringeren Schwellenängste im Vergleich zu den großen Kunstmuseen in gewissem Maße jedoch auch für die nachfrageseitige Entwicklung des Kunstmarkts.

4.3 Sparte/Teilmarkt Darstellende Kunst

Die Darstellenden Künste umfassen sehr unterschiedliche Genres. Dazu zählen das Sprech- und Musiktheater (z.B. Oper und Musical), die Kleinkunst (z.B. Kabarett, Comedy, Figurentheater, Variete) und der Tanzbereich. Dem entsprechend gibt es ein breites Angebot an Einrichtungen. Hierzu zählen u.a. rund 150 vom öffentlich geförderten Kultursektor getragene Stadt-, Landes- und Staatstheater sowie etwa 2.000 Freie Theater und Ensembles des intermediären sowie des privaten Kultursektors, der u.a. Musicalbühnen, Privat- und Tourneetheater sowie Comedy- und Kabarettkünstler/innen einbezieht. Letztere haben zunehmend auch Sendeplätze in den öffentlich-rechtlichen und privaten Rundfunkanstalten. Folgende Besonderheiten kennzeichnen die Sparte bzw. den Teilmarkt der Darstellenden Kunst:

- *In manchen Genres dominiert der öffentlich geförderte Kultursektor:* In Deutschland besteht in der Darstellenden Kunst seit Jahrzehnten eine Dominanz des öffentlich geförderten Kultursektors, insbesondere in den Sparten Sprechtheater, Oper und Tanztheater. Hier unterscheidet sich Deutschland von anderen europäischen und nordamerikanischen Ländern, in denen erwerbswirtschaftliche Angebote stärker ausgeprägt sind. Zu Beginn des 20. Jahrhunderts stellte sich die Situation in Deutschland noch vollkommen anders dar: Damals gab es in der professionellen Theaterlandschaft nur zwei kommunal getragene Theater in Freiburg und Mannheim und etwa zwei Dutzend Hoftheater. Der weitaus größte Teil der professionellen Theaterangebote waren seinerzeit rund 300 Privattheater, insbesondere in den „Nicht-Residenzstädten“: Sie waren von den Einspielergebnissen und damit vom Markt abhängig und wurden von Theaterunternehmen, Theateraktiengesellschaften oder Theatervereinen getragen.
- *Kleinteiligkeit und Vielfalt im privaten Kultursektor:* Im privaten Kultursektor der Darstellenden Künste zeigt sich, dass knapp 60 Prozent des Umsatzes von Kleinunternehmen erbracht werden. Zudem gibt es einen Trend zu mehr Selbstständigkeit (BMWi, Initiative 2010, 15). Mit dieser Kleinteiligkeit hat sich vor allem im Theaterbereich zugleich eine inhaltliche Vielfalt entwickelt (z.B. Wiederbelebung der Varietes, Herausbildung einer Comedy-Szene). Verglichen mit anderen Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft werden in der Darstellenden Kunst allerdings auch niedrigere Umsätze erzielt (BMWi, BKM, Initiative 2009a). Neben den vielen Kleintheatern des privaten Kultursektors gibt es die zumeist besucherstarken Musicals, die inzwischen, von wenigen Ausnahmen abgesehen (z.B. Starlight-Express Bochum), bei kürzerer Laufzeit thematisch breiter aufgestellt sind.
- *Verzahnung von Produktion und Distribution:* Eine Besonderheit der Darstellenden Kunst liegt in der Verzahnung von „Produktion“ und „Distribution“. In diesem „Uno-actu-Prinzip“ von Theater- und Tanzarbeit steht der „schöpferische Akt“ nicht nur am Anfang der Wertschöpfungskette, sondern ist zugleich Teil der Inszenierung, also der „Produktion“, wie auch Teil der Aufführung, also der „Distribution“. Das unterscheidet den Theaterprozess trotz vieler Gemeinsamkeiten heute noch vom Musiksektor, in dem zwar für Live-Konzerte ebenfalls das „Uno-actu-Prinzip“ gilt (Kapitel 4.1), jedoch immer noch mehr Aufzeichnungs-

gen der Originalaufführung hergestellt und über CDs, DVDs, Videos oder Rundfunk weiter vermittelt bzw. verwertet werden. Zwar fehlt diese mediale Verbreitung über Datenträger heute in der Darstellenden Kunst weitgehend, doch haben sich auch hier eine Reihe an Geschäftsfeldern entwickelt, etwa Mitschnitte oder Einspielungen von Theater-, Kleinkunst- und Tanzproduktionen und deren Vertrieb über Ton- und Bildträger sowie im Rundfunk bzw. im Fernsehen und Internet (z.B. von DVDs über www.theateredition.com). Damit nähert sich die Wertschöpfungskette im Theaterbereich etwa der in der Musikwirtschaft an (Übersicht 4.3.1).

Im Teilmarkt der Darstellenden Künste wurden im Jahre 2008 rund 19.000 umsatzsteuerpflichtige Unternehmen gezählt, davon fast 10.000 selbständige Bühnenkünstler/innen. Das Spektrum der Darstellenden Künste umfasst auch rund 210 Varietes und Kleinkunsthöhlen, die in der jüngeren Vergangenheit an Bedeutung zugenommen haben, und über 1.620 Tanz- und Ballettschulen sowie knapp 3.800 weitere Kultur- und Unterhaltungseinrichtungen wie Zirkusunternehmen und Puppentheater. Der Umsatz aller Akteure im Teilmarkt Darstellende Kunst betrug 2008 etwa 4,5 Mrd. EUR bei rund 54.500 Erwerbstätigen, einschließlich der geringfügig entlohnten Beschäftigten (Übersicht 3.5.2; Söndermann u.a. 2010, 413; BMWi, Initiative 2010, 49). Der Teilmarkt der Darstellenden Künste zählt zu den kleineren Teilmärkten der Kultur-

Übersicht 4.3.1: Akteure, Produkte und Aktivitäten in der Wertschöpfungskette der Darstellenden Kunst

Vorproduktion		Produktion	Produktion/Distribution
Schöpferischer Prozess: Content u.a. Literatur Romane Theaterstücke Inszenierungen Tanz-Choreographien Musikkompositionen	Vorprodukte für Produktion u.a. Musikinstrumente Noten Tanzbedarf Bühnenbild Laser- und Videokunst	Vorleistung für Live-Theater, Musiktheater, Tanztheater u.a. durch Dienstleistungen von: Darsteller/innen (Theater, Tanz, Musiktheater) Regisseur/innen Musiker/innen (Instrumentalist/innen, Sänger/innen) Tontechniker/innen Künstleragenturen Gastspielagenturen Produzenten Ticketing- und Werbeagenturen Verlage (Rechtewahrnehmung)	Darsteller/innen und Ensembles Tournée und Gastspiele in Veranstaltungshallen, Theatern, Kulturzentren, Kleinkunsthöhlen
	Vorprodukte für Distribution u.a. Infrastruktur Ton-, Lichttechnik Bühnentechnik Aufnahmetechnik		Vorleistung für Tonträger-, Film- und Rundfunkwirtschaft Darstellende Künstler/innen, etc. Aufnahme- und Studiotekniker/in, Künstleragenturen, Produzent/innen, Verleger/innen, Label, Vervielfältigung (z.B. Kabarett, Comedy, Musicals)
			Einzelhandel CDs, DVDs etc.
			Medien & andere Branchen Hörfunk, TV, Film, Internet Verlag: Rechtewahrnehmung

Quelle: STADTart / Institut für Kulturpolitik / HWWI 2012

und Kreativwirtschaft und nimmt bei den Umsätzen den 10. Rang, bei der Anzahl der Unternehmen und Selbstständigen den 9. und bei den Erwerbstätigen den 8. Rang unter den 11 Teilmärkten ein.

Angebotssituation in der Sparte und dem Teilmarkt Darstellende Kunst

In der Sparte und dem Teilmarkt Darstellende Kunst stellt sich die Angebotssituation in den sieben Leistungsgruppen von „Ausbildung“, „Produktion/Distribution“ und „Medialer Distribution“ folgendermaßen dar (Übersicht 4.3.2):

- *Ausbildung:* In den drei Leistungsgruppen, der „Allgemeinen schulischen kulturellen Bildung“, der „Außerschulischen kulturellen Bildung“ für Darstellende Künste sowie der „Beruflichen Aus-, Fort- und Weiterbildung“, gibt es Leistungsträger und Angebote in allen drei Kultursektoren. An den allgemeinbildenden Schulen ist die Darstellende Kunst zunehmend nicht mehr nur Teil des Deutschunterrichts, sondern im Rahmen des „Darstellenden Spiels“ in einer Reihe von Bundesländern inzwischen auch ein Abiturfach. Im außerschulischen Bereich bieten allein die rund 400 Jugendkunstschulen und kulturpädagogischen Einrichtungen in Deutschland zahlreiche Theater- und Tanzkurse an. Hinzu kommen Tanz- und Ballettschulen, die jedoch nahezu ausschließlich zum privaten Kultursektor zählen. In der beruflichen Aus- und Weiterbildung bestehen an über 30 öffentlichen Hochschulen Angebote für Berufe im Theaterbereich. Darüber hinaus wird an rund 100 Einrichtungen „Darstellendes Spiel“ als Zusatzqualifikation für Pädagogen angeboten. Für das Musiktheater gibt es eine Reihe von Ausbildungseinrichtungen sowohl im öffentlich geförderten als auch im privaten Kultursektor (z.B. an der „Universität der Künste“ in Berlin bzw. der „Abraxas Musical-Akademie“ in München oder der „Stage School Hamburg“)
- *Produktion/Distribution:* In der Darstellenden Kunst, in der Produktion und Distribution weitgehend zusammenfallen, können in diesem Bereich vier Leistungsgruppen unterschieden werden. Dazu zählen „Ensembles und Künstler/innen“ ohne Infrastruktureinrichtungen (z.B. Theater- und Tanzensembles des privaten Kultursektors) und die „Kulturelle Infrastruktur“ mit und ohne Ensembles (z.B. Theatergebäude, Bürgerhäuser, Variete- und Musicaltheater). Hinzu kommen „Veranstaltungen und Programme“ wie etwa die in den letzten Jahren deutlich gestiegene Anzahl an Opern- und Theaterfestspielen, Kabarettfestivals oder Show-Dance-Veranstaltungen des privaten Kultursektors, die große Veranstaltungsarenen füllen. In diesen drei Leistungsgruppen gibt es mit Ausnahme der Vermarktung von medialen Produktionen über CD, DVD etc. heute Leistungsträger in allen drei Kultursektoren, wobei der Besatz von Genre zu Genre variiert. Dies gilt auch für die vierte Leistungsgruppe der rund 350 „Preise für Darstellende Kunst“, die in Deutschland ausgelobt werden.
- *Mediale Distribution:* Die Darstellenden Künste sind in der medialen Distribution der öffentlich-rechtlichen und der privaten Rundfunkanstalten bedeutende Programmbestandteile. Schon traditionell wurden Aufführungen der unterschiedlichsten Genres (z.B. Theater, Opern, Operetten, Volkstheater, Kabarett, Tanzshows) aus Einrichtungen des öffentlichen und privaten Kultursektors aufgezeichnet und gesendet. Mit der Einrichtung von TV-

Spartenkanälen wie ARTE, 3Sat und ZDF.kultur (an Stelle des früher noch stärker auf die Darstellende Kunst ausgerichteten ZDF-Theaterkanals) wird den Darstellenden Künsten schon seit einiger Zeit etwas mehr Beachtung geschenkt. Zudem werden in TV-Studios Kleinkunstveranstaltungen durchgeführt (z.B. im Kabarett), aufgezeichnet und gesendet sowie Aufführungen zusätzlich über CDs, DVDs und über das Internet, zum Beispiel über Online-Videotheken, vermarktet.

Übersicht 4.3.2: Angebotssituation in der Darstellenden Kunst nach Leistungsgruppen und Leistungsträgern in den drei Kultursektoren (Auswahl)

	Leistungsgruppen im Wertschöpfungsprozess	Leistungsträger		
		Öffentlich geförderter Kultursektor	Intermediärer Kultursektor	Privater Kultursektor: Kultur- und Kreativwirtschaft
Ausbildung	(1a) Allgemeine schulische kulturelle Bildung	Allgemeinbildende Schulen: z.B. durch Deutsch- und anderen Sprachunterricht, Theaterkurse, Schultheater	Allgemeinbildende vereinsgetragene Schulen (z.B. Waldorfschulen): Deutschunterricht, Theaterkurse, Schultheater	Allgemeinbildende Privatschulen: Deutschunterricht, Theaterkurse, Schultheater
	(1b) Außerschulische kulturelle Bildung	Volkshochschulen, Theaterpädagogische Angebote in Jugendclubs an Theatern, Bundesakademien für kulturelle Bildung	Volkshochschulen, Kulturpädagogische Angebote an Jugendkunstschulen, theaterpädagogische Zentren, Amateurtheatervereine	Schauspielschulen, Ballettschulen, Tanzschulen
	(2) Berufliche Aus-, Fort- und Weiterbildung	Hochschule für Darstellende Künste, Theaterinstitute an Universitäten	Verbandsgetragene Qualifizierungs- und Weiterbildungsprogramme	Schauspielschulen Ballettschulen
Produktion/Distribution	(3) Ensembles, Künstler/innen (ohne Infrastruktur)	Theaterensembles, Tanzensembles, Musiktheaterensembles, Regisseur/innen etc.	Amateur- und semiprofessionelle Theaterensembles	Solokünstler/innen, Theaterensembles,
	(4) Kulturelle Infrastruktur mit und ohne Ensembles	Theaterhäuser, Musiktheater, Tanztheaterhäuser, Bespieltheater, Stadthallen, Probebühnen, Kulturzentren	Freie Theater, Kinder- und Jugendtheater, Produktionshäuser, Kulturzentren, Bürgerhäuser	Privattheater, Boulevardtheater, Kabarett Häuser, Varietetheater, Musicaltheater, Veranstaltungshallen,
	(5) Veranstaltungen, Programme	Theater-, Opernfestspiele etc.	Kleintheaterfestivals, Kabarettfestivals etc.	Musiktheatertourneen, Show-Dance-Veranstaltungen, etc.
	(6) Preise für Darstellende Kunst	z.B. Förderpreis für Schauspielstudierende der Bundesministerin für Bildung und Forschung; Individuelle Tanzförderung Berlin	z.B. Deutscher Jungen Musical Preis; Friedrich-Baur-Preis der gleichnamigen Stiftung; Erwin Piscator Preis der gleichnamigen Stiftung.	z.B. Deutscher Comedypreis (RTL); BZ.-Kulturpreis Berlin des Verlages BZ-Ullstein GmbH
Distribution	(7) Mediale Distribution	Öffentlich-rechtlicher Rundfunk	Bürgerkanäle	Privat-Rundfunk

Quelle: STADTart / Institut für Kulturpolitik / HWWI 2012

Entwicklungen in der Darstellenden Kunst

In den letzten Jahren ist es in der Darstellenden Kunst durch die zunehmende Bedeutung des Vertriebs von Darstellungen über Ton- und Bildträger bzw. im Internet zu einer Annäherung an die Wertschöpfungskette etwa in der Musikwirtschaft gekommen. Diese Entwicklung wird sich unter den Bedingungen einer Mediengesellschaft fortsetzen, wie etwa parallele Opern-„Live“-Aufführungen als Freiluftveranstaltungen im Hörfunk und Fernsehen sowie versuchsweise im Kino schon heute zeigen, beispielsweise bei Tanzdarstellungen. Jedoch wird dieser Prozess angesichts der ausgeprägten Bildbezogenheit bzw. der Abhängigkeit von Sprache weiter Bereiche der Darstellenden Kunst, wodurch die Nutzbarkeit der Datenträger bzw. die Marktmöglichkeiten im Vergleich etwa zur Musikwirtschaft geringer ist, aus heutiger Sicht nicht so ausgeprägt sein. Viel entscheidender wird sein, wie sich die Landschaft der Stadt-, Landes- und Staatstheater mit den Sparten Sprechtheater, Oper und Tanztheater weiter entwickeln wird. Dies hängt entscheidend von den Finanzierungsmöglichkeiten vor allem der Kommunen ab, aber auch von der Bereitschaft der Besucher/innen sich über Ticketpreise stärker an den Aufwendungen für die Darstellende Kunst zu beteiligen.

4.3.1 Leistungsgruppen zur Ausbildung für Darstellende Kunst

Die Qualifizierungsangebote für die Darstellende Kunst umfassen drei Leistungsgruppen: „Allgemeine schulische kulturelle Bildung“, „Außerschulische kulturelle Bildung“ sowie insbesondere die „Berufliche Aus-, Fort- und Weiterbildung“ an Hochschulen und sonstigen Institutionen. Hinsichtlich der Bedeutung der Leistungsträger des öffentlich geförderten und intermediären Kultursektors für den Teilmarkt der Darstellenden Kunst stellt sich die Situation wie folgt dar:

Leistungsgruppen „Allgemeine schulische kulturelle Bildung“ und „Außerschulische kulturelle Bildung“

An allgemeinbildenden Schulen findet Theaterspiel, Tanz oder Musiktheater zunehmend Eingang in die Lehrpläne. So gibt es inzwischen zahlreiche Angebote, um Kinder und Jugendliche für Theaterkunst zu interessieren und zu begeistern. Das reicht von der Thematisierung eines Theaterstücks in einem Schulfach über die theaterpädagogische Ein- und Hinführung zu gemeinsamen Theaterbesuchen bis zum eigenständigen Mitwirken an einer Produktion als Schauspieler/in, Bühnenbilder/in etc. In den vergangenen Jahren haben diese Angebote im schulischen und außerschulischen Bereich erheblich zugenommen (Schneider 2009). So gibt es in neun Bundesländern nach der Übersicht des „Bundesverbandes Theater und Schule“ inzwischen auch ein Abiturfach „Darstellendes Spiel“ und in nahezu allen Ländern in den Oberstufen in der einen oder anderen Form „theatralische Theorie und Praxis“ in den Lehrplänen. Im November 2006 hat die Kultusministerkonferenz zudem einheitliche Prüfungsanforderungen in der Abiturprüfung „Darstellendes Spiel“ beschlossen.

Für die Heranführung von Kindern und Jugendlichen an die Darstellende Kunst kommt der außerschulischen kulturellen Bildung eine zentrale Bedeutung zu, beeinflusst u.a. vom familiären Umfeld. Angeboten werden solche theaterpädagogischen Aktivitäten von kulturpädagogischen Einrichtungen, theaterpädagogischen Zentren, Volkshochschulen oder den Bundesakademien für kulturelle Bildung. Bei den rund 400 Jugendkunstschulen und kulturpädagogischen Einrichtungen in Deutschland beträgt der Anteil für Theater- und Tanzkurse rund 17 Prozent (Bundesverband der Jugendkunstschulen und Kulturpädagogischen Einrichtungen 2011).

Institutionelle und personelle Verflechtungen

- *Allgemeinbildende Schulen kooperieren mit Theatern und Selbstständigen des privaten Kultursektors*

Darstellendes Spiel/Theater fließt zunehmend in die Lehrpläne ein. Daher kooperieren allgemeinbildende Schulen verstärkt mit Einrichtungen der Darstellenden Kunst. Sie nutzen zum Beispiel die pädagogischen Angebote der Theater in Verbindung mit Aufführungsbesuchen (siehe Kapitel 4.3.2). Auch beauftragen Schulen vereinzelt auf Basis formeller temporärer Kooperationen selbstständige Regisseure und Theaterpädagogen des privaten Kultursektors für Kulturprojekte und das Theaterspiel an Schulen. Solche Angebote bietet beispielsweise die „theaterwerkstadt Heidelberg“ an.

- *Durch Mehrfach Tätigkeiten der Dozent/innen bestehen personelle Verflechtungen zwischen den drei Kultursektoren*

Zahlreiche Lehrende in der außerschulischen Bildung, etwa an der VHS oder an den Jugendkunstschulen, sind aufgrund des Workshop- und Semesterangebots sowohl als Lehrer/innen an allgemeinbildenden Schulen tätig als auch im professionellen Theaterbereich an Einrichtungen des öffentlich geförderten und privaten Kultursektors sowie im Laientheaterbereich. Sie bilden ein Scharnier zwischen verschiedenen Künstlergruppen und den drei Kultursektoren und können durch ihr „Sektorhopping“ und Mehrfach Tätigkeiten schulische und außerschulische Angebote miteinander verknüpfen und dadurch zahlreichen Schüler/innen den Zugang zur Darstellenden Kunst erleichtern.

Ökonomische Wirkungen

- *Allgemeinbildende Schulen und außerschulische Angebote wecken das Interesse an Darstellender Kunst, vermitteln Wertsetzungen und regen eine Nachfrage an*

Eine ansprechende theoretische und handlungsbezogene Heranführung von Kindern und Jugendlichen an die Darstellenden Künste prägt ihr Interesse an dieser Sparte und erleichtert ihnen den Zugang zu Theater- und Tanzveranstaltungen. Wie in vielen anderen kulturellen Sparten kann auch in der Darstellenden Kunst davon ausgegangen werden, dass solche Angebote sich auf die spätere Nachfrage nach Aufführungen in den unterschiedlichsten Genres niederschlagen, wovon ebenso die Anbieter des privaten Kultursektors profitieren.

- *Eine aktive Theaterarbeit in den Schulen und vor allem die außerschulischen Angebote qualifizieren für eine spätere aktive Theatertätigkeit*

Abgesehen von den Nachfrageeffekten können Kinder und Jugendliche durch theaterpädagogische Projekte auch an eine spätere aktive Theaterarbeit als Amateur oder als semiprofessioneller Darsteller herangeführt werden. Im Einzelfall legen solche Angebote die Basis für eine Ausbildung in den unterschiedlichen Theater- und Tanzberufen. Sie sind damit ein Faktor für die angebotsseitige Entwicklung des Teilmarkts der Darstellenden Kunst. Dies dürfte vor allem auf intensive außerschulische Qualifizierungen im Theater- und Tanzbereich, wie etwa an den Jugendkunstschulen, zutreffen.

Leistungsgruppe „Berufliche Aus-, Fort- und Weiterbildung“

In der Bundesrepublik bestehen an über 30 öffentlichen Hochschulen Aus- und Weiterbildungsstudiengänge und Studienangebote für unterschiedliche Theaterberufe wie Musiktheater, Regie, Theatermanagement, Theaterwissenschaft, Bühnen- und Kostümbild, Puppenspielkunst etc. Das Angebot der Hochschulen reicht von eigenständigen und ausschließlich auf die Darstellenden Künste bezogenen Einrichtungen (meist mit Musik kombiniert), wie etwa der „Hochschule für Schauspielkunst Ernst Busch“ in Berlin oder der „Hochschule für Musik und Darstellende Kunst“ in Frankfurt am Main, über allgemeine Kunsthochschulen wie die Berliner „Universität der Künste“ bis hin zu Institutionen für unterschiedliche Theaterfelder an allgemeinen Hochschulen, etwa zum „Musiktheater“ und zu „Theater und Medien“ an der Universität Bayreuth sowie „Theaterwissenschaft“ an der Ruhruniversität Bochum oder „Schauspiel- und Musiktheaterdramaturgie“ an der Münchener Ludwig-Maximilian-Universität.

Zudem gibt es Aus- und Weiterbildungsangebote für zahlreiche weitere Berufe bzw. Tätigkeiten in der Darstellenden Kunst an öffentlich geförderten Ausbildungseinrichtungen, etwa für Theaterautoren am „Deutschen Literaturinstitut“ an der Leipziger Universität, für Bühnenbildner/innen an Kunsthochschulen oder der „Bayerischen Theaterakademie August Everding“ bzw. für Dramaturgie an Filmhochschulen (z.B. der „Hochschule Film und Fernsehen Konrad Wolf“ in Potsdam Babelsberg). Dazu zählen auch Kulturmanagementangebote, die für verschiedene Tätigkeiten am Theater, vom Verwaltungsdirektor über Controllingexperten bis zur Presse- und Öffentlichkeitsarbeit qualifizieren. Insgesamt bestehen an den Hochschulen in Deutschland 80 solcher Studienangebote (Blumenreich 2011). Für Musicaldarsteller/innen und Tänzer/innen, von denen die meisten später im privaten Sektor der Darstellenden Künste arbeiten, gibt es mehrere Diplomstudiengänge, sowohl an öffentlich geförderten Hochschulen als auch an Privatschulen. Entsprechende Ausbildungsgänge bestehen zudem u.a an der „Folkwang-Hochschule Essen“. An der „Hochschule für Musik und Tanz“ in Köln wird Bühnentanz und Tanzpädagogik gelehrt.

Einen speziellen Zweig in der der Aus- und Weiterbildung stellen die Qualifizierungsangebote für Theaterpädagogen dar. Der anerkannte Abschluss „Theaterpädagoge“ existiert seit Oktober 1999 und wird an Personen vergeben, die auf Basis einer künstlerischen oder/und kunstpädagogischen Erstausbildung eine intensive, curricular aufgebaute Weiterqualifizierung mit mindestens 1.700 Ausbildungsstunden an einem vom „Bundesverband Theaterpädagogik“ anerkannten Ausbildungsinstitut mit Erfolg abgeschlossen haben. Anerkannte Ausbildungsinstitutionen für die Vollausbildung im Bereich Theaterpädagogik sind u.a. die „Akademie für kulturelle Bildung Remscheid“, die „LAG Theaterpädagogik Baden-Württemberg e.V.“ in Reutlingen, das „Kreativhaus e.V.“ in Berlin, das Freiburger „Institut für Theaterpädagogik“ oder die „Theater-Akademie Stuttgart“. Seit Kurzem gibt es auch einen grundständigen Studiengang „Spiel- und Theaterpädagogik“ an der FH Osnabrück und nach abgeschlossenem Bachelor-Studium kann ein viersemestriger Master-Studiengang „Theaterpädagogik“ an der Universität der Künste in Berlin absolviert werden. Darüber hinaus bestehen in den verschiedenen Ländern Ausbildungsmöglichkeiten im Fach „Darstellendes Spiel“ als Zusatzqualifikation für Lehrer/innen nach dem Ersten Staatsexamen. In Deutschland gibt es in der Darstellenden Kunst zudem annähernd 100 Einrichtungen im Bereich der Aus-, Fort- und Weiterbildung, darunter Universitäten, Fachhochschulen, Lehrerfortbildungsinstitute, theaterpädagogische Zentren und Kunstschulen. Zudem bieten Verbände Studienangebote mit berufsbegleitenden Maßnahmen oder in Form von Blockunterricht an. Die überwiegende Mehrzahl dieser Aus- und Fortbildungsangebote für die verschiedenen Berufsfelder in der Darstellenden Kunst liegt in der Trägerschaft des öffentlichen Sektors. Teilweise sind jedoch auch Vereine und Verbände des intermediären Sektors Träger solcher Angebote.

Institutionelle und personelle Verflechtungen

- *Schauspielschulen und Theaterakademien kooperieren mit Theatern aller Kultursektoren:*

Damit Studierende frühzeitig Praxiserfahrungen sammeln können, arbeiten die Ausbildungseinrichtungen vielfach mit den unterschiedlichsten Kultureinrichtungen der Darstellenden Kunst zusammen. Beispielsweise kooperiert die Theaterakademie der Hochschule für Musik und Theater Hamburg sowohl mit den öffentlich geförderten Theatern (dem Deutschen Schauspielhaus, dem Thalia Theater und der Staatsoper), als auch mit privaten Theatern, darunter dem „Lichthof-Theater“. Auf diese Weise sollen junge Autor/innen, Regisseur/innen und Schauspieler/innen der Theaterakademie die Chance erhalten, zu experimentieren, Erfahrungen zu sammeln und sich zu profilieren (Website lichthof theater). Dies wird sehr unterschiedlich gehandhabt, oft informell, teilweise auch vertraglich geregelt, im Allgemeinen eher projektbezogen.

- *Durch künstlerische Mehrfachtigkeit der Dozent/innen gibt es personelle Verflechtungen*

Lehrende an Theaterhochschulen oder entsprechenden Einrichtungen des intermediären Kultursektors sind in der Regel zugleich in der praktischen Theaterarbeit tätig. Sie bilden ein wichtiges Scharnier zwischen den unterschiedlichen Leistungsfeldern und Leistungsträgern der Darstellenden Künste. So kommen beispielsweise viele der an der Theaterakademie der Hochschule für Musik und Theater Hamburg unterrichtenden Dozenten aus der Praxis: Sie sind

Schauspieler, Regisseure, Dramaturgen, Bühnen- oder Kostümbildner. Ähnlich ist dies auch bei Leistungsträgern des privaten Kultursektors, zum Beispiel der „Internationalen Schule für Schauspiel und Acting“ in München.

Ökonomische Wirkungen

- *Schauspielschulen und andere Ausbildungseinrichtungen qualifizieren vor allem für Theater- und Tanzproduktionen sowie für pädagogische Vermittlungsarbeit*

Theaterhochschulen und Theaterinstitute, in manchen Nischen aber auch private Anbieter wie etwa die Tamala Clownakademie in Konstanz, bilden für eine breite Palette beruflicher Tätigkeiten in den drei Kultursektoren der Darstellenden Kunst aus. Bei den professionellen freien Schauspieler/innen und Tänzer/innen haben rund die Hälfte ein künstlerisches Hochschulstudium absolviert (Keuchel 2009). Die Einrichtungen qualifizieren zudem für zahlreiche weitere Theaterberufe und die theaterpädagogische Vermittlungsarbeit. Allerdings wird davon ausgegangen, dass die Ausbildung an Hochschulen teilweise noch nicht genügend auf eine Tätigkeit im privaten Kultursektor vorbereitet, u.a. hinsichtlich der hierfür erforderlichen Akquisition oder der Netzwerkbildung.

- *Hochschulen für Theater tragen zu Inventionen und Innovationen bei und ermöglichen teilweise einen Markteinstieg für Studierende*

Die Ausbildungseinrichtungen für die Darstellenden Künste, die insbesondere im Musik- und Tanzbereich auch zahlreiche Talente aus dem In- und Ausland anziehen, sind nicht nur Orte der individuellen Qualifizierung, sondern wie im Musikbereich auch Orte der Ideation und Invention. Für die Studierenden eröffnen die Dozent/innen mit ihren Netzwerken sowie die projektbezogenen Kooperationen der Ausbildungseinrichtungen mit Theatern im öffentlich geförderten und privaten Kultursektor Chancen für einen frühen Markteinstieg. So zeigen beispielsweise viele Hochschulstudiengänge (siehe z.B. die Hochschule für Musik und Darstellende Kunst in Frankfurt am Main) selbst erarbeitete Semesterproduktionen in öffentlichen Aufführungen etwa bei „Tagen der Offenen Tür“ oder bei anderen städtischen Kulturveranstaltungen.

4.3.2 Leistungsgruppen „Kulturelle Infrastruktur“, „Ensembles, Künstler/innen“, „Veranstaltungen, Programme“ und „Preise für Darstellende Kunst“

In der Bundesrepublik gab es in der Spielzeit 2009/2010 rund 150 vom öffentlichen Kultursektor getragene Theaterunternehmen, also Stadttheater, Staatstheater und Landesbühnen (Deutscher Bühnenverein 2011). Hinzu kommen 75 in Theatern integrierte Kulturorchester (Kapitel 4.1). Die Stadt- und Staatstheater verfügen heute über rund 890 Spielstätten.

