

# Kulturwirtschaft in Hessen

1. Hessischer Kulturwirtschaftsbericht



HESSISCHES  
MINISTERIUM FÜR  
WIRTSCHAFT,  
VERKEHR UND  
LANDESENTWICKLUNG



Hessisches Ministerium  
für Wissenschaft und Kunst

FEH

Forschungs- und  
Entwicklungsgesellschaft  
Hessen mbH



## **Kulturwirtschaft in Hessen**

### 1. Hessischer Kulturwirtschaftsbericht

## Impressum

**Herausgeber** **Hessisches Ministerium für Wirtschaft,  
Verkehr und Landesentwicklung**  
Verantwortlich: Dr. Helga Jäger  
**Hessisches Ministerium für  
Wissenschaft und Kunst**  
Verantwortlich: Dr. Klaus Arzberger

**Bearbeitung und Redaktion** **Forschungs- und  
Entwicklungsgesellschaft Hessen mbH  
(FEH)**  
Susanne Piesk  
Dr. Bernd Werner  
Postfach 31 07  
D-65021 Wiesbaden  
Abraham-Lincoln-Straße 38 - 42  
D-65189 Wiesbaden  
Telefon 0611 774-0  
Telefax 0611 774-313  
E-Mail [info@feh-hessen.de](mailto:info@feh-hessen.de)  
Internet <http://www.feh-hessen.de>

**Layout** an.SICHT kommunikationsagentur  
nach einer Idee von Véronique Noçon

**Druck** Werbedruck Schreckhase GmbH

**ISBN-Nr. 3-89352-137**

Nachdruck – auch auszugsweise – ist  
nur mit Quellenangabe gestattet.  
Belegexemplar erbeten.

Wiesbaden 2003

## Vorwort

Kultur wird in der öffentlichen Diskussion hauptsächlich in ihrer gesellschaftlichen und kulturpolitischen Funktion gesehen. Daneben ist Kultur aber

längst zu einem wichtigen wirtschaftlichen Standortfaktor geworden. Im Wettbewerb um hochqualifizierte Arbeitskräfte bevorzugen immer mehr Unternehmen, gerade aus dem für Hessen wichtigen Dienstleistungsbereich, Standorte mit einer hohen Lebensqualität – das erfordert ein hochwertiges und abwechslungsreiches Freizeit-, Bildungs- und Kulturangebot.

Kultur rückt zudem als Wirtschaftsfaktor und Beschäftigungsmotor mehr und mehr ins öffentliche Bewusstsein. Der heterogene Bereich der Kulturwirtschaft reicht von marktorientierten Unternehmen, beispielsweise der Film- und Werbewirtschaft, über die Freie Kulturszene bis hin zu öffentlich getragenen Kultureinrichtungen wie Theatern und Museen. Die mit anderen ökonomischen Sektoren verflochtene Kulturwirtschaft bietet vielen Menschen einen qualifizierten Arbeitsplatz, trägt zur Wertschöpfung und damit zu einer erfolgreichen Wirtschafts- und Regionalentwicklung bei. Die teilweise bereits stark internationalisierten Kulturmärkte, kulturelle Großveranstaltungen und regionales Kulturgeschehen sind beschäftigungswirksame Plattformen für vielfältiges Kulturschaffen.



Welchen Beitrag die Kulturwirtschaft für die wirtschaftliche Leistungsfähigkeit Hessens erbringt, war bisher nicht bekannt. Um hier fundierte Informationen als Grundlage für weiteres Handeln zu gewinnen, haben sich das Hessische Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung und das Hessische Ministerium für Wissenschaft und Kunst entschlossen, gemeinsam eine Berichterstattung über die hessische Kulturwirtschaft zu beauftragen.

Der nun vorliegende erste Kulturwirtschaftsbericht befasst sich mit der ökonomischen Bedeutung und Struktur der Kulturwirtschaft in Hessen und bietet den Einstieg in die Berichterstattung über diesen vielfältig verflochtenen Wirtschaftsbereich. Anhand wichtiger hessischer Events bzw. Einrichtungen, wie z.B. der documenta in Kassel und dem Rheingau Musik Festival, werden zudem die regionalökonomischen Wirkungen beispielhaft illustriert. Weitere Berichte über ausgewählte Themenstellungen werden folgen und die volkswirtschaftlichen Kennzahlen fortgeschrieben.

Dr. Alois Rhiel  
Hessischer Minister für Wirtschaft,  
Verkehr und Landesentwicklung

Udo Corts  
Hessischer Minister für  
Wissenschaft und Kunst

# Inhalt

	<b>Ein Plädoyer für die Kultur</b>	
	Sieben Thesen von Jean-Christophe Ammann	8
	<b>Einführung</b>	16
	<b>Zusammenfassung – Kulturwirtschaft in Hessen</b>	18
■	<b>1 Zum Begriff der Kulturwirtschaft</b>	24
	1.1 Inhaltliche Begriffsbestimmung	24
	1.2 Die Bereiche der Kulturwirtschaft	27
	1.3 Wachstumsmarkt Kulturwirtschaft	29
	1.4 Teilmärkte der Kulturwirtschaft	30
	1.5 Statistische Abgrenzung der Kulturwirtschaft	31
	1.6 Statistische Grundlagen	32
■	<b>2 Struktur und ökonomische Bedeutung der Kulturwirtschaft in Hessen</b>	34
	2.1 Überblick	34
	2.2 Umsätze der Kulturwirtschaft	37
	2.3 Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte und selbständige Künstler	39
■	<b>3 Teilmärkte der Kulturwirtschaft in Hessen</b>	42
	3.1 Literatur-, Buch- und Pressemarkt	44
	3.1.1 Wirtschaftliche Eckdaten	45
	3.1.2 Wichtigste Branchen	45
	3.1.3 Ausgewählte kulturelle Institutionen und Ereignisse	46
	3.1.4 Aktuelle Entwicklung	49

<b>3.2</b>	<b>Kunstmarkt</b>	<b>50</b>
3.2.1	Wirtschaftliche Eckdaten	52
3.2.2	Wichtigste Branchen	53
3.2.3	Ausgewählte kulturelle Institutionen und Ereignisse	58
3.2.4	Aktuelle Entwicklung	59
<b>3.3</b>	<b>Film-, TV- und Videowirtschaft</b>	<b>60</b>
3.3.1	Wirtschaftliche Eckdaten	62
3.3.2	Wichtigste Branchen	62
3.3.3	Ausgewählte kulturelle Institutionen und Ereignisse	64
3.3.4	Aktuelle Entwicklung	70
<b>3.4</b>	<b>Kulturelles Erbe</b>	<b>72</b>
3.4.1	Wirtschaftliche Eckdaten	73
3.4.2	Ausgewählte kulturelle Institutionen, historische Bauwerke und Anlagen	74
3.4.3	Aktuelle Entwicklung	78
<b>3.5</b>	<b>Musikwirtschaft</b>	<b>81</b>
3.5.1	Wirtschaftliche Eckdaten	82
3.5.2	Wichtigste Branchen	82
3.5.3	Ausgewählte kulturelle Institutionen und Ereignisse	84
3.5.4	Aktuelle Entwicklung	87
<b>3.6</b>	<b>Darstellende und unterhaltungsbezogene Kunst</b>	<b>88</b>
3.6.1	Wirtschaftliche Eckdaten	89
3.6.2	Wichtigste Branchen	90
3.6.3	Ausgewählte kulturelle Institutionen und Ereignisse	97

<b>4</b>	<b>Freie Kulturszene in Hessen</b>	<b>98</b>
4.1	Definition	98
4.2	Soziokulturelle Zentren in Deutschland und in Hessen	103
4.3	Veranstaltungen	105
4.4	Beschäftigte	106
4.5	Umsatz	108
4.6	Ausblick	109
<b>5</b>	<b>Öffentliche Kulturförderung in Hessen</b>	<b>110</b>
5.1	Kulturausgaben der hessischen Kommunen und Landkreise	112
5.2	Kulturausgaben des Landes Hessen	115
5.2.1	Öffentliche Kulturausgaben nach Teilmärkten	115
5.2.2	Direkte öffentliche Kulturförderung	117
5.2.3	Indirekte öffentliche Kulturförderung	118
5.3	Öffentliche Kulturförderung im Bundesländervergleich	122
<b>6</b>	<b>Anstoßeffekte von Kulturförderung</b>	<b>124</b>
6.1	Beispiel documenta	126
6.2	Beispiel Rheingau Musik Festival	132
6.3	Beispiel Jagdschloss Kranichstein bei Darmstadt	136
6.4	Beispiel Kloster Haydau in Morschen	139
6.5	Beispiel Kultursommer Mittelhessen	145

<b>7</b>	<b>Die hessische Kulturwirtschaft im Bundesländervergleich</b>	<b>150</b>
7.1	Überblick	150
7.2	Steuerpflichtige Unternehmen und Umsätze in der Kulturwirtschaft	154
7.3	Struktur der Unternehmen	159
7.4	Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte selbständige Künstler	162
7.5	Die Teilmärkte der Kulturwirtschaft	165
7.5.1	Literatur-, Buch- und Pressemarkt	165
7.5.2	Kunstmarkt	167
7.5.3	Film-, TV- und Videowirtschaft	170
7.5.4	Kulturelles Erbe	172
7.5.5	Musikwirtschaft	175
7.5.6	Darstellende Kunst	177
	<b>Anhang</b>	<b>180</b>
	Anhang 1	
	Liste der Gesprächspartner	180
	Anhang 2	
	Abgrenzung der Kulturwirtschaft anhand der Wirtschaftszweigsystematik	182
	Anhang 3	
	Abgrenzung der Kulturwirtschaft auf internationaler und nationaler Ebene	188
	<b>Tabellenverzeichnis</b>	<b>195</b>
	<b>Abbildungsverzeichnis</b>	<b>196</b>
	<b>Literaturverzeichnis</b>	<b>198</b>



# Ein Plädoyer für die Kultur

Sieben Thesen von Jean-Christophe Ammann

*Dass die Hessische Landesregierung ihren ersten Kulturwirtschaftsbericht vorlegt, ist überfällig und begrüßenswert. Sie trägt damit der Tatsache Rechnung, dass die Kultur in der globalen Kommunikationsgesellschaft zunehmend vom "weichen" zum "harten" Standortfaktor geworden ist. Das belegt der folgende Bericht für die vielfältige hessische Kultur- und Wirtschaftslandschaft in konkreten aktuellen Zahlen. Der Aufforderung, ihm einige grundsätzliche Überlegungen voranzustellen, komme ich gerne nach.*

*Kultur und Wirtschaft durchdringen und bedingen sich gegenseitig auf vielfältige Weise. Die Entwicklung zur Kommunikations- und Wissenschaftsgesellschaft und die*

*Globalisierung unterwerfen die Beziehung zwischen Kultur und Wirtschaft einem rasanten Wandel, in dem die Kultur immer mehr an Bedeutung gewinnt.*

*Im Folgenden unternehme ich den Versuch, einige Aspekte dieser Entwicklung näher zu beleuchten.*

**"Schauen Sie sich um:  
Man sieht kein einziges  
Auto, das von Hunden  
gezogen wird."**

*István Örkény*

## 1.

Ausgangspunkt, Bedingung und zugleich Ziel allen Wirtschaftens ist der umfassend gebildete, schöpferische Mensch, den die Wirtschaft selbst nicht hervorbringen kann. Dies ist ihren Akteuren durchaus bewusst.

Der ehemalige Vorstandssprecher von BMW, Eberhard von Kuenheim schreibt: "Die Wirtschaft braucht den gesamthaft geformten, den gebildeten Menschen; und der geht aus unseren Betrieben nicht hervor. Dazu sind die Regeln zu einseitig. Unsere konkrete Aufgabenstellung führt zur Spezialisierung. Aber Spezialisten allein werden die Probleme der Zukunft nicht lösen. Denn die Herausforderungen für das nächste Jahrhundert werden uns vor Veränderungen stellen, die wir mit der industriellen Revolution des letzten Jahrhunderts zumindest gleichsetzen müssen. Alles wird ständig und gleichzeitig in Bewegung sein."<sup>1</sup>

In Gesellschaft und Ökonomie des 21. Jahrhunderts wird sich der Mensch nur dann behaupten können, wenn er über mehr verfügt, als ökonomisch unmittelbar verwertbares Spezialwissen. Umfassende Bildung und lebenslanges Lernen sind gefordert. "Der Grund, dass gerade bei jungen Leuten heute ein Interesse an so etwas wie Lebenswissen wächst, mag daran liegen, dass die junge Generation nicht mehr in vorgeformte Lebensbahnen geleitet wird, dass unsere Kinder heute nicht mehr eine Ausbildung, ein Studium absolvieren und dann eine berechenbare Berufskarriere machen. Auf sie kommen ganz andere Anforderungen der Selbststeuerung zu.... Für die jungen Leute ist heute das Hauptproblem, wie sie ihrem Leben eine moralisch und ästhetisch tragfähige Kontur geben können."<sup>2</sup>

## "Der Zufall begünstigt nur den vorbereiteten Geist."

*Louis Pasteur*

## 2.

Die Nachfrage nach ästhetischer und ethischer Erziehung, nach Kunst und Wissenschaft, nach Kultur wird zunehmend größer. Die Kultur kann den aktuellen gesellschaftlichen und ökonomischen Anforderungen aber nur gerecht werden, wenn sie ihnen nicht unterworfen wird,

wenn sie sich einer ebenso aktuellen Gegenbewegung wirksam widersetzt: der Tendenz ihrer zunehmenden Ökonomisierung. "Wenn das kapitalistische System weiterhin große Bereiche der Kultur in seine Sphäre saugt, indem es aus diesen warenartige Produkte, Produktionswei-

<sup>1</sup> Elite und Demokratie, Berlin 1999, S. 17

<sup>2</sup> Johano Strasser, Philosoph, Politologe, Pädagoge, Übersetzer, Publizist, Präsident des deutschen PEN-Zentrums, in "Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung", 6. April 2003

**"In einer Ära, die sich zunehmend den losen, kurzfristigen Verbindungen, virtuellen Realitäten und warenartigen Erfahrungen verschrieben hat, kann der Sammlungsaufruf der Gegenbewegung nur sein: der Raum zählt!"**

*Jeremy Rifkin*

sen und Erfahrungen macht, besteht die Gefahr, dass das kulturelle Leben soweit verkümmert, dass es nicht mehr genug soziales Kapital hervorbringen und somit auch das wirtschaftliche Leben nicht mehr stützen kann." schreibt Jeremy Rifkin<sup>3</sup>, Präsident der von ihm aufgebauten Foundation of Economic Trends. "Kulturelle Identität hat im tiefsten Sinn mit immanenten Werten zu tun. Die gemeinsame Kultur ist niemals ein Mittel, sondern ein Ziel. Kulturelle Ressourcen, Rituale und Handlungen werden in und an sich gemessen. Sie sind keine Dinge, die auf quantifizierbare Standards reduziert, auf dem

Markt gekauft und verkauft werden können. Wenn die Kultur ihre Verankerung in der Gesellschaft verliert und auf kommerzielle Unterhaltung reduziert wird, versiegt der immanente Wert. Auf dem Markt regiert der Nutzen."<sup>4</sup>

Dieses – auch ökonomisch motivierte – Plädoyer für eine nicht-kommerzialisierte Kultur fußt nicht auf der obsoleten Verachtung der kommerzialisierten "Low Culture", zu Deutsch: "Trivialkultur".

Es ist der nichtkommerzialisierten "High Culture" längst gelungen, die "Low Culture" stilistisch und inhaltlich zu integrieren.<sup>5</sup> Für die "Trivialkultur", die das Kollektive als ein Hier und Jetzt im Trendsetting des Zeitgeistes versteht, spricht, dass sie ein hervorragender Impulsgeber ist. Mein Kulturbegriff schließt also ausdrücklich die kommerzialisierte "Low Culture" mit ein. Aber ihre (Markt-)Gesetze dürfen nicht zum allgemeinen Maßstab künstlerischer Produktion werden.

<sup>3</sup> Jeremy Rifkin, op. cit., S. 329 f.

<sup>4</sup> Jeremy Rifkin, op. cit., S. 346

<sup>5</sup> "High & Low – Popular Culture / Modern Art" war der Titel einer groß angelegten Ausstellung im Museum of Modern Art in New York 1991.

### 3.

In der nichtkommerzialisierten Kultur sind die Künstler gefragt. Künstler erforschen das Selbst aus einem Bewusstsein von und einem Nachdenken über Gegenwart. Die Gegenwart zu denken, ist das Schwierigste, denn es gilt das Diffuse präzise und das Präzise diffus denken zu können. Das Selbst ist eine Grauzone, das "Loch im Kosmos" (Walker Percy<sup>6</sup>). Künstler arbeiten an ihrem genuinen Auftrag, die unbewusste kollektive Biographie ins kollektive Bewusstsein zu heben. Diese kollektive Biographie ist dem unbewussten Körpergedächtnis jedes Menschen eingeschrieben als Summe unserer genetischen, biographischen (sozialisierten), bewussten und kulturellen Erinnerungen.

Um ihren schwierigen Auftrag erfüllen zu können, bedürfen die Künstler einer gesicherten gesellschaftlichen Akzeptanz. In alten Zeiten war diese Akzeptanz unstrittig. Im Alten Testament ist von vier "Dezerenten" die Rede, vom Schäfer, vom Städtebauer, vom Schmied - in der griechischen Mythologie ist der Schmied Hephaistos der Kunsthandwerker par excellence - und

vom Musiker, dem Künstler. In unserer heutigen, von den Gesetzen der modernen Ökonomie geprägten Gesellschaft gilt es, diese historische Akzeptanz zurück zu erobern. Dabei kann ein Blick auf das Gemeinsame von Künstler und Unternehmer helfen, den uns der österreichische Ökonom Joseph A. Schumpeter<sup>7</sup> geöffnet hat. Er hat die Leitfigur unserer Ökonomie, den Unternehmer, aufgrund seines schöpferischen Gestaltungswillens einmal als Künstler bezeichnet. Das Unternehmen des Künstlers geht allerdings weit über das des Unternehmers hinaus. Während der Gestaltungswille des Unternehmers sich auf ein expansives ökonomisches Denken im realen Raum konzentriert, denkt der Künstler in der Zeit und Raum überschreitenden Sprache der Symbole. Die Werke, die der Künstler schafft, können immense Zeiträume überdauern, jene des Unternehmers bleiben kontingent.

### 4.

Die Entgrenztheit des künstlerischen Blicks und die schöpferische Kraft des Künstlers sind in der globalisierten Kommunikations- und Wissensgesellschaft überlebensnotwendig. Eine Gesellschaft, in der Menschen nur durch Wissensaneignung und Wissenstransfer bestehen können,

braucht Ideenreichtum sowie die Phantasie und die Fähigkeit, Ideen und Wissen in Erfahrung umzusetzen. Wissen ist abrufbar geworden. Aber die Erweiterung des Wissens setzt schöpferische Fähigkeit voraus. In einem Universum, in dem nur etwa 5% der Materie aller Galaxien bisher von Menschen entschlüsselt wurden, ist es realistisch, das Unvorstellbare zu denken.

<sup>6</sup> Amerikanischer Arzt und Schriftsteller, 1916-1990

<sup>7</sup> 1883-1950

Die Fähigkeit, Erkenntnisse zu extrapolieren, setzt Neugier auf Bereiche voraus, die nicht primär irgendeinem zielgerichteten Handeln zugeordnet werden können.

Ideen sind das Eine, ihre Umsetzung das Andere. Für die Materialisierung von Ideen ist oft hochspezialisiertes Wissen notwendig.

Umsetzung, Materialisierung entwickelt eine Eigendynamik und eine – oft exklusive – Eigengesetzlichkeit. Daran scheitert häufig das Interdisziplinäre, die über wissenschaftliche und technische Einzeldisziplinen hinausweisende Phantasie. Die Extrapolation von Erkenntnissen findet aber nur dann statt, wenn diese Phantasie, diese Neugier auf andere Bereiche und die Kenntnis von ihnen vorhanden ist. Nur so können Schnittstellen zwischen den Bereichen gefunden werden. Nur dann entsteht Synergie.

Den Freiraum für interdisziplinäres Denken, den Raum für Synergie schafft die Kultur – die unabhängige, gesellschaftlich akzeptierte, ökonomisch gesicherte Kultur. Solange Investitionen in kulturelle Institutionen als konsumtive Ausgaben gesehen werden, solange hinken wir hinter der Realität her. Investitionen in die menschliche Kreativität, in "zweckfreie" Grundlagenforschung, in kritisches, utopisches Denken, in "l'art pour l'art", Investitionen in die Kultur sind überlebensnotwendig für unsere Gesellschaft, für unsere Ökonomie. Es kann nicht primär um bloße Mate-

rialisierung gehen, um die unmittelbare ökonomische Verwertbarkeit. Es geht um grenzüberschreitendes Denken, um Zeit und Raum überschreitende Phantasie, um den Menschen mit all seinen Möglichkeiten. Der Mensch ist das Kapital unserer Gesellschaft. Einer der Vordenker der Informationsgesellschaft, der Wirtschaftstheoretiker Leo A. Nefiodow<sup>8</sup> hält die menschliche Kreativität für die bisher am wenigsten genutzte Ressource<sup>9</sup>. Sie gilt es, zu nutzen.

## 5.

Der Mensch ist ein handelndes, ein kommunizierendes, ein imitierendes, vor allem: ein neugieriges Wesen. Die Neugier ist die wichtigste Ressource der Ressource Mensch.

Differenziertes Spezialwissen provoziert Lust auf interdisziplinäres, übergreifendes Wissen. Die Globalisierung macht Lust auf neue Kulturen, anderes Denken. Wissensaneignung geschieht in einem sich ständig verfeinernden Raster der

<sup>8</sup> Leo A. Nefiodow ist seit 1965 in der Forschung, Entwicklung und Anwendung der Informationstechnologie tätig, daneben war er Berater des Bundesministeriums für Forschung und Technologie, mehrerer Landesregierungen, internationaler Organisationen und privater Unternehmen. Nefiodow arbeitet seit 1974 im GMD-Forschungszentrum Informationstechnik in Sankt Augustin bei Bonn.

<sup>9</sup> Leo A. Nefiodow, Der sechste Kondratieff. Wege zur Produktivität und Vollbeschäftigung im Zeitalter der Information, Sankt Augustin/Bonn 4. Auflage 2000

Wahrnehmung. Sie ist kein kumulativer, sondern ein differenzierter, dialektischer Akt, der den Teil und das Ganze immer wieder in einen Zusammenhang bringt.

Die menschliche Neugier ist nicht generationspezifisch. Sie erfordert den Dialog der Generationen, die "Nachfrage nach Biographien" (Johano Strasser). In einer Zeit des "Heute hier – Morgen dort" stellt sich die Frage nach dem roten Faden. Erst das Bewusstsein von der Kontinuität, von der anthropologischen Konstante, ermöglicht den Wandel. Die Kontinuität ist die Erdung, die erlaubt, dass das Pendel, wie anarchisch auch immer, ausschlagen kann. Ohne Kontinuität und das Wissen über sie wären wir orientierungslos in unserer mobilen, sich ständig erneuernden Informationsgesellschaft. Kultur hat auch die Aufgabe, das Bewusstsein von Kontinuität, von unserer kollektiven Biographie zu bewahren und immer wieder neu zu schaffen.

Die menschliche Neugier ist heute im Produktionsprozess besonders gefordert. Die Grenzen zwischen ausführenden und planenden, innovativen Arbeitsaufgaben werden immer durchlässiger. Innovationskraft, Neugier, Phantasie sind von allen im Arbeitsalltag gefordert. Wir sind zunehmend hungrig auf Angebote, die uns

weniger aus der täglichen Arbeit hinauskatapultieren, als vielmehr mit Eindrücken und Ideen ausstatten, welche die tägliche Arbeit mit einer übergreifenden Perspektive versehen. Diese zunehmende Nachfrage nach ästhetischer und ethischer Sinnggebung muss die Kultur befriedigen. Museumsbesucher werden so zu Kunden – Museumsleiter mit ihren Mitarbeitern zu Kundenberatern und Kundenbetreuern.

## 6.

Der neuen Aktualität der Ressource menschliche Neugier entspricht eine neue Schwerpunktsetzung in der Profession des Kulturschaffenden: Vermittlung, Kommunikation heißt das A und O. Kommunikation nicht nur im Sinne von bloßer Information, sondern durchaus auch im Sinne von Führung. Führung meint nicht etwa Befehlstrukturen, Führung meint Wegweisen. Führe ich durch eine Ausstellung, so möchte ich nicht nur informieren, sondern jedem Besucher den Weg zum künstlerischen Werk weisen – und zwar so, dass er, ob er das Werk nun mag oder nicht, erkennt, dass dieses Werk etwas mit ihm, dem Betrachter, selbst zu tun hat. Ich muss Wirtschaftsprüfern und Biologen, Hausfrauen und

Computerspezialisten vor Augen führen, dass der Künstler potentiell zu uns allen spricht. Wie kann ich das leisten? Ich glaube, das Entscheidende ist, stets die Gegenwärtigkeit eines Kunstwerks, die individuelle und aktuelle Gültigkeit der in ihm kondensierten kollektiven Biographie hervorzuheben, auch wenn es vor Hunder-

ten von Jahren entstanden ist. Ich muss also neue Sichtschneisen fürs Auge, neue Wege des Denkens weisen auf Kontinuitäten und Neues, bisher nie Dagewesenes zugleich.

"Was geschieht, das ist schon längst geschehen, und was sein wird, ist auch längst gewesen; Gott holt wieder hervor, was vergangen ist", heißt es im Alten Testament<sup>10</sup>. Im Prozess der Kommunikation, im konkreten Arbeitsalltag eines Museumsleiters stellt sich so ganz unmittelbar die Frage nach Ursache und Wirkung, nach den Grenzen dessen, was menschlicher Geist überhaupt zu erfassen in der Lage ist, nach Gott als der universalen, kosmischen Gedächtnisstruktur. Die Physiker haben die Hoffnung, den

Ursprung der Materie mit der Stringtheorie erklären zu können. Ihr Versuch, Gravitation und Quantentheorie unter einen Hut zu bringen, indem sie die Elementarteilchen nicht mehr als punkt-, sondern als fadenförmige Gebilde interpretieren, stößt auf eine harte mathematische Grenze. Auch die Physiker sind sich dessen bewusst, dass ihre Suche nach der vereinheitlichten Theorie über Ursache und Wirkung an die Metaphysik rührt.

Das Faszinierende sind die Zusammenhänge. Um diese zu erkennen, braucht es die Kompetenz, die Teile in ihrer Bedeutung, in ihrer perspektivischen Konsistenz und in ihren Schnittstellen zu erfassen. Auch dies eine hoch aktuelle, zugleich uralte Erkenntnis. Der chinesische Militärstrategen Sun Tze schrieb vor 400 Jahren: "Deshalb bedeutet die Grenze der Formgebung für das eigene Heer, dass keine Form mehr vorhanden ist. Gibt es keine Form, so gelingt es auch dem tief eindringenden Kundschafter nicht, etwas zu erspähen; selbst ein Weiser wird nicht in der Lage sein, sich ein Urteil zu bilden... Aus diesem Grund wiederholt sich ein Sieg in der Schlacht niemals in gleicher Weise, er entspricht der Unerschöpflichkeit der Form selbst."<sup>11</sup>

Kommunikation, Vermittlung, lebt gleichermaßen aus der Fülle der Assoziationen und der Strenge der Disziplin. Sie erfordert die Möglichkeit, Neues zu denken ebenso wie das Bewusstsein von unserer kollektiven Biographie. Sie erfordert hoch spezialisiertes Fachwissen ebenso wie den interdisziplinären Blick auf Zusammenhänge. Sie erfordert den genauen Blick auf die physikalisch messbare Realität ebenso wie metaphysische Phantasie. Das gilt nicht nur für den Museumsleiter. Das gilt für alle Professionen in unserer Kommunikations- und Wissensgesellschaft. Ästhetik, Philosophie, Ethik, Metaphysik sind unverzichtbare Produktivkräfte.

<sup>10</sup> Kohelet 2,3

<sup>11</sup> Sun Tze, Die dreizehