



Fürstenwalde, 24.11.2007

# **Kulturakteure zwischen Kulturförderung und Kulturwirtschaft**

Dr. Thomas Strittmatter  
Kulturberater;  
Freier Mitarbeiter des Instituts für Kulturpolitik  
der Kulturpolitischen Gesellschaft e. V.




## **Gliederung:**

- I. Ursachen für das Zunehmen ökonomischer Sichtweisen im Rahmen der Kulturförderung
- II. Aspekte der Diskussionen zur Kulturwirtschaft / Creative Industries
- III. Die Stellung der KünstlerInnen in der Kulturwirtschaft – Vorbild für die Arbeitsmärkte der Zukunft?
- IV. Beispiele für den Kreativitätstransfer von KünstlerInnen in andere Wirtschaftsfelder



# **Megatrends der gesellschaftlichen Entwicklung führen zu schrumpfenden Ressourcen**

- Der Megatrend „Globalisierung“ führt zur Schrumpfung der durch Nationalstaaten noch autonom zu bestimmenden gesellschaftlichen Entwicklungsfelder
- Der Megatrend „demografischer Wandel“ führt zur „Schrumpfung“ der Bevölkerung und der Städte
- Der Megatrend „ökonomischer Wandel“ (von der Industrie zur Dienstleistungs- und weiter zur Wissensgesellschaft) lässt die traditionellen Formen und Funktionen der Erwerbsarbeit schrumpfen

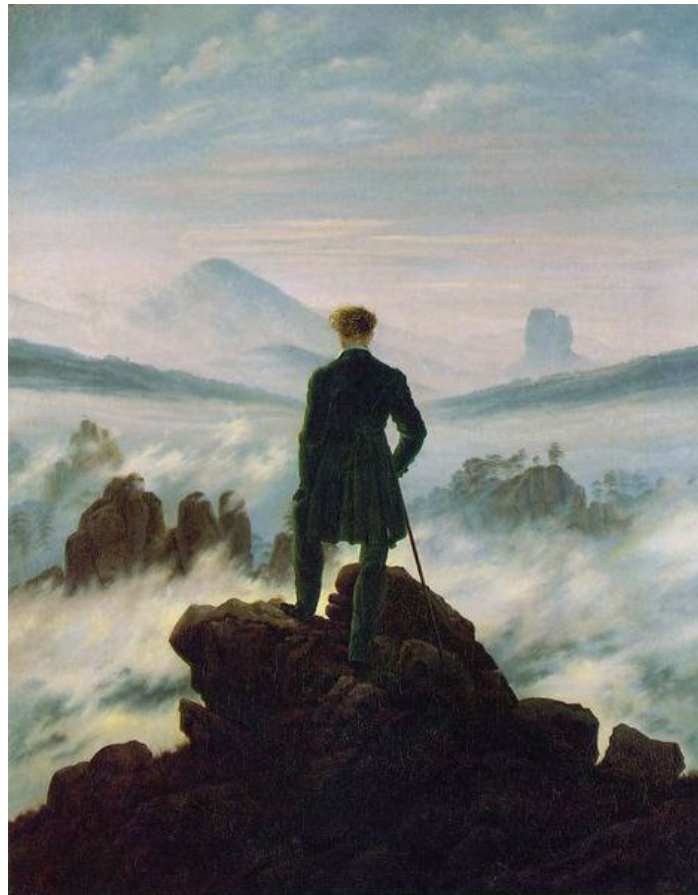


## **Aspekte der wirtschaftlich- ökonomischen Betrachtung kultureller Prozesse**

- Hervorhebung von Kultur und Kunst als Standort- und Imagefaktoren
- Berechnungen zur „Umwegrentabilität“ kulturell-künstlerischer Angebote
- Aktive Akquise von Sponsoren- und Stiftungsgeldern, Gewinnung von Mäzenen
- Verbesserung der betriebswirtschaftlichen Führung der Kultureinrichtungen

# **Ikonen eines romantisierten Künstlerbildes**

**„... edle Einfalt – stille Größe“**



CASPAR DAVID FRIEDRICH,  
Der Wanderer über dem Nebelmeer

# **Ikonen eines romantisierten Künstlerbildes**

**„Gehe nicht nach draußen, kehre in dich selbst ein; im inneren Menschen wohnt die Wahrheit.“ (Augustinus)**



CARL SPITZWEG, Der arme Poet



# **Zum problematischen Verhältnis von kultureller Vielfalt und kultureller Identität**



# Zum problematischen Verhältnis von kultureller Vielfalt und kultureller Identität

- **Distinktion** (nach P. Bourdieu):  
soziale Abgrenzung mit Hilfe kulturellen Kapitals, kultureller  
und künstlerischer Symbole





# Zum problematischen Verhältnis von kultureller Vielfalt und kultureller Identität

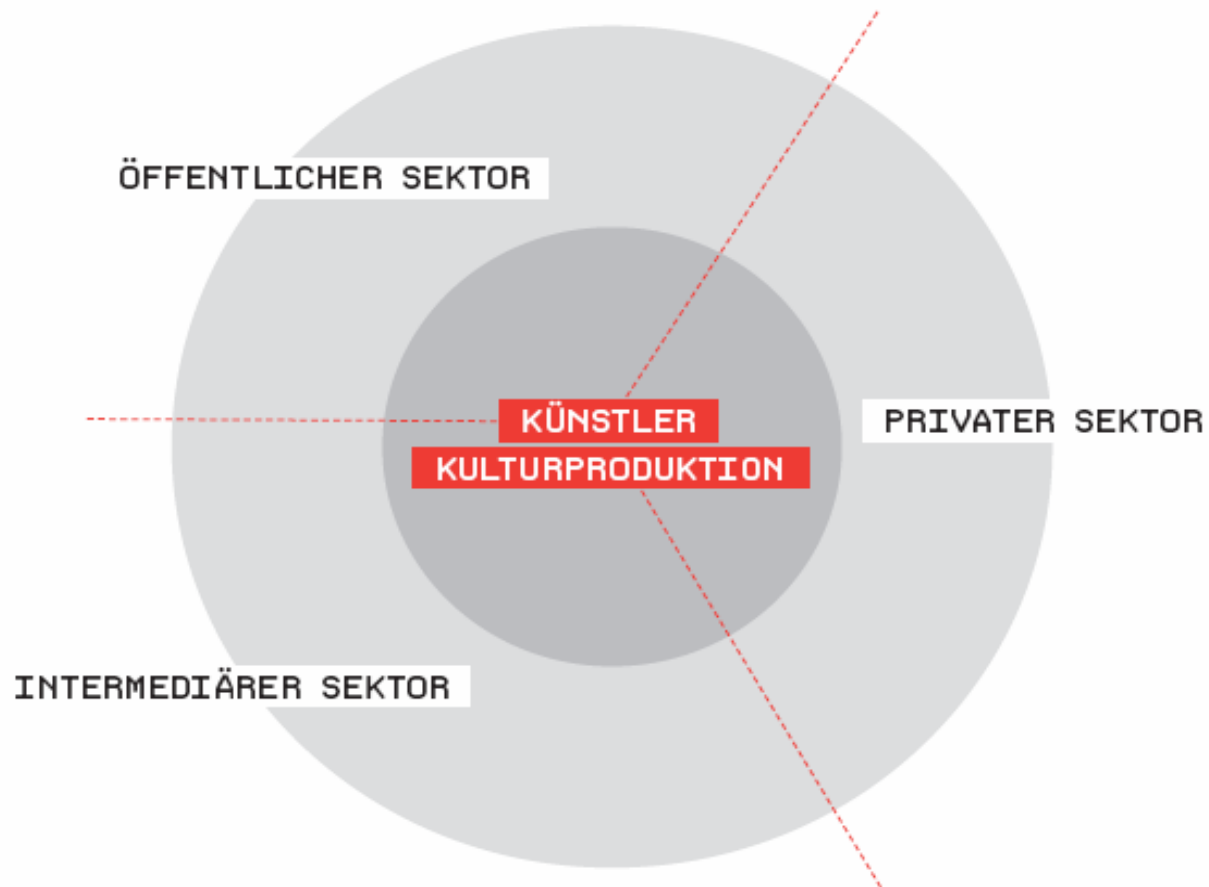
- **Distinktion** (nach P. Bourdieu):  
soziale Abgrenzung mit Hilfe kulturellen Kapitals, kultureller  
und künstlerischer Symbole
- **cultural diversity**  
Gleichzeitigkeit des Wirkens unterschiedlicher Kulturen,  
kultureller Wertvorstellungen und Normen in  
einer/verschiedenen Gesellschaft(en), einer/mehreren  
Ethnie(n) usw.



# Zum problematischen Verhältnis von kultureller Vielfalt und kultureller Identität

- **Distinktion** (nach P. Bourdieu):  
soziale Abgrenzung mit Hilfe kulturellen Kapitals, kultureller  
und künstlerischer Symbole
- **cultural diversity**  
Gleichzeitigkeit des Wirkens unterschiedlicher Kulturen,  
kultureller Wertvorstellungen und Normen in  
einer/verschiedener Gesellschaft(en), einer/mehreren  
Ethnie(n) usw.
- **cultural identity**  
kulturell begründete Identität von Individuen, Gruppen,  
Gemeinschaften, Gesellschaften usw.

# Segmente des Kultursektors



**Quelle:** Erster Kulturwirtschaftsbericht Schweiz 2003, Zürcher Hochschule der Künste.



# **Kulturwirtschaft / Creative Industries**

**(Struktur)**

## **A. Kulturwirtschaft\***

- Musikwirtschaft
- Buchmarkt/Verlagsgewerbe
- Kunstmarkt
- Filmwirtschaft einschließlich Filmförderung
- Rundfunk/TV-Wirtschaft
- Privattheater-/Darstellende Kunst
- Designwirtschaft
- Architektur

## **B. Kreativbranchen\***

- Software/Games
- Werbung

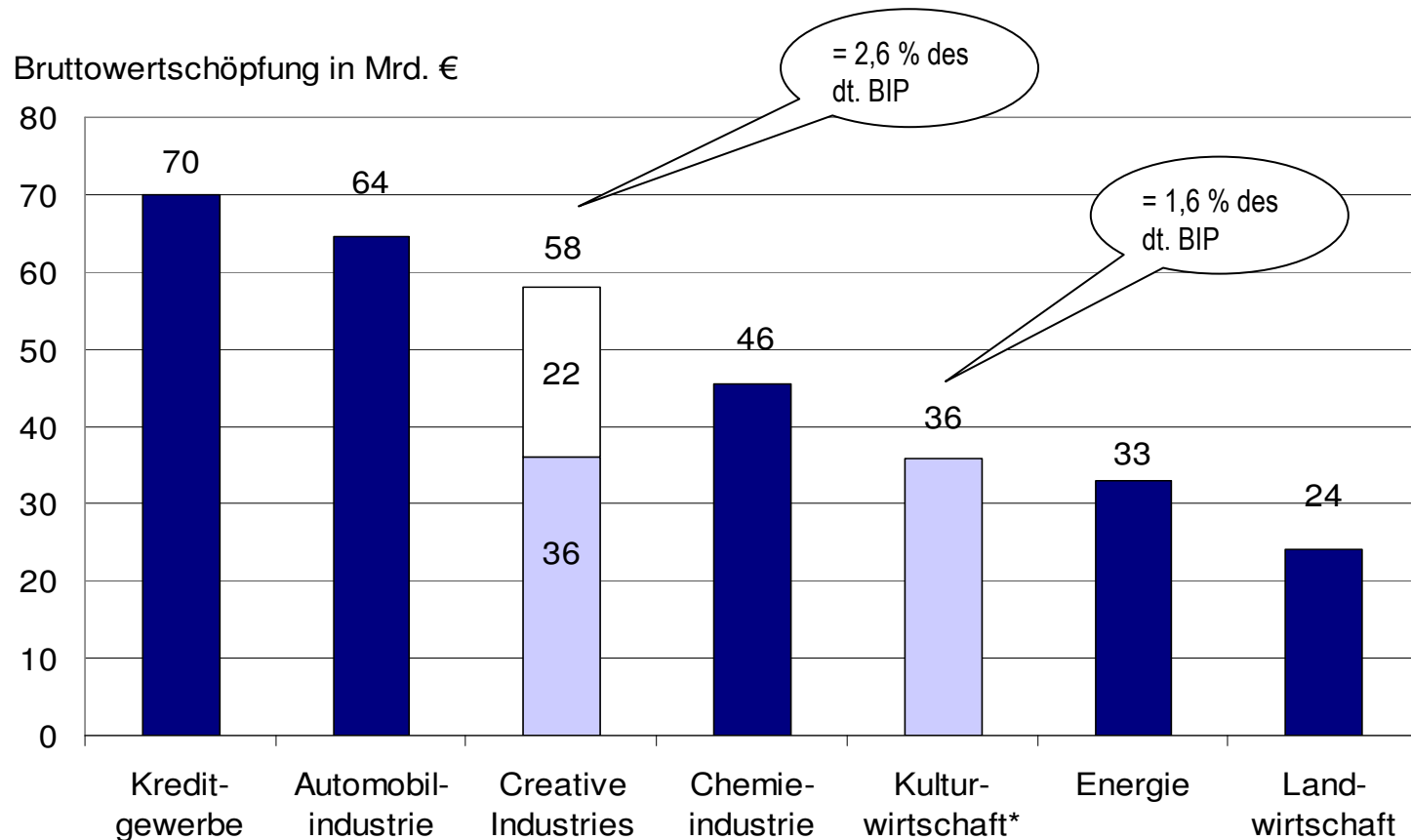
**A. u. B. = Creative Industries**

\*In Anlehnung an das Konzept des britischen Mapping documents "Creative industries"

# Beispiel für die thematische Gliederung der Kulturwirtschaft / Creative Industries

Teilsektoren	Öffentlicher u. intermediärer Kulturbetrieb (Non-Profit-Bereich)	Künstler- u. Kulturberufe (Non-Profit- u. Profit –Bereich)	Privat- wirtschaftlicher Kulturbetrieb (Profit-Bereich)
<b>1. Musiksektor</b>	Opernhaus, Orchester, Musikschule (non-profit), Festival, Chor, Laienmusik, Musikszene	Komponist, Musiker, -lehrer , Toningenieur, Interpreten, Musikensembles	Instrumentenherstellung, Agentur, Musikverlag, Tonträgerproduktion, Musikfachgeschäft, Veranstalter, Club, Musical, Festival, Szene, Musikschule, Online-/digitale Musik
<b>2. Literatur-, Buch- und Pressesektor</b>	Literaturhaus, Bücherei, Bibliothek, Archiv, Wettbewerb, Literaturszene	Schriftsteller, Autor, Journalist, Wortproduzent	Buchverlag, Zwischenbuchhandel, Buchhandel, Agentur, Presseverlag, Pressehandel, Pressearchiv, Online-/digitales Publizieren
<b>3. Bildende Kunst Sektor</b>	Kunstmuseum, Kunstaussstellung, Wettbewerb, Künstlerszene	Bildender Künstler, Restauratoren, Kunstlehrer	Galerie, Kunsthandel, Museumsshop, kommerzielle Kunstaussstellung, Künstlerszene

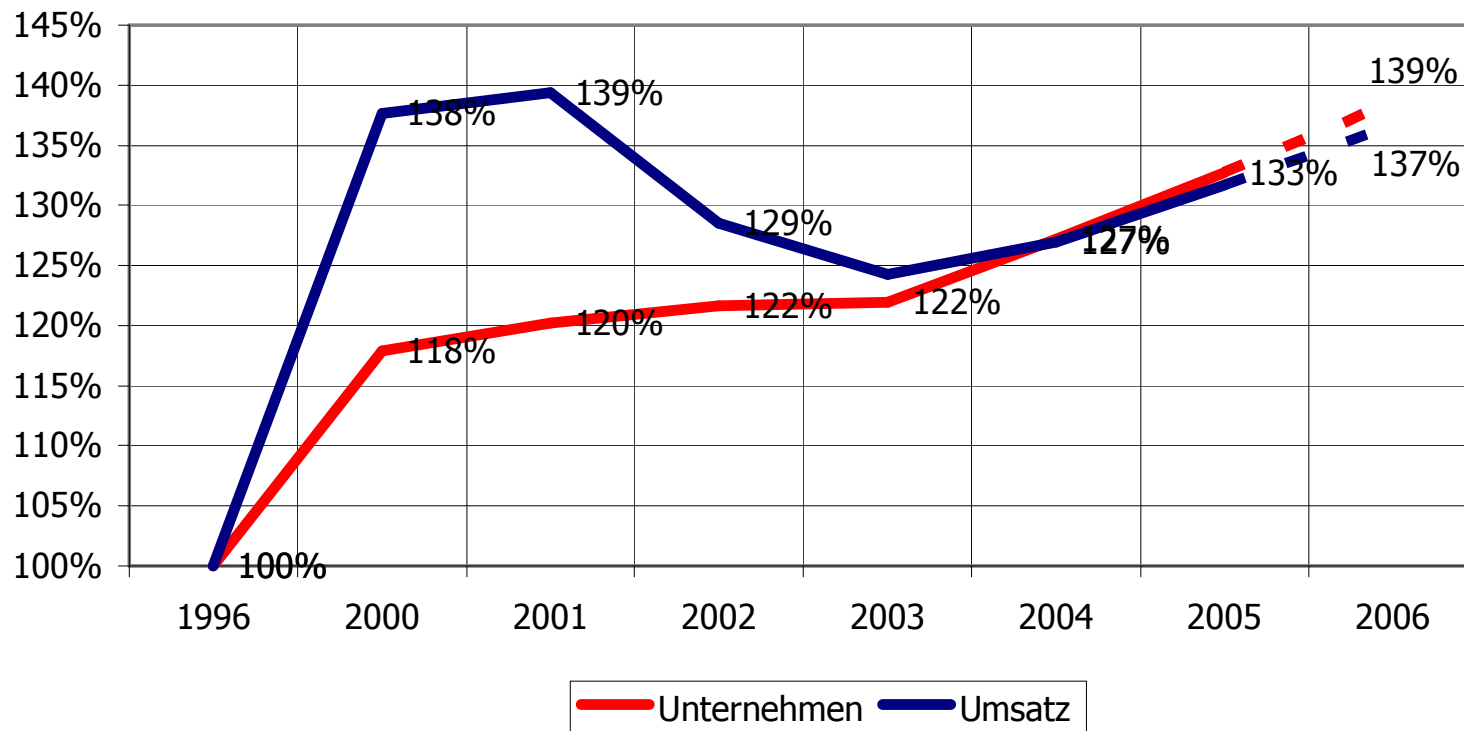
# Der Beitrag der Kulturwirtschaft / Creative Industries zur Bruttowertschöpfung im Branchenvergleich in Deutschland 2004



Quelle: Destatis, Schätzung M. Söndermann/Arbeitskreis Kulturstatistik e.V. 2006

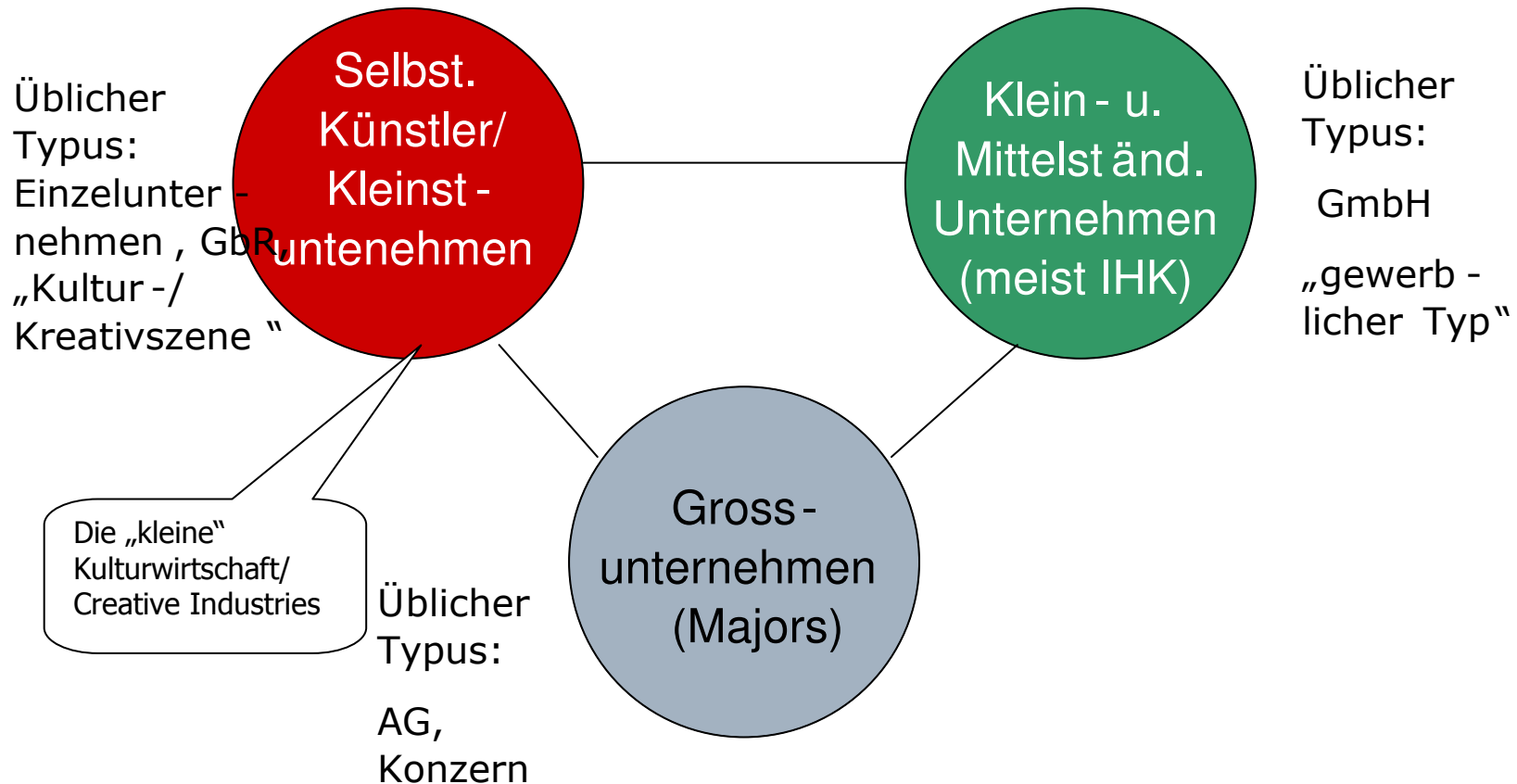
# Entwicklung der Creative Industries im Zehnjahresvergleich 1996-2006

Veränderung der Unternehmen und ihrer Umsätze in %



**Hinweis:** Veränderung 2006 gegenüber 1996 in % (Basis 1996 = 100%), 2006 Schätzung  
**Quelle:** Destatis 2007, eigene Berechnung M. Söndermann/Arbeitskreis Kulturstatistik

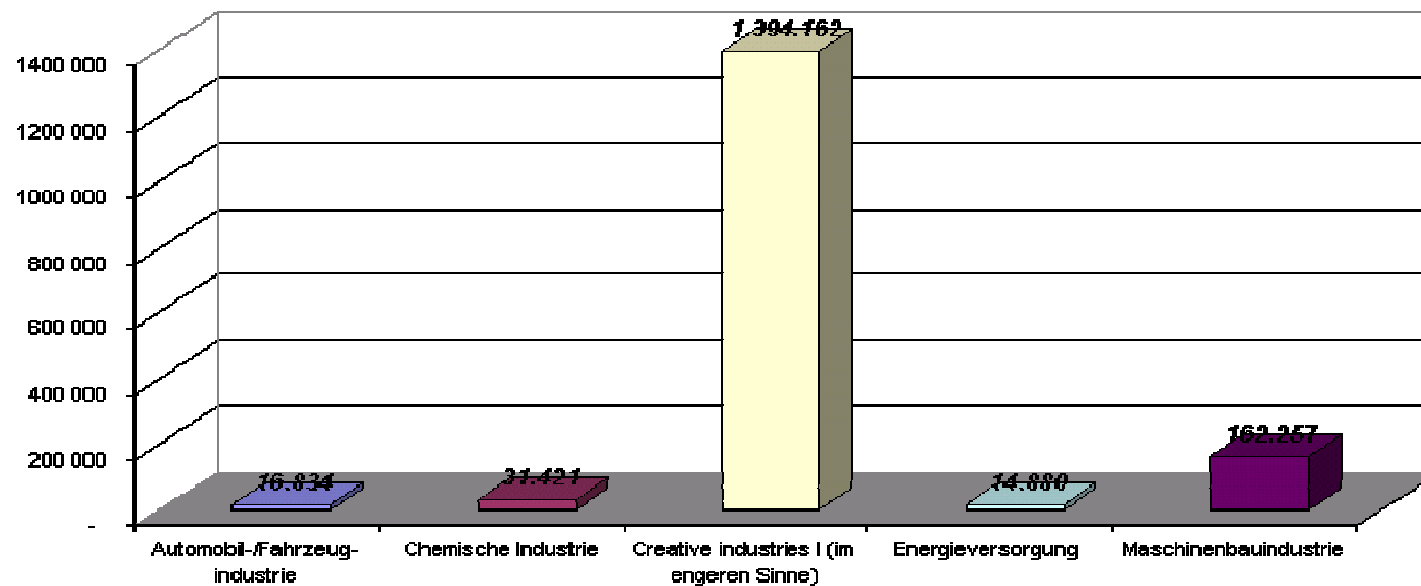
# Akteurstypen in der Kulturwirtschaft / Creative Industries





# Creative Industries in Europa (EU-25) im Industriebranchenvergleich 2002 -Anzahl der Unternehmen-

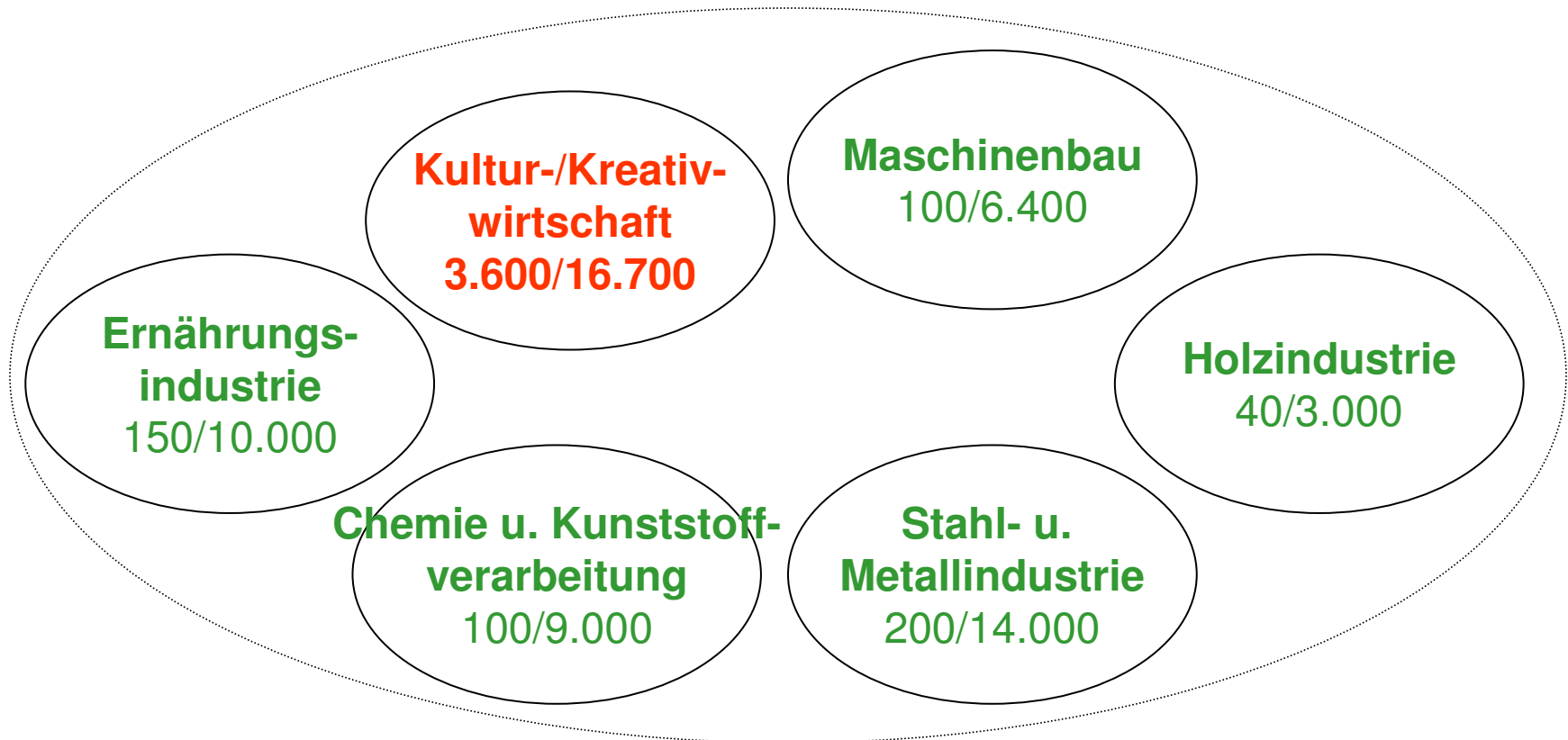
Grafik 2: Creative Industries in der EU-25 im Branchenvergleich nach Anzahl der Unternehmen - 2002



Quelle: M. Söndermann/Arbeitskreis Kulturstatistik e.V. 2006

# Zur Position der Kultur- u. Kreativwirtschaft im Land Brandenburg (2005)

## Branchenvergleich in der Brandenburger Wirtschaft



Anzahl Unternehmen/Anzahl Arbeitsplätze

**Quelle:** AG Kulturwirtschaft Brandenburg, eigene Berechnung

# Zur Position der Kultur- u. Kreativwirtschaft im Land Brandenburg (2005)

			Brandenburg	Bundesgebiet
<b>Ca.3.600</b>	<b>Unternehmen</b>	Anteil an Gesamtwirtschaft <b>Zuwachs gegenüber 2004</b>	4,3% <b>7,5%</b>	6,9% <b>4,4%</b>
<b>730</b>	<b>Umsatz in Mio. €</b>	Anteil an Gesamtwirtschaft <b>Zuwachs gegenüber 2004</b>	1,3% <b>8,2%</b>	2,7% <b>3,7%</b>
<b>Ca.16.700</b> (svB13.100)	<b>Erwerbstätige</b>	Anteil an Gesamtwirtschaft <b>Zuwachs gegenüber 2004</b>	2,1% <b>3,3%</b>	3,2% <b>stagn.</b>

**Quelle:** AG Kulturwirtschaft Brandenburg, eigene Berechnung

# Umsätze in der Kulturwirtschaft und den Creative Industries in Brandenburg 2000 – 2005

Wirtschaftsgruppe	Umsätze			Anteil an CI in % 2005	5-Jahres-Veränd. in % 05/00	Veränd. gg. Vj. in % 05/04
	Mio. € 2000	Mio. € 2004	Mio. € 2005			
<b>Kulturwirtschaft</b>						
Verlagsgewerbe	171,3	113,4	118,8	16	-30,7	4,8
Filmwirtschaft	165,2	78,8	68,1	9	-58,7	-13,5
Rundfunkwirtschaft**	66,4	•	24,0	3	-63,9	•
Darstellende Künste, Musik, Literatur, etc.	69,0	68,9	68,4	9	-0,8	-0,7
Journalisten-/Nachrichtenbüros*	24,3	33,7	14,6	2	-39,8	-56,6
Museumsshops, Kunstausstellungen*	3,1	•	7,5	1	143,8	•
Handel mit Büchern, Musikalien u. Kunst	76,3	71,0	66,7	9	-12,7	-6,1
Architekturbüros	138,4	89,8	81,9	11	-40,8	-8,7
Designbüros	39,7	52,1	96,5	13	143,1	85,1
<b>I. Kulturwirtschaft insgesamt</b>	<b>753,8</b>	<b>507,7</b>	<b>546,6</b>	<b>75</b>	<b>-27,5</b>	<b>7,7</b>
<b>Kreativbranchen</b>						
Werbebüros	67,6	47,8	49,6	7	-26,5	3,9
Software/Games*	44,8	120,0	134,5	18	199,9	12,1
<b>II. Kreativbranchen</b>	<b>112,4</b>	<b>167,8</b>	<b>184,1</b>	<b>25</b>	<b>63,8</b>	<b>9,8</b>
<b>I.-II. Creative Industries</b>	<b>866,2</b>	<b>675,5</b>	<b>730,7</b>	<b>100</b>	<b>-15,6</b>	<b>8,2</b>
A-O Gesamtwirtschaft	49.953,0	52.813,7	57.529,6	-	15,2	8,9
% Anteil KW an Gesamtwirtschaft	1,5	1,0	1,0	-	-	-
% Anteil CI an Gesamtwirtschaft	1,7	1,3	1,3	-	-	-

**Hinweise:** Wirtschaftsgliederung nach statistischer Zuordnung siehe Anhang. \*2000 Museumsshops geschätzt u. ohne Naturschutzpflege. \*Nachrichtenbüros 2000 geschätzt. \*Software 2004 geschätzt. \*\*einschließlich steuerpflichtige Umsätze des öffentl.-rechtlichen Rundfunks. Bezogen auf den durchschnittlichen Umsatz pro sozialversicherungspflichtig Beschäftigtem von rund 135.000 Euro im Bundesdurchschnitt müsste die Gruppe Rundfunk Brandenburg ein Mindestvolumen von 203 Mio. Euro ausweisen, vgl. dazu Übersicht: Beschäftigung.

**Quelle:** Destatis 2007, eigene Berechnung AG Kulturwirtschaft Brandenburg

# Anzahl und Umsätze der selbständige KünstlerInnen und JournalistInnen in Brandenburg 2000-2005 (nach Umsatzsteuerstatistik)

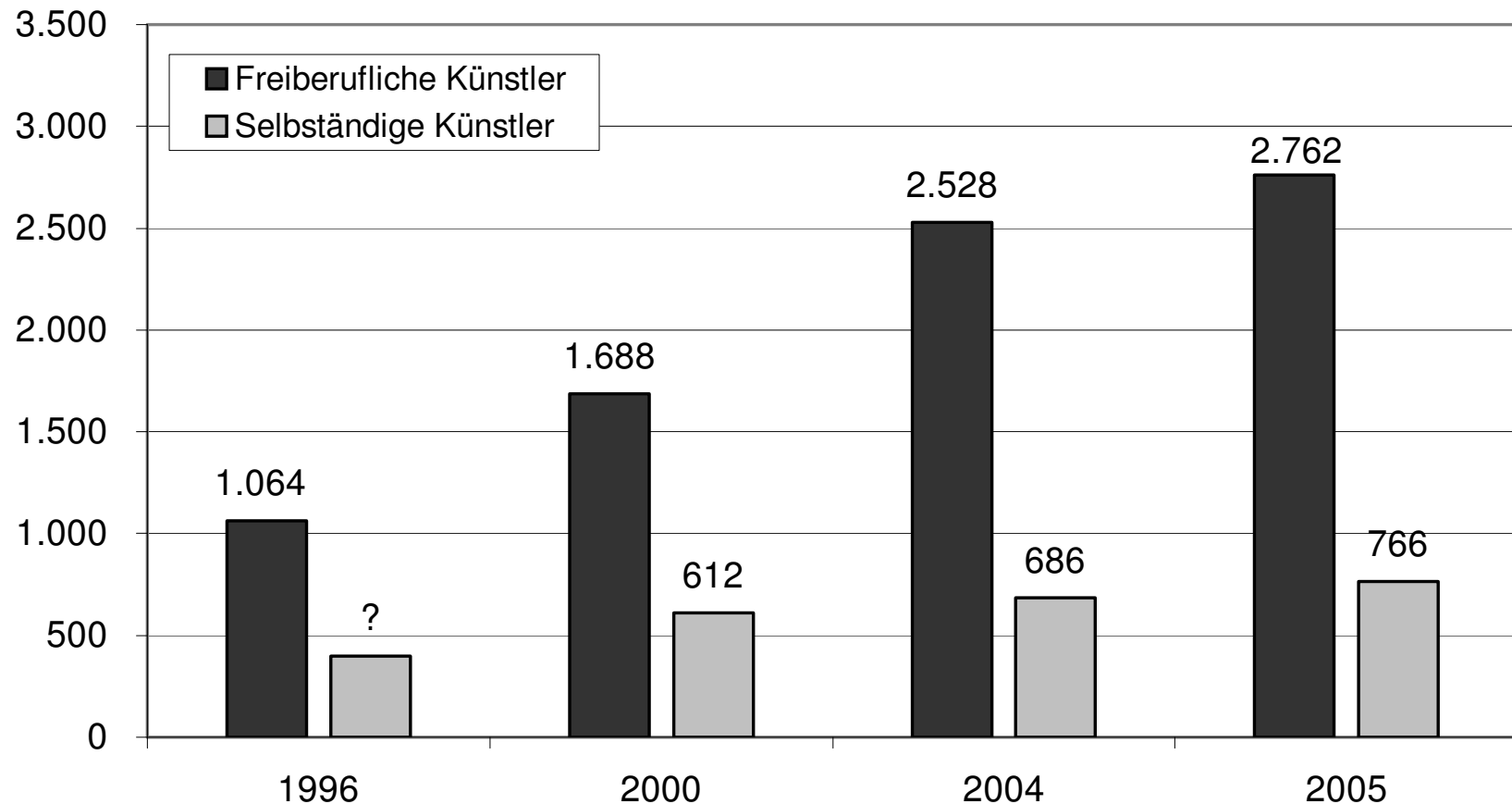
## a) Anzahl der Künstler/Journalisten

	Künstler/innen Journalisten/innen			Anteil in % 2005	5-Jahres- Veränd. in % 05/00	Veränd. gg. Vj. in % 05/04
	Anzahl	Anzahl	Anzahl			
	2000	2004	2005			
<b>Künstler + Journalisten</b>	<b>612</b>	<b>686</b>	<b>766</b>	<b>21,5</b>	<b>25,2</b>	<b>11,7</b>
92.31 Künstler.u.schriftstell.Tätigkeit	429	464	503		17,2	8,4
92.31.3 Selbständige bildende Künstl	113	103	102		-9,7	-1,0
92.31.4 Selbständige Restauratorinne	44	•	54		22,7	-
92.31.5 Selbst. Komponisten/innen, M	31	30	29		-6,5	-3,3
92.31.6 Selbst. Schriftstellerinnen un	56	74	91		62,5	23,0
92.31.7 Selbst.Bühnen-,Film-,Hörf.-,F	156	182	198		26,9	8,8
92.31.8 Selbstständige Artistinnen un	•	•	14		-	-
92.40.2 Selbst.Journalisten und Pres	183	222	263		43,7	18,5
<b>Zum Vergleich</b>						
I. Kulturwirtschaft	2.438	2.542	2.743	76,9	12,5	7,9
I.-II. Creative Industries	3.080	3.316	3.566	100,0	15,8	7,5

## b) Umsätze der Künstler/Journalisten

	Jahresumsätze der Künstler- /innen / Journal.			Anteil in % 2005	5-Jahres- Veränd. in % 05/00	Veränd. gg. Vj. in % 05/04	Umsatz je Künstl./Jour.	
	Mio. €	Mio. €	Mio. €				in Tsd €	
	2000	2004	2005				2000	2005
<b>Künstler + Journalisten</b>	<b>61,8</b>	<b>64,0</b>	<b>45,0</b>	<b>6,2</b>	<b>-27,2</b>	<b>-29,7</b>	<b>101</b>	<b>59</b>
92.31 Künstler.u.schriftstell.Tätigkeit	39,3	31,6	32,1		-18,2	1,5	92	64
92.31.3 Selbständige bildende Künstl	14,5	6,9	7,3		-49,6	6,5	128	72
92.31.4 Selbständige Restauratorinne	4,2	•	2,8		-33,3	-	95	52
92.31.5 Selbst. Komponisten/innen, M	1,8	1,6	1,4		-23,4	-11,5	59	49
92.31.6 Selbst. Schriftstellerinnen un	3,2	3,3	4,6		44,2	41,7	57	51
92.31.7 Selbst.Bühnen-,Film-,Hörf.-,F	13,4	13,3	14,0		4,3	5,0	86	71
92.31.8 Selbstständige Artistinnen un	•	•	1,0		-	-	-	70
92.40.2 Selbst.Journalisten und Pres	22,5	32,4	12,9		-42,7	-60,2	123	49
<b>Zum Vergleich</b>								
I. Kulturwirtschaft	754	508	547	74,8	-27,5	7,7	309	199
I.-II. Creative Industries	866	675	731	100,0	-15,6	8,2	281	205

# Entwicklung der freiberuflichen und selbständigen KünstlerInnen in Brandenburg von 1996 - 2005



Hinweise: Daten für Freiberufler aus der Künstlersozialkasse zum 1.1 des Jahres., Daten für Selbständige aus der Umsatzsteuerstatistik.

Quelle: Künstlersozialkasse, Destatis, AG Kulturwirtschaft Brandenburg, eigene Berechnung



# These von der zunehmend „künstlerischen“ Prägung der Arbeitsplätze der Zukunft

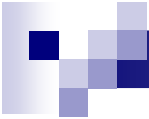
**die Erwerbsarbeit wird in vielen Wirtschaftsbereichen  
zunehmend:**

- selbstbestimmt organisiert,
- projekt- oder teamorientiert strukturiert,
- in Netzwerken und weniger in starren Bereichen integriert

gleichzeitig wird für den Arbeitnehmer:

- die Art und der Umfang des Beschäftigungsverhältnisses  
öfter wechseln,
- durch Vielfältigkeit der wechselnden Arbeitsaufgaben  
das lebenslange Lernen an Bedeutung gewinnen,
- die Notwendigkeit wachsen, die stärker schwankende Vergütung  
mit anderen Einkommensquellen oder unbezahlter Eigenarbeit zu  
kombinieren

**Quelle:** Haak, Carroll/Schmid, Günther: Arbeitsmärkte für Künstler und Publizisten - Modelle einer  
zukünftigen Arbeitswelt?, Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung, 1999



# Differenzen zwischen traditioneller Erwerbsarbeit und künstlerischen Arbeit als Voraussetzung für Kreativitätstransfers

## Erwerbsarbeit

- Zweckrationalität

Ziele und Zwecksetzungen gehen dem Handeln (der Produktion) voraus

## künstlerische Arbeit

- offene Suchbewegungen

Kombiniert wird auch scheinbar nicht Zusammengehöriges. Durch Stiftung von „Unsinn“ wird neuer Sinn gestiftet ...





# Differenzen zwischen traditioneller Erwerbsarbeit und künstlerischen Arbeit als Voraussetzung für Kreativitätstransfers

## Erwerbsarbeit

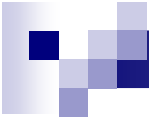
- Effizienz- und Funktionalitätskriterien

Material, Verfahren und Arbeitsstrukturen werden vor allem auf der Grundlage von technischen Effizienz- und Funktionalitätsüberlegungen ausgewählt

## künstlerische Arbeit

- permanente Reflexivität und darauf fußende Neu- und Umgestaltung

Material ist alles, was bisher gestaltet wurde; es wird immer wieder umgeschichtet, umgestaltet und nach seiner „sozialen Funktionalität“ befragt



# Differenzen zwischen traditioneller Erwerbsarbeit und künstlerischen Arbeit als Voraussetzung für Kreativitätstransfers

## Erwerbsarbeit


- Suche nach einfachen, maschinell wiederholbaren Handlungen

Tendenziell dominiert die maschinengerechte die humanorientierte Ausgestaltung der Arbeitsprozesse

## künstlerische Arbeit

- dialogische Handlungsformen

Im Zentrum steht das „in Beziehung setzen“, der bewusste Dialog mit dem zu gestaltenden Gegenstand oder Prozess sowie das Gestalten des Miteinanders der Akteure



# Differenzen zwischen traditioneller Erwerbsarbeit und künstlerischen Arbeit als Voraussetzung für Kreativitätstransfers

## Erwerbsarbeit

- Unterordnung des individuellen Gestaltungswillens

Das Handlungsparadigma der traditionellen Erwerbsarbeit ist extern (extrinsisch) definiert

## künstlerische Arbeit

- Dominanz des individuellen Gestaltungswillens

Künstlerisches Handeln ist in extremer Weise selbstbestimmt (intrinsisch) motiviert



# Formen künstlerischer Interventionen in der Erwerbsarbeit

- Kunst in Unternehmen findet statt:
  - a) sporadisch, einmalig, in (un)regelmäßigen Abständen  
(Beispiele: EJOT-Verbindungstechnik GmbH, Siegen;  
Schrievers-Schraubenfabrik GmbH, Lüdenscheid)
  - b) dauerhaft, als fester Bestandteil einer Unternehmenskultur  
(Beispiele: Siemens Arts Program; Berliner Volksbank,  
Kunstforum und Kunstsammlung)



# Formen künstlerischer Interventionen in der Erwerbsarbeit

- Kunst in Unternehmen richtet sich auf:
  - die Künstlerische Gestaltung von Produkten und Marketingkonzepten  
(Beispiele: BENNETTON-Werbekampagnen; VW-Autostadt Wolfsburg)



# Formen künstlerischer Interventionen in der Erwerbsarbeit

- Kunst in Unternehmen richtet sich auf:
  - Künstlerische Gestaltung von Produkten und Marketingkonzepten
  - Integration künstlerischer Methoden in betriebliche Bildungsangebote

(Beispiele: DM-Drogeriemarkt; Stahlwerke Bremen GmbH)



# Formen künstlerischer Interventionen in der Erwerbsarbeit

- Kunst in Unternehmen richtet sich auf:
  - Künstlerische Gestaltung von Produkten und Marketingkonzepten
  - Integration künstlerischer Methoden in betriebliche Bildungsangebote
  - Künstler als Initiatoren und Moderatoren innovativer Prozesse

(Beispiele: MANNESMANN-Pilotentwicklung; Boecker Wender Stahl, Westfahlen)



# Künstlerisch-kritische Reflektionen des Wandels der Arbeitsgesellschaft

Künstlergruppe „WochenKlausur“

Leipzig 2006: Projekt „Arbeit nach eigener Wahl“

<http://www.wochenklausur.at>

Künstlergruppe „Reinigungsgesellschaft“

Salzburg 2007: Projekt „State of Work - Arbeit im Zustand der Verunsicherung“

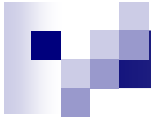
<http://www.reinigungsgesellschaft.de>

Werkleitz Gesellschaft e. V.

Tornitz 2000: werkleitz-biennale „**real[work]**“

<http://www.werkleitz.de>





**Vielen Dank für Ihre  
Aufmerksamkeit!**

Dr. Thomas Strittmatter  
Kulturberater;  
Freier Mitarbeiter des Instituts für Kulturpolitik  
der Kulturpolitischen Gesellschaft e. V.