Für die Stadt- und Staatstheater gibt die öffentliche Hand gegenwärtig etwa 2,1 Mrd. EUR aus, die zu 90 Prozent für Personalkosten der fast 39.000 Beschäftigten an Theatern verausgabt werden. Seit der Spielzeit 1991/1992 bauten die Theater allerdings 35 Prozent ihres Schau-

spielpersonals ab (rund 1.000 Arbeitsplätze), 26 Prozent ihrer Tänzer/innen, 27 Prozent ihrer Sänger/innen und 15 Prozent (rund 3.500 Arbeitsplätze) ihres nicht-künstlerischen Personals (Bolwin 2010). Parallel zum Abbau der künstlerisch fest Beschäftigten in den letzten zwei Jahrzehnten ist gleichzeitig die Anzahl der „unständig Beschäftigten“ stark gestiegen. Das sind Mitarbeiter/innen, die nur für einzelne Vorstellungen und Produktionen oder nur für sehr kurze Zeit, manchmal nur für einige Tage, beschäftigt werden. Für diese Gruppe hat sich die Anzahl der Verträge in den letzten 20 Jahren von jährlich rund 6.900 auf 12.300 im Jahr 2009 annähernd verdoppelt. Dies ist ein Indiz, dass selbstständige Bühnenkünstler/innen verstärkt in Theaterproduktionen des öffentlichen Kultursektors integriert werden und zunehmend projektbezogen gearbeitet wird (u.a. Bolwin 2010, 140).

Für den intermediären Sektor der Darstellenden Künste ist davon auszugehen, dass die Anzahl der Künstler/innen und Ensembles in den letzten Jahrzehnten stark gewachsen ist: Nach Angaben des Bundesverbands Freier Theater ist gegenwärtig von etwa 2.000 professionellen freien Theatergruppen auszugehen, wobei die Mehrzahl keine eigenen Spielstätten besitzt. Ein Großteil dieser „Freien Theater“ ist professionell aufgestellt und daher dem privaten Kultursektor zuzurechnen. Auch hat die Anzahl der Theater im privaten Kultursektor stark zugenommen: Gab es in Deutschland 1959 erst 67 Privattheater, wurden zehn Jahre später bereits knapp 80, im Jahre 1990 bereits 130 und 2009 fast 200 gezählt (Deutscher Bühnenverein 2010), wobei viele kleinere Boulevard-, Varieté- und Figurentheater sowie die Musicaltheater bei diesen Angaben noch nicht enthalten sind.

Zu dem Theaterangebot der festen Häuser, der Ensembles ohne eigene Spielstätten und der für Theateraufführungen genutzten Infrastruktureinrichtungen wie etwa Stadthallen und Kulturzentren (z.B. das Tanzhaus NRW), die ebenfalls relativ regelmäßig bespielt werden, kommen noch die temporären Veranstaltungen der Theater-, Musiktheater-, Tanz- und Kabarettfestspiele hinzu, deren Anzahl in den vergangenen zwei Jahrzehnten auch erheblich gewachsen ist. Diese werden überwiegend vom öffentlich geförderten oder seitens des intermediären Kultursektors (z.B. von Vereinen) getragen und auch von privater Seite unterstützt (z.B. das seit 2003 bestehende Tanzfestival „Movimentos“ in Wolfsburg seitens der von der Volkswagen AG getragenen Autostadt) bzw. im Rahmen von Programmen gefördert, wie etwa durch die Kulturstiftung des Bundes und deren Programme „Tanzplan“ und „Heimspiel“.

Institutionelle und personelle Verflechtungen

- *Die öffentlich geförderten Einrichtungen der Darstellenden Kunst kooperieren verstärkt mit Leistungsträgern der beiden anderen Kultursektoren*

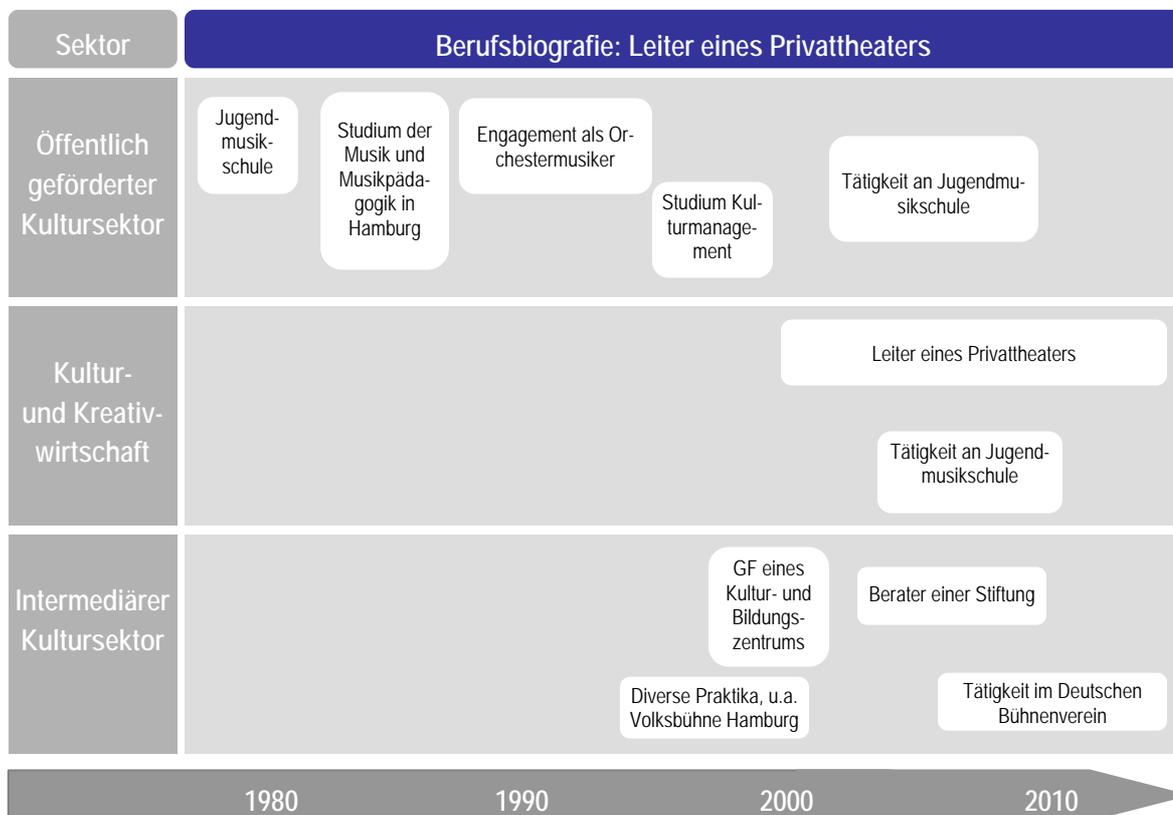
Mit dem Abbau der Berührungängste zwischen den öffentlich geförderten Einrichtungen der Darstellenden Kunst und Leistungsträgern des intermediären und privaten Kultursektors, u.a. aufgrund deren Professionalisierung, kooperieren die Einrichtungen verstärkt miteinander. Solche Kooperationen gibt es jedoch vor allem innerhalb des gleichen Genres, insbesondere beim Sprechtheater. Im Bereich des Kinder- und Jugendtheaters besteht in manchen Städten wie

etwa in Nürnberg und Fürth eine solche vertraglich geregelte Zusammenarbeit bereits mehr als ein Jahrzehnt. In den letzten Jahren hat sich, ausgelöst durch Diskussionen über die Weiterentwicklung des Stadttheaters und der Kritik der freien Theater an ihrer mangelhaften Finanzausstattung, in einer wachsenden Zahl von Städten eine solche regelmäßige Kooperation zwischen freien Theatern und städtischen Bühnen entwickelt, darunter in Hildesheim, Bielefeld und Heidelberg. Der 2012 initiierte Fonds „Doppelpass“ der Bundeskulturstiftung hat gezielt diese Kooperation zum Gegenstand. Auch im Festspielbereich kommt es zunehmend zu einer Öffnung gegenüber freien Produktionen, wie etwa die mehrmalige Einladung „Freier Theater“ zum renommierten Berliner Theatertreffen zeigt.

- *Zwischen den drei Kultursektoren bestehen in der Darstellenden Kunst aufgrund der Mehrfach Tätigkeiten der Bühnenkünstler/innen zunehmend personelle Verflechtungen*

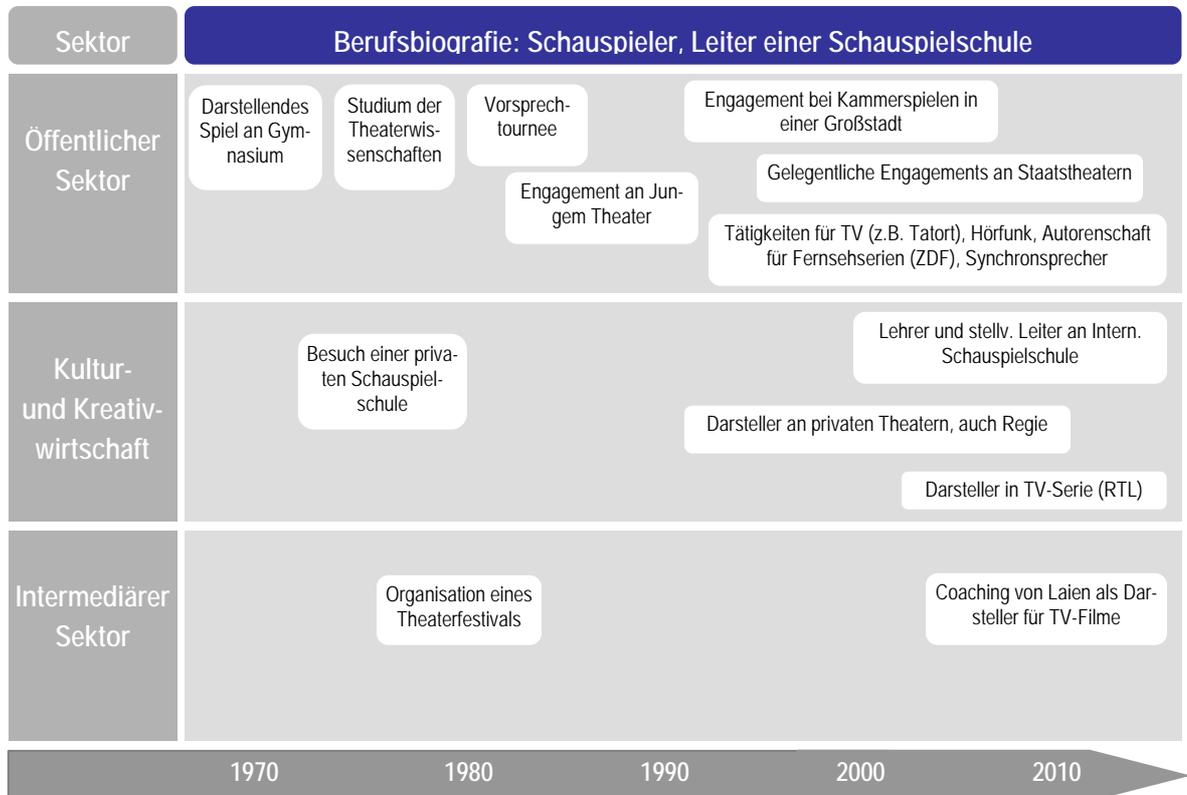
Der Rückgang von festen Personalstellen der künstlerisch Beschäftigten an den öffentlich geförderten Einrichtungen der Darstellenden Kunst und die zunehmende Projektorientierung haben dazu geführt, dass vor allem im Sprechtheater personelle Verflechtungen bestehen. Ausdruck dafür ist das in zahlreichen, oftmals alles andere als „geradlinig“ verlaufenden Biografien von Tätigen in der Darstellenden Kunst nicht nur nachweisbare „Sektorenhopping“, sondern auch „Teilmarkthopping“, vor allem mit der Rundfunkwirtschaft (Übersichten 4.3.3 und 4.3.4).

Übersicht 4.3.3: Darstellende Kunst-Biografie eines Leiters eines Privattheaters



Quelle: STADTart / Institut für Kulturpolitik / HWWI 2012 nach Internetrecherche

Übersicht 4.3.4: Darstellende Kunst-Biografie eines Leiters einer Schauspielschule



Quelle: STADTart / Institut für Kulturpolitik / HWWI 2012 nach Internetrecherche

Ökonomische Wirkungen

- *Theater mit theaterpädagogischen Angeboten wecken Interesse an der Darstellenden Kunst und unterstützen damit die Nachfrage nach Bühnenkunst in den unterschiedlichen Genres der drei Kultursektoren*

An zahlreichen Stadt- und Staatstheatern, Opernhäusern etc. bestehen Jugend- und Schülerclubs, Junge Bühnen und ähnliche Einrichtungen, in denen Jugendliche über theaterpädagogische Projekte, Führungen, Einführungen oder auch Theaterspielen an die Darstellende Kunst herangeführt werden und für die Bühnenkunst Interesse geweckt wird. Erfahrungsgemäß entwickelt sich daraus für einige der daran Beteiligten eine lebenslange Verbindung zum Theater, entweder als Theaterbesucher oder in manchen Fällen in einer aktiven Rolle in einem Amateur- bzw. Laientheater oder als professioneller Bühnenkünstler. Solche Angebote haben damit eine Basisfunktion, sowohl für die angebots- als auch für die nachfrageseitige Entwicklung in den unterschiedlichen Genres der Darstellenden Kunst.

- *Die für Sprechtheater, Oper und Tanz geeigneten Infrastruktureinrichtungen sind eine zentrale Voraussetzung für freie Ensembles und Darsteller/innen des privaten Kultursektors und bieten die Chance der Markterweiterung*

Neben den Stadttheatern und Opernhäusern sind Stadthallen, Kulturzentren und seit einiger Zeit auch Kirchengebäude die notwendigen Infrastruktureinrichtungen für Tourneetheater, freie Ensembles und Darsteller/innen des privaten Kultursektors. Diese Einrichtungen bieten zumeist die hierfür erforderlichen Mindestvoraussetzungen (z.B. hinsichtlich der Bühnentechnik). Dies gilt insbesondere in den Mittel- und Kleinstädten, von denen sich 375 Kommunen in der „Interessengemeinschaft der Städte mit Theatergastspielen“ (INTHEGA) zusammen geschlossen haben und die mit ihren Theateraufführungen jährlich über 5. Mio. Besucher/innen verzeichnen (Hadamczik 2004). Für die Tourneetheater und zahlreiche freie Ensembles und Darsteller/innen des privaten Kultursektors haben die Stadthallen, Kulturzentren etc. eine nicht unbedeutende Markterweiterungsfunktion.

- *Kleinere Infrastruktureinrichtungen des öffentlichen und des intermediären Kultursektors sind für Tätige in der Kleinkunst wie Kabarett, Comedy etc. notwendige bauliche Voraussetzungen und haben für den Nachwuchs eine Markteinstiegs- und Qualifizierungsfunktion*

Soziokulturelle Zentren, Bürger- und Jugendzentren des öffentlichen und des intermediären Kultursektors sind für den überwiegenden Teil der Bühnenkünstler/innen in den Genres der Kleinkunst wie Kabarett, Comedy etc. die hierfür geeigneten Infrastruktureinrichtungen, vor allem hinsichtlich der adäquaten Besucherkapazitäten, der Bühnentechnik und des Ambientes. Gleichzeitig sind sie für den Nachwuchs Experimentier- und Erfahrungsorte und ermöglichen durch die Herausbildung eines Publikums den zahlreichen Selbstständigen in der Sparte/Teilmarkt Darstellende Kunst den Markteinstieg. Wie heute zahlreiche national bekannte Kabarettist/innen, Comedians oder Freie Theatergruppen zeigen, die inzwischen auch für die Rundfunkwirtschaft tätig sind bzw. große Veranstaltungshallen füllen, sind solche Einrichtungen häufig die „Wiegen“ für derartige Karrieren.

- *In manchen Genres der Darstellenden Kunst sind heute Innovationen vielfach das Ergebnis der Vernetzung mit Bühnenkünstler/innen bzw. Dienstleistern des privaten Kultursektors*

Der Rückgang von festen Planstellen an den Stadt- und Staatstheatern, die höhere Fluktuation in den Ensembles und neue künstlerische Tendenzen (z.B. der Einsatz von Videokunst im Schauspiel), die kurzfristige Beschäftigung zur Abdeckung von „Spitzen“ (z.B. beim bühnentechnischen Fachpersonal) sowie die Vergabe von Aufträgen an selbstständige Bühnenkünstler/innen und Betriebe der Kultur- und Kreativwirtschaft, etwa an Regisseur/innen, Bühnenbildner/innen, bildende Künstler/innen der Video- und Digitalkunst etc. haben mit Ausnahme mancher Nischengenres (z.B. des Kriminal- und Fremdsprachentheaters) zu den die drei Kultursektoren vernetzenden Produktionsbedingungen geführt. Von den sich aus dieser Vernetzung ergebenden künstlerischen Innovationen profitieren zahlreiche Leistungsträger der drei Kultursektoren der Darstellenden Kunst.

- *Darsteller/innen an Stadt- und Staatstheatern und viele der selbstständigen Bühnenkünstler/innen sind ein Potenzial für die Film- und Rundfunkwirtschaft*

Von den Darsteller/innen an Stadt- und Staatstheatern und von den sonstigen selbstständigen Bühnenkünstler/innen arbeiten viele mit Unterstützung der Theaterhäuser etc. zusätzlich für die Film- und Rundfunkwirtschaft, auch weil sich diese davon einen Werbeeffekt für ihr Haus versprechen. Dies gilt insbesondere für die Einrichtungen und die Ensembles des Sprechtheaters. Solche Engagements bieten für nicht wenige von ihnen zumeist eine wichtige weitere Einnahmequelle (Markterweiterungsfunktion). Bühnenkunst an Stadt- und Staatstheater, in freien Ensembles oder als Solokünstler/in hat damit eine Qualifizierungsfunktion für die beiden Teilmärkte der Film- und Rundfunkwirtschaft.

- *Preise in der Darstellenden Kunst fördern Künstler/innen direkt und/oder steigern ihre Reputation*

Für die Darstellende Kunst werden in Deutschland in nahezu allen Genres rund 350 unterschiedliche Preise ausgelobt und vergeben (Handbuch der Kulturpreise 2011). Dazu zählen dotierte Geldpreise (z.B. der Theaterpreis der Stadt München mit 10.000 EUR), Sachpreise (z.B. Projektförderungen, Stipendien wie etwa für Tanz und Choreografie der Kunststiftung NRW) sowie undotierte Ehrungen (z.B. „Der Faust“ als Deutscher Theaterpreis für die beste darstellerische Leistung in Kategorien wie Schauspiel, Choreografie etc.). Zudem gibt es Nachwuchspreise wie beispielsweise im Rahmen des Bundeswettbewerbs zur Förderung der Schauspielkunst mit einer Gesamtdotierung von 20.000 EUR. Diese Preise und Ehrungen haben in Segmenten mit Leistungsträgern im privaten Kultursektor (z.B. bei Comedy und Kabarett oder bei manchen Tanzensembles) eine Aufmerksamkeits-, Promotion- und Markteinstiegsfunktion. Für etablierte Tätige an den öffentlich geförderten Kultureinrichtungen erhöhen Preise vor allem deren Reputation, womit eine Förder- und Markterweiterungsfunktion (z.B. für die Filmwirtschaft) verbunden sein kann.

4.3.3 Leistungsgruppe „Mediale Distribution“

Anders als etwa in der Musik nehmen mediale Distributionskanäle für die Darstellende Kunst (Hörfunk, TV, Tonträger, DVDs und Internet) einen vergleichsweise geringeren Stellenwert ein, auch wenn sich dies in den letzten Jahren verändert hat, etwa durch die immens wachsende Anzahl an Hörspiel-CDs und Hörbüchern mit Romanen, Erzählungen etc., die in der Regel von Bühnenkünstler/innen besprochen werden oder durch Mitschnitte von Live-Veranstaltungen für DVDs oder TV-Sendungen.

Die Darstellende Kunst ist überwiegend bild- und wortbezogen und daher für den Hörfunk, von Ausnahmen wie Kabarett und Comedy abgesehen, als Distributionsmedium weniger einsetzbar. Dennoch nimmt die Darstellende Kunst (ohne Film) im öffentlich-rechtlichen Rundfunk schon seit Jahrzehnten im TV in manchen Sparten einen nicht unbedeutenden Stellenwert ein, der mit der Ausdifferenzierung in Spartenkanälen noch zugenommen hat. Beispielsweise über-

trägt der deutsch-französische Sender ARTE monatlich Theateraufführungen. Zudem bietet der Sender auf dem Internetportal „arteLiveWeb“ Videos in den Genres Tanz und Theater unter dem Format „Comedia“ monatlich europäisches Theater. Ähnliche Angebote gibt es bei den Sendern 3Sat und ZDFKultur (vormals ZDFtheaterkanal), Letzterer mit der Reihe „Theater: Ein Fest“ (z.B. zum internationalen Tanzfestival in Wien oder zum Berliner Theatertreffen). Ebenso werden weiterhin Aufführungen von Volkstheatern sowie von Kleinkunstveranstaltungen und -festivals aufgezeichnet und übertragen.

Institutionelle und personelle Verflechtungen

- *In den eher zu dem privaten Kultursektor zählenden Genres der Kleinkunst gibt es durch Kooperationen mit Veranstaltungseinrichtungen und selbstständigen Bühnenkünstler/innen institutionelle und personelle Verflechtungen*

Insbesondere durch die Übertragungen von Kleinkunst seitens der öffentlich-rechtlichen Sender (z.B. in WDR 5 in der Sendung „Kabarett aus dem Sacklager Kessel“ aus der Veranstaltungstätte „Viller Mühle“ in Goch am Niederrhein) bestehen über vertragliche Vereinbarungen institutionelle, aber auch personelle Verflechtungen mit dem intermediären und privaten Kultursektor. Viele der dabei temporär eingebundenen selbstständigen Bühnenkünstler/innen sind zu meist kultursektorübergreifend tätig.

Ökonomische Wirkungen

- *Die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten haben für selbstständige Bühnenkünstler/innen, vor allem der Kleinkunst, eine Aufmerksamkeits- und Promotionfunktion sowie eine mediale Nachfragefunktion*

Die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten (Hörfunk und TV) bieten heute zahlreiche neue Formate an, in die selbstständige Bühnenkünstler/innen eingebunden sind. Dazu zählen im Segment Kabarett zum Beispiel „Satire Gipfel“ (ARD), „Neues aus der Anstalt“ und „heute show“ (ZDF), „extra 3“ (NDR), „Ottis Schlachthof“ (BR) oder „Mitternachtsspitzen“ und „Dittsche“ (WDR). Inzwischen gibt es kaum noch ein drittes Fernsehprogramm des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, das nicht mehr oder weniger regelmäßig Comedy- und Kabarettssendungen in seinem Programm hat. Mit diesen Sendungen sind für die Bühnenkünstler/innen Aufmerksamkeits- und Promotioneffekte für deren Live-Tourneen verbunden. Auch profitieren davon die Veranstaltungshäuser des intermediären und privaten Kultursektors. Zudem eröffnen die Übertragungen manchen Bühnenkünstler/innen die Möglichkeit der Beschäftigung auch in der Rundfunkwirtschaft (Markterweiterungsfunktion). Die öffentlich-rechtlichen Rundfunksender unterstützen damit in den kleinteilig strukturierten Genres der Darstellenden Kunst sowohl die angebots- als auch die nachfrageseitige Entwicklung dieses Teilmarkts.

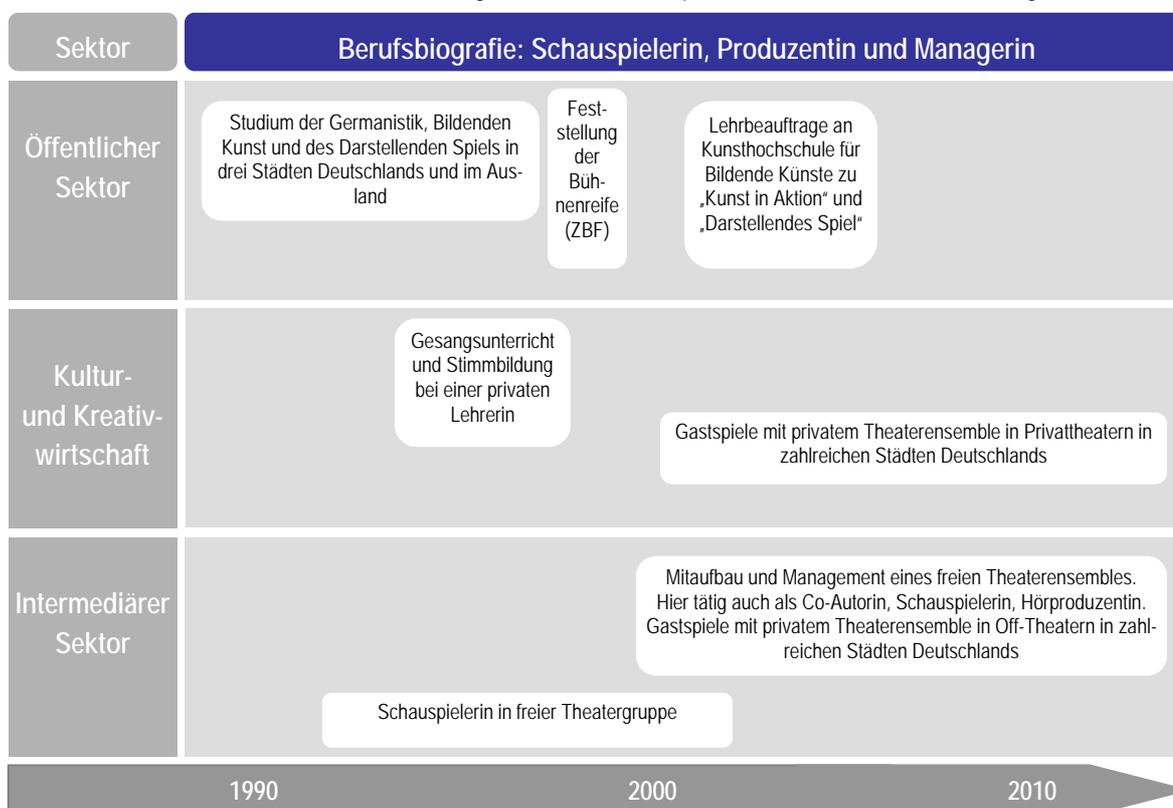
■ *Plattform zum Markteinstieg durch kleinere Formate im öffentlich-rechtlichen Rundfunk*

Die heute bekannten Kabarett- und Comedy-Künstler/innen haben in der Regel ihre Karriere in Clubs, Soziokulturellen Zentren und Kleinkunsttheatern gestartet (Kapitel 4.3.2). Der öffentlich-rechtliche Rundfunk bietet Einsteiger/innen ergänzend durch kleine Formate in authentischem Ambiente eine entsprechende Bühne, zum Beispiel mit dem WDR-Format „Nightwash“ oder dem Kölner „Comedy-Trainings-Camp im Waschsalon“. Dadurch wird manchen Berufseinsteiger/innen der Markteinstieg in den Teilmarkt der Darstellenden Kunst erleichtert.

4.3.4 Das Wirkungsnetzwerk Darstellende Kunst

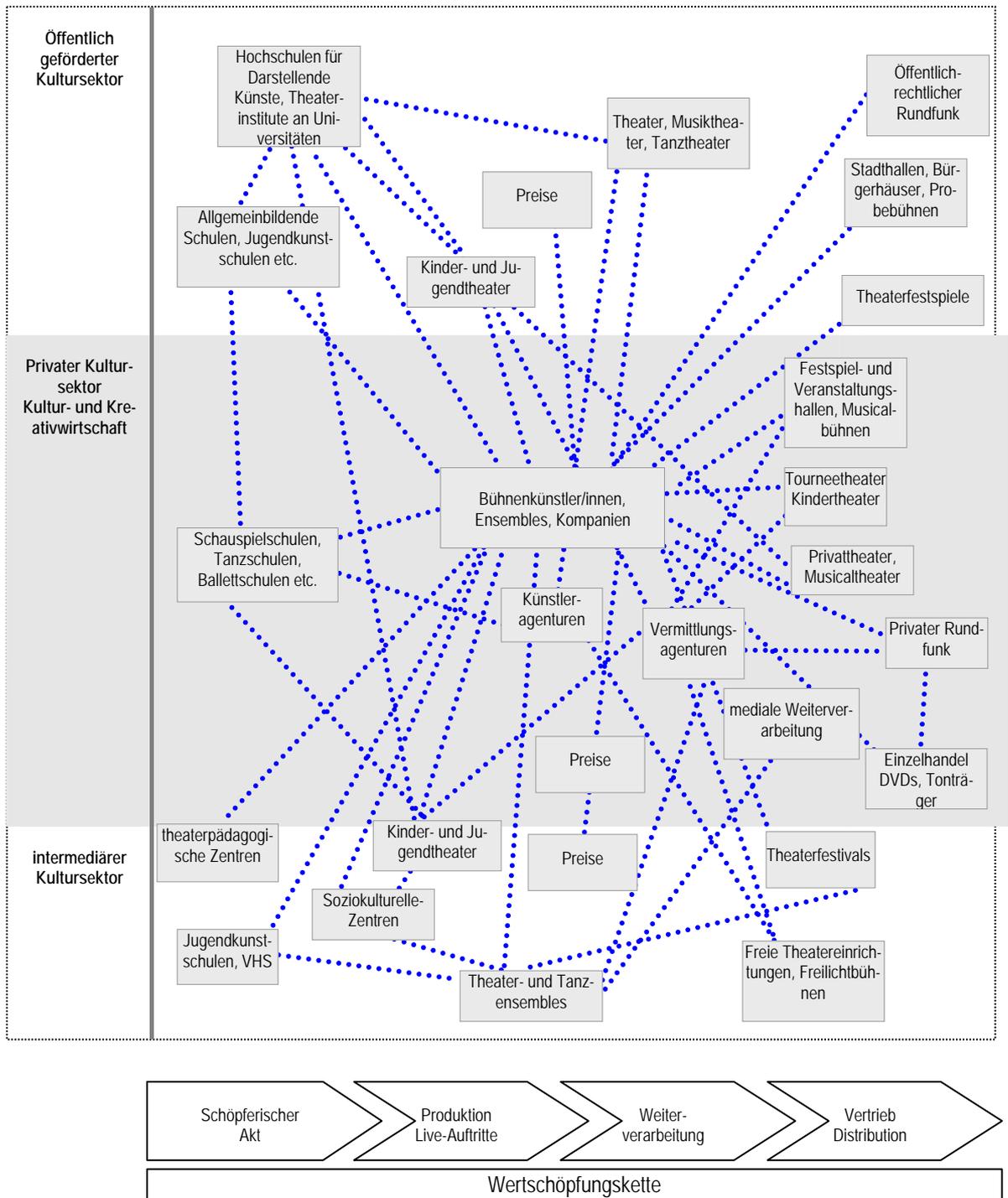
Die Analysen in der Sparte bzw. dem Teilmarkt der Darstellenden Kunst zu den institutionellen und personellen Verflechtungen zwischen den drei Kultursektoren sowie zu den ökonomischen Wirkungen der Leistungsträger des öffentlichen und des intermediären Kultursektors in den einzelnen Leistungsgruppen für den Teilmarkt der Darstellenden Kunst lassen erkennen, dass die Wertschöpfungskette auch für diesen Teilmarkt in ein „Wirkungsnetzwerk“ oder „Wirkungsfeld“ eingelagert ist (Übersicht 4.3.6). Dabei erbringt auch der private Kultursektor Leistungen für die beiden nicht erwerbswirtschaftlichen Kultursektoren (z.B. Agenturen für Bühnenkünstler/innen).

Übersicht 4.3.5 Darstellende Kunst-Biografie einer Schauspielerin, Produzentin und Managerin



Quelle: STADTart / Institut für Kulturpolitik / HWW1 2012 nach Internetrecherche

Übersicht 4.3.6: „Wirkungsnetzwerk Darstellende Kunst“ der drei Kultursektoren im Rahmen der Wertschöpfungskette (Schema)



Quelle: STADTart / Institut für Kulturpolitik / HWWI 2012

Jedoch trifft dies nicht für alle Genres der Sparte gleichermaßen zu, sieht man einmal von der generellen Bedeutung der unterschiedlichen Leistungsgruppen in der „Ausbildung“ ab (wobei die Leistungsträger wie in der Musik nicht ausschließlich zu den beiden nicht erwerbswirtschaftlichen Kultursektoren zählen müssen, vorausgesetzt die Zahlungsbereitschaft der „Nachfrager/innen“ ist ähnlich wie für entsprechende Angebote in der Musik). Besonders ausgeprägt ist das „Wirkungsnetzwerk Darstellende Kunst“ vor allem in der Kleinkunst und mit der Zunahme an Theatern im privaten Kultursektor in den letzten zwei Jahrzehnten bzw. dem Abbau von künstlerisch fest Beschäftigten auch im Sprechtheater. Dies zeigen beispielhaft auch einzelne Berufsbiografien (Übersichten 4.3.3 bis 4.3.5). Ausdruck dafür ist das angesichts der schwierigen Beschäftigungsmöglichkeiten vielfach erzwungene, aber aufgrund der Professionalisierung der Bühnenkünstler/innen des intermediären Kultursektors auch mögliche „Sektorhopping“ innerhalb der Darstellenden Kunst bzw. das sparten- und teilmarktübergreifende „Teilmarkthopping“ zahlreicher Bühnenkünstler/innen, Regisseur/innen etc. In diesen Genres spielen Infrastruktureinrichtungen wie etwa Stadthallen und Kultur- bzw. Jugendzentren des öffentlich geförderten bzw. des intermediären Kultursektors in Verbindung mit den öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten für die Entwicklung des Teilmarkts eine zentrale Rolle.

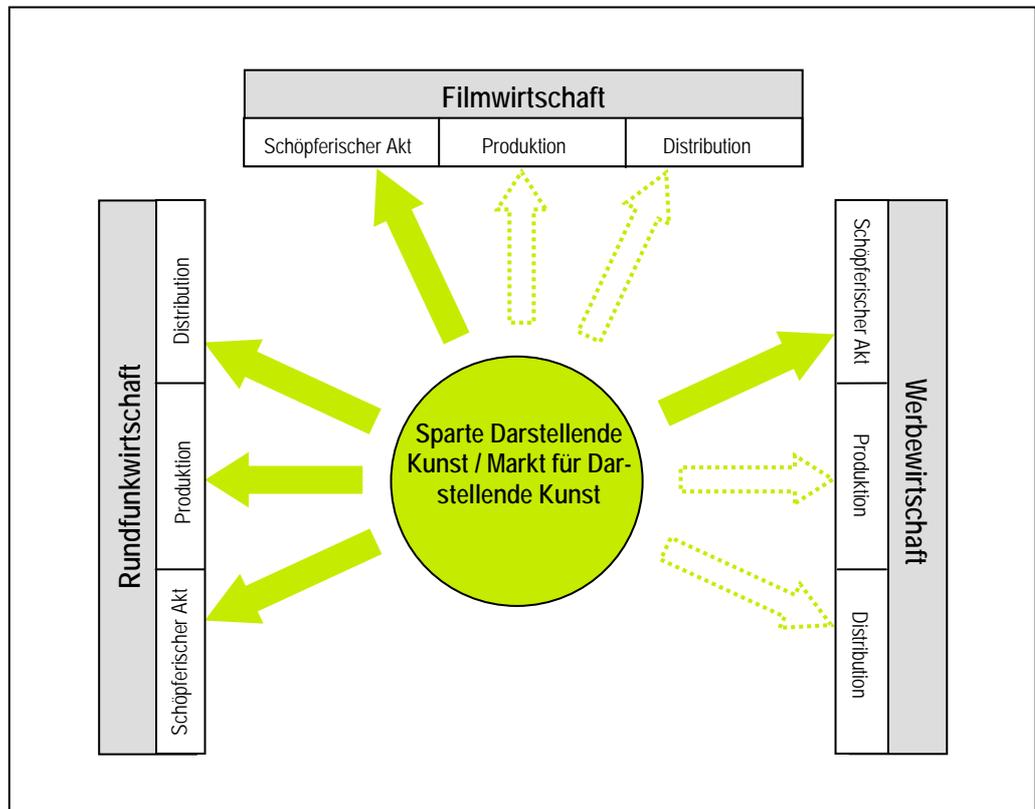
4.3.5 Sparten- bzw. teilmarktübergreifende Wirkungen und zentrale Schnittstellen

Die ökonomischen Wirkungen der Leistungsträger des öffentlich geförderten und des intermediären Kultursektors in der Sparte Darstellende Kunst beschränken sich jedoch nicht auf die angebots- und nachfrageseitige Entwicklung des entsprechenden Teilmarkts. Bedeutsam sind die in das „Wirkungsnetzwerk Darstellende Kunst“ eingebundenen selbstständigen Bühnenkünstler/innen zudem vor allem (Übersicht 4.3.7):

- für den gesamten Wertschöpfungsprozess der Rundfunkwirtschaft, wenn beispielsweise Kabarettist/innen und Comedykünstler/innen Produktionen einspielen oder daran beteiligt sind;
- für den „Schöpferischen Akt“ der Filmwirtschaft, indem Bühnenkünstler/innen des öffentlich geförderten und des intermediären Kultursektors beispielsweise ein Engagement für eine Filmproduktion erhalten;
- für den „Schöpferischen Akt“ der Werbewirtschaft, wenn Bühnenkünstler/innen und Regisseur/innen in Werbespots eingebunden werden.

Unter Berücksichtigung der unterschiedlichen Angebotsstrukturen in dieser Sparte, der Dominanz des öffentlich geförderten Kultursektors im Sprechtheater, der Oper und des Tanzes auf der einen Seite, der Dominanz des privaten Kultursektors hinsichtlich Kleinkunst und Musical auf der anderen Seite, sowie unter Einbeziehung des skizzierten teilmarktübergreifenden Stellenwerts der Darstellenden Kunst als Sparte und Teilmarkt, wirken insbesondere folgende Leistungsgruppen der beiden nicht erwerbswirtschaftlichen Kultursektoren als Schnittstellen:

Übersicht 4.3.7: Indirekte Wirkungen der Sparte bzw. des Teilmarkts Darstellende Kunst auf Wertschöpfungsprozesse anderer Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft



Quelle: STADTart / Institut für Kulturpolitik / HWWI 2012

- In der „Ausbildung“ sind die Leistungsgruppen der allgemeinbildenden Schulen, der Einrichtungen für außerschulische darstellerische Ausbildung und der öffentlichen Hochschulen für Theater und Tanz sowie die entsprechenden Einrichtungen des intermediären Sektors eine bedeutende Schnittstelle sowohl für die angebotsseitige, aber insbesondere auch für die nachfrageseitige Entwicklung des Teilmarkts der Darstellenden Kunst. Dies gilt für alle Genres. Auch in der Darstellenden Kunst tragen Dozent/innen an den Ausbildungseinrichtungen mit ihren Teil- und Mehrfachbeschäftigungen kultursektorübergreifend zu Innovationen bei der angebotsseitigen Entwicklung dieses Teilmarkts bei.
- Hinsichtlich von „Produktion/Distribution“ gibt es zwei wichtige Schnittstellen: Zum einen zählt dazu die Leistungsgruppe der „Ensembles bzw. Künstler/innen“ im öffentlich geförderten und intermediären Kultursektor, da diese über das Sektorhopping sowohl für den privaten Kultursektor der Darstellenden Kunst als auch für die Rundfunkwirtschaft bzw. die Filmwirtschaft von Bedeutung sind. Die zweite wichtige Schnittstelle sind Kultureinrichtungen des intermediären Kultursektors. Als weniger marktabhängige Basisinfrastruktur haben

sie für zahlreiche Bühnenkünstler/innen und Ensembles vor allem der Kleinkunst eine Qualifizierungs-, Promotion- und Markteinstiegsfunktion. Zudem unterstützen sie nachfrageseitig die Entwicklung des privaten Kultursektors.

- Die „Mediale Distribution“ der öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten spielt insbesondere für die Genres der Kleinkunst eine Rolle. Dies gilt sowohl für deren angebots- als auch nachfrageseitige Entwicklung.

5 Zusammenfassung der Untersuchungsergebnisse und Schlussfolgerungen

Die Vernetzung der Kultur- und Kreativwirtschaft mit dem öffentlich geförderten und dem intermediären Kultursektor entlang der Wertschöpfungskette wird seit Jahren als ein Strukturmerkmal der Branche angesehen. Dies belegen u.a. zahlreiche Werdegänge von Tätigen in Kulturbereichen, darunter Künstler/innen, Musiker/innen etc. (z.B. Übersichten 4.1.3 und 4.2.7) und Studien zu einzelnen Kultureinrichtungen. Jedoch wurden diese Zusammenhänge für die gesamte Kultur- und Kreativwirtschaft bislang wenig systematisch untersucht. Dies hat den Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien veranlasst, die vorliegende Studie zu den institutionellen und personellen Verflechtungen zwischen den drei Kultursektoren und den ökonomischen Wirkungen des öffentlich geförderten und intermediären Kultursektors für die Kultur- und Kreativwirtschaft in Auftrag zu geben.

Das hierzu erarbeitete Forschungsgutachten kommt auf der Basis quantitativer und qualitativer Analysen bezogen auf die Wertschöpfungskette der Kultur- und Kreativwirtschaft und unter Berücksichtigung der Anbietersituation und der monetären Rahmenbedingungen der drei Kultursektoren zu folgenden Ergebnissen:

5.1 Monetäre Rahmenbedingungen der drei Kultursektoren

Die Analyse der monetären Rahmenbedingungen der drei Kultursektoren kommt zu dem Ergebnis, dass diese weniger getrennt sind als die Unterscheidung annehmen lässt und der Beitrag des intermediären Kultursektors zum Kulturbereich sowohl in der Politik wie auch in der Öffentlichkeit unterschätzt wird:

- *Die öffentliche Hand finanziert nicht nur Kultureinrichtungen in öffentlicher Trägerschaft, sondern unterstützt auch in erheblichem Maße ausgegliederte bzw. zum intermediären und privaten Kultursektor zählende Kultureinrichtungen*

Die öffentliche Hand förderte im Jahre 2007 Kultureinrichtungen mit insgesamt 8,3 Mrd. EUR. Davon floss rund die Hälfte in Kultureinrichtungen in direkter öffentlicher Trägerschaft, die andere in ausgegliederte öffentliche und von zivilgesellschaftlichen Gruppen sowie von erwerbswirtschaftlichen Unternehmen getragene Einrichtungen (Übersicht 3.1.3). Sowohl die eine Hälfte, als auch die andere Hälfte der Einrichtungen erhielten zudem Zuwendungen von privaten Haushalten, Unternehmen, Stiftungen und anderen Organisationen ohne Erwerbscharakter (z.B. durch Freundeskreise) in Höhe von jeweils rund 1 Mrd. EUR. Insgesamt standen den Kultureinrichtungen bundesweit damit 10,4 Mrd. EUR zur Verfügung.

- *Bei den eingesetzten Mitteln für Kultur haben neben dem öffentlich geförderten Kultursektor, dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk und den christlichen Kirchen die ehrenamtlichen Zeitspenden im intermediären Kultursektor große Bedeutung*

Neben den Ausgaben der öffentlichen Hand für kulturelle Zwecke sowie für kulturelle Bildung und Ausbildung und den eingesetzten Finanzmitteln des öffentlichen Rundfunks bzw. der christlichen Kirchen für kulturelle Aktivitäten werden im Kulturbereich auch seitens des intermediären Kultursektors über Stiftungen, Spenden und Mitgliedsbeiträge Finanzmittel bewegt (Übersicht 3.3.1). Viel bedeutsamer als diese monetären Leistungen sind jedoch die Zeitspenden im Ehrenamt von rund 3 Mio. Bürger/innen, die im Durchschnitt 16 Stunden pro Monat im Kulturbereich tätig sind, davon überwiegend in der Organisation und Durchführung von Veranstaltungen. Je nach eingesetztem Stundenlohn entsprechen die konservativ geschätzten 575 Mio. Stunden ehrenamtlicher Tätigkeit pro Jahr ungefähr einem Gegenwert von 4,5 bis 12,9 Mrd. EUR. In Relation zu den Aufwendungen seitens der öffentlichen Hand ist dies eine sehr bedeutende, aber in der Öffentlichkeit bislang wenig beachtete Größenordnung.

5.2 Aktuelle Angebotssituation in den drei Kultursektoren

Die Angebotsstruktur der drei sich hinsichtlich der Form der Finanzierung und damit auch der jeweiligen Handlungslogik unterscheidenden Kultursektoren hat sich in der Geschichte Deutschlands über längere Zeitverläufe immer wieder geändert. In den letzten 30 Jahren sind parallel zu den öffentlich geförderten Kultureinrichtungen u.a. aufgrund der „Bildungsexpansion“, des Ausbaus der kulturellen Infrastruktur bzw. der Programme und der damit verbundenen Ausdifferenzierung der kulturellen Interessen zahlreiche frei-gemeinnützige Akteure und erwerbswirtschaftliche Anbieter hinzu gekommen. Mit der dadurch bedingten Angleichung der Marktbedingungen bei den besucherbezogenen Angeboten (Übersicht 2.1) wird das bis in die 1950er und 1960er Jahre eher arbeitsteilige Verhältnis zwischen den drei Kultursektoren heute stärker vom einem Nebeneinander geprägt. Das Forschungsgutachten bestätigt damit weitgehend die in den letzten Jahren auch von der Enquete-Kommission „Kultur in Deutschland“ konstatierte zunehmende „Durchlässigkeit“ in der Angebotsstruktur der drei Kultursektoren.

- *Eine tri-sektorale Angebotsstruktur gibt es nicht in allen Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft, sondern vor allem in der Musik, der Darstellenden Kunst und der Bildenden Kunst*

Aus historischen, gesellschaftlichen, kulturpolitischen etc. Gründen (darunter etwa der besondere Stellenwert des Musikgenres Klassik) sind der öffentlich geförderte und der intermediäre Kultursektor besonders in den Sparten/Teilmärkten Kunst/Kunstmarkt, in der Darstellenden Kunst sowie in der Musik/Musikwirtschaft ausgeprägt, wobei dies für das Musikgenre Klassik aufgrund der besonderen Produktions- und Marktbedingungen stärker zutrifft als für die populäre Musik. In diesen drei Sparten wird von allen Gebietskörperschaften der überwiegende Teil

der Grundmittel ausgegeben (Kapitel 3.1.1). Hinsichtlich der Kultur- und Kreativwirtschaft umfassen die drei Teilmärkte 8 Prozent der Umsätze, 15 Prozent der Selbstständigen und 6 Prozent der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten (Kapitel 3.1.1). Jede der drei Sparten/Teilmärkte weist mit Ausnahme des Ausbildungssektors ein spezifisches tri-sektorales Profil auf, wobei zu beachten ist, dass in einigen Teilmärkten Glieder der Wertschöpfungskette zusammenfallen, beispielsweise bei Popkonzerten mit Improvisation der „Schöpferische Akt“, die „Produktion“ und die „Distribution“. In der Kunst ist die Bedeutung der öffentlich geförderten und intermediären Kultursektoren für die Distribution über Ausstellungen aufgrund besonderer Marktbedingungen größer als beispielsweise in der popularen Musik durch Konzerte (Übersicht 2.3.1). Deutlich weniger ausgeprägt sind solche, vom öffentlichen und intermediären Sektor getragenen Angebotsstrukturen demgegenüber in den Teilmärkten der Architektur, im Pressewesen, im Design, bei Software/ Games, im Buchwesen und in der Werbung.

- *In der Musik/Musikwirtschaft und der Darstellenden Kunst besteht heute in allen Leistungsgruppen der Wertschöpfung eine ausgeprägte tri-sektorale Angebotsstruktur und damit eine hohe „Durchlässigkeit“ zwischen den Kultursektoren*

In der Musik und der Darstellenden Kunst gibt es heute in den Leistungsgruppen entlang der Wertschöpfungskette („Ausbildung“, „Produktion“ und „Distribution“) in allen drei Kultursektoren Angebote der außerschulischen kulturellen Bildung, darunter Musik-, Tanz- und Schauspiel-schulen, sowie der beruflichen Ausbildung, u.a. an Hochschulen für Musik und Theater, an privaten Schauspielschulen etc., (Übersichten 4.1.1; 4.2.2; 4.3.2). Die Leistungsträger sind bei unterschiedlicher Trägerschaft sich angleichenden Marktbedingungen unterworfen. Deshalb kann heute immer weniger von einer Arbeitsteilung zwischen den Kultursektoren gesprochen werden. Dies trifft mit den Soziokulturellen Zentren und ähnlichen Einrichtungen des intermediären Sektors, von denen manche zusätzlich Arbeits- und Proberäume anbieten, auch weitgehend auf den Veranstaltungsmarkt zu. Jedoch ist die damit verbundene Durchlässigkeit zwischen den Kultursektoren in jenen Leistungsgruppen schwächer ausgeprägt, in denen ein sehr hoher und dauerhafter Finanzierungsaufwand besteht, der auch nicht annähernd am Markt über Eintrittsgelder und alternative Finanzierungsmöglichkeiten wie etwa Sponsoring oder durch Rationalisierungsmaßnahmen ausgeglichen werden kann. Dies trifft insbesondere für die personalintensiven Kulturorchester und professionellen Chöre, die Opernhäuser und klassischen Tanzkompanien zu, die überwiegend vom öffentlichen Sektor bzw. den Rundfunkanstalten getragen werden.

- *In der Kunst beschränkt sich die Durchlässigkeit zwischen den Kultursektoren auf Leistungsgruppen der außerschulischen kulturellen Bildung und der beruflichen Ausbildung*

In den Leistungsgruppen der Kunst und des Kunstmarkts konzentriert sich die tri-sektorale Angebotsstruktur und damit die Durchlässigkeit auf die außerschulische kulturelle Bildung (z.B. Jugendkunstschulen, private Malschulen, VHS-Kurse), in der beruflichen Ausbildung auf Kunsthochschulen bzw. Akademien, Freie Kunstschulen, Workshops etc. (Übersicht 4.2.2). Trotz einer zunehmenden Anzahl privater Kunstmuseen, vielfach auf der Basis von privaten Kunstsammlungen (seit 2001 z.B. die Kunsthalle Würth in Schwäbisch Hall), sowie Künstler- bzw.

Atelierhäusern in überwiegend gemeinnütziger Trägerschaft, ist die Infrastruktur für Kunstausstellungen weiterhin eine Domäne des öffentlich geförderten Kultursektors. Dies gilt ebenfalls für die pädagogischen Vermittlungsangebote von Kunst. Über die Bereitstellung preisgünstiger Ateliers seitens vieler Städte im Rahmen von Atelierprogrammen hat der öffentlich geförderte Kultursektor über viele Jahre und nahezu ausschließlich für die Produktions- bzw. -Arbeitsmöglichkeiten von Künstler/innen gesorgt, doch hat sich dies in der Zwischenzeit vor allem durch Künstler- bzw. Atelierhäuser in gemeinnütziger Trägerschaft gewandelt. Der Kunsthandel und damit die kunstmarktbezogene Distribution liegt mit den Galerien, den Kunsthändler/innen, Auktionshäusern und Kunstmessen dagegen nahezu ausschließlich in der Hand des privaten Kultursektors.

5.3 Institutionelle und personelle Verflechtungen zwischen den drei Kultursektoren in den drei ausgewählten Sparten/Teilmärkten

Die skizzierte, heute vielfach parallele Angebotssituation in den Sparten/Teilmärkten Musik/Musikwirtschaft, Kunst/Kunstmarkt und Darstellende Kunst wirft die Frage auf, ob es institutionelle und personelle Verflechtungen zwischen den unterschiedlichen Leistungsträgern einer Leistungsgruppe bzw. mit anderen Leistungsgruppen der Wertschöpfungskette gibt, und wie sich diese in den jeweiligen Sparten bzw. Teilmärkten darstellen.

Institutionelle Verflechtungen

Hinsichtlich der „institutionellen formellen und informellen Verflechtungen“ (Übersicht 2.3.2), wozu vertragliche und projektbezogene Kooperationen oder werbe- und marketingbezogene gemeinsame Aktivitäten zwischen Leistungsträgern des öffentlichen und des intermediären Kultursektors und der Kultur- und Kreativwirtschaft zählen, kommt das Forschungsgutachten zusammenfassend zu folgenden Ergebnissen:

- *In der beruflichen Ausbildung für Musik und Darstellende Kunst bestehen zwischen den Leistungsträgern in den drei Kultursektoren sowohl formelle als auch informelle Kooperationen*

In der Musik sind in der beruflichen Ausbildung zwischen den Musikhochschulen in Trägerschaft der öffentlichen Hand und Unternehmen des privaten Kultursektors langjährige Kooperationen keine Seltenheit, wobei diese nicht unbedingt einen formellen und damit vertraglichen Charakter haben. So bestehen an Hochschulen und Akademien der Musik und der Darstellenden Kunst Kooperationen mit öffentlich geförderten und privaten Theatern und Musikveranstaltungseinrichtungen. Ziel ist die frühzeitige Vermittlung marktnaher Bühnen- und Praxiserfahrungen für Studierende. Dabei kooperieren u.a. Hochschulen für Theater mit Staatstheatern ebenso wie mit kleineren Privattheatern, und Musikhochschulen mit Konzerthäusern ebenso wie mit

privaten Musikclubs (z.B. die Musikhochschule Köln mit dem privaten Musik-Veranstaltungsanbieter „Stadtgarten“). Solche Kooperationen gibt es ebenfalls in der Darstellenden Kunst. Beispielsweise arbeitet in Hamburg die Theaterakademie der Hochschule für Musik und Theater regelmäßig mit dem „Lichthof-Theater“ zusammen. Junge Autor/innen, Regisseur/innen und Schauspieler/innen der Akademie erhalten dabei die Chance, zu experimentieren und sich zu profilieren.

- *Tendenziell eher formelle Kooperationen gibt es zwischen den Leistungsträgern der drei Kultursektoren in der beruflichen Ausbildung der Musik und dem (medialen) Produktionsbereich*

Institutionelle Verflechtungen weisen Musikhochschulen des öffentlich geförderten Kultursektors auch mit Betrieben des privaten Kultursektors auf, etwa mit Tonstudios, die für Aufnahmen der Studierenden Studioteknik vermieten, mit Musikverlagen bei der Veröffentlichung von Einspielungen oder mit Einrichtungen der Existenzgründung in der Kultur- und Kreativwirtschaft (z.B. die Popakademie Baden-Württemberg mit Unternehmen des Musikparks Mannheim). Tendenziell basieren diese Kooperationen auf Verträgen. In der Kunstausbildung sind die institutionellen Verflechtungen mit dem Kunstmarkt deutlich weniger intensiv.

- *Hinsichtlich der Produktion bzw. Distribution überwiegen in der Musik und der Darstellenden Kunst formelle Kooperationen zwischen den Leistungsträgern der drei Kultursektoren*

In der Musikproduktion bzw. -distribution bestehen Kooperationen zwischen Einrichtungen des öffentlichen Kultursektors und der Musikwirtschaft schon aufgrund der quasi Alleinstellungsposition der staatlichen und öffentlichen Orchester, die ein großes Potenzial für die Musikindustrie darstellen. So kooperieren manche der nahezu ausschließlich in öffentlicher Trägerschaft befindlichen über 130 Symphonie-, Konzert-, Theater- und Rundfunkorchester im Rahmen von zumeist formellen Vereinbarungen etwa mit Musikverlagen. In der Darstellenden Kunst haben sich, ausgelöst durch eine Zunahme an gemeinsamen Projekten in den letzten Jahren und dem Abbau der lange Zeit bestehenden Berührungängste zwischen Theatern in öffentlicher und privater Trägerschaft, inzwischen die Kooperationsbeziehungen vertieft. So eröffnet beispielsweise der Zusammenschluss von überwiegend öffentlich geförderten Theatern, Kulturhäusern und Veranstaltungshallen ohne eigenes Theaterensemble aus 375 kleinen und mittelgroßen Städten (INTHEGA) seit Jahren zahlreichen Tourneetheatern des privaten und intermediären Kultursektors sowie Solokünstler/innen Möglichkeiten zu Gastspielen und Auftritten.

- *In der Sparte Kunst und dem Kunstmarkt bestehen zwischen den drei Kultursektoren sowohl weniger formelle als auch weniger informelle Kooperationen*

In der Bildenden Kunst bestehen zwischen dem öffentlichen und dem privaten Kultursektor, insbesondere zwischen Museen und dem Kunstmarkt, kaum formelle bzw. informelle Kooperationen. Dies gilt sowohl für die Ausbildung als auch für die Distribution. So gibt es in der Ausbildung für Bildende Künstler/innen nur selten Kooperationen mit Museen, Galerien oder Kunstmessen, von Ausnahmen einmal abgesehen (z.B. die Ausstellung von Arbeiten Studierender der Kunstakademie München in der Galerie „f5,6“). Außer bei gemeinsamen Veranstaltungen

wie beispielsweise „Museums- oder Galerienächten“, stellt sich dies hinsichtlich der Distribution von Bildender Kunst ähnlich dar. Ein wesentlicher Grund liegt darin, dass Kunstmuseen sich dem Symbolwert verpflichtet fühlen (u.a Singularität, historische Zuschreibung eines Werkes), während Kunstgalerien, Auktionshäuser und Kunstmessen die auf den Symbolwerten aufbauenden Marktwerte im Auge haben (in der Bildenden Kunst ist der Symbolwert dabei sowohl trennendes als auch verbindendes Element zwischen dem öffentlich geförderten Kultursektor und dem privaten Kultursektor, dem Markt).

Personelle Verflechtungen

Ausdruck „personeller Verflechtungen“ zwischen den Kultursektoren sind künstlerische Mehrfach Tätigkeiten in einer Sparte und spartenübergreifende Mehrfach Tätigkeiten (Übersicht 2.3.2). Das Forschungsgutachten kommt in dieser Hinsicht zusammenfassend zu folgenden Ergebnissen:

- *In der Ausbildung weisen alle drei untersuchten Sparten bzw. Teilmärkte aufgrund von Mehrfach Tätigkeiten der künstlerisch Beschäftigten in ausgeprägter Form personelle Verflechtungen zwischen den drei Kultursektoren auf*

Im Ausbildungsbereich der drei untersuchten Sparten bzw. Teilmärkte gibt es hauptberuflich künstlerisch Beschäftigte und nebenberuflich künstlerisch Beschäftigte. Die Anzahl der Letzteren ist größer als die der hauptberuflich künstlerisch Beschäftigten. Allein an den Kunst- und Musikhochschulen Deutschlands sind rund 10.500 Unterrichtende nebenberuflich künstlerisch beschäftigt, gegenüber 7.500 hauptberuflich Beschäftigten. Wie Lebensläufe zeigen, besteht über die Mehrfach Tätigkeiten dieser Akteure im Ausbildungsbereich ein dichtes Netz an personellen Verflechtungen zwischen den drei Kultursektoren (in manchen Fällen die Basis für institutionelle Verflechtungen). So haben zahlreiche hauptberuflich tätige Dozent/innen an den Kunst-, Musik- und Theaterhochschulen nebenbei weitere, von den Hochschulen zur Verbesserung des Austauschs zwischen Theorie und Praxis auch erwünschte Engagements, arbeiten mit anderen Tätigen in Kulturberufen zusammen oder haben Kontakte zu den kulturellen Märkten, sei es über Galerien oder über Privattheater. Diese Tätigkeiten der Dozent/innen bieten wiederum Chancen für Studierende und Absolvent/innen im Übergang vom Studium zum Beruf bzw. erleichtern den Marktzugang. Da diese sich nicht auf die Sparte bzw. den Teilmarkt beschränken, wie zum Beispiel bei Dozent/innen einer Musikhochschule, die zudem für die Film- oder Werbewirtschaft tätig sind., wird dadurch auch der Zugang zu anderen Teilmärkten ermöglicht. Für viele der aus dem privaten Kultursektor kommenden und nebenberuflich künstlerisch Beschäftigten ist die Lehrtätigkeit eine ergänzende, wenn auch oftmals wenig entsprechend honorierte Möglichkeit zur Sicherung des Lebensunterhalts.

- *In der Musik und der Darstellenden Kunst sind die personellen Verflechtungen im Produktions- und Distributionsbereich deutlich stärker ausgeprägt als in der Bildenden Kunst*

Nicht nur im Ausbildungsbereich der drei Sparten bzw. Teilmärkte, sondern auch hinsichtlich der Produktion und der Distribution bestehen personelle Verflechtungen zwischen den drei Kultursektoren. Das zeigen Biografien von Tätigen in Kulturberufen und deren Mehrfach-tätigkeiten. Diese beruhen zumeist auf begrenzten und nicht den Lebensunterhalt deckenden Teilbeschäftigungen bzw. -tätigkeiten. Die personellen Verflechtungen sind in der Musik und in der Darstellenden Kunst ausgeprägter als in der Bildenden Kunst. Von zentraler Bedeutung ist hierbei, dass in der Musik und der Darstellenden Kunst heute eine größere Durchlässigkeit zwischen den drei Kultursektoren besteht als in der Bildenden Kunst, u.a. aufgrund der Trennung zwischen schöpferischem Akt und der starken Stellung des Kunstmarkts in der Distribution. Zudem unterscheidet sich die Arbeitsweise, die in der Musik und der Darstellenden Kunst häufiger in Teams und/oder in Projekten erfolgt, etwa bei Musikaufnahmen oder bei Theaterproduktionen. Dies erfolgt auch spartenübergreifend, wenn beispielsweise Schauspieler/innen bei Film- und Fernsehproduktionen des privaten Kultursektors tätig sind, oder Künstler/innen Design-tätigkeiten übernehmen.

5.4 Ökonomische Wirkungen von Leistungsgruppen des öffentlichen und des intermediären Kultursektors für die Kultur- und Kreativwirtschaft

Die institutionellen und personellen Verflechtungen zwischen den drei Kultursektoren verweisen auf ökonomische Wirkungen der einzelnen Leistungsgruppen des öffentlich geförderten und des intermediären Kultursektors für die Kultur- und Kreativwirtschaft, beispielsweise in der Ausbildung die Verbesserung der Bedingungen für den Markteinstieg in der Musikwirtschaft. Zuge-schnitten auf die „Bildung und Ausbildung“, die „Produktion“ und die „Distribution“ kommt das Forschungsgutachten zusammenfassend zu folgenden Ergebnissen (Übersichten 5.4.1 und 5.4.2):

Bildung und Ausbildung

- *Es spricht vieles dafür, dass Angebote der kulturellen Bildung die Basis für die Nachfrage nach Produkten und Dienstleistungen in den jeweiligen Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft schaffen*

Insbesondere Lebensläufe von Tätigen in den Kulturberufen der untersuchten Teilmärkte weisen darauf hin (neue empirische Untersuchungen sind angesichts der schwierigen Erfassung von Ursache-Wirkungsbeziehungen nicht bekannt), dass, ähnlich wie etwa bei technischen Berufen, bei einem günstigen familiären Umfeld schon in der kulturellen Bildung an allgemeinbil-denden Schulen für die Nachfrage nach kulturellen Produkten und Dienstleistungen Interessen-

Übersicht 5.4.1: Ökonomische Wirkungen von Leistungsgruppen des öffentlich geförderten und des intermediären Kultursektors in Musik, Bildender Kunst und Darstellender Kunst für die *Angebotsentwicklung* in den entsprechenden Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft

	Leistungsgruppen	Zentrale Wirkungen für die Angebotsentwicklung		
		Musikwirtschaft	Kunstmarkt	Darstellende Kunst
Ausbildung	(1) Allgemeine schulische / außerschulische kulturelle Bildung	<ul style="list-style-type: none"> erweitert auf breiter Ebene den Markt, u.a. für private Musikschulen, Musiklehrer/innen vermittelt Grundlagen für Tätigkeiten in der Musik 	<ul style="list-style-type: none"> ergänzt den Markt, u.a. für private Mal- und Kunstschulen vermittelt Grundlagen für Tätigkeiten in der Bildenden Kunst 	<ul style="list-style-type: none"> ergänzt den Markt, u.a. für private Tanz- oder Theaterschulen vermittelt Grundlagen für Tätigkeiten in der Darstellenden Kunst
	(2) Berufliche Aus-, Fort- und Weiterbildung	<ul style="list-style-type: none"> qualifiziert für Musikberufe und generiert Inventionen und Innovationen unterstützt den Markteinstieg während des Studiums (insbesondere bei „Gegenwartsmusik“) 	<ul style="list-style-type: none"> qualifiziert als Künstler/ und für verwandte Tätigkeiten generiert Impulse für Entwicklungen in der Bildenden Kunst erleichtert manchen den Markteinstieg und die -erweiterung 	<ul style="list-style-type: none"> qualifiziert für Berufe in der Darstellenden Kunst generiert Inventionen ermöglicht Markteinstieg während des Studiums (z.B. über „Freie Theatergruppen“)
Produktion/Distribution	(3) Ensembles, Künstler, Kreative	<ul style="list-style-type: none"> ergänzen den Musik-Veranstaltungsmarkt in erwerbswirtschaftlich nicht tragfähigen Genres (z.B. Orchester-Klassikkonzerte) setzen Marktimpulse und schaffen Content für Offline- und Online-Angebote 		<ul style="list-style-type: none"> ergänzen den Veranstaltungsmarkt in erwerbswirtschaftlich nicht tragfähigen Genres (z.B. Oper, Ballett) ermöglichen durch Marktimpulse vereinzelt neue Angebotsnischen
	(4) Kulturelle Infrastruktur	<ul style="list-style-type: none"> ermöglicht Musikveranstaltungen für freie Ensembles ermöglicht Innovationen und setzt Impulse für neue Entwicklungen (vor allem im intermediären Kultursektor) ist hilfreich beim Markteinstieg (z.B. in soziokulturelle Zentren) 	<ul style="list-style-type: none"> ermöglicht Ausstellungen von selbstständigen Künstler/innen ermöglicht Innovationen und setzt Impulse für Entwicklungen (verstärkt im intermediären Kultursektor) ist hilfreich beim Markteinstieg (z.B. in Künstlerhäusern) 	<ul style="list-style-type: none"> ermöglicht Aufführungen von freien Theatergruppen ermöglicht Innovationen und setzt Impulse für neue Entwicklungen (verstärkt im intermediären Kultursektor) ist hilfreich beim Markteinstieg (z.B. über Kleinkunsthöfen)
	(5) Veranstaltungen, Programme, Ausstellungen	<ul style="list-style-type: none"> erzeugen auf breiter Ebene Aufmerksamkeit und promoten Künstler/innen und Ensembles sind hilfreich für Markteinstieg 	<ul style="list-style-type: none"> erzeugen Aufmerksamkeit und promoten Künstler/innen und ihre Werke sind hilfreich beim Markteinstieg 	<ul style="list-style-type: none"> erzeugen Aufmerksamkeit und promoten Künstler/innen und Ensembles sind hilfreich beim Markteinstieg
	(6) Kunst- und Kulturpreise	<ul style="list-style-type: none"> erhöhen Aufmerksamkeit und unterstützen Promotion sind hilfreich für Markteinstieg 	<ul style="list-style-type: none"> erhöhen Aufmerksamkeit und unterstützen Promotion unterstützen bei jungen Künstler/innen Markteinstieg und Selbstständigkeit 	<ul style="list-style-type: none"> erhöhen Aufmerksamkeit und unterstützen Promotion sind hilfreich für Markteinstieg
Mediale Distribution	(7) Öffentlich-rechtlicher Rundfunk	<ul style="list-style-type: none"> unterstützt auf breiter Ebene Märkte durch Förderung von Veranstaltungen und erweitert Geschäftsfelder der Hersteller von Tonträgern (z.B. Konzertmitschnitte) unterstützt Promotion und damit Markteinstieg für Musiker/innen 	<ul style="list-style-type: none"> unterstützt die Promotion von Künstler/innen durch Berichterstattung über Ausstellungen, Werke etc. 	<ul style="list-style-type: none"> unterstützt die Promotion und den Markteinstieg für selbstständige Darsteller/innen in Marktnischen (z.B. Kabarett, Comedy)

Quelle: STADTart / Institut für Kulturpolitik / HWWI 2012

Übersicht 5.4.2: Ökonomische Wirkungen von Leistungsgruppen des öffentlichen und des intermediären Kultursektors in Musik, Bildender Kunst und Darstellender Kunst für die *Nachfrageentwicklung* in den entsprechenden Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft

		Zentrale Wirkungen für die Nachfrageentwicklung.		
Leistungsgruppen		Musikwirtschaft	Kunstmarkt	Darstellende Kunst
Ausbildung	(1) Allgemeine schulische/ außerschulische kulturelle Bildung	<ul style="list-style-type: none"> weckt Interesse und fördert Wertsetzungen für Musik unterstützt eine breite Nachfrage nach Musikinstrumenten, Musikalien und nach Besuchen von Musikveranstaltungen 	<ul style="list-style-type: none"> weckt Interesse und fördert Wertsetzungen für Kunst unterstützt die Nachfrage nach „Künstlerbedarf“ 	<ul style="list-style-type: none"> weckt Interesse und fördert Wertsetzungen für Formen der Darstellenden Kunst stärkt die Nachfrage nach Besuchen von Theater- und Tanzaufführungen
	(2) Berufliche Aus-, Fort- und Weiterbildung	<ul style="list-style-type: none"> unterstützt die Nachfrage nach Musikinstrumenten, Musikalien, Besuch von Musikveranstaltungen 	<ul style="list-style-type: none"> unterstützt die Nachfrage nach „Künstlerbedarf“ 	<ul style="list-style-type: none"> unterstützt die Nachfrage nach Theater- und Tanzausrüstung, Besuch von Theater- und Tanzaufführungen
Produktion/Distribution	(3) Ensembles, Künstler, Kreative	<ul style="list-style-type: none"> unterstützen die Nachfrage nach Tonträgern, DVDs, Downloads etc. 		<ul style="list-style-type: none"> unterstützen die Nachfrage nach Tonträgern, DVDs, Downloads etc.
	(4) Kulturelle Infrastruktur	<ul style="list-style-type: none"> regt bei einem breiten Angebot zusätzliche Nachfrage nach Besuchen von Live-Veranstaltungen an 	<ul style="list-style-type: none"> Museen wecken Interesse für Bildende Kunst und sie haben eine Wertsetzungs-funktion Künstlerhäuser etc. erleichtern den Markteinstieg 	<ul style="list-style-type: none"> regt bei einem breiten Angebot zusätzliche Nachfrage nach Besuchen von Live-Veranstaltungen an
	(5) Veranstaltungen, Programme, Ausstellungen	<ul style="list-style-type: none"> unterstützen eine breite Nachfrage nach CDs, DVDs, Downloads, Streamings sowie nach Besuchen von Live-Veranstaltungen 	<ul style="list-style-type: none"> Ausstellungen in Museen, Kunstvereinen etc. unterstützen als „Bedeutungsproduzenten“ die Nachfrage im Primär- und Sekundärmarkt 	<ul style="list-style-type: none"> unterstützen die Nachfrage nach CDs, DVDs und nach Besuchen von Live-Veranstaltungen
	(6) Kunst- und Kulturpreise	<ul style="list-style-type: none"> haben eine Wertsetzungsfunktion und unterstützen die Nachfrage nach CDs, DVDs, Downloads, Streamings sowie nach Besuchen von Musikveranstaltungen 	<ul style="list-style-type: none"> haben über die Wertsetzung eine Orientierungsfunktion für den Kunstmarkt 	<ul style="list-style-type: none"> haben eine Wertsetzungsfunktion und unterstützen die Nachfrage nach CDs, DVDs, Downloads, Streamings sowie nach Besuchen von Live-Veranstaltungen
Mediale Distribution	(7) Öffentlich-rechtlicher Rundfunk	<ul style="list-style-type: none"> fördert die Wertsetzung und unterstützt durch Übertragungen und eigene Formate medial die Nachfrage nach Besuchen von Musikveranstaltungen 	<ul style="list-style-type: none"> fördert die Wertsetzung und unterstützt medial die Nachfrage nach Besuchen von Ausstellungen 	<ul style="list-style-type: none"> fördert die Wertsetzung und unterstützt durch Übertragungen und eigene Formate medial die Nachfrage nach Besuchen von Theater- und Tanzaufführungen

Quelle: STADTart / Institut für Kulturpolitik / HWWI 2012

weckende und Wert setzende Grundlagen geschaffen werden. Hierdurch kann, wie manche Biografien zeigen, auch die Wahl eines Kulturberufs positiv beeinflusst werden. Solche Wirkungen erzielen vor allem Musikschulen, Jugendkunstschulen etc., die sich noch überwiegend in öffentlicher und intermediärer Trägerschaft befinden. Sie führen besonders motivierte Kinder,

Jugendliche und junge Erwachsene auf vielfältige Weise an Musik, Kunst und Darstellende Kunst heran. Auch sind diese Angebote für zahlreiche Teilnehmer/innen der Startpunkt für ein ehrenamtliches Engagement im intermediären Kultursektor, für lebenslange aktive künstlerische Tätigkeit als Amateur bzw. im semiprofessionellen Bereich oder vereinzelt auch in einem der Kulturberufe. Verbunden mit der Interessens- und Wertsetzungsfunktion ist in der Musik auch eine Nachfrage u.a. nach Musikinstrumenten, musiktechnischem Equipment, nach Musikveranstaltungen und Musikmedien. In den beiden anderen untersuchten Sparten ist diese Form der Nachfragewirkung aus strukturellen Gründen nicht so ausgeprägt, etwa weil dafür weniger Hilfsmittel benötigt werden, die entsprechenden affinen Bevölkerungsgruppen nicht so groß sind wie in der Musik und die Effekte sich tendenziell auf den Besuch von Aufführungen und Ausstellungen konzentrieren.

- *Kulturbezogene Ausbildungseinrichtungen der untersuchten Sparten haben neben der Qualifizierungsfunktion auch eine Inventionsfunktion für die angebotsorientierte Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft*

Wie für andere Branchen, so erbringen auch die für die Kultur- und Kreativwirtschaft relevanten Hochschulen und Akademien grundlegende Qualifizierungsleistungen in der beruflichen Ausbildung u.a. von Musiker/innen, Tontechniker/innen, Schauspieler/innen oder Kulturmanager/innen. Darüber hinaus fungieren diese Einrichtungen nicht selten als Treiber für Innovationen in den Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft. So entwickeln Studierende und Lehrende in Musik, Kunst und Darstellender Kunst (in Deutschland insgesamt rund 81.500 Studierende in diesen und angrenzenden Fächern) vielfach noch nicht marktgängigen „Content“, eine für die Kultur- und Kreativwirtschaft zentrale Dimension für Innovationen, beispielsweise durch neuartige Kompositionen oder Theaterproduktionen. Über Aufführungen, Ausstellungen oder als Show-Cases können diese Inventionen dann als Ideen bzw. Anregungen oder auch als ein marktcompatibles „Produkt“ die angebotsseitige Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft beeinflussen (dies trifft auch auf viele andere Sparten bzw. teilmarktbezogene Ausbildungseinrichtungen der Branche zu, etwa im Produkt- und Kommunikationsdesign oder in der Architektur).

Produktion/Distribution und mediale Distribution

- *Tätige in Kulturberufen und Ensembles in der Musik und der Darstellenden Kunst des öffentlich geförderten Kultursektors stärken die Angebots- und die Nachfrageseite der jeweiligen Teilmärkte und geben Marktimpulse*

Der öffentlich geförderte Kultursektor ist mit seinen Orchestern, Opern- und Tanzensembles ein bedeutender „Kultur-Produzent“, da wegen des hohen wirtschaftlichen Risikos nur selten entsprechende erwerbswirtschaftliche Angebote vorgehalten werden können. Dies gilt vor allem für das Musikgenre der Klassik. Öffentliche Orchester, Theater und Opernensembles etc. erarbeiten zudem auch neue Inhalte und Formate komplementär zur Angebotspalette der Veranstaltungsmärkte der Kulturwirtschaft (Markterweiterung). Manche dieser Produktionen werden auch

von privaten Veranstaltern übernommen und erweitern deren Markt. In einigen Fällen kann über die Einrichtungen des öffentlich geförderten Kultursektors die Basis für neue Marktnischen geschaffen werden (z.B. in den letzten Jahren im Tanzbereich durch Pina Bausch für freie Gruppen des Tanztheaters). Vor allem bilden die Produktionen einen Content-Input, etwa für die Musikwirtschaft, wenn Konzert- und Opernmitschnitte, wie etwa der Berliner Philharmoniker oder der Bayreuther Festspiele, auf Datenträger gespeichert und sowohl online wie offline vertrieben werden. Content-Input ist zudem für andere Branchen wichtig, etwa bei Einspielungen von Orchestern für die Filmindustrie. Damit sind wiederum ergänzende Nachfrageeffekte für den privaten Kultursektor verbunden. Darüber hinaus werden über Konzerte und Theater- bzw. Tanzproduktionen auch Impulse in der Musikwirtschaft oder im Markt der Darstellenden Kunst ausgelöst, beispielsweise durch deren Übernahme oder Überarbeitung für kleinere Privattheater.

- *Veranstaltungen und Ausstellungen in Infrastruktureinrichtungen des öffentlich geförderten Kultursektors sind für die Nachfrage (Interessens- und Wertsetzungsfunktionen) und die Angebotsseite relevant (Aufmerksamkeits-, Promotion- und auch Innovationsfunktion)*

Festivals, Konzerte, Theateraufführungen oder Kunstausstellungen dienen der Distribution von tradierten und innovativen Inhalten. Diese beeinflussen zum einen die Interessen und die Wertsetzungen der Besucher/innen für Musik, Bildende Kunst und Darstellende Kunst. Dazu haben vermutlich auch die seit einigen Jahren ausgeweiteten Vermittlungsangebote der genannten Häuser besonders beigetragen, und so wird mittel- bis langfristig auch die Nachfrage in den entsprechenden Märkten gestärkt (z.B. nach Angeboten privater Theater, nach medialen Trägern wie CDs und DVDs). Kunstmuseen und Kunstausstellungen beeinflussen als wichtige „Bedeutungsproduzenten“ die Nachfrage im Kunstmarkt. Die Infrastruktureinrichtungen fördern mit ihren Angeboten über Aufmerksamkeits- und Promotioneffekte aber auch die Angebotsseite. In der Bildenden Kunst sind diese Wirkungen (Promotioneffekte vor allem für die Gegenwartskunst) sowohl für den Primär- als auch für den Sekundär-Kunstmarkt und damit für die Galerien, Auktionshäuser und Kunstmessen von Bedeutung. Zum anderen haben manche Festivals, Konzerte, Theateraufführungen oder Kunstausstellungen auch eine Innovationsfunktion für die jeweiligen Märkte.

- *Infrastruktureinrichtungen des intermediären Kultursektors übernehmen für Künstler/innen und Ensembles in der Musik, der Bildenden Kunst und der Darstellenden Kunst wichtige marktrelevante Basisfunktionen und stärken die Angebots- und Nachfrageentwicklung*

Kulturelle Infrastruktureinrichtungen des intermediären Kultursektors wie etwa Kleinkunsthäuser, Künstler- und Atelierhäuser, Soziokulturelle Zentren, Kulturzentren, Musikclubs oder Kunstvereine haben für noch nicht im Markt etablierte Tätige in Kulturberufen der drei Teilmärkte weitgehend unterschätzte Qualifizierungs-, Innovations-, Promotion- und Markteinstiegsfunktionen. Die Bühnen, Ausstellungsflächen etc. dieser Einrichtungen sind neben den „High-End-Einrichtungen“ der Konzerthäuser etc. als Erfahrungs- und Experimentierorte für (junge) Künstler/innen aller drei untersuchten Sparten unerlässlich. Sie bilden eine Schnittstelle zu den jeweiligen Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft und fördern damit den Nachwuchs. Verbun-

den mit innovativen Angeboten dieser, auch manche Schwellenängste abbauenden Einrichtungen ist vielfach die Entwicklung einer entsprechenden Nachfragenische, wenn Künstler/innen, Bands oder Theaterensembles sich über die Herausbildung individueller und innovativer Inhalte und Formate ein Fanpublikum in der Einrichtung aufbauen und damit einen Marktzugang schaffen. Wie heute zahlreiche national bekannte Musikgruppen, Kabarettist/innen, Comedians oder Freie Theatergruppen zeigen, die inzwischen auch für die Veranstaltungswirtschaft und Rundfunkwirtschaft tätig sind, ebnet diese Typen kultureller Einrichtungen den Markteintritt. Auch erschließen sie, ebenso wie etwa manche Konzerthäuser oder Theater, heute oftmals auch Besuchergruppen für andere kulturelle Sparten und ermöglichen so die Entwicklung von Nachfragenischen, insbesondere in der populären Musik (z.B. für Gothic Rock) bzw. für kulturelle Szenen, wie etwa „poetry slam“.

- *Die zahlreichen Kunst- und Kulturpreise sowie Auszeichnungen des öffentlich geförderten und des intermediären Kultursektors unterstützen und promoten Tätige in Kulturberufen und erleichtern den Markteintritt*

In Deutschland vergeben Einrichtungen des öffentlich geförderten, des intermediären und des privaten Kultursektors allein in den Sparten Musik, Bildende Kunst und Darstellende Kunst fast 2.000 Kunst- und Kulturpreise sowie Auszeichnungen. Hinzu kommen Preise der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten sowie der christlichen Kirchen (z.B. der Deutsche Fernsehpreis, der Kulturpreis der evangelisch-lutherischen Landeskirche Hannover). Hierbei handelt es sich sowohl um Geld- und Sachpreise (z.B. Stipendium zur Weiterqualifizierung) als auch um Ehrenpreise. Für die meisten der ausgezeichneten Künstler/innen, Gruppen und Projekte sind die überwiegend gering dotierten Preise eher ein unterstützender Beitrag zur Schaffung weiterer Produkte oder Dienstleistungen. Vor allem führen Kunst- und Kulturpreise zu einer erhöhten Aufmerksamkeit und Promotion bei den jeweiligen kulturaffinen Gruppen. Ebenso wird die Reputation der Ausgezeichneten gefördert und generieren die Preise unter günstigen Bedingungen Nachfrageeffekte. Renommiertere Auszeichnungen können zudem den Markteintritt erleichtern oder die Marktposition verbessern. Dies gilt vor allem im Kunstmarkt, da die Marktbewertung im Primärmarkt für junge Kunst außerhalb von Expertenkreisen mit großen Unsicherheiten verbunden ist.

- *Der öffentlich-rechtliche Rundfunk stärkt in der Musikwirtschaft in hohem Maße die Angebots- und Nachfrageseite, in der Darstellenden Kunst mehr die Angebotsseite*

Die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten haben für alle drei untersuchten Teilmärkte eine medial vermittelte Nachfragefunktion für Besuche von Kunstausstellungen sowie Musik- und Theaterveranstaltungen. Darüber hinaus beeinflussen sie in der Musikwirtschaft die gesamte Wertschöpfungskette. Neben einer Qualifizierungsfunktion für eine Reihe an Berufen und Tätigkeiten in den drei Teilmärkten (z.B. für Veranstaltungstechnik) geht von den Chören, Sinfonie- und Rundfunkorchestern sowie Big-Bands aufgrund der Eigenproduktionen auch eine Innovationsfunktion aus. Davon profitiert bis heute die Tonträgerindustrie, wenn auch nicht mehr so ausgeprägt wie vor dem „Zeitalter der Digitalisierung“. Zudem unterstützen die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten Live-Veranstaltungen, die jungen Künstler/innen und Gruppen

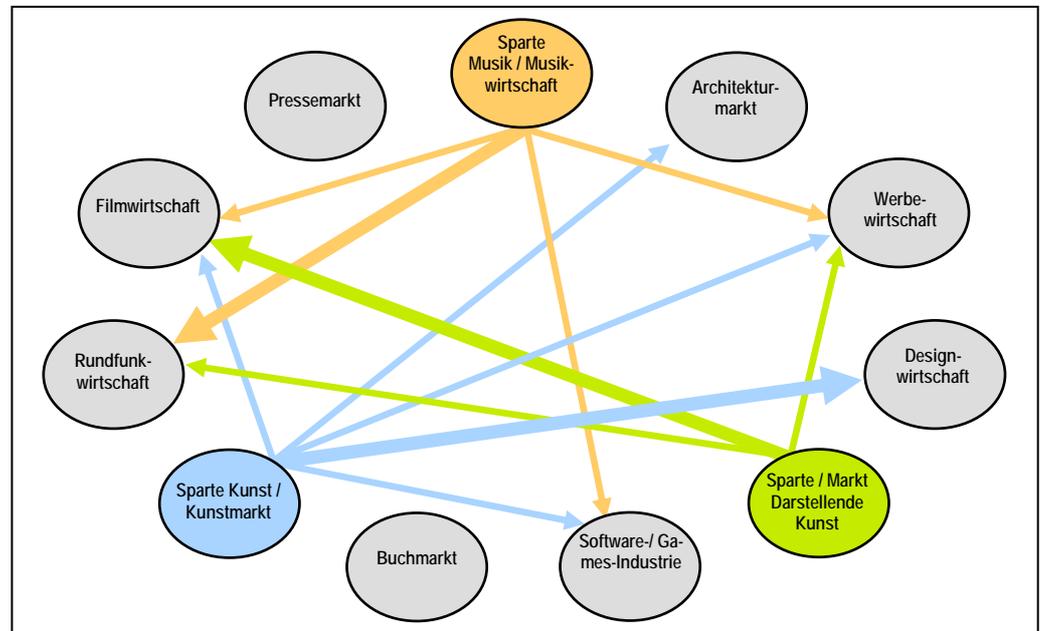
den Markteinstieg erleichtern. Diese und die teilmarktübergreifenden ökonomischen Wirkungen, wie etwa die Stärkung der Filmwirtschaft bzw. die vielfach unterschätzten teilmarktübergreifenden Netzwerkeffekte des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, schlagen sich jedoch überwiegend an den Standorten der Sender und in den angrenzenden Gebieten nieder. Diese teilmarktübergreifende Wirkung trifft auch auf die Darstellende Kunst zu (z.B. wenn Schauspieler/innen von TV-Produktionen Engagements in Filmproduktionen erhalten), bei der jedoch die angebotsseitigen Wirkungen durch Aufmerksamkeits- und Promotioneffekte überwiegen, auch wenn es manche, die Nachfrage stärkenden Promotioneffekte für die durch den öffentlich-rechtlichen Rundfunk einem breiteren Publikum bekannt gewordenen Kabarettist/innen und Schauspieler/innen sowie deren Programme bzw. Theatertourneen gibt. Für den Kunstmarkt sind solche Wirkungen für die Angebots- und Nachfrageseite deutlich weniger nachweisbar.

Verflechtungen der untersuchten Sparten/Teilmärkte mit anderen Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft

- *Die untersuchten Sparten/Teilmärkte erbringen bedeutsame Inputs für die Wertschöpfungskette anderer Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft*

Die ökonomischen Wirkungen des öffentlich geförderten und des intermediären Kultursektors in den drei untersuchten Sparten/Teilmärkten beschränken sich nicht auf die jeweiligen Sparten/Teilmärkte, sondern erstrecken sich zudem auf einige andere, hinsichtlich ihrer wirtschaftlichen Kenngrößen noch bedeutsamere Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft. Beeinflusst werden im Rahmen der Wertschöpfungsprozesse auch die Produkte und Dienstleistungen anderer Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft. Beispielsweise ist die Musik/Musikwirtschaft für die gesamte Wertschöpfungskette der Rundfunkwirtschaft bedeutsam, aber auch für den „Schöpferischen Akt“ in der Filmwirtschaft, in der Werbewirtschaft und in der Software/Games-Industrie (Übersichten 4.1.12, 4.2.7, 4.3.7). Alle diese vier Teilmärkte sind auf Inputs seitens der Musik angewiesen. Dies trifft in ähnlicher Weise auch auf die Darstellende Kunst zu. Sie liefert Inputs vor allem für den „Schöpferischen Akt“ in der Film- und Fernsehwirtschaft (z.B. Pina Bausch Tanztheater als Content für einen Kinofilm), des Weiteren für die Werbewirtschaft und die Rundfunkwirtschaft. In der Sparte der Bildenden Kunst bzw. dem Kunstmarkt sind die ökonomischen Wirkungen überwiegend indirekter und oftmals auch eher mittelfristiger Art (z.B. über Ausdrucksformen und Stile) als Beitrag zum „Schöpferischen Akt“ in der Designwirtschaft, in der Werbewirtschaft, im Architekturmarkt, in der Filmwirtschaft und in der Software-Games-Industrie (davon vor allem in der Gamesindustrie). Bis auf den Buchmarkt und den Pressemarkt profitieren somit nahezu alle anderen Teilmärkte auf sehr ausgeprägte Weise von den Produkten und Dienstleistungen in den Sparten/Teilmärkten Musik/Musikwirtschaft, Kunst/Kunstmarkt und der Darstellenden Kunst (Übersicht 5.4.3).

Übersicht 5.4.3: Die untersuchten Sparten/Teilmärkte und deren Bedeutung für andere Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft



Quelle: STADTart / Institut für Kulturpolitik / HWWI 2012

5.5 Die Forschungsergebnisse im Rahmen von Initiativen der Bundesländer und Kommunen zur Stärkung der Kultur- und Kreativwirtschaft

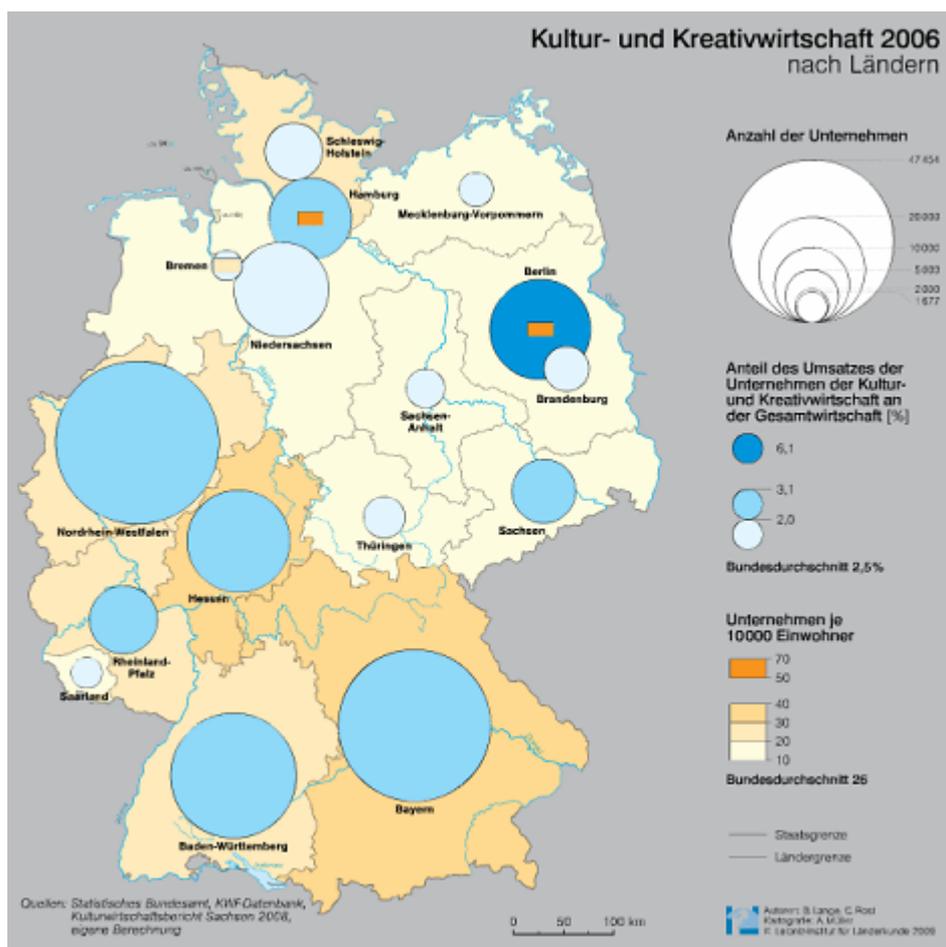
Die anhand der Musik, der Kunst und der Darstellenden Kunst bzw. den entsprechenden Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft dargestellten institutionellen und personellen Verflechtungen sowie die identifizierten wirtschaftlichen Wirkungen der beiden nicht erwerbswirtschaftlichen Kultursektoren für die Kultur- und Kreativwirtschaft basieren auf einer „idealtypischen Konstruktion“. Jedoch gibt es dabei zwischen den Bundesländern und den Kommunen deutliche Unterschiede, in deren Folge auch die Verflechtungen und Wirkungen variieren.

Bundesländer

In den östlichen Bundesländern besteht im Vergleich zu den meisten westlichen Bundesländern eine noch stärker vom öffentlichen Kultursektor bestimmte tri-sektorale Angebotsstruktur. Zudem liegt die Anzahl an Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft je 10.000 Einwohner/innen unter dem bundesdeutschen Durchschnitt (Übersicht 5.5.1, Analysen auf der Basis von Angaben zu 2009 kommen zu dem gleichen Ergebnis). Dies lässt sich auf historische und strukturelle Gründe zurückführen (u.a. Thüringer Kultusministerium 2009, 15 ff.). Dazu zählen vor allem:

- die geringere Kaufkraft in den östlichen Bundesländern und die damit verbundene, zusätzlich von einem kleineren Anteil an jüngeren Bevölkerungsgruppen beeinflusste geringere absolute und relative Nachfrage seitens der „Kultur-Endverbraucher“ nach Produkten und Dienstleistungen der Kultur- und Kreativwirtschaft (die zurzeit auch noch nicht durch Ausgaben von Touristen kompensiert werden kann);
- die Unterbrechung einer privatwirtschaftlichen Entwicklung in der DDR bei einem gleichzeitig überwiegend staatlichen Kulturangebot (damit auch ohne die in den westlichen Bundesländern vorhandenen kulturbezogenen Einrichtungen der christlichen Kirchen) und einer deshalb auch erst langsam zunehmenden „Gründermentalität“ bzw. Bereitschaft, sich mehr als früher im intermediären Kultursektor zu engagieren.

Übersicht 5.5.1: Anzahl der Unternehmen und Anteil des Umsatzes der Kultur- und Kreativwirtschaft an der Gesamtwirtschaft ihrer Länder



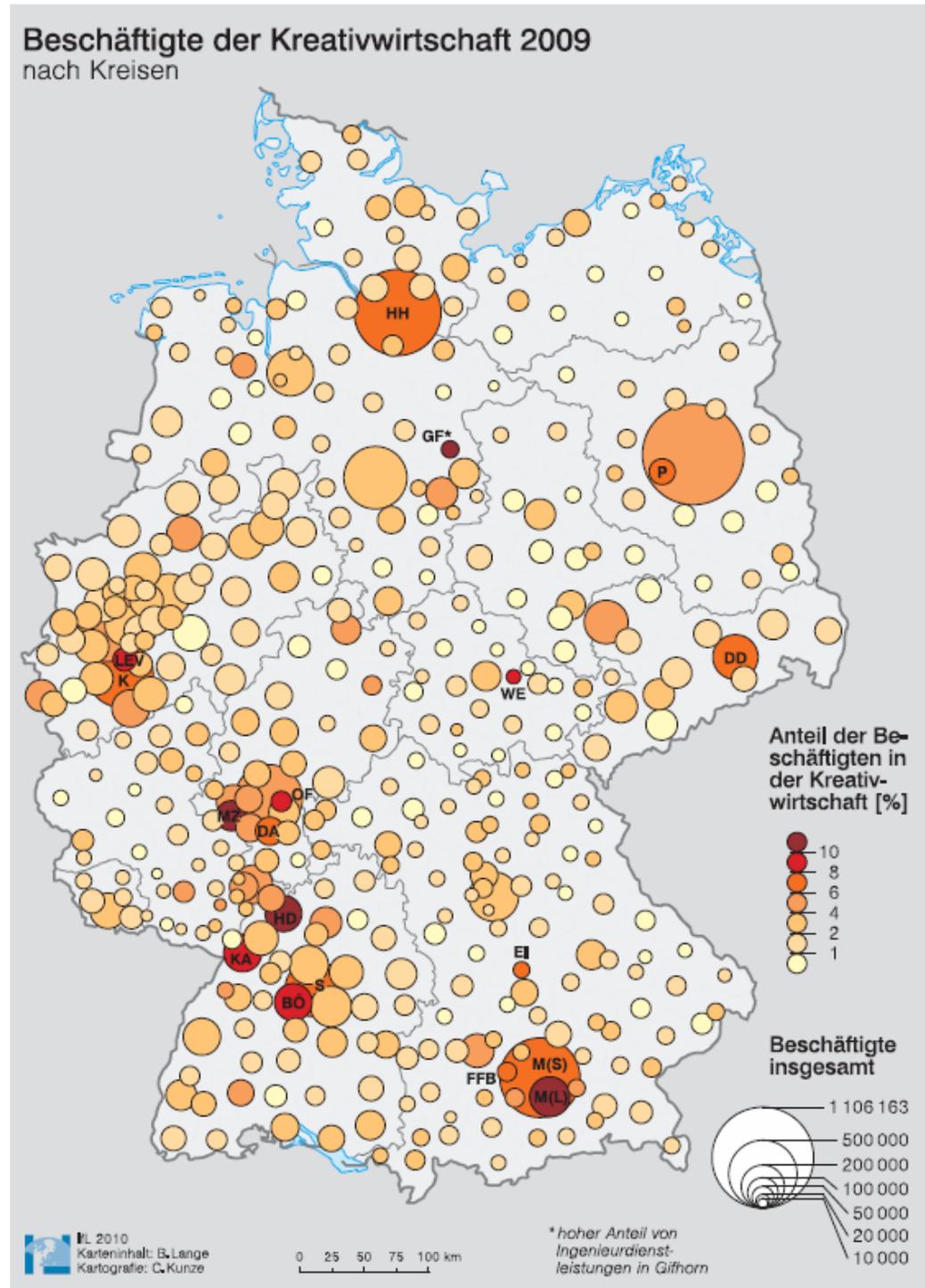
Quelle: Lange, Rost (2009)

Kommunen

Noch weitaus deutlicher als zwischen den Bundesländern sind die Unterschiede hinsichtlich der tri-sektoralen Angebotsstruktur zwischen den Städten. Bedingt u.a. durch verschiedene Zuständigkeiten in den Kommunen für die drei Kultursektoren gibt es weder zu den drei Kultursektoren einer Stadt noch differenziert nach der Gemeindegröße empirisch fundierte Untersuchungen. Am Beispiel der Anzahl der Sitzplätze in öffentlich geförderten Theatern im Vergleich zu denen in privaten Theatern in Deutschland zeigen sich jedoch große Unterschiede zwischen den Bundesländern und den Kommunen (Göddecke-Stellmann 2002): So dominiert in den Klein- und Mittelstädten der öffentliche Sektor, während mit wachsender Stadtgröße die private Theaterlandschaft einen größeren Stellenwert einnimmt. Ähnliche Unterschiede zeigt der Anteil der Erwerbstätigen in der Kreativwirtschaft in den Städten Deutschlands (Übersicht 5.5.2). Vor dem Hintergrund der Zentralität der Städte, der vorwiegend nach Einwohnerzahl gestaffelten Ausstattung mit öffentlich geförderten Kultureinrichtungen (u.a. Theater, Museen, Konzerthäuser) bzw. mit Ausbildungseinrichtungen (z.B. Musik- oder Kunsthochschulen), der von der Einwohnerzahl abhängenden Agglomerationsvorteile (Lokalisations- und Urbanisierungsvorteile) und empirischer Studien zur wirtschaftlichen Bedeutung der Kultur- und Kreativwirtschaft in Metropolregionen, Großstädten und Mittelzentren (u.a. Krätke 2002, BMVBS 2011, Ebert 2011) können jedoch folgende begründete Annahmen zur tri-sektoralen Angebotsstruktur im Kultursektor in den Städten getroffen werden (Übersicht 5.5.3):

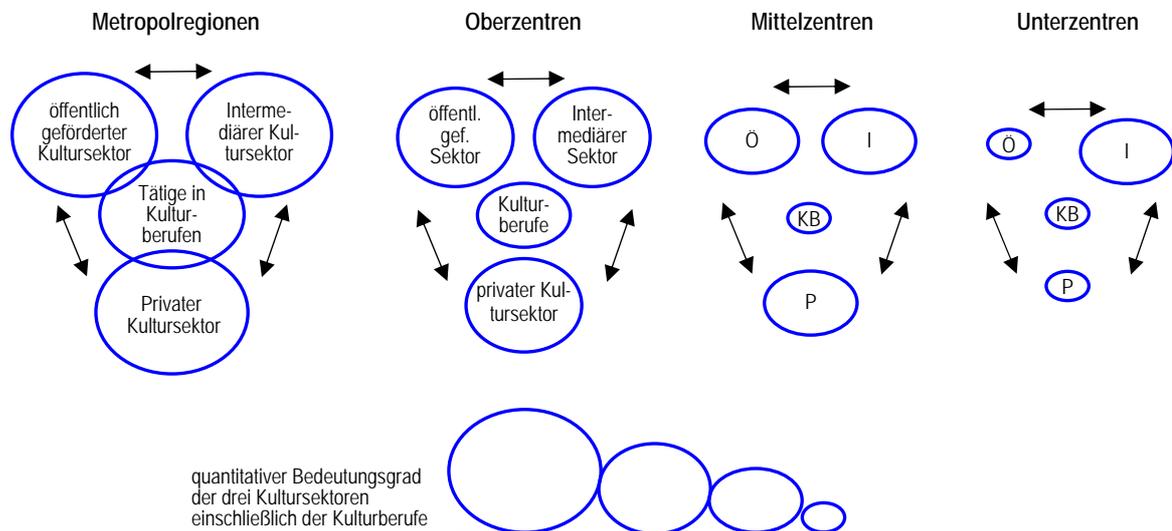
- In Metropolregionen mit rund 1 Mio. Einwohner/innen und mehr sind alle drei Kultursektoren sehr ausgeprägt vorhanden und es gibt zumeist eine Reihe an kulturbezogenen Ausbildungseinrichtungen. Zudem besitzen diese Städte bei vielen Tätigen in Kulturberufen eine besondere Anziehungskraft, u.a. aufgrund der vielfältigen „Andockmöglichkeiten“ in der jeweiligen Sparte bzw. dem Teilmarkt und in den anderen Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft, der Attraktivität eines urbanen Stadtlebens oder der Reputation einer Stadt.
- In Oberzentren, dazu zählen Städte mit mindestens 200.000 Einwohner/innen, stellt sich die Situation hinsichtlich der drei Kultursektoren zumeist etwas weniger ausdifferenziert dar (wobei der relative Anteil der Kultur- und Kreativwirtschaft nicht unbedingt geringer ist). Dies trifft insbesondere auf die Gruppe der Tätigen in Kulturberufen zu, für die die Vielfalt an kulturellen Szenen einer Stadt eine große Rolle spielt.
- In Mittelzentren mit einer Einwohnerzahl von mindestens 30.000 bis 200.000 liegt der Besatz in allen drei Kultursektoren eher auf einem Basisniveau, sieht man von punktuellen Besonderheiten ab. Dazu zählen etwa öffentlich geförderte Kultur- und Ausbildungseinrichtungen (u.a. herausragende Museen oder relevante Studiengänge wie z.B. in Weimar) und Besonderheiten hinsichtlich der Kultur- und Kreativwirtschaft (z.B. ist die Stadt Gütersloh Standort des größten Medienkonzerns in Europa).
- In nahezu allen Unterzentren mit weniger als 30.000 Einwohner/innen hat der intermediäre Kultursektor angesichts nur weniger öffentlicher Kultureinrichtungen einen herausragenden Stellenwert.

Übersicht 5.5.2: Anteil der Erwerbstätigen in der Kreativwirtschaft in den Städten Deutschlands



Quelle: BMWi 2010, zitiert nach BMVBS 2011

Übersicht 5.5.3: Schema der relationalen Angebotsstruktur in den drei Kultursektoren, einschließlich der in Abhängigkeit von der Zentralität der Städte



Quelle: *STADTart* / Institut für Kulturpolitik / HWWI 2012, nach Ebert 2008, S.301

Vor diesem Hintergrund lassen sich hinsichtlich der Verflechtungen zwischen den Kultursektoren und den Wirkungen des öffentlich geförderten bzw. des intermediären Kultursektors für die Kultur- und Kreativwirtschaft für die skizzierten Stadttypen folgende Schlussfolgerungen formulieren:

- In den Metropolregionen ist angesichts der ausgeprägten Angebotsdichte der Leistungsgruppen in den drei Kultursektoren von einem hohen Maß an institutionellen und personellen Verflechtungen auszugehen. Zudem schlagen sich nahezu alle der identifizierten Wirkungen hinsichtlich der Angebots- und Nachfrageseite der Kultur- und Kreativwirtschaft nieder. Manche dieser Städte entwickeln dabei ein spezifisches Profil mit bundesweit marktbeeinflussender Bedeutung (z.B. Köln als Stadt der Kunst bzw. des Kunstmarktes). Über die Zuwanderung von Talenten der Sparten und Teilmärkte („artist oder creative drain“) profitieren die Metropolregionen von den kulturbezogenen Ausbildungseinrichtungen kleinerer Städte.
- In den anderen Oberzentren besteht im Vergleich zu den Metropolregionen hinsichtlich der Breite der Leistungsgruppen in den drei Kultursektoren eine etwas geringere Angebotsdichte, u.a. aufgrund der von der Einwohnerzahl abhängigen, geringeren Nachfrage und einer nicht so ausgeprägten „kritischen Masse“ an Tätigen in Kulturberufen. Folge dieser Angebotssituation ist eine geringere Dichte an Wirkungen für die lokale Kultur- und Kreativwirtschaft.

- In den Mittelzentren kann im Allgemeinen die Angebotsdichte der Leistungsgruppen in den drei Kultursektoren nicht so vielfältig sein, weshalb auch die Wirkungen für die Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft deutlich geringer ausfallen. Haben Mittelzentren kulturbezogene Ausbildungseinrichtungen und/oder einen großen Einzugsbereich als Solitärstadt, dann sind die Rahmenbedingungen für die Kultur- und Kreativwirtschaft günstiger, u.a. aufgrund des damit verbundenen Verbleibs von manchen Studierenden nach Beendigung des Studiums (Ebert 2008, 298-300) und der regionalen Nachfrage.
- In den Unterzentren mit zumeist einigen wenigen öffentlich geförderten Kultureinrichtungen können in Ausnahmefällen Einrichtungen des intermediären Kultursektors wie etwa Künstlerhäuser die Rahmenbedingungen für manche (vielfach auch nebenberuflich) Tätige in Kulturberufen verbessern.

Liegen die Mittel- bzw. Unterzentren in Agglomerationsräumen, wie etwa in der Rhein-Main-Region oder im Ruhrgebiet (ILS, STADTart 2008), dann bestehen vielfach Verflechtungen mit dem Kern der Agglomeration. In diesem Zusammenhang profitieren die Mittel- bzw. Unterzentren von den Wirkungen der beiden nicht erwerbswirtschaftlichen Kultursektoren für die Kultur- und Kreativwirtschaft in den Kernstädten. Auf der Bundesländerbedeutet dies, dass je mehr Metropolen bzw. Großstädte ein Bundesland aufweist, desto eher bestehen die identifizierten institutionellen und personellen Verflechtungen und schlagen sich die ökonomischen Effekte der beiden nicht erwerbswirtschaftlichen Kultursektoren auf der Angebots- und Nachfrageseite der Kultur- und Kreativwirtschaft nieder.

5.6 Schlussfolgerungen

Die mehrschichtige Analyse der Verflechtungen zwischen den drei Kultursektoren sowie die Analyse der ökonomischen Wirkungen des öffentlich geförderten bzw. des intermediären Kultursektors für die Kultur- und Kreativwirtschaft macht deutlich, dass manche der bisher gültigen Prämissen zu diesem Politik- und Handlungsfeld zu unspezifisch sind oder faktisch andere Bedingungen bestehen. Vor diesem Hintergrund leiten sich für das Handlungsfeld Kulturpolitik und Kreativwirtschaftspolitik folgende Schlussfolgerungen:

- *Das Modell der drei Kultursektoren, der Tri-Sektoralität, sollte im Kontext der Kreativwirtschaftspolitik zu Gunsten anderer, heute in der Ökonomie genutzter Ansätze der Branchenentwicklung aufgegeben werden*

Das Modell der Tri-Sektoralität strukturiert den Kulturbereich nach der wesentlichen Form der Trägerschaft und der Finanzierung. Damit sind nicht nur unterschiedliche Zuständigkeiten verbunden, sondern u.a. auch Programme. Das Modell trifft jedoch in ausgeprägter Form nur auf drei der elf Sparten bzw. Teilmärkte von Kultur sowie Kultur- und Kreativwirtschaft zu, wobei dies etwa in der Musik/Musikwirtschaft im Musikgenre Klassik besonders ausgeprägt ist. Da zudem vor allem in der Musik und der Darstellenden Kunst zwischen allen drei Kultursektoren

heute eine große „Durchlässigkeit“ bei den Leistungsträgern besteht, spiegelt die Tri-Sektoralität heute noch weniger als vor 30 Jahren die Situation des gesamten Kulturbereichs wider. Dazu haben vermutlich indirekt auch die öffentlichen Investitionen der letzten Jahrzehnte beim Ausbau der kulturellen Infrastruktur bzw. der Programme beigetragen. Die Breite des Angebots hat auch dazu geführt, dass ab der Generation der 1960er Jahre die Form der Trägerschaft bei der Akzeptanz kultureller Angebote eine untergeordnete Rolle spielt (Göschel 1991) – aus diesem Prozess kann jedoch nicht der Rückschluss gezogen werden, dass es ohne die Leistungsträger des öffentlich geförderten und intermediären Kultursektors keine Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland gegeben hätte. Sie wäre jedoch, wie die kulturellen Rahmenbedingungen anderer Staaten und deren Bedeutung der Kultur- und Kreativwirtschaft zeigen, deutlich anders und vermutlich weniger dynamisch und breit verlaufen. Für die Kreativwirtschaftspolitik ist daher die Tri-Sektoralität als generelles Merkmal der Kultur- und Kreativwirtschaft ein immer weniger adäquater Ansatz. Alternativ bieten sich dazu milieuorientierte Entwicklungsansätze an (z.B. der regionalökonomische Clusteransatz). Diese beziehen in ihren Analysen und Strategien öffentlich geförderte bzw. intermediäre Einrichtungen als wichtige Faktoren der Branchenentwicklung ein.

- *Anstatt des linearen Modells der „Wertschöpfungskette“ für Produkte und Dienstleistungen sollten zukünftig kultursektorübergreifende Wertschöpfungsnetzwerke die Grundlage für Maßnahmen zur Stärkung der Kultur- und Kreativwirtschaft sein*

Der auch von der Enquete-Kommission Kultur des Deutschen Bundestages proklamierte Ansatz der Wertschöpfungskette impliziert einen linearen Prozess, ausgehend vom „Schöpferischen Akt“ seitens der Tätigen in Kulturberufen über „Produktion“ und „Distribution“ bis zu den Nutzer/innen. Wie die kultursektorübergreifenden Wirkungszusammenhänge zwischen dem öffentlichen und intermediären Kultursektor und der Kultur- und Kreativwirtschaft im Rahmen von Produktionsprozessen und der Vielzahl an beteiligten Akteuren, Einrichtungen, Programmen, Preisen etc. in den drei untersuchten Teilmärkten zeigen (in der Sparte/dem Teilmarkt Musik Übersicht 4.1.9, in der Sparte/dem Teilmarkt Bildende Kunst Übersicht 4.2.6, in der Sparte/dem Teilmarkt Darstellender Kunst Übersicht 4.3.6), wird diese lineare Vorstellung den faktischen Konstellationen der Produktion und Distribution in der Kultur- und Kreativwirtschaft nicht gerecht. Zudem sind sie ein Hinweis auf die systemischen Rahmenbedingungen für Inventionen und Innovationen sowohl in den analysierten Teilmärkten als auch (aufgrund der Vernetzung) in vielen anderen Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft. Daher sollten zukünftig kultursektorübergreifende Wertschöpfungsnetzwerke die Grundlage für Maßnahmen zur Stärkung der Kultur- und Kreativwirtschaft bilden, etwa bei der Innovationsförderung.

Daneben machen die Ergebnisse des Gutachtens deutlich, in welchen Feldern der Kreativwirtschaftspolitik zukünftig Schwerpunkte gesetzt werden sollten und welche Aspekte dabei zu beachten sind:

- *Da die Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft bislang Rahmenbedingungen benötigt, die sie selbst nur in geringem Umfang schaffen kann, ist die Querschnittsbranche auf die Leistungsträger der anderen Kultursektoren angewiesen*

Ebenso wie andere Wirtschaftsbranchen (z.B. die Wissensindustrien) ist sowohl die angebots- als auch die nachfrageorientierte Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft von Rahmenbedingungen abhängig, die sie bis heute selbst und trotz zunehmender „Durchlässigkeit“ in der Angebotsstruktur der drei Kultursektoren nur bedingt herstellen kann. Dies trifft vor allem auf Prozesse der Entstehung „kultureller Szenen“ in den Sparten Musik, Darstellender Kunst und Bildender Kunst zu. Zu den entwicklungsfördernden Rahmenbedingungen zählen dabei nicht nur der Ausbildungssektor, sondern aufgrund der Qualifizierungs- und Existenzgründungsfunktion etc. auch eine Reihe an Einrichtungen des öffentlich geförderten und des intermediären Kultursektors, darunter etwa Künstler- und Atelierhäuser. Diese Einrichtungen haben mit der Unterstützung durch ehrenamtliche Tätigkeit oftmals mehr Spielräume für Ideen zur Entwicklung innovativer Produkte und Dienstleistungen der Kultur- und Kreativwirtschaft.

- *Für die Angebots- und Nachfrageentwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft sind einige Leistungsgruppen der beiden nicht erwerbswirtschaftlichen Kultursektoren von großer Bedeutung, vor allem Ausbildungs- und Kultureinrichtungen sowie der Veranstaltungsbereich*

Von den identifizierten Leistungsgruppen der Wirkungsnetzwerke in den beiden nicht erwerbswirtschaftlichen Kultursektoren sind nicht alle gleichermaßen für die Entwicklung der Angebots- und Nachfrageseite der Kultur- und Kreativwirtschaft von Bedeutung (Übersicht 5.6.1). Wichtiger für die Angebotsseite der Branche sind im öffentlich geförderten Kultursektor vor allem die Leistungsgruppen der „Beruflichen Ausbildung“ (für alle drei Sparten/Teilmärkte), „Künstler/innen und Ensembles“ (in der Musik, der Darstellenden Kunst), die „Kulturelle Infrastruktur“ (für alle drei Sparten), „Veranstaltungen, Programme, Ausstellungen“ (für alle drei Sparten) sowie der „Öffentlich-rechtliche Rundfunk“ (für Musik und Darstellende Kunst). Im intermediären Kultursektor sind in diesem Zusammenhang vor allem die „kulturelle Infrastruktur“ und die „Veranstaltungen, Programme, Ausstellungen“ für alle drei Sparten hervorzuheben. Hinsichtlich der Nachfrageseite ist mit einer hohen Wahrscheinlichkeit davon auszugehen, dass die „Kulturelle Bildung“ und die „Kulturelle Infrastruktur“ bzw. „Veranstaltungen, Programme, Ausstellungen“ des intermediären Kultursektors eine größere Rolle spielen als die anderen Leistungsgruppen.

Übersicht 5.6.1: Wirkungsschwerpunkte der Leistungsgruppen im Wirkungsnetzwerk für die nachfrage- und angebotsorientierte Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft

Leistungsgruppen	Musikwirtschaft		Kunstmarkt		Darstellende Kunst	
	Angebote	Nachfrage	Angebote	Nachfrage	Angebote	Nachfrage
Ausbildung						
(1) Schulische kulturelle Bildung		●		●		●
(2) Berufliche Aus-, Fort- und Weiterbildung	●		●		●	
Produktion/Distribution						
(3) Künstler/innen, Ensembles	●				●	
(4) Kulturelle Infrastruktur	●	●	●	●	●	●
(5) Veranstaltungen, Programme, Ausstellungen	●	●		●	●	●
(6) Preise und Auszeichnungen				●		
Mediale Distribution						
(7) Öffentlich-rechtlicher Rundfunk	●	●			●	●
● Wirkungsschwerpunkt						

Quelle: STADTart / Institut für Kulturpolitik / HWWI 2012

- *Zentrale Handlungsfelder zur Verbesserung der Entwicklungsbedingungen der Kultur- und Kreativwirtschaft sind die Stärkung der kulturellen Bildung und des intermediären Kultursektors*

Vor dem Hintergrund der besonderen Bedeutung einzelner Leistungsgruppen des öffentlich geförderten und des intermediären Kultursektors sowohl für die angebots- als auch für die nachfrageorientierte Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft lassen sich die Rahmenbedingungen der Branche vor allem durch Maßnahmen zum Ausbau der kulturellen Bildung (kulturpolitisch auch als wichtigste Voraussetzung für die kulturelle Teilhabe angesehen) in den Sparten bzw. Märkten der Musik, der Darstellenden Kunst und der Bildenden Kunst sowie durch Maßnahmen zur Stärkung des intermediären Kultursektors verbessern. Die breite Unterstützung bürgerschaftlichen Engagements, historisch der Ursprung zahlreicher heute öffentlich geförderter Kultureinrichtungen und zumeist mit der sich verändernden Lebenswelt der Menschen näher verbunden, schafft die notwendige breite Basis für kulturelle Neuerungen und damit auch Impulse für die Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft. Zudem ist bürgerschaftliches Engagement eine noch nicht voll ausgeschöpfte Ressource zur Unterstützung von Einrichtungen des öffentlich geförderten Kultursektors.

- *Initiativen und Maßnahmen zur Stärkung des intermediären Kultursektors und der kulturellen Bildung werden sich überwiegend in Bundesländern und Städten niederschlagen, die für die Kultur- und Kreativwirtschaft weitere günstige Entwicklungsbedingungen aufweisen*

Wie die in den Bundesländern und Städten unterschiedlich entwickelte Kultur- und Kreativwirtschaft sowie die Angebotsstrukturen der beiden nicht erwerbswirtschaftlichen Kultursektoren zeigen, bestehen regional unterschiedlich günstige Voraussetzungen für die Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft. Dabei spielen immer mehrere Faktoren eine Rolle, insbesondere die Einwohnerzahl, die Kaufkraft, die Nachfrage anderer Branchen, die für die Kultur- und Kreativwirtschaft relevanten Ausbildungseinrichtungen, Marktnischen sowie die Standortattraktivität für die Tätigen in Kulturberufen. Daher werden sich Maßnahmen, die angesichts der identifizierten Wirkungen der beiden nicht erwerbswirtschaftlichen Kultursektoren für die Kultur- und Kreativwirtschaft auf die Stärkung von Leistungsgruppen in der Ausbildung, der Produktion und der Distribution in den öffentlich geförderten und intermediären Kultursektoren setzen, bei den Bundesländern und Städten nicht gleichermaßen in der Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft niederschlagen. Jedoch können bei besonderen Rahmenbedingungen (z.B. an Hochschulstandorten) oder sich entwickelnden Marktnischen solche Initiativen eine Möglichkeit sein, um auch in strukturell benachteiligten Gebieten die Rahmenbedingungen für die Entwicklung der Branche zu verbessern.

6 Rahmenbedingungen und Handlungsmöglichkeiten der Bundesregierung zur Stärkung der Kultur- und Kreativwirtschaft

Die Untersuchung der institutionellen bzw. personellen Verflechtungen zwischen dem öffentlich geförderten, intermediären und privaten Kultursektor sowie zu den ökonomischen Wirkungen der beiden nicht erwerbswirtschaftlichen Kultursektoren für die Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft hat gezeigt, dass der Kulturbereich ein sehr komplexes und dynamisches System ist. Dieses System wird sich aufgrund von gesellschaftlichen, technischen, wirtschaftlichen, kulturellen Entwicklungen weiter verändern. Eine vorausschauende Politik der Bundesregierung sollte diese Veränderungen bei Maßnahmen zur Stärkung der Kultur- und Kreativwirtschaft berücksichtigen.

6.1 Entwicklungen in Kultur bzw. Kultur- und Kreativwirtschaft und deren Bedeutung für das Wirkungsgefüge der drei Kultursektoren

Die im Zusammenhang mit dem Gutachten dargestellten Angebotsstrukturen im Kulturbereich und die auf dieser Basis analysierten Verflechtungen zwischen den drei Kultursektoren bzw. die damit verbundenen ökonomischen Wirkungen für die Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft sind das Ergebnis ökonomischer, gesellschaftlicher, wirtschaftlicher und kultureller Rahmenbedingungen und Veränderungsprozesse. Die Prozesse werden sich fortsetzen und sich in den Bundesländern und Kommunen teilweise unterschiedlich niederschlagen. Folgende Entwicklungen zeichnen sich ab:

- *In den Leistungsgruppen des Wertschöpfungsprozesses wird die Anzahl an Leistungsträgern in den intermediären und privaten Kultursektoren weiter zunehmen*

In den ehemals stark vom öffentlich geförderten Kultursektor geprägten Sparten bzw. Teilmärkten der Musik, der Darstellenden Kunst und der Bildenden Kunst gibt es heute schon in vielen Leistungsgruppen parallele Angebotsstrukturen. Die heute immer weniger ausschließlich auf kulturelle Angebote der öffentlich geförderten und intermediären Kultursektoren zugeschnittene Nachfrage, das zukünftig vermutlich abnehmende Arbeitsplatzangebot im öffentlich geförderten Kultursektor und Entwicklungen wie etwa die seit einiger Zeit zu beobachtende Zunahme an Co-working Angeboten oder auch von Angeboten der kulturellen Bildung in privater und zivilgesellschaftlicher Trägerschaft (nicht nur im Musikbereich) sprechen dafür, dass die Anzahl an Leistungsträgern des intermediären und des privaten Kultursektors in den Leistungsgruppen der Wertschöpfungskette weiter zunehmen wird (Kapitel 2). Diese Entwicklung wird u.a. aufgrund breiterer Nachfragegruppen in den Sparten der Musik und der Darstellenden Kunst vermutlich stärker ausgeprägt sein als in der Bildenden Kunst. Damit wird die Bedeutung des öffentlich geförderten Kultursektors für die Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft tendenziell etwas zurückgehen.

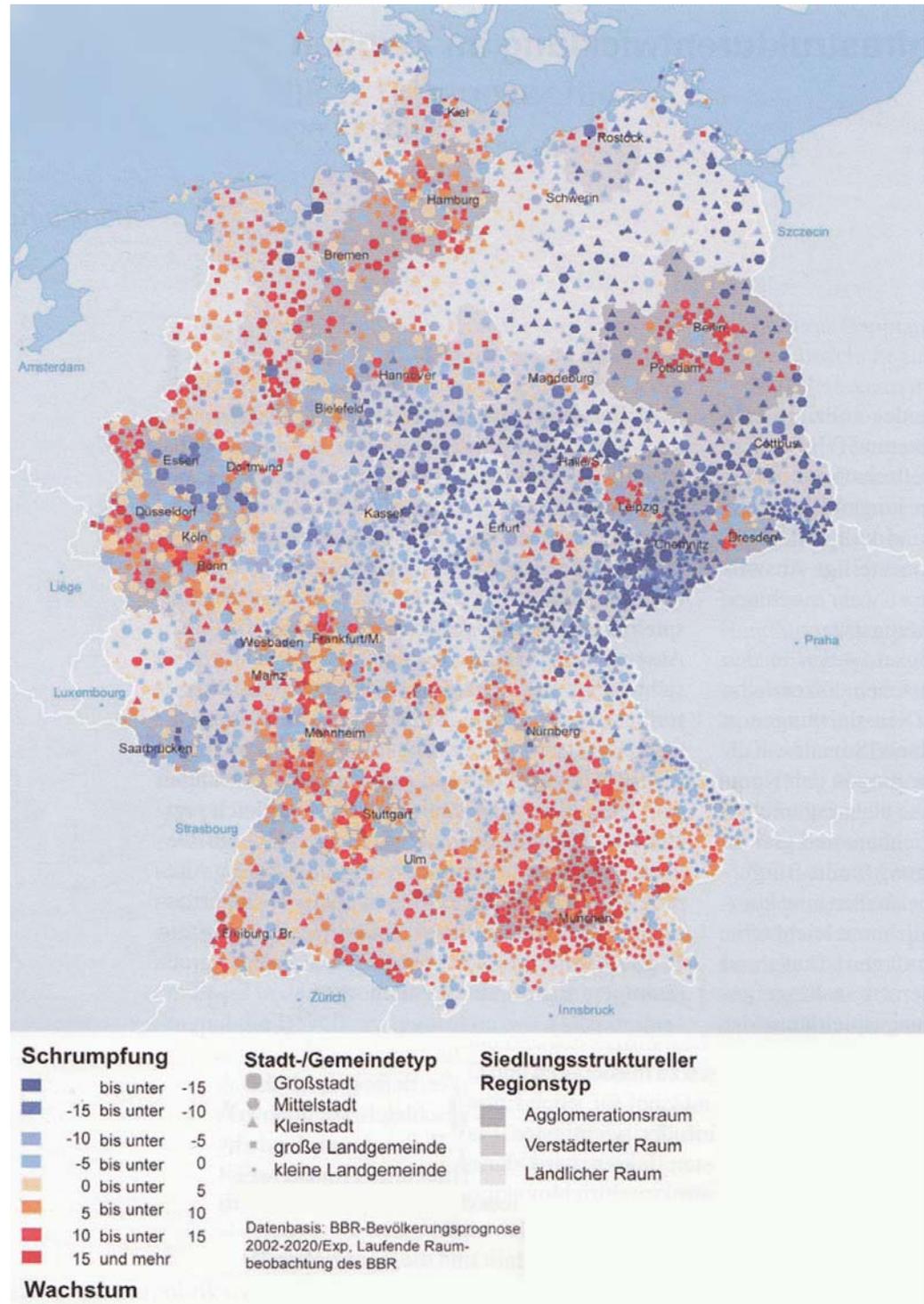
- *Mit den neuen digitalen Kommunikationsmedien und -diensten erhöht sich die Bandbreite an Zugangsmöglichkeiten zu den kulturellen Sparten als Basis für die angebots- und nachfrageseitige Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft*

Der Zugang zu den kulturellen Sparten hat sich spätestens mit dem Aufkommen von Medienträgern und Musiksendern verändert, vor allem in der Sparte Musik. Mit dem Web 2.0 und Angebotsformen wie etwa Weblogs, Wikipedia, Videoportalen (z.B. YouTube oder MyVideo), Musik-Internetportalen und Filesharingangeboten etc. hat dieser mediale Zugang zu Musik, Darstellender Kunst, „Videokunst“ oder Film einen neuen Schub erhalten und auch über das Aufkommen der Gamesindustrie manchen traditionell weniger kulturaffinen Gruppen den Zugang zu den untersuchten Sparten ermöglicht, insbesondere in der Sparte Musik. Heute nutzen bereits 87 Prozent der 14- bis 19-jährigen und rund 60 Prozent der 40- bis 59-jährigen „Online-nutzer“ Musikvideoportale (Busemann, Gscheidle 2011, 364). Dabei unterscheidet sich das Nutzungsverhalten des Internets durch die Bevölkerungsgruppe mit Migrationshintergrund inzwischen kaum mehr von dem der deutschen Bevölkerung, sondern ist wie bei Letzterer vor allem durch Alter und Bildungsgrad geprägt (Müller, Beisch 2011). Damit verbunden sind auch Effekte für die angebots- und nachfrageseitige Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft. Mit der zukünftig weiter steigenden Internetnutzung der Gesamtbevölkerung wird sich die Bandbreite an Zugangsmöglichkeiten für Jugendliche wie Erwachsene zu den kulturellen Sparten erhöhen. Auf diese veränderte Zugangssituation werden sich die traditionellen Leistungsträger der Kulturellen Bildung und Ausbildung in den drei Kultursektoren durch die Entwicklung attraktiver Angebote einstellen müssen.

- *Demografische Entwicklungen werden die Nachfrage bei den Leistungsträgern der drei Kultursektoren verändern und Folgewirkungen für die Angebots- und Nachfrageseite der Kultur- und Kreativwirtschaft nach sich ziehen*

Die in den 1980er und 1990er Jahren zunehmende Nachfrage nach Produkten und Dienstleistungen in den beiden nicht erwerbswirtschaftlichen Kultursektoren sowie der Kultur- und Kreativwirtschaft verdankt sich u.a. breiter junger Bevölkerungsgruppen. Diese demografisch günstige Rahmenbedingung hat sich in den letzten Jahren verändert. Bundesweit nehmen seit Jahren ältere Bevölkerungsgruppen zu, ebenso solche mit Migrationshintergrund. Beides wird sich in der Nachfrage bei den Leistungsträgern der drei Kultursektoren bemerkbar machen (u.a. Sievers 2009). Dies gilt sowohl hinsichtlich der Sparten, beeinflusst u.a. durch eine anhaltende „Verjünglichung“ des Publikums vermutlich eher in Formaten der Sozio- und Off-Kultur als etwa im Genre Klassik (Ferchhoff 2002) bzw. andere kulturelle Interessen von Gruppen mit Migrationshintergrund (u.a. Keuchel 2012), als auch der Intensität der Inanspruchnahme (etwa aufgrund einer geringeren Zahlungsbereitschaft bzw. -fähigkeit bei zukünftig vermutlich steigenden Ausgaben u.a. für soziale und gesundheitliche Belange). Davon bleiben die ökonomischen Wirkungen der beiden nicht erwerbswirtschaftlichen Kultursektoren auf die Kultur- und Kreativwirtschaft nicht unberührt. Städte mit Hochschuleinrichtungen und damit bildungsbedingter Zuwanderung von jüngeren Bevölkerungsgruppen werden von diesen Veränderungen weniger betroffen sein. In den Regionen und Städten mit sich abzeichnenden Bevölkerungsrück-

Überblick 6.1.1: Prognose der Bevölkerungsentwicklung differenziert nach Städten und Siedlungsstrukturen (2002 bis 2020, in Prozent)



Quelle: Kocks 2007, 32

gängen (Überblick 6.1.1) kommt hinzu, dass sich diese Entwicklung negativ auf die Dichte der Angebotsstruktur in zahlreichen Leistungsgruppen der drei Kultursektoren auswirken wird, insbesondere hinsichtlich des privaten Kultursektors. Unter gegenwärtigen Nachfragebedingungen dürfte dies vor allem Folgen für die angebotsseitige Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft haben.

- *Bürgerschaftliches Engagement wird bei Einrichtungen und Veranstaltungen des öffentlich geförderten und intermediären Kultursektors zukünftig einen immer größeren Stellenwert einnehmen*

Schon heute sind zahlreiche Kultureinrichtungen des öffentlich geförderten und intermediären Kultursektors und deren Veranstaltungen auf die Unterstützung durch ehrenamtliche Tätigkeit angewiesen. So sind beispielsweise allein in den 66 Soziokulturellen Zentren Nordrhein-Westfalens von den dort rund 4.000 Tätigen etwa die Hälfte unentgeltlich ehrenamtlich oder freiwillig beschäftigt (LAG 2011). Angesichts der überproportional steigenden finanziellen Aufwendungen für personalintensive Kultursparten der Darstellenden Kunst bzw. Teile der Musik (z.B. bei Orchestern) nach dem „Baumolschen Gesetz“ (danach wird der „live professional performance“ aufgrund geringerer wirtschaftlicher Produktivitätssteigerungen im Vergleich zur Gesamtwirtschaft von Subventionen zunehmend abhängiger, selbst bei gleich bleibenden Finanzmitteln, Baumol, Bowen 1966) und einer gleichzeitig schwierigen Situation der öffentlichen Haushalte von Bundesländern und Kommunen wird die Bedeutung des bürgerschaftlichen Engagements zukünftig noch weiter zunehmen. Ohne die „Erschließung dieser Ressource“ sind die identifizierten Qualifizierungs-, Innovations-, Promotion- und Markteinstiegsfunktionen der Einrichtungen und Veranstaltungen des intermediären Kultursektors, der Soziokulturellen Zentren, Künstler- und Atelierhäuser oder Kunstvereine für die Kultur- und Kreativwirtschaft bedroht.

- *Trotz der zunehmenden Bedeutung der neuen Medien und privater Fernsehsender verändert sich die Wirkung der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten für die Angebots- und Nachfrageentwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft kaum*

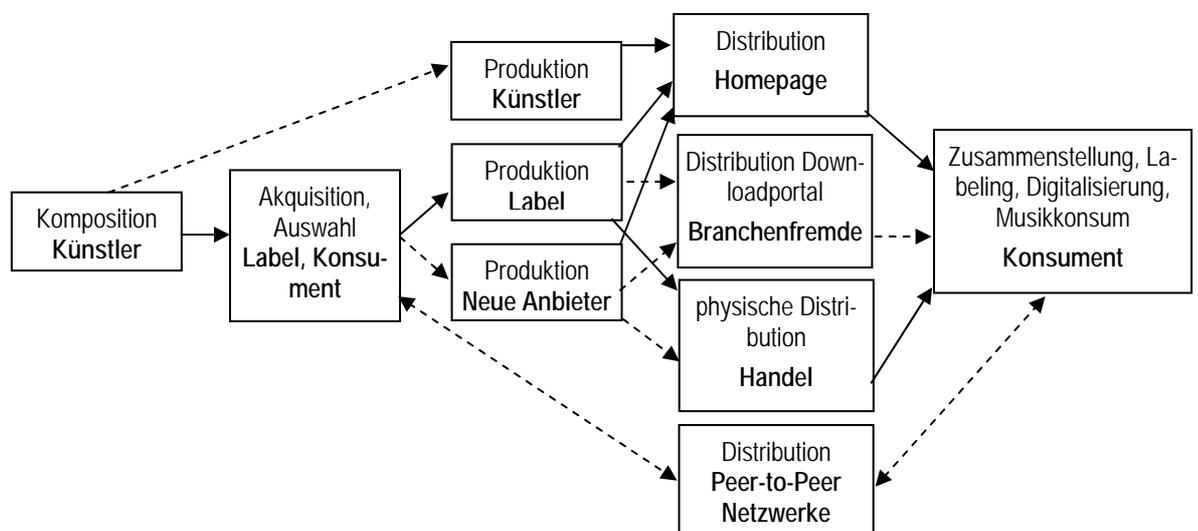
Seit Jahren wächst die Nutzung des Internets und gleichzeitig wenden sich jüngere Publika privaten Fernsehsendern zu. So nutzten bereits 27 Prozent der Gesamtbevölkerung im Jahre 2010 zur Informationsbeschaffung (ohne Unterhaltung) alle vier Medien, also die Zeitung, den Rundfunk, das Fernsehen und das Internet. Zunehmend entwickelt sich für alle Zielgruppen und Nutzungsmotive eine konvergente Mediennutzung, wobei die Nutzung der einzelnen Medien vor allem von den Nutzungsmotiven abhängt. Das Fernsehen hat insgesamt trotz leichter Rückgänge noch immer die weitaus höchsten Nutzerkreise mit 95 Prozent im Jahre 2010 (97 % im Jahr 2000, Hörfunk 87 % in 2010; 93 % in 2000), wobei der Nutzerkreis des Internets stark gewachsen ist mit 67 Prozent im Jahre 2010 (23 % in 2000) (Busemann, Engel 2012). Ähnlich wie beim Aufkommen der anderen drei Medien wird sich diese konvergente Mediennutzung in allen Zielgruppen entgegen mancher Einschätzung, die von einer sinkenden Bedeutung des Fernsehens als Medium sprechen, vermutlich jedoch nicht ändern. Vielmehr wird von einer veränderten Verbreitungstechnologie für klassische Medieninhalte wie das Fernsehen ausgegangen (Best, Engel 2011, 541). Schon heute entfallen mehr als die Hälfte der über das Internet

genutzten audiovisuellen Angebote auf Fernsehinhalte. Hierbei gelten die Online-Mediatheken als Treiber (Frees, van Eimeren 2011, 350 ff.). Damit kommt den Rundfunk- und Fernsehanstalten als Anbieter von Content durch die „Near-on-demand-Nutzungen“ über das Internet auch in Zukunft eine große Bedeutung zu. Mit der Entwicklung zum Hybrid-TV, in dem Rundfunkprogramme und Web-Inhalte gleichermaßen als Quellen und Lieferanten von Informationen und Unterhaltung genutzt werden können, wird sich eine neue Stufe der Konvergenz von Fernsehen und Internet einstellen (Sewczyk, Wenk 2012, 178). Daher kann davon ausgegangen werden, dass öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten weiterhin bedeutende Content –Produzenten bleiben werden und dass dies ökonomische Wirkungen auf die Angebots- und Nachfrageentwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft zur Folge haben wird (Kapitel 4.1). Dies wird vor allem dann der Fall sein, wenn dem Kulturauftrag der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten wie in der Vergangenheit ausreichend Rechnung getragen wird.

- *In Teilen der Kultur- und Kreativwirtschaft werden sich bei den Wertschöpfungsprozessen die Angebots- und Nachfrageseite mehr vernetzen*

Das von der Kultur-Enquete-Kommission des Deutschen Bundestags für die Sparten und Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft zugrunde gelegte lineare Modell der Wertschöpfungskette trennt zwischen Produktion, Distribution und Nachfrager/innen, Konsumenten oder Nutzer/innen. Letztere spielten dabei bislang eine untergeordnete Rolle. Beginnend in der Musik ist die digitale Revolution in Verbindung mit den sozialen Praktiken des File-sharings dabei, die bisherigen Produktions- und Distributionsbedingungen zugunsten einer mehr vernetzten Struktur umzuwälzen, in der Musiker/innen und Konsumenten durch die Übernahme von Funktionen etwa von Labels oder vom Handel, einen größeren Einfluss haben (Kraemer, Nessel 2011,

Übersicht 6.1.2: Akteure und Funktionen im Wertschöpfungsprozess der Musikwirtschaft im digitalen Zeitalter



Quelle: Kraemer, Nessel 2011, 554

Übersicht 6.1.2). Dabei entstehen nach dem Organisationsprinzip von „open source“ neue hybride Formen zwischen Produktion und Konsumtion („prosumer“ und „producer“) bzw. zwischen kommerzieller Ausrichtung (u.a. durch branchenfremde IT-Unternehmen, wie etwa Apple), Kooperation und dem Prinzip des Teilens (z.B. durch crowd sourcing, crowd funding). Weitere strukturelle Veränderungen zeigen sich auch im Musikveranstaltungsmarkt. Dabei treten in zunehmendem Maße Besucher/innen als semi-professionelle Musiker/innen bzw. Sänger/innen auf, gleichzeitig sind diese auch Besucher/innen. Vieles spricht dafür (u.a. die ähnliche Bedeutung der Produktion und der Distribution im Wertschöpfungsprozess), dass die sich im Musikmarkt vollziehenden Umbrüche prototypisch für andere Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft sind, insbesondere für die Filmwirtschaft und das Pressewesen.

- *Für zahlreiche Tätige in Kulturberufen ist von einer weiteren Zunahme an Mehrfach Tätigkeiten bzw. -beschäftigungen auszugehen*

Für viele Tätige in Kulturberufen ist die Mehrfach Tätigkeit in allen drei Kultursektoren schon heute eine Realität (Kapitel 4). Die Mehrfach Tätigkeit wird vermutlich weiter zunehmen. Gründe dafür sind ein weiterer Rückgang an Dauer- und Vollzeit Arbeitsplätzen für diese Gruppe in allen drei Kultursektoren, u.a. angesichts des „Dilemma der Performing arts“ nach dem „Baumolschen Gesetz“ (S.150). Eine Möglichkeit darauf zu reagieren ist die Verringerung von Dauer- und Vollzeit Arbeitsplätzen. Diese Situation trifft prinzipiell auch für den gebührenfinanzierten öffentlich-rechtlichen Rundfunk zu. Von einer ähnlichen Entwicklung, wenn auch nicht aus denselben Gründen, ist für einige Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft auszugehen. Analysen zu Kultur- und Kreativwirtschaft in NRW zeigen, dass zwischen 2004 und 2008 die Anzahl an sozialversicherungspflichtig Beschäftigten, und damit an Arbeitsplätzen, abgenommen und gleichzeitig die Anzahl an „geringfügig entlohnten Beschäftigungsverhältnissen“ zugenommen hat. Diese Entwicklung lässt sich in der Rundfunkwirtschaft, dem Markt der Darstellenden Kunst, der Designwirtschaft, dem Werbemarkt und der Software/Gamesindustrie feststellen (STADTart 2011). In beiden Fällen dürfte damit eine Zunahme an Mehrfachbeschäftigungstätigkeiten und -verhältnissen verbunden sein (siehe auch Hamburg Kreativgesellschaft 2012).

- *Die sich abzeichnende Einschränkung des kulturbezogenen Angebots der christlichen Kirchen betrifft den intermediären Kultursektor, vor allem in den ländlichen Gebieten und den ostdeutschen Bundesländern*

Sinkende Mitgliederzahlen und geringere Einnahmen der christlichen Kirchen führen dazu, dass diese ihre kulturbezogenen Angebote weiter einschränken werden. Davon betroffen sind die hauptberuflich angestellten Kräfte (u.a. A, B und C Kirchenmusiker/innen) und damit auch der intermediäre Kultursektor. Da die christlichen Kirchen überwiegend in jenen Gebieten aktiv sind, in denen ihre Kirchenmitglieder ansässig sind, werden sie sich aus jenen Gebieten stärker zurückziehen, in denen vergleichsweise wenige von ihnen leben. Deshalb werden vor allem die ostdeutschen Bundesländer weitere Leistungseinschränkungen hinnehmen müssen. Besonders betroffen werden dabei die Einwohner/innen im ländlichen Raum sein, für die die Kulturarbeit der christlichen Kirchen zudem oft die einzige Möglichkeit darstellt, aktiv am kulturellen Leben teilzuhaben. Gelingt es nicht, durch Aktivierung des ehrenamtlichen Engagements dafür adä-

quate Lösungen zu entwickeln, dann können, anders als in den Städten, dort fehlende kulturelle Angebote der christlichen Kirchen nicht ganz oder nur teilweise durch Leistungsträger des privaten Kultursektors oder durch Angebote der öffentlichen Hand aufgefangen werden.

Wie sich diese und andere Entwicklungstendenzen, wie etwa die sich abzeichnende Tendenz zu globalisierten Produktionsnetzwerken durch Einbindung von Dienstleistungen aus dem Ausland, z.B. bei der Postproduktion von Musikvideoclips, sich gegenseitig verstärken oder nivellieren und die analysierten Funktionen der beiden nicht erwerbswirtschaftlichen Kultursektoren für die Kultur- und Kreativwirtschaft in den untersuchten Sparten bzw. Teilmärkten der Musik, der Darstellenden Kunst und der Bildenden Kunst verändern, dazu können angesichts der Vielzahl an Einflussfaktoren wenig gesicherte Prognosen gemacht werden. Auch spielen dabei politische Entscheidungen eine Rolle (u.a. hinsichtlich der Förderung von Kultureinrichtungen in öffentlicher und zivilgesellschaftlicher Trägerschaft).

Gleichzeitig gibt es Hinweise, dass die Bedeutung der Kultur- und Kreativwirtschaft als ein Innovations- und Produktionsfaktor zunimmt, vor allem aufgrund der sich weltweit durchsetzenden „Kulturalisierung“ zahlreicher endverbraucherbezogener und vielfach marktgesättigter Wirtschaftsbranchen (Scott 2004). Zudem zeigt sich, dass Arbeitsweisen etwa der Designwirtschaft bei der Entwicklung von Nischenprodukten oder bei der Lösung von gesellschaftlichen Herausforderungen hilfreich sein können. Damit eröffnen sich den Selbstständigen und Unternehmen der Designwirtschaft neue Märkte. Angesichts der Vernetzung der Designwirtschaft mit der Sparte Kunst kann dadurch auch die Bedeutung etwa von Künstler- und Atelierhäusern bzw. von Co-working-Angeboten zunehmen. Eine leistungsfähige Kulturwirtschaft (u.a. Musikwirtschaft, Kunstmarkt) und Kreativwirtschaft (u.a. Werbewirtschaft) trägt aufgrund zahlreicher Verflechtungen mit anderen Wirtschaftszweigen auch zur Stärkung der exportorientierten Unternehmen in Deutschland bei.

6.2 Handlungsmöglichkeiten des Bundes: Gestaltungsfelder und Prämissen

Die Untersuchungsergebnisse dieser Studie belegen die direkte und indirekte Bedeutung der öffentlich geförderten und intermediären Kultursektoren sowohl für die angebots- als auch für die nachfragebezogene Entwicklung weiter Teile der auch für die Gesamtwirtschaft Deutschlands bedeutsamen Kultur- und Kreativwirtschaft. Die Kulturpolitik, aber auch andere politische Handlungsfelder, wie etwa die Finanz- und Steuerpolitik, haben einen gestaltenden Einfluss auf die beiden nicht erwerbswirtschaftlichen Kultursektoren, die sich in den kommenden Jahren aufgrund der skizzierten Entwicklungen und den damit verbundenen Herausforderungen weiter verändern werden. Obwohl für kulturpolitische Initiativen in Deutschland überwiegend die Länder und Kommunen zuständig sind, kann auch der Bund entsprechend aktiv werden (u.a. Klein

Übersicht 6.2.1: Bedeutung der vier politischen Ebenen (EU, Bund, Länder und Kommunen) für die zentralen Gestaltungsfelder der Kulturpolitik

Gestaltungsfelder	Europäische Union	Bund	Länder	Kommunen
gesetzlicher Rahmen	●●	●●●	●●	●
Strategien, Konzepte	●●	●●	●●●	●●●
Programme, Initiativen	●●	●●●	●●●	●●
Projekte, Maßnahmen	●	●●	●●	●●●

●●● große Bedeutung ●● mittlere Bedeutung ● geringe oder keine Bedeutung

Quelle: *STADTart* / Institut für Kulturpolitik / HWWI 2012

2009, Übersicht 6.2.1) und dabei auch Einfluss auf die anderen Politikebenen ausüben (Kommunen, Länder, Europäische Union), auch wenn ihm hier nur die Mittel der Verhandlung, Überzeugung etc. zur Verfügung stehen.

Möglichkeiten der Gestaltung durch den Bund bestehen dabei nicht nur in der Kulturförderung im engeren Sinne, für die vor allem der Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und Medien zuständig ist (z.B. hinsichtlich der Film- und Kinoförderung), sondern auch in der kulturrelevanten Ordnungspolitik, durch Gesetze und Verordnungen, die die Rahmenbedingungen der kulturellen Akteure positiv oder negativ beeinflussen. Dazu zählt u.a. das für die Träger von Kulturinstitutionen bedeutsame Haushalts- und Zuwendungsrecht. Zudem wirken sich Maßnahmen und Programme anderer Politikressorts, wie etwa der Rechts-, Finanz-, der Arbeitsmarkt- oder der Städtebaupolitik (z.B. zum Steuerrecht oder zum Sozialversicherungsrecht), ebenfalls fördernd oder behindernd auf die Leistungsgruppen in den drei Kultursektoren aus.

Dies gilt, wenn auch in etwas abgeschwächter Form, ebenso für die indirekte Kulturförderung. Die Verfassung gibt dem Bund dabei zwar einen eng begrenzten Kompetenzrahmen vor, jedoch lässt dieser die Förderung von Projekten und Programmen mit gesamtstaatlicher Bedeutung zu. Seit der deutschen Vereinigung nimmt der Bund diese Möglichkeiten intensiver wahr als zuvor und beschränkt sich nicht mehr auf die Förderung künstlerisch und kulturell besonders bedeutsamer Einrichtungen, Veranstaltungen oder sonstiger Aktivitäten mit nationaler Bedeutung. Heute zählen dazu auch Modellprojekte, bei denen es mehr darum geht, die Akteure aus dem gesamten Kulturbereich über Themen pro-aktiv zu motivieren. Beispiele dafür sind Wettbewerbe und Preise (u.a. der BKM-Preis Kulturelle Bildung, der Deutsche Computerspielpreis), aber auch Förderprogramme zu Kooperationen von Theatern des öffentlich geförderten und des intermediären Kultursektors („Doppelpass“) oder zur Vermittlung von Künstler/innen an Schulen („Kulturagenten“), wodurch diesen gleichzeitig ergänzende Beschäftigungsmöglichkeiten

ten verschafft werden. Vielfach erfolgt dies über intermediäre Instanzen, wie etwa die Kulturstiftung des Bundes und selbst verwaltete Bundeskulturfonds, die dem Prinzip der Staatsferne in der Kulturförderung folgend, zumeist auch näher an der Praxis der kulturellen Einrichtungen und der Tätigen in Kulturberufen sind. Zugeschnitten auf die skizzierten Gestaltungsfelder des Bundes sind in Bezug auf die Fragestellung und die Ergebnisse des Forschungsgutachtens drei Prämissen zu beachten.

Kulturpolitik und Kulturwirtschaftspolitik als multipolares Handlungsfeld

Die erste Voraussetzung für Initiativen zur optimierenden Gestaltung des Wirkungsgefüges zwischen den drei Kultursektoren ist, dass die Kulturpolitik des Bundes, aber auch der Länder und Kommunen, dieses Wirkungsgefüge in ihren systemischen Besonderheiten (inklusive der Eigenlogiken der verschiedenen Bereiche) verstehen lernt und ihnen besser Rechnung trägt. Das legen sowohl die Ergebnisse dieser Untersuchung nahe als auch weitere Analysen, etwa der Enquete-Kommission des Deutschen Bundestags „Kultur in Deutschland“. Der Staat wird darin nicht mehr nur als Anbieter öffentlicher kultureller Dienstleistungen und Infrastrukturen verstanden, der seinem eigenen Programm oder Auftrag folgt, sondern auch als ein Akteur in einem Netzwerk von zahlreichen Akteuren. Kulturpolitik und ebenso Kulturwirtschaftspolitik ist deshalb multipolar anzulegen, d.h. unter breiterer Berücksichtigung zivilgesellschaftlicher Gruppen bzw. Initiativen sowie der Märkte der Kultur- und Kreativwirtschaft. Im Vordergrund steht dabei nicht mehr nur die Verteilung von Subventionen, sondern vor allem die Beeinflussung von Relationen, also den Beziehungen zwischen den Anbietern und Initiativen in den jeweiligen Kultursektoren.

Kulturpolitik und Kulturwirtschaftspolitik als Kontextsteuerung

Verbunden mit der multipolaren bzw. systemischen Sichtweise ist ein Strategiewechsel von government zu governance. So werden seit einigen Jahren zunehmend Förderungsstrategien praktiziert, die weniger direkt unterstützend wirken, sondern indirekt Anreize und Impulse geben. Die viele Jahre eher staatsmäzenatisch ausgerichtete Förderung der kulturellen Infrastruktur, einzelner Künstler/innen bzw. Gruppen oder Kunstwerke wird dabei um Maßnahmen und Programme ergänzt, die auf spezifische Kontexte wirken oder andere Akteure zur Eigentätigkeit oder Kooperation anstiften sollen. Die institutionelle Kulturfinanzierung und die individuelle Künstlerförderung werden erweitert durch Maßnahmen der projektbezogenen Prozess- und strukturellen Kontextförderung (z.B. in der Stadtentwicklung). Notwendiger Bestandteil der Kontextsteuerung ist eine ressortübergreifende Kulturpolitik, wie sie hinsichtlich der vom Bundeswirtschaftsministerium und dem Beauftragten für Kultur und Medien koordinierten „Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft der Bundesregierung“ bereits verfolgt wird. Jedoch sind dabei zukünftig frühzeitig auch soziale, arbeitsmarktrelevante und stadtentwicklungsplanerische Aspekte in kulturpolitische Überlegungen und Legitimationsstrategien einzubeziehen.

Kulturpolitik und Kulturwirtschaftspolitik: die Rolle des Staates als „Partner“

Die beschriebene Perspektivenerweiterung in der strategischen Ausrichtung der Kulturpolitik korrespondiert auf der Handlungsebene der Akteure mit neuen Rollenerwartungen und kooperativen Arrangements. Der Trägerpluralismus im Kulturbereich als „Strukturelement des deutschen Kulturverfassungsrechts“ (Peter Häberle), nach dem öffentlich-rechtliche, privatwirtschaftliche und frei-gemeinnützige Träger grundsätzlich gleichberechtigt nebeneinander stehen, wird insoweit ernster genommen, als diese Akteure nunmehr auch im Netzwerk der Kulturpolitik eine Rolle als Partner übernehmen, die nicht nur nach Maßgabe ihrer eigenen Logiken, Programme und Handlungsrationitäten agieren, sondern auch im Sinne der Verantwortungsteilung an der gesellschaftlichen Aufgabe der Kulturförderung mitwirken. Um das Potenzial, das sich aus Kooperationen ergeben kann, wirksam nutzen zu können, sollte sich der Staat daher mehr als „Partner“ verstehen und verstärkt auf neue Formen der kooperativen Abstimmung setzen, wie etwa auf Zielvereinbarungen mit den zivilgesellschaftlichen Trägern und auch mit den Selbstständigen bzw. Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft. Grundlage dieser Partnerschaft sollte das Motto sein: „Kontrolle ist gut, Vertrauen ist besser“.

6.3 Handlungsfelder und Instrumente des Bundes

Die drei skizzierten Prämissen zur Gestaltung des Gefüges zwischen den drei Kultursektoren zielen nicht darauf ab, die Kulturpolitik des Bundes auf eine neue, stärker ökonomisch ausgerichtete konzeptionelle Grundlage zu stellen. Vielmehr soll damit dafür plädiert werden, die Kultur- und Kreativwirtschaft mehr als bisher in der Kulturpolitik zu berücksichtigen. Zugeschnitten auf die zentralen Ergebnisse des Forschungsgutachtens sollte der Bund zukünftig zwei Oberziele verfolgen:

- die direkte und indirekte Stärkung des intermediären Kultursektors und
- die Qualifizierung und Entwicklung des kulturbezogenen Bildungs- und Ausbildungsangebots.

Mit dem ersten Oberziel soll im Rahmen des Konzepts des „aktivierenden Staates“ der herausragenden Rolle des intermediären Kultursektors für die Vielfalt eines nicht unmittelbar der ökonomischen Rentabilität unterworfenen kulturellen Angebots besonders Rechnung getragen werden. Gleichzeitig können damit jene gesellschaftlichen Kräfte mobilisiert werden, die weite Teile des heutigen öffentlich geförderten Kultursektors, von den Theatern über die Konzerthäuser bis zu den Museen, hervorgebracht haben bzw. diese heute in Form von Förder- und Freundeskreisen unterstützen.

Mit dem zweiten Oberziel wird vor allem die Absicht verfolgt, die Basis für die Nachfrage nach kulturellen Produkten und Dienstleistungen in den drei Kultursektoren und für die berufliche Bildung im Kulturbereich zu stärken. Gleichzeitig werden damit auch die Voraussetzungen für das erste Oberziel verbessert. Im Fokus beider Ziele steht dabei die Sicherung und, wenn möglich, die Steigerung der kulturbezogenen Nachfrage, die auch in der Kulturpolitik über viele Jahre nicht ausreichend beachtet worden ist. Im Rahmen einer eher angebotsorientierten Kulturpolitik wurde davon ausgegangen, dass attraktive Kulturangebote quasi automatisch eine entsprechende Nachfrage nach sich ziehen. Diese Annahme war über viele Jahre berechtigt, ist heute jedoch angesichts der zwischenzeitlichen Zunahme an Angeboten in vielen kulturellen Sparten, auch noch seit den 1990er Jahren (Wagner 2010), bei gleichzeitig alternativen Freizeitangeboten, anderen Zeitstrukturen der Nutzer/innen etc. jedoch nur noch bedingt richtig. Zugeschnitten auf die beiden Oberziele stehen dem Bund in drei Handlungsfeldern eine Reihe an Instrumenten zur angebots- und nachfrageorientierten Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft zur Verfügung (wobei die Wirkungen für die Nachfrageseite angesichts globalisierter Märkte, z.B. bei Musikinstrumenten, sich nicht ausschließlich bei Unternehmen mit Sitz in Deutschland niederschlagen, Kapitel 6.2). Zu diesen drei Handlungsfeldern zählen:

- die Stärkung der nicht erwerbswirtschaftlich orientierten Kultursektoren,
- die Unterstützung von Initiativen zur kulturellen Bildung bzw. des kulturbezogenen Ausbildungsangebots, sowie
- die Anpassung der Förderprogramme des Bundes und der EU an die multipolare Anbieterstruktur im Kulturbereich.

Stärkung der nicht erwerbswirtschaftlich orientierten Kultursektoren

Der Bund hat schon in den letzten Jahren durch Maßnahmen wie etwa der Reform des Gemeinnützigkeits- und Spendenrechts (durch damit einhergehende Steuerverluste quasi eine indirekte finanzielle Förderung) strukturell zur Verbesserung der Rahmenbedingungen des öffentlich geförderten und des intermediären Kultursektors beigetragen. Jedoch reicht dies nicht aus. Das hat die Kulturstiftung des Bundes dazu veranlasst, kürzlich einen „Fonds zur Stärkung des bürgerschaftlichen Engagements für die Kultur in neuen Bundesländern“ zu initiieren. Darüber hinaus gibt es jedoch noch weitere Möglichkeiten, die beiden nicht erwerbswirtschaftlichen Kultursektoren zu unterstützen. Im Rahmen der kommunikativen Funktion des Bundes zählt dazu etwa die verstärkte Werbung für die Gründung von Kulturstiftungen oder für ehrenamtliche Tätigkeiten in Kultureinrichtungen des öffentlich geförderten und intermediären Kultursektors. Insbesondere bieten sich dazu folgende Instrumente an (Übersicht 6.3.1) :

- *Die Anpassung des Haushalts-, bzw. Zuwendungs- und Steuerrechts der Kulturförderung an die heute stärker gemischte Finanzierungsstruktur der Träger im intermediären Kultursektor und deren verlässliche Unterstützung*

Zahlreiche Träger im intermediären Kultursektor haben sich vom „bürgerlichen Idealverein“ zu Dienstleistungsunternehmen mit einer hybriden Organisationsform und gemischter Finanzierungsstruktur entwickelt. Solche Einrichtungen geraten mit dem auf die Handlungslogik der öffentlichen Verwaltung zugeschnittenen Zuwendungsrecht nicht selten in Konflikt. Daher sollte das Zuwendungsrecht etwa hinsichtlich der Lockerung des Jährlichkeitsprinzips modifiziert werden. Dies erleichtert die Durchführung jahresübergreifender Vorhaben. Auch empfiehlt sich die Anerkennung von Möglichkeiten zur Bildung von Rücklagen, wodurch die wirtschaftliche Liquidität und Sicherheit der Kultureinrichtungen unterstützt wird. Ziel dieser und weiterer Maßnahmen ist es, die Wirksamkeit der Förderungen zu erhöhen, mehr Rechtssicherheit zu schaffen und den Verwaltungsaufwand für alle Beteiligten zu verringern. Dazu gehört auch, dass die Zuwendungsempfänger nicht durch überzogene Auflagen des Controllings in ihrer eigenständigen Aufgabenerfüllung behindert werden. Zudem sind die Träger des intermediären Kultursektors verlässlich zu unterstützen. Möglich ist dies etwa durch die Reduzierung von Haftungsrisiken der Vereinsvorstände (weitere zahlreiche Vorschläge enthält dazu die Studie des Deutschen Vereins zur Modernisierung und Entbürokratisierung des Zuwendungsrechts 2009).

- *Einrichtung eines Fonds für Künstler- und Atelierhäuser im Rahmen der Initiativen der Kulturstiftung des Bundes*

Die Kulturstiftung des Bundes unterstützt mit einer Reihe an selbst verwalteten Bundeskulturfonds einige ausgewählte Sparten, darunter die Darstellende Kunst und die Soziokultur. Angesichts der Bedeutung von Künstler- und Atelierhäusern für die Entwicklung nicht nur des Kunstmarkts, sondern auch manch anderer Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft, sollte in Anlehnung an die bestehenden Fonds und die erprobte Förderpraxis über Wettbewerbe mit bestimmten Themen zusätzlich ein Fonds für diese kulturellen Einrichtungen installiert werden. Die Fonds, die nach dem Prinzip der „Selbstverwaltung der Kunst“ in den 1980er Jahren etabliert wurden, eignen sich als intermediäre Instanzen in besonderer Weise für eine projektbezogene, prozess- und kontextorientierte Förderstrategie. Darüber hinaus wäre zu überprüfen, welche Möglichkeiten es bei Kooperationsprojekten der Kulturstiftung des Bundes gibt, um Leistungsträger des privaten Kultursektors in den Sparten Kunst, Musik und Darstellende Kunst adäquat zu berücksichtigen.

- *Ausweitung des Angebots für das „Freiwillige Soziale Jahr Kultur“ (FSJ Kultur) und für kulturbezogene Plätze des Bundesfreiwilligendienstes*

Ein breites bürgerschaftliches Engagement ist eine Voraussetzung für Basisinitiativen im Kulturbereich, jedoch ist das Interesse, sich freiwillig in öffentlich geförderten und intermediären Arbeitsfeldern zu engagieren, derzeit größer als das vorhandene Angebot und damit der derzeit zur Verfügung stehenden Finanzmittel (Deutscher Bundestag 2012). Um die Anzahl der Plätze für das „Freiwillige Soziale Jahr Kultur“ (FSJ Kultur) und für kulturbezogene Plätze des Bundes-

Übersicht 6.3.1: Handlungsfelder und Instrumente des Bundes zur Stärkung der nicht erwerbswirtschaftlichen Kultursektoren und deren Wirkung für die Angebots- und Nachfrageseite der Kultur- und Kreativwirtschaft

Handlungsfelder	Instrumente	
	angebotsorientiert	nachfrageorientiert
Stärkung der nicht erwerbswirtschaftlichen Kultursektoren	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Anpassung des Haushalts- und Zuwendungsrechts der Kulturförderung an die Tri-Sektoralität der Träger im intermediären Kultursektor und deren verlässliche Unterstützung ▪ Einrichtung eines Fonds für Künstler- und Atelierhäuser im Rahmen der Initiativen der Kulturstiftung des Bundes ▪ Überprüfung der Möglichkeiten zur Integration des privaten Kultursektors bei Kooperationsprojekten der Kulturstiftung des Bundes (z.B. im Theaterbereich) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ausweitung des Angebots für das „Freiwillige Soziale Jahr Kultur“ (FSJ Kultur) und für kulturbezogene Plätze des Bundesfreiwilligendienstes
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Identifizierung von Möglichkeiten zur Unterstützung des öffentlich geförderten und intermediären Kultursektors seitens der Kultur- und Kreativwirtschaft (z.B. durch Gründung regionaler Kulturfonds) ▪ Konzept für eine mehrjährige Mobilisierungsstrategie zur Gründung von Kulturstiftungen und zur ehrenamtlichen Tätigkeit in Kultureinrichtungen des öffentlich geförderten und intermediären Kultursektors 	
Unterstützung von Initiativen zur kulturellen Bildung und für ein kulturbezogenes Ausbildungsangebot	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ergänzung der für die Kultur- und Kreativwirtschaft bedeutsamen Wettbewerbe des Bundesministeriums für Bildung und Forschung ▪ Entwicklung ergänzender Berufsbilder für Tätige in Kulturberufen ▪ Überprüfung von Möglichkeiten der Vereinfachung arbeitsrechtlicher Regelungen bei Mehrfachbeschäftigung von Tätigen in Kulturberufen 	
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Anerkennung und Ausbau von Projekten der kulturellen Bildung bei gleichzeitiger Kopplung mit einer „Beschäftigungsinitiative Kulturberufe in der Bildung“ ▪ Initiierung von ergänzenden Modellprojekten der kulturellen Bildung (z.B. Games und Jugendliche mit Migrationshintergrund) 	
Anpassung der Förderprogramme des Bundes und der EU an die multipolare Anbieterstruktur im Kulturbereich	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Durchführung von integrierten Modellprojekten bei nationalen Programmen der Städtebauförderung ▪ Berücksichtigung des Kulturbereichs bei Programmen der EU 	

Quelle: *STADTart* / Institut für Kulturpolitik / HWWI 2012

freiwilligendienstes flächendeckend erhöhen zu können, bedarf es u.a. einer Verbesserung der Managementkapazitäten der Vereine. Da hauptamtliche Mitarbeiter/innen, die solche Tätigkeiten übernehmen könnten, oftmals nicht finanzierbar sind, empfiehlt sich die Schaffung von entsprechenden zeitlich befristeten Arbeitsplätzen. Dies könnte im Rahmen von Beschäftigungsprogrammen der Arbeitsmarktpolitik erfolgen. Zumindest wäre zu prüfen, wie die auf Landesebene bestehenden Einrichtungen der kulturellen Bildung bei ihrer Beratung der Vereine zur Schaffung eines erweiterten Angebots an Stellen im FSJ Kultur unterstützt werden können.

- *Identifizierung von Möglichkeiten zur Unterstützung des öffentlich geförderten und des intermediären Kultursektors seitens der Kultur- und Kreativwirtschaft*

Dass die Verantwortung für den öffentlich geförderten und den intermediären Kultursektor, Träger des kulturbezogenen Gemeinwesens als eine entwicklungsfördernde Rahmenbedingung der Kultur- und Kreativwirtschaft jenseits der gesetzlichen Anforderungen heute nicht mehr ausschließlich beim Staat liegen kann, hat eine zunehmende Anzahl an Unternehmen der Branche erkannt. Dies belegt die Verankerung von Konzepten zur Corporate Social Responsibility (CSR) in Geschäftsstrategien. Im Rahmen der nationalen CSR-Strategie des Bundes, an der auch Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft beteiligt sind, könnte seitens der Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes geprüft werden, welche Möglichkeiten die Unternehmen der Querschnittsbranche haben, den öffentlich geförderten und intermediären Kultursektor zu unterstützen. Dies könnte beispielsweise durch Vergabe von Preisen/Auszeichnungen oder durch die Förderung von Kultureinrichtungen erfolgen. Angesichts der Kleinteiligkeit der Kultur- und Kreativwirtschaft und der geringen Umsätze vieler Unternehmen und der daher auch geringeren frei verfügbaren Mittel sind die Möglichkeiten dazu im Unterschied zu anderen Wirtschaftsbranchen, wie etwa der Chemie- oder Automobilindustrie, nicht so stark ausgeprägt. Vielfach sind auch Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft schon in diesem Sinne tätig (z.B. im Rahmen von Sachspenden oder Vergünstigungen für die Träger der nicht erwerbswirtschaftlichen Kultursektoren). In Ergänzung dazu ist gemeinsam mit den Unternehmen zu erörtern, wie diese Form der Unterstützung auf eine nachhaltige Basis gestellt werden kann, etwa durch die Gründung nationaler teilmarktbezogener oder regionaler und teilmarktübergreifender Fonds der Projektförderung.

Unterstützung von Initiativen zur kulturellen Bildung und für ein kulturbezogenes Ausbildungsangebot

Initiativen zur Stärkung der kulturellen Bildung und für ein kulturbezogenes Ausbildungsangebot sind auf Bundesebene, wie Modellprojekte mit langer Tradition zeigen, grundsätzlich nicht neu und haben gerade in letzter Zeit durch neue Programme und Maßnahmen des Beauftragten für Kultur und Medien mit dem Fördertopf zur kulturellen Bildung und dem BKM-Preis Kulturelle Bildung sowie des Bundesministeriums für Bildung und Forschung (aktuell „Kultur macht stark. Bündnisse für Bildung“) eine neue Prominenz erfahren. In Ergänzung dazu bieten sich weitere Maßnahmen an (Übersicht 6.3.1).

- *Anerkennung und Ausbau von Projekten der kulturellen Bildung bei gleichzeitiger Kopplung mit einer „Beschäftigungsinitiative Kulturelle Bildung“*

Modellprojekte der kulturellen Bildung, wie etwa „Jedem Kind ein Instrument“, „Kulturagenten“, „Kultur und Schule“ etc. stoßen bei den Zielgruppen auf großes Interesse. Gleichzeitig eröffnen solche Modellprojekte vielen Musiker/innen und Künstler/innen ergänzende Möglichkeiten der Erwerbstätigkeit in ihrer jeweiligen Disziplin. Jedoch fehlt es vielfach noch an dafür qualifizierten Fachkräften. Durch eine nationale „Beschäftigungsinitiative Kulturelle Bildung“ könnten die Länder bei solchen, aber auch bei anderen Initiativen zur kulturellen Bildung, unterstützt werden. Ergänzend sollten faire Standards der Honorierung der Künstler/innen etabliert werden, um der Entwicklung eines „Prekariats“ in der Kultur- und Kreativwirtschaft und der Altersarmut entgegenzuwirken.

- *Initiierung von ergänzenden Modellprojekten zur kulturellen Bildung des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend*

Das Ministerium unterstützt im Rahmen des Kinder- und Jugendplans des Bundes seit Jahren die kulturelle Bildung auf vielfältige Weise. Vor allem hinsichtlich des interkulturellen und damit besonders zukunftsrelevanten Handlungsfeldes bieten sich gegebenenfalls Modellprojekte für die Gruppe der Jugendlichen mit Migrationshintergrund an. Bemerkenswert ist in diesem Zusammenhang, dass Kinder und Jugendliche aus diesen Milieus vielfach eine große Affinität zu den Produkten der Kreativwirtschaft, darunter der Musikwirtschaft und der Games-Industrie haben, und trotz in der Regel oftmals geringerer formaler Ausbildungsabschlüsse in diesen Genres besondere Kompetenzen aufweisen. In Modellprojekten könnte erprobt werden, wie bei Maßnahmen zur kulturellen Bildung auch das für die kulturelle Interessensbildung wichtige familiäre Umfeld und die vorschulischen Sozialisationsinstanzen einbezogen werden.

- *Ergänzung oder Modifikation der für die Kultur- und Kreativwirtschaft bedeutsamen Wettbewerbe des Bundesministeriums für Bildung und Forschung*

Die für die Kultur- und Kreativwirtschaft bedeutsamen Jugendwettbewerbe des Ministeriums (z.B. „Kunststudentinnen und Kunststudenten stellen aus“) oder die Modellversuche zur Entwicklung und Qualifizierung der kulturellen Bildung, wie etwa „Kultur und Bildung im Medienzeitalter (KuBiM)“, haben eine lange Tradition und zielen vorwiegend darauf ab, Kunststudenten den Eintritt in das Berufsleben zu erleichtern oder die kulturelle Bildung an das Medienzeitalter anzupassen. In Ergänzung dazu sollten weitere Möglichkeiten des Übergangs zwischen Ausbildung und beruflicher Tätigkeit in der Kultur- und Kreativwirtschaft thematisiert werden. Das neue Programm „Kultur macht stark. Bündnisse für Bildung“, das explizit auf die Aktivierung ehrenamtlichen Engagements ausgerichtet ist, setzt eher an der Nachfrageseite an und dürfte sich über die damit vermittelten Kompetenzen perspektivisch eher auf die Nachfrage nach Kulturangeboten auswirken.

- *Anpassung der universitären Ausbildung im Kulturbereich an die Beschäftigungswirklichkeit in der Kultur- und Kreativwirtschaft und Entwicklung neuer Berufsbilder:*

Es gibt derzeit ca. 350 universitäre Studiengänge im Bereich der Kultur vermittelnden Berufe. Viele davon orientieren sich in ihrer Ausbildung an dem Idealbild eines Daseins als Künstler/in, für das es im privaten Kultursektor nicht im entsprechenden Umfang adäquate Beschäftigungs- und Verdienstmöglichkeiten gibt. Hier wäre es sinnvoll, bestehende Ausbildungs- und Beschäftigungssysteme stärker aufeinander zu beziehen, ohne die Freiheit von Forschung und Lehre an den Hochschulen einzuschränken. Auch wenn die Hochschulpolitik Sache der Länder ist, kann auch der Bund unterstützend tätig werden. So wäre es denkbar, im Rahmen eines Modellversuchs des Bundesministeriums für Bildung und Wissenschaft Berufsbilder und Qualifikationsprofile zu entwickeln, die weitere Beschäftigungsmöglichkeiten in der Kultur- und Kreativwirtschaft eröffnen. Daran könnten sich dann die Studiengänge der Hochschulen orientieren.

Anpassung der Förderprogramme des Bundes und der EU an die multipolare Anbieterstruktur im Kulturbereich

Mit Hilfe von Förderprogrammen des Bundes bzw. der Länder sowie der EU sind in den vergangenen Jahrzehnten in den Städten und Gemeinden eine Vielzahl an Einrichtungen im öffentlich geförderten und im intermediären Kultursektor unterstützt worden, zumeist im Kontext eines eher etatistischen bzw. zivilgesellschaftlich organisierten Verständnisses der kulturellen Daseinsvorsorge. Zukünftig sollten diese Programme so modifiziert werden, dass sie unter Einbezug der Kultur- und Kreativwirtschaft auch der heutigen multipolaren Anbieterstruktur im Kulturbereich gerecht werden.

- *Durchführung von integrierten Modellprojekten bei nationalen Programmen der Städtebauförderung*

Programme der Städtebauförderung des Bundesministeriums für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung, wie etwa „Aktive Städte und Ortsteilzentren“, setzen schon heute sehr weitgehend auf die multipolare Anbieterstruktur im Kulturbereich und berücksichtigen explizit die Kultur- und Kreativwirtschaft. Jedoch könnte dieser Ansatz durch Modellprojekte auch für andere Programme (z.B. „Bildung, Wirtschaft im Quartier“) und vor allem für die Kommunen im ländlichen Raum noch besser verdeutlicht werden.

- *Berücksichtigung des Kulturbereichs bei Programmen der EU*

Die Europäische Kommission beabsichtigt bei ihrem Vorschlag für das Programm „Kreatives Europa“, die europäische Kulturförderung ab 2014 stärker für die Kultur- und Kreativwirtschaft zu öffnen. Der Vorschlag sieht eine Bündelung der bisherigen EU-Programme MEDIA und KULTUR sowie einen zusätzlichen Bürgerschaftsfonds vor, der Kredite an die Kultur- und Kreativwirtschaft absichern und mit rund 210 Mio. Euro ausgestattet werden soll. Dies ist im Grundsatz zu begrüßen. Es sollte jedoch dafür Sorge getragen werden, dass zivilgesellschaftliche Akteure dadurch nicht benachteiligt werden und die Bedingungen der hybriden Organisations-

strukturen und der gemischten Finanzierungsformen dieser Akteure berücksichtigt werden. Ferner sollte die Bundesregierung sich in Brüssel unter Verweis auf die Ergebnisse des Forschungsgutachtens dafür einsetzen, dass der Zugang aus der Kultur- und Kreativwirtschaft zu den wesentlich umfangreicheren Strukturfonds wie dem Europäischen Fonds für regionale Entwicklung (EFRE) und dem Europäischen Sozialfonds (ESF) erleichtert wird.

Die vorgestellten, jedoch oftmals in verschiedenen Bundesministerien angesiedelten Instrumente zur Stärkung der Kultur- und Kreativwirtschaft durch Kulturpolitik machen deutlich, dass dafür sektorübergreifende Kooperationsstrukturen erforderlich sind, etwa in Form eines interministeriell zusammengesetzten Arbeitskreises. Solche, in Ländern wie beispielsweise den Niederlanden etablierten Kooperationsstrukturen sind eine wichtige Voraussetzung für die erforderliche konzertierte, systematische und netzwerkorientierte Herangehensweise.

Da Kulturpolitik in Deutschland einem arbeitsteiligen Verantwortungs- und Steuerungssystem zwischen Bund, Ländern und Kommunen unterliegt, bedarf es neben den vorgeschlagenen Maßnahmen auf Bundesebene auch entsprechender Initiativen seitens der Bundesländer und der Gemeinden. Dies ist auch erkannt und einige Bundesländer bzw. Kommunen haben in den letzten Jahren eine Reihe an Maßnahmen initiiert, etwa zur Förderung der kulturellen Bildung oder auch zur Verbesserung des Übergangs zwischen Studium und Beruf im Kulturbereich. Jedoch bieten sich ihnen angesichts ihrer Aufgabenstellung noch weitere Möglichkeiten an, die Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft in den Ländern und Kommunen durch integrierte Initiativen zur Verbesserung der kulturellen Rahmenbedingungen nachhaltig zu unterstützen.

Literatur

Adorno, Theodor (1969): Einleitung in die Musiksoziologie. Frankfurt.

Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland (ARD) (2010): ARD-Jahrbuch 10.

Arbeitsgemeinschaft Kulturwirtschaft (1998): Kulturwirtschaft in Nordrhein-Westfalen. Kultureller Arbeitsmarkt und Verflechtungen. 3. Kulturwirtschaftsbericht NRW. Ministerium für Wirtschaft, Mittelstand und Technologie des Landes Nordrhein-Westfalen (Hg.). Düsseldorf.

Arbeitsgemeinschaft Kulturwirtschaft NRW (2007): Kultur- und Kreativwirtschaft: Wettbewerb – Märkte – Innovationen. 5. Kulturwirtschaftsbericht NRW. Ministerium für Wirtschaft, Mittelstand und Energie des Landes Nordrhein-Westfalen (Hg.). Düsseldorf.

Ashworth John; Peter Johnson (1996): Sources of „Value for Money“ for Museums Visitors: Some Surves Evidenc. In: Journal of Cultural Economics. Vol. 20. No. 1. 1996. 67-83.

Baumol, William J.; William G. Bowen (1966): Performing Arts – The Economic Dilemma. A Study of Problems common to Theatre, Opera, Music and Dance. New York.

Behr, Vera; Friedrich Gnad; Klaus R. Kunzmann (1990): Kulturwirtschaft in der Stadt. Dortmund der Beiträge zur Raumplanung. Bd. 53. Dortmund.

Bendixen, Peter (1998): Einführung in die Kultur- und Kunstökonomie. Opladen/Wiesbaden.

Benkert, Wolfgang (1989): Zur Kritik von Umwegrentabilitätsrechnungen im Kulturbereich. In: Behr, Vera; Gnad, Friedrich; Kunzmann, Klaus R. (Hg.): Kultur, Wirtschaft, Stadtentwicklung. Dortmund Beiträge zur Raumplanung. Bd. 51. Dortmund. 29-36.

Blumenreich, Ulrike (Hg.) (2011): Arbeitsmarkt Kultur. Ergebnisse des Forschungsprojektes „Studium – Arbeitsmarkt – Kultur“, Bonn: Institut für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft (Materialien 13).

BMBF - Bundesministerium für Bildung und Forschung (Hg.) (2012): Bildung in Deutschland 2012. Ein indikatorengestützter Bericht mit einer Analyse zur kulturellen Bildung im Lebenslauf. Berlin/Bielefeld.

BMVBS - Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung (Hg.) (2011): Kultur- und Kreativwirtschaft in Stadt und Region. Berlin.

BMWi - Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie / Der Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und Medien/Initiative Kultur- & Kreativwirtschaft der Bundesregierung (Hg.) (2009a): Die darstellenden Künste im Spiegel der Kultur- und Kreativwirtschaftsberichte der Länder und Städte in Deutschland, Berlin: BMWi.

BMWi - Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie / Der Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und Medien/Initiative Kultur- & Kreativwirtschaft der Bundesregierung (Hg.) (2009b): Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft. Branchenhearing Markt für darstellende Künste (22. Januar 2009 Schauspielhaus Bochum), Berlin: BMWi.

BMWi - Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie / Initiative Kultur- & Kreativwirtschaft der Bundesregierung(Hg.) (2010): Monitoring zu wirtschaftlichen Eckdaten der Kultur- und Kreativwirtschaft, Berlin: BMWi (Forschungsbericht Nr. 594).

Bolwin, Rolf (2010): Theater und Orchester gestern, heute, morgen – Eine Welt der Kunst in Zahlen, in: Institut für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft (Hg.) (2010): Jahrbuch für Kulturpolitik 2010, Thema: Kulturelle Infrastruktur, Bonn/Essen: Kulturpolitische Gesellschaft/Klartext Verlag. 137–143.

Bork, Magdalena (2010): Traumberuf Musiker? Herausforderungen an ein Leben für die Kunst. Mainz.

Bourdieu, Pierre (1983): Ökonomisches Kapital – Kulturelles Kapital – Soziales Kapital. In: Reinhard Kreckel (Hg.): Soziale Ungleichheiten (Soziale Welt Sonderband 2). S. 183-198. Göttingen.

Brodbeck, Karl-Heinz; Marlies Hummel (1991): Musikwirtschaft. München.

Bruhn, M. (2010): Sponsoring, Systematische Planung und integrativer Einsatz, Wiesbaden.

Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (2010): Hauptbericht des Freiwilligensurveys 2009. Vorgelegt von TNS Infratest Sozialforschung. München.

Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (2009): Kultur und Kreativwirtschaft: Ermittlung der gemeinsamen charakteristischen Definitionselemente der heterogenen Teilbereich der Kulturwirtschaft zur Bestimmung ihrer Perspektiven aus volkswirtschaftlicher Sicht. Endbericht. Gutachten von Michael Söndermann, Christoph Backes, Olaf Arndt, Daniel Brünik. Berlin.

Bundesverband der Jugendkunstschulen und Kulturpädagogischen Einrichtungen e.V. (Hg) (2011): Phantasie fürs Leben. Jugendkunstschulen in Deutschland. Ergebnisse der bundesweiten Datenerhebung 2007 des bjke e.V. Unna.

Bundesverband der Musikindustrie (2012a): Pressemitteilung des Bundesverbandes der Musikindustrie vom 19.4. 2012.

Bundesverband der Musikindustrie (2012b): Pressemitteilung des Bundesverbandes der Musikindustrie vom 16.04.2012.

Bundesverband Deutscher Stiftungen (2008): Verzeichnis Deutscher Stiftungen, Band 1 Zahlen, Daten, Fakten, Berlin.

Bundesverband Deutscher Stiftungen, Körber-Stiftung (Hg.) (2010): Kurzstudie Engagementförderung durch Stiftungen in Deutschland, Berlin.

Bundesvereinigung Soziokultureller Zentren (2010): Soziokulturelle Zentren in Zahlen. Statistischer Bericht 2011.

Busemann, Katrin; Gscheidle, Christoph (2011): Web 2.0: Aktive Mitwirkung verbleibt auf niedrigem Niveau. Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2011. In: Media Perspektiven 7-8/2011. S. 360-369.

Busemann, Katrin; Bernhard Engel (2012): Wandel der Mediennutzungsprofile im Zeitalter des Internets. In: Media Perspektiven 3/2012. 133-146.

Creative Business Consult, KWF, Prognos (2009): Kultur- und Kreativwirtschaft. Ermittlung der gemeinsamen charakteristischen Definitionselemente der heterogenen Teilbereiche der „Kulturwirtschaft“ zur Bestimmung ihrer Perspektiven aus volkswirtschaftlicher Sicht. Dokumentation 577. Köln, Bremen, Berlin.

Danielzyk, Rainer; Ebert, Ralf (2011): Kultur- und Kreativwirtschaft im Ruhrgebiet – Situation, Perspektiven und raumbezogenen Ansätze. In: Planerin Heft 1_11.

Deutsche Orchestervereinigung; Zentrum für Kulturforschung (2011): Präsentation des 9. Kulturbarometers. 20.09.2011. Berlin

Deutscher Bühnenverein (2010): Theaterstatistik 2008/2009. Deutschland, Österreich, Schweiz, Köln.

Deutscher Bundestag (2002): Bericht der Enquete-Kommission „Zukunft des Bürgerlichen Engagements“, Drucksache 14/8900, Berlin.

Deutscher Bundestag (2007): Drucksache 16/7000, Schlussbericht der Enquete-Kommission „Kultur in Deutschland“, Berlin.

Deutscher Bundestag (2009): Drucksache 16/13348. Kulturausgaben von Bund, Ländern und Gemeinden. Antwort der Bundesregierung auf die Kleine Anfrage der Abgeordneten Christoph Waitz, Hans-Joachim Otto (Frankfurt), Jens Ackermann, weiterer Abgeordneter und der Fraktion der FDP. Berlin.

Deutscher Bundestag (2012): Expertengespräch zur aktuellen Situation beim Bundesfreiwilligendienst sowie bei den Jugendfreiwilligendiensten FSJ und FÖJ vom 29.2.2012. Ausschuss für Familie, Senioren, Frauen und Jugend. Unterausschuss „Bürgerschaftliches Engagement“. Protokoll 17/22. Berlin.

Deutscher Journalisten Verband (2009): Arbeitsbedingungen freier Journalisten. Bericht zu einer Umfrage unter freien Journalisten, Ausgabe 02/2009.

Deutscher Kulturrat (Hg.) (2006): Politik und Kultur. Nr. 05/06

Deutscher Kulturrat (Hg.) (2007): Die Kirchen, die unbekannte kulturpolitische Macht. Berlin.

Deutscher Kulturrat (Hg.), Schulz, G., Ernst, S., Zimmermann, O. (2009): Der WDR als Kulturakteur, Berlin.

Deutscher Musikrat (2010): Musik in der Kirche, Bonn

Deutsches Zentralinstitut für soziale Fragen (Hg.) (2010): Spendenbericht Deutschland 2010, Berlin.

Dorenkamp, Ansgar (2010): Blockierte Clusterbildung. Berlin/Münster.

DOV - Deutsche Orchestervereinigung (2011a): Deutsche Orchester – Erstmals weniger als 10.000 Planstellen. Bericht vom 26.01.2011. Quelle: <http://www.dov.org/pressereader/items/334.html>; Zugriff 10.9.2011.

DOV - Deutsche Orchestervereinigung (2011b): Alphabetische Aufstellung der deutschen Kulturorchester mit Eingruppierung und ausgewiesenen Planstellen. Quelle: DOV – Deutsche Orchestervereinigung (2011a). Quelle: http://sub1.dov.org/tl_files/pdf/Infos%20&%20Publikationen/DOV_Orchesteraufstellung.pdf; Zugriff 10.9.2011.

DOV - Deutsche Orchestervereinigung (2011c): Pressemitteilung - Deutscher Konzertmarkt stabil. Januar 2011. Berlin.

Dümcke, Cornelia (2009): Die darstellenden Künste im Spiegel der Kultur- und Kreativwirtschaftsberichte der Länder und Städte in Deutschland. Berlin: Bundesministerium für Wirtschaft

und Technologie/BKM/Initiative Kultur- & Kreativwirtschaft der Bundesregierung (auch in: Fonds Darstellende Künste (Hg.) (2010)).

Ebert, Ralf; Friedrich Gnad, Klaus R. Kunzmann (1992): Partnerschaften für die Kultur: Chancen und Gefahren für die Stadt. Dortmunder Beiträge zur Raumplanung. Bd. 57. Dortmund.

Ebert, Ralf (2008): „Kreative Räume“ der Kultur- und Kreativwirtschaft in der Hierarchie der Städte und Anforderungen an eine zukunftsorientierte Stadtpolitik. In: Institut für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft (Hg.): Jahrbuch für Kulturpolitik 2008.

Eickhoff, Mechthild (2010): Irgendwas mit Kunst und Kindern. 40 Jahre Jugendkunstschulen in Deutschland. In: Institut für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft (Hg.) (2010): Jahrbuch für Kulturpolitik 2010, Thema: Kulturelle Infrastruktur. Bonn/Essen. 189-198.

Enquete-Kommission des Deutschen Bundestages (2007): Kultur in Deutschland. Veröffentlicht in Drucksache 16/7000 vom 11.12.2007 im Deutschen Bundestag. Berlin.

Ferchhoff, Prof. Dr. Wilfried (2002): Aufwachsen von Jugendlichen zu Beginn des 21. Jahrhunderts. Veränderte kulturelle Erziehungs- und Sozialisationsbedingungen. In: Cool – Kult – Kunst?! Jugendliche als Kulturpublikum. Dokumentation der Tagung der Stiftung Kunst und Kultur des Landes NRW in Kooperation mit dem Kulturrat NRW am 3. & 4.7.2002

Fischer, R. (2008): Kirche und Zivilgesellschaft, Probleme und Potentiale, Stuttgart.

Florida, Richard (2002): The Rise of the Crative Class – and how it's transforming work, leisure, community and every day life. New York.

Fohrbeck, Karla; Andreas Johannes Wiesand (1989): Der WDR als Kultur- und Wirtschaftsfaktor. Band 7 der Analen des Westdeutschen Rundfunks. Köln, Stuttgart, Berlin.

Fonds Darstellende Künste (Hg.) (2010): Report Darstellende Künste. Wirtschaftlich, soziale und arbeitsrechtliche Lage der Theater- und Tanzschaffenden in Deutschland. Bonn/Essen: Kulturpolitische Gesellschaft/Klartext Verlag.

Fonds Darstellende Künste (Hrgs.) (2007): Freies Theater in Deutschland. Förderstrukturen und Perspektiven. Bonn/Essen: Kulturpolitische Gesellschaft/Klartext Verlag

Frees, Beate; van Eimeren, Birgit (2011): Bewegtbildnutzung im Internet 2011: Mediatheken als Treiber. Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2011. In: Media Perspektiven 7-8/2011. S.350-359

Friebe, Holm; Bastian Lange (2010): Innovationsökologien. Vier Szenarios für die Kultur- und Kreativwirtschaft in NRW 2020.

Frucht, S., von Reden, F. (2009): Kultursponsoring, in Stiftung & Sponsoring, Das Magazin für Nonprofit-Management und -Marketing, Ausgabe 1/2009.

GfK - Gesellschaft für Konsumforschung (2011): Konsumstudie des Veranstaltungsmarktes 2011. Zusammengefasst in Pressemeldung des Branchenmagazins „Musikmarkt“ vom 26.7.2012.

Glaser, Hermann (1994): Der Ärger mit dem Theater. In: Popp, Sebastian/Wagner, Bernd (Hg.): Das Theater und sein Preis. Beiträge zur Theaterreform. Frankfurt am Main/Hagen. S. 7-15.

Glaser, Hermann; Stahl, Karl Heinz (1974/1983): Bürgerrecht Kultur, Frankfurt am Main/Berlin/Wien.

Gnad, Friedrich (1994): Musik, Wirtschaft und Stadtentwicklung. Dortmund.

Göddecke-Stellmann, Adam (2002): Metropolregionen – Konzepte, Definitionen, Herausforderungen.

Göschel, Albrecht (1991): Wandel des Kulturbegriffes. In: Institut für Kulturwissenschaft an der Humboldt-Universität zu Berlin; KulturInitiative '89 (Hg.): Kultureller Wandel bei den Deutschen. Berlin.

Graw, Isabelle (2008). Der große Preis. Kunst zwischen Markt und Celebrity Kultur. Dumont.

Griesebach (2000): Das kann doch jeder – Ein Museumsdirektor sagt, was Kunst museumswürdig macht. Interview von Lilli Binzegger mit Museumsdirektor Grisebach. In NZZ Folio 10/00. Zürich.

Hadamczik, Dieter (2004): Die Bedeutung der Städte mit Theatergastspiel für die deutsche Theaterszene. In: Institut für Kulturpolitik (Hg.): Jahrbuch für Kulturpolitik 2004. Thema Theaterdebatte, Essen 2004. S. 248-255.

Hagedorn-Saupe, Monika (2010): Entwicklung der Museumslandschaft in Deutschland seit 1990. In: Institut für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft (Hg.) (2010): Jahrbuch für Kulturpolitik 2010, Thema: Kulturelle Infrastruktur, Bonn/Essen: Kulturpolitische Gesellschaft/Klartext Verlag. 177–196.

Hamburg Kreativgesellschaft (2012): Kreativwirtschaftsbericht 2012 für Hamburg. Hamburg.

Herborn, Klaus (2008): Kulturpolitik und Kulturwirtschaft aus Sicht der Städte. In: Institut für Kulturpolitik (Hg.): Jahrbuch für Kulturpolitik 2008. 195-203.

Hofecker Franz-Otto (2010): Kulturfinanzierungsanalyse im internationalen Vergleich. In: Institut für Kulturpolitik (Hg.): Jahrbuch für Kulturpolitik 2008. 417-429.

Hoffmann-Ostenhoff, Susanna (2009): Die Geschichte der Kunstmessen. Masterthesis. Wien.

Horkheimer Max; Theodor Adorno (1969): Dialektik der Aufklärung. Frankfurt.

HR - Hessischer Rundfunk (2011b): Jahresbericht 2010, Frankfurt.

Hummel, Marlies; M. Berger (1988): Die volkswirtschaftliche Bedeutung von Kunst und Kultur. Berlin, München.

Hummel, Marlies; M. Berger (1989): In: Behr, Vera; Friedrich Gnad, Klaus R. Kunzmann (Hg.): Kultur, Wirtschaft, Stadtentwicklung. Dortmunder Beiträge zur Raumplanung. Bd. 51. Dortmund. S. 13-27.

Hummel, Marlies (1989): Die volkswirtschaftliche Bedeutung des Urheberrechts. Berlin, München.

Hummel, Marlies (2005 und 2008): Die wirtschaftliche und soziale Situation bildender Künstlerinnen und Künstler.- Ergebnisse der BBK Umfrage 2004/2005 und 2007/2008. Königswinter.

Hutter, Michael (1992): Die Bildende Kunst und ihre Wirtschaft. Zitiert in: Knebel, Christian (2004): Preisindexerstellung für Bildende Kunst. Ein Überblick über den Stand der Forschung. Dipl.-Arbeit. Witten.

ILS, STADTart (2008): Kreative Ökonomie und Kreative Räume: Kultur und Kreativwirtschaft in der integrierten Stadtentwicklung. Ministerium für Bauen und Verkehr des Landes Nordrhein-Westfalen. Dortmund.

Initiative Bürgerstiftungen (2011): Die Bürgerstiftungen in Zahlen. Stand: 23.09.2011.

Initiative Musik gGmbH (Hg.) (2011): Spielstättenreport 2010/2011. Befragung zur Situation von Musik-Spielstätten in Deutschland. Berlin.

Institut für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft (Hg.) (2004): Jahrbuch für Kulturpolitik 2004, Thema: Theaterdebatte, Bonn/Essen: Kulturpolitische Gesellschaft/Klartext Verlag.

Institut für Museumsforschung (2009): Statistische Gesamterhebung an den Museen der Bundesrepublik Deutschland für das Jahr 2008. Berlin.

Institut für kulturelle Infrastruktur Sachsen (2005): Gutachten für die Enquête-Kommission Kultur des Deutschen Bundestages EK-Kultur, K.-Drs. 15/323b.

Institut für öffentliche Dienstleistungen und Tourismus (2000): Die wirtschaftlichen Effekte von LUCERNE FESTIVAL. Universität St.Gallen. Schlussbericht.

Katholische Kirche in Deutschland (2011a): Zahlen und Fakten 2010/2011, Arbeitshilfe 249, Bonn.

Ketels, Christian (2007): Wege zu mehr Wettbewerbsfähigkeit. Stärken stärken durch clusterorientierte Wirtschaftspolitik. In: *RATIO*. Neues vom RKW Baden-Württemberg. 13. Jg. Nr. 4. 7-11.

Keuchel, Susanne; Larue, Dominic (2012): Das 2. Jugend-KulturBarometer. Zwischen Xavier Naidoo und Stefan Raab.

Kirchenamt der EKD (2010a): Evangelische Kirche in Deutschland, Kirchenmitgliederzahlen am 31.12.2009, Hannover.

Kirchenamt der EKD (2010b): Evangelische Kirche in Deutschland, Zahlen und Fakten zum kirchlichen Leben, Hannover.

Klein, Armin (2010): Zwischen Markt, Staat und (Zivil)-Gesellschaft. Komplexe Arenen und gemischte Strukturen im kulturellen Bereich. In: Institut für Kulturpolitik (Hg.): *Jahrbuch für Kulturpolitik 2008*. 45-59.

Knoblich, Tobias J. (2010): Kulturelle Infrastruktur in Sachsen und ihre Entwicklung seit 1990. In: Institut für Kulturpolitik der kulturpolitischen Gesellschaft e.V. (2010): *Jahrbuch für Kulturpolitik 2010*. Band 10. Bonn.

Kocks, Martina (2007): Infrastrukturentwicklung im Zeichen der Schrumpfung. Neuordnungen und Dienstleistungen. In: *Kulturpolitische Mitteilungen* Nr. 117, II/2007. Zeitschrift für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft. Bonn.

Konrad, Elmar D. (2010): *Kulturmanagement und Unternehmertum*. Stuttgart.

Kraemer, Klaus; Nessel, Sebastian (2011): Abwanderung von Märkten. Konsumentenpraxis und der Wandel des Musikmarktes. In: *Leviathan*, 4/2011, S. 541-565

Krätke, Stefan (2002): *Medienstadt – Urbane Cluster und globale Zentren der Kulturproduktion*. Opladen.

Kröger, Franz (2010): Kultur in Nordrhein-Westfalen. In: Institut für Kulturpolitik der kulturpolitischen Gesellschaft e.V. (2010): Jahrbuch für Kulturpolitik 2010. Band 10. Bonn.

Kultusministerkonferenz (2006): Einheitliche Prüfungsanforderungen in der Abiturprüfung. Darstellendes Spiel, Bonn: KMK (Beschluss der Kultusministerkonferenz vom 16.11.2006).

Laber, Niki (2011): Interview zur Bedeutung der Musik für die Gamesindustrie. In: Wirtschaftsagentur Wien (Hg): focus Musik. White paper. Wien.61-62. Wien

LAG – Landesarbeitsgemeinschaft Soziokultureller Zentren (2011): Soziokulturelle Zentren in Zahlen. NRW-Bericht 2011.

Lange, Bastian; Anne von Streit; Markus Hesse (o.J.): Kultur- und Kreativwirtschaft in Stadt und Region. Heft des Bundesinstituts für Bau-, Stadt- und Raumforschung. Bonn.

Lütke, Petra (2006): Kreative Produktionsmilieus in der Film- und Fernsehwirtschaft – Content-Produktion in Köln. Berlin, Münster.

Media Perspektiven (2011): Basisdaten. Daten zur Mediensituation in Deutschland 2011.

Ministerium für Wirtschaft und Arbeit des Landes Sachsen-Anhalt (Hg) (2007): Kulturwirtschaftsbericht Sachsen-Anhalt 2006. 2. Kulturwirtschaftsbericht.

Müller, Hans-Joachim (2012): Vom Genie zum Star. Hans-Joachim Müller über das gewandelte Bild vom Künstler. In: Kunstzeitung. Nr. 188. 4/12.

Müller, Thorsten; Beisch, Natalie (2011): Onlinenutzung von Migranten. Ergebnisse der ARD/ZDF-Studie Migranten und Medien 2011. In: Media Perspektiven 10/2011. S.493-503.

Moßig, Ivo (2004): Studien zur Wirtschaftsgeographie. Standortstruktur und Produktionssystem in den Medienclustern München und Köln – Das Beispiel der Produktion von TV-Sendungen

Moßig, I. (2006): Netzwerke der Kulturökonomie: Lokale Knoten und globale Verflechtungen der Film- und Fernsehindustrie in Deutschland und den USA. Bielefeld.

MWME -Ministerium für Wirtschaft, Mittelstand und Energie (Hg.) (2007): 5. Kulturwirtschaftsbericht. Kultur- und Kreativwirtschaft. Wettbewerb, Märkte, Innovationen. Düsseldorf

MWMEV - Ministerium für Wirtschaft und Mittelstand, Energie und Verkehr des Landes Nordrhein-Westfalen (Hg.) (2002): Konzept-Entwicklung und Organisation eines Aktionsprogramms

Kulturwirtschaft 2000. Abschlußbericht - Teil 1 Kunstmarkt. Düsseldorf. Unveröffentlichte Studie.

MWMTV - Ministerium für Wirtschaft und Mittelstand, Technologie und Verkehr (Hg.) (1995): 2. Kulturwirtschaftsbericht. Kultur- und Medienwirtschaft in den Regionen Nordrhein-Westfalens. Düsseldorf.

MWMTV - Ministerium für Wirtschaft und Mittelstand, Technologie und Verkehr (Hg.) (1998): 3. Kulturwirtschaftsbericht. Kulturwirtschaft in Nordrhein-Westfalen: Kultureller Arbeitsmarkt und Verflechtungen. Düsseldorf.

Pérez, Gabriel (2010): Köln ist als Kunststadt vom WDR durch und durch geprägt. Interview von Stefanie Ernst. In: Deutscher Kulturrat (2010): Künstlerleben: Zwischen Hype und Havarie. Berlin. 54-55.

Plan Stiftungszentrum (2011): Steuervorteile für Stifter. Abgerufen von: www.planstiftungszentrum.de (zugegriffen am 05.10.2011).

Porter, Michael E. (1999): Cluster und Wettbewerb: neue Aufgaben für Unternehmen, Politik und Institutionen. Porter, Michael E. (Hg.): Wettbewerb und Strategie. München, 207-301.

Porter, Michael E. (2000): Locations, Clusters and Company Strategy. In: Clark, G.L.; Feldmann, M.P.; Gertler, M.S. (Hg.): The Oxford Handbook of Economic Geography. New York, 253-274.

Priller, E., Sommerfeld, J. (Hg.), (2009), Spenden in Deutschland, Berlin

Ratzenböck, Veronika; Anja Lunstraß (2008): Der Weg der Kreativwirtschaft/ Creative Industries in Österreich. Perspektiven für eine integrierte Kultur-, Wirtschafts- und Beschäftigungspolitik. In: Institut für Kulturpolitik (Hg.): Jahrbuch für Kulturpolitik 2008. 251-259.

Reicher, Christa; Katharina Heider; Sven Schlickewei; Sabrina Schröter; Johannes Waldmüller (Hg.) (2011): Kreativwirtschaft und Stadt. Dortmunder Beiträge zur Raumplanung. Bd. 138. Dortmund

Rehfeld, Dieter, 2005: Perspektiven des Clusteransatzes. Zur Neujustierung der Strukturpolitik zwischen Wachstum und Ausgleich.: Institut Arbeit und Technik. IAT-Report 2005-06. Gelsenkirchen.

Scheytt, Oliver (2005): Kommunales Kulturrecht: Kultureinrichtungen, Kulturförderung und Kulturveranstaltungen. München.

Scheytt, Oliver (2010a): Investments in die Kultur – Das Zusammenwirken von Staat, Markt und Zivilgesellschaft. In: Lynen, Peter, M. (2010): CIAM – III 2008/2009. 50-61.

Scheytt, Oliver (2010b): Pflichtaufgabe, Grundversorgung und kulturelle Infrastruktur – Begründungsmodelle der Kulturpolitik. In: Institut für Kulturpolitik der kulturpolitischen Gesellschaft e.V. (2010): Jahrbuch für Kulturpolitik 2010. Band 10. Bonn.

Schlickewei, Sven; Sabrina Schröter; Johannes Waldmüller (2011): Kreativwirtschaft. In: Kreativwirtschaft und Stadt. Konzepte und Handlungsansätze zur Stadtentwicklung. Dortmunder Beiträge zur Raumplanung. Bd. 138. Dortmund. 17-52)

Schneider, Wolfgang (Hg.) (2009): Theater und Schule. Ein Handbuch zur kulturellen Bildung. Bielefeld. transcript Verlag.

Schulz, Gabriele; Olaf Zimmermann (2009): Der WDR als Kulturakteur. Berlin.

Schwarz, F. (2005): Wirtschaftsimperium Kirche. Der mächtigste Konzern Deutschlands, Frankfurt am Main

Scott, A.J. (2004): Cultural products industries and urban economic development: Prospects for growth and market contestation in global context. In: Urban Affairs Review, 39 (4) S. 461-490
Sekretariat der Deutschen Bischofskonferenz (Hg.) (2007): Kirche und Kultur, Arbeitshilfe 212, Bonn

Sekretariat der Deutschen Bischofskonferenz (Hg.) (2007): Kirche und Kultur. Arbeitshilfe 212. Bonn.

Senatsverwaltung Berlin – Senatsverwaltung für Wirtschaft, Technologie und Frauen, Der Regierende Bürgermeister von Berlin, Senatskanzlei – Kulturelle Angelegenheiten, Senatsverwaltung für Stadtentwicklung (Hg.) (2008): Kulturwirtschaft in Berlin. Entwicklungen und Potenziale. Berlin.

Sewczyk, Jürgen; Wenk, Holger (2012): Mehr als Fernsehen: Smart-TV, HbbTV & Co. Ein Überblick zu hybriden Geräten, konvergenten Diensten und innovativen TV-Trends. In: Media Perspektiven 4/2012. S.178-188

Siebel, Walter (2008): Was macht eine Stadt kreativ? In: Institut für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft (Hg.): Jahrbuch für Kulturpolitik 2008, Thema: Kulturwirtschaft und kreative Stadt, Bonn/Essen: Kulturpolitische Gesellschaft/Klartext Verlag. 273-284.

Sievers, Norbert (1998): Kooperative Kulturpolitik. Zauberformel oder Zukunftschance? In: Kulturpolitische Mitteilungen, Heft 83 (IV) 1998. 32-38.

Sievers, Norbert (2009): Kultur & Alter. Herausforderungen und Handlungsoptionen für die Kulturpolitik angesichts des demografischen Wandels. In: Hausmann, Andrea; Körner, Jana: Demografischer Wandel und Kultur. Veränderungen im Kulturangebot und der Kulturnachfrage.

Söndermann, Michael et. al. (2009): Kultur und Kreativwirtschaft. In: Institut für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft (Hg.): Jahrbuch für Kulturpolitik 2009. Thema: Erinnerungskultur und Geschichtspolitik, Essen: Klartext Verlag. 397-416. (Kurzfassung des Forschungsgutachtens „Kultur und Kreativwirtschaft der Bundesregierung 2009“ im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie, siehe BMWi 2009).

Söndermann, Michael (2009): Leitfaden zur Erstellung einer statistischen Datengrundlage für die Kulturwirtschaft und eine länderübergreifende Auswertung kulturwirtschaftlicher Daten, Endfassung für die Ad-hoc-Arbeitsgruppe Kulturwirtschaft der Wirtschaftsministerkonferenz, Köln.

Söndermann, Michael (2010): Monitoring zu wirtschaftlichen Eckdaten der Kultur- und Kreativwirtschaft 2009, Forschungsbericht Nr. 594, Berlin.

Sponsor Visions (2010): Studie Sponsor Visions 2010. Abgerufen von www.faspo.de (zugegriffen am 06.10.2011).

STADTart; Dr. Kunzmann, Klaus (2007): Kultur- und Kreativwirtschaft Dortmund 2007. Dortmund.

STADTart; NIW (2009): 1. Kulturwirtschaftsbericht Thüringen. Kulturwirtschaft und öffentlicher Kultursektor: Verflechtungen und Entwicklungspotenziale. Erfurt.

STADTart (2011): Beschäftigungsverhältnisse in der Kultur- und Kreativwirtschaft in Nordrhein-Westfalen unter der Lupe. Eigenstudie. Unveröffentlichtes Manuskript. Dortmund.

Statistische Ämter des Bundes und der Länder (2010a): Kulturfinanzbericht 2010, Wiesbaden.

Statistisches Bundesamt (2008): Statistisches Jahrbuch 2008, Wiesbaden

Statistisches Bundesamt (2009a): Verdienste und Arbeitskosten 2008, Wiesbaden.

Statistisches Bundesamt (2009b): Hochschulstandort Deutschland 2009, Ergebnisse aus der Hochschulstatistik, Wiesbaden.

Statistisches Bundesamt (2010a): Fachserie 11 Reihe 4.1., Bildung und Kultur, Studierende an Hochschulen, Wintersemester 2009/2010, Wiesbaden.

Statistisches Bundesamt (2010b): Fachserie 11, Reihe 4.3.2., Bildung und Kultur, Monetäre hochschulstatistische Kennzahlen, Wiesbaden.

Statistisches Bundesamt (2010c): Fachserie 11 Reihe 4.4., Bildung und Kultur, Personal an Hochschulen, Wiesbaden.

Statistisches Bundesamt (2010d): Bildungsfinanzbericht 2010, Wiesbaden.

Statistisches Bundesamt (2010e): Statistisches Jahrbuch 2010, Wiesbaden.

Statistisches Bundesamt (2010f): Volkswirtschaftliche Gesamtrechnungen, Fachserie 18, Reihe 1.2., Inlandsproduktberechnung, Vierteljahresergebnisse, 3. Vierteljahr 2010, Verdienst je Arbeitnehmerstunde, Wiesbaden.

Statistisches Bundesamt (2011): Statistisches Jahrbuch 2011. Kapitel 7: Kultur, Freizeit Sport. Wiesbaden.

Statistisches Bundesamt (2011c): Fachserie 11, Reihe 4.3.1., Bildung und Kultur, Nichtmonetäre hochschulstatistische Kennzahlen, Wiesbaden.

Statistisches Bundesamt (2011d): Hochschulen auf einen Blick, Ausgabe 2011, Wiesbaden

Statistisches Bundesamt (2011e): Fachserie 11, Reihe 1, Bildung und Kultur, Allgemeinbildende Schulen, Schuljahr 2009/2010, Wiesbaden.

Stein, Thomas M.; Marcel Engh; Hubert Jakob (2008): Bedeutung des Fernsehens für die Musikindustrie: „Pop Idol“. In: Clement Michale; Oliver Schusser; Dominik Papies (Hg.): Ökonomie der Musikindustrie. Wiesbaden.

Stepniczka, Irene (2011): Branding am Beispiel von Audiobranding. In: Wirtschaftsagentur Wien (Hg): focus Musik. White paper. Wien.58-60. Wien

Stiftung Warentest (2008): Ehrenamt, Test Ausgabe 3/2008, Berlin.

Strauch, Volkmar (2008): Plädoyer für einen ressortübergreifenden, integrierten Ansatz in der Kulturwirtschaftspolitik. In: Institut für Kulturpolitik (Hg.): Jahrbuch für Kulturpolitik 2008. 187-194.

Strittmatter, Thomas (2010): Zur Entwicklung der kulturellen Infrastruktur im Land Brandenburg seit 1990. In: Institut für Kulturpolitik der kulturpolitischen Gesellschaft e.V. (2010): Jahrbuch für Kulturpolitik 2010. Band 10. Bonn.

Studio UC (2010): Kreative Milieus und offene Räume in Hamburg. Berlin/Hamburg.

Thiele, Henry (2008): Die Interdependenz formaler und informaler Strukturen im Lichte der Systemtheorie Niklas Luhmanns. Potsdam.

Thüringer Kultusministerium (Hg.) (2009): Kulturwirtschaft und öffentlicher Kultursektor: Verflechtungen und Entwicklungspotenziale.

TNS Infratest (2009): 15 Jahre Deutscher Spendenmonitor, Fakten und Trends im Zeitablauf, München.

TNS Infratest; Guido Schneider (2010): Studie im Auftrag der Landesmedienanstalten BML/Bayern, LFK/Baden-Württemberg, LfM/Nordrhein-Westfalen, LMK/Rheinland-Pfalz, LPR/Hessen, mabb/Berlin-Brandenburg, MA HSH/Hamburg-Schleswig-Holstein, SLM/Sachsen (Hg.). Wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland 2008/2009, Zusammenfassende Ergebnisse.

Tschmuck, Peter (2011): Muskschaffen und Musikmanagement im Umbruch. In: Wirtschaftsagentur Wien (Hg): focus Musik. White paper. Wien.

Wagner, Bernd (2009): Fürstehof und Bürgergesellschaft. Zur Entstehung, Entwicklung und Legitimation von Kulturpolitik. Edition Umbruch 24, Klartext Verlag. Bonn, Essen.

Wagner, Bernd (2010): Kulturelle Infrastruktur. Einleitung. In: Jahrbuch für Kulturpolitik 2010. S.11-26. Essen.

Weckerle, Christoph; Theler, Hubert; Zürcher Hochschule der Künste (2010): Dritter Kreativwirtschaftsbericht Zürich. Zürich.

Wiesand, Andreas Joh. (2006): Kultur- oder „Kreativwirtschaft“: Was ist das eigentlich? In: Aus Politik und Zeitgeschichte (APuZ). Beilage der Wochenzeitung das Parlament. Nr. 34-35/2006. Bonn. 8-16.

Willnauer Franz (2010): Festspiele und Festivals. In: Deutsches Musikinformationszentrum. http://www.miz.org/static_de/themenportale/einfuehrungstexte_pdf/03_KonzerteMusiktheater/willnauer.pdf. abgerufen am 10.11.2011.

ZDF - Zweites Deutsches Fernsehen (2010): ZDF Jahrbuch 2010, Mainz.

Zubayr, Camille; Heinz Erhard (2012): Tendenzen im Zuschauerverhalten. In: Media Perspektiven 3/2012. Frankfurt.

Online-Quellen

Allary, Mathias (2012): Die Künste in Film. Abgerufen von: http://www.movie-college.de/filmschule/regie/kunst_und_film.htm (zugegriffen am 28.6.2012).

Bundesverband Deutscher Stiftungen (2009): Stiftungen in Zahlen, Errichtungen und Bestand rechtsfähiger Stiftungen des bürgerlichen Rechts in Deutschland im Jahr 2009, Stichtag: 31. Dezember 2009. Abgerufen von: <http://www.stiftungen.org/statistik> (zugegriffen am 18.11.2010).

Deutsche Welle (2011): Deutschlands Kunstmarkt 2011. DW-World.de vom 12.4.2011. Abgerufen von: <http://www.dw-world.de/dw/article/> (zugegriffen am 13.10.2011).

GfK Compact (2010): Nächstenliebe trotz Krise. Abgerufen von: <http://www.gfk-compakt.com> (zugegriffen am 18.03.2011).

Goethe Institut (2011): Künstlerhäuser in Deutschland. Abgerufen von: <http://www.goethe.de/kue/bku/khs/khs/deindex.htm> (zugegriffen am 21.10.2011).

Grabher, Gernot (o. J.): Von der Arbeits- zur Wissensteilung – Offene Innovationsökologien? Hybridität, Temporalität und Virtualität in erweiterten Räumen der Wissensarbeit. Abgerufen von: http://www.irs-net.de/aktuelles/veranstaltungen/downloads/TK1_Grabher.pdf (zugegriffen am 16. Juni 2011).

Herbold, Astrid (2012): Billiger als Kaufen, Besser als Klauen. Legale Streaming-Angebote könnten für Kulturkonsumenten ein Kompromiss sein. Eine Patentlösung für die Urheber sind sie nicht. Abgerufen von: <http://www.zeit.de/kultur/2012-04/streaming> (zugegriffen am 26.4.2012).

HR - Hessischer Rundfunk (2011a): Daten-Zahlen-Fakten-Unternehmen, Der Hessische Rundfunk kurz und knapp. Abgerufen von: <http://www.hr-online.de/website/derhr/home/index> (zugegriffen am 12.09.2011).

Interessenvertretung der freien Mitarbeiter im NDR (2011): Freie im Norden, Freie Mitarbeit beim NDR. Abgerufen von: <http://www.freie-im-norden.de/ndr> (zugegriffen am 12.09.2011).

Katholische Kirche in Deutschland (2011b): 400000 Deutsche singen in 16.000 katholischen Chören. Abgerufen von: <http://www.katholisch.de> (zugegriffen am 05.04.2011).

Keuchel, Susanne (2009): Report Darstellende Künste - Ein erster Bericht zur Datenlage. Abgerufen von http://www.kupoge.de/kumi/pdf/kumi125/kumi125_28-29.pdf (zugegriffen am 18.11.2011).

Kiefer, Marie Luise (2008): Erfolgreicher Prototyp - Das ökonomische Dilemma der Kulturproduktion. In: *economag*. Wissenschaftsmagazin für Betriebs- und Volkswirtschaftslehre. 11/2008. Abgerufen von: http://www.economag.de/pdf/163_economag_Kiefer_Nov_2008.pdf

Kreck, Vladimir Quelle: *geographische revue*, Jahrgang 10, 2008, Heft 2, S. 79-83. Abgerufen von: <http://www.raumnachrichten.de/ressourcen/buecher/56-kulturoekonomie> (zugegriffen am 7. Juni 2011).

Kulturkreis der Deutschen Wirtschaft (2011): Kulturfinanzierung in Deutschland. Abgerufen von: <http://www.kulturkreis.eu> (zugegriffen am am 18.03.2011).

Kunstverein Frankfurt (2011): SCHULSTUDIO – ein Kunstvermittlungsprogramm des Frankfurter Kunstvereins. Quelle: http://www.fkv.de/frontend/schulstudio_informationen.php. Zugriff: 17.10.2011.

Lange, Bastian; C. Rost (2009): Kultur- und Kreativwirtschaft nach Ländern. Leibniz-Institut für Länderkunde, Leipzig. Abgerufen von: http://aktuell.nationalatlas.de/Kreativwirtschaft.2_03-2009.0.html (zugegriffen am 19.03.2012).

Limberg, M. (2007a): Der Beitrag der Kirchen und Religionsgemeinschaften zum kulturellen Leben in Deutschland. Abgerufen von: <http://www.dradio.de> (zugegriffen am 18.11.2010).

Limberg, M (2007b): Die kulturpolitische Macht der Kirchen. Abgerufen von: <http://www.dradio.de> (zugegriffen am 18.11.2010).

MDR - Mitteldeutscher Rundfunk (2011): Geschäftsjahr 2010, Mitarbeiterzahlen des MDR. Abgerufen von: <http://www.mdr.de/unternehmen/orgnaisation/dokumente> (zugegriffen am 12.09.2011).

MIZ – Deutsches Musikinformationszentrum (2011a): Schüler, Lehrkräfte und Finanzierung der Musikschulen. Abgerufen von: <http://www.miz.org/intern/uploads/statistik2.pdf> (zugegriffen am 18.9.2011).

MIZ – Deutsches Musikinformationszentrum (2011b): Studierende an Hochschulen für Musik nach Hochschulen. Abgerufen von: <http://www.miz.org/intern/uploads/statistik11.pdf> (zugegriffen am 18.9.2011).

MIZ – Deutsches Musikinformationszentrum (2011c): Studierende in Studiengängen für Musikberufe an Musikhochschulen, Universitäten, Gesamthochschulen, Pädagogischen Hochschulen und Fachhochschulen im WS 2009/2010. Abgerufen von: <http://www.miz.org/intern/uploads/statistik10.pdf> (zugegriffen am 18.9.2011).

MIZ – Deutsches Musikinformationszentrum (2011d): Wissenschaftliches und künstlerisches Personal in Studiengängen für Musikberufe an Hochschulen, Musikhochschulen und Universitäten im WS 2009/2010. Abgerufen von: <http://www.miz.org/intern/uploads/statistik12.pdf> (zugegriffen am 16.10.2011).

Musikmarkt (2011): AC/DC: Downloads verzehnfachen sich dank "Wetten, dass...?" und Co. Musikmarkt-Internet Newsletter vom 11.10.2011. Abgerufen von: <http://www.musikmarkt.de/Aktuell/News/News> (zugegriffen am 12.10.2011).

Nehrkorn, Stefan (2001): Systemtheorie: Niklas Luhmann. Zusammenfassung des Kolloquiums vom 19.08.2001 der Humboldt Gesellschaft. Abgerufen von: <http://www.humboldtgesellschaft.de/inhalt.php?name=luhmann>, (zugegriffen am: 7. Juni 2011).

Niedersächsisches Ministerium für Wissenschaft und Kultur (2011): Musikstunden für Kinder in Niedersachsen vervierfacht. Quelle: <http://www.mwk.niedersachsen.de>, abgerufen am 19.09.2011.

Rawert, Peter (2011): Ist schon o.k., verkauft den Monet! In: FAZ. 15.2.2011. Abgerufen von: <http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/kunstmarkt/kommentare-glossen/kein-skandal-ist-schon-ok-verkauft-den-monet-1596186.html> (zugegriffen am 15.10.2011).

Reimers, Astrid (2010): Laienmusizieren. In MIZ – Deutsches Musikinformationszentrum. Abgerufen von: www.miz.org/static_de/themenportale/einfuehrungstexte_pdf/06_Laienmusizieren/reimers.pdf (zugegriffen am 10.4.2012).

Statistisches Bundesamt (2011a): Personal im öffentlichen Dienst. Abgerufen von: <http://www.destatis.de> (zugegriffen am 18.08.2011).

Statistisches Bundesamt (2011b): Bildung, Forschung, Kultur, Hochschulen. Abgerufen von: <http://www.destatis.de> (zugegriffen am 19.09.2011).

Website abk-stuttgart: Staatliche Akademie der Bildenden Künste Stuttgart. Abgerufen von: <http://www.abk-stuttgart.de> (zugegriffen am 14.05.2011).

Website kultur-kreativ-wirtschaft: Die Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft der Bundesregierung. Abgerufen von: <http://www.kultur-kreativ-wirtschaft.de> (zugegriffen am 18.02.2011).

Website kulturpreise: Handbuch der Kulturpreise. Preise, Ehrungen, Stipendien und andere Fördermaßnahmen. Abgerufen von: <http://www.kulturpreise.de> (zugegriffen am 13.09.2011).

Website kunsthochschule: Kunsthochschulen in Deutschland – Adressen, Infos, Links. Abgerufen von: <http://www.kunsthochschule.org> (zugegriffen am 14.05.2011)

Website kunstimkontext: Institut für Kunst im Kontext, Universität der Künste Berlin. Abgerufen von: <http://www.kunstimkontext.udk-berlin.de> (zugegriffen am 27.07.2011)

Website lichthof theater: Lichthof Theater Hamburg; <http://www.lichthof-hamburg.de>, abgerufen am 13.11.2011.

Website miz: Festivalkalender. Abgerufen von: www.miz.org/festivals.html (zugegriffen am 12.07.2012)

Website swr - Südwestrundfunk: Abgerufen von: <http://www.swr.de/unternehmen/wer-wir-sind> (zugegriffen am 12.09.2011).

Website vdm - Verband Deutscher Musikschulen: Abgerufen von: <http://www.musikschulen.de/vdm/index.html> (zugegriffen am 18.9.2011).

Website wdr - Westdeutscher Rundfunk 1: Abgerufen von: <http://www.wdr.de/unternehmen/senderprofil/organisation> (zugegriffen am 12.09.2011).

Website wdr - Westdeutscher Rundfunk 2: Abgerufen von: <http://www.wdr.de/unternehmen/programmprofil/kultur> (zugegriffen am 12.09.2011).

Wiesand (o.J.) (Hg.): Online-Handbuch der Kulturpreise. Abgerufen von: <http://www.kulturpreise.de>. (zugegriffen am 23.02.2012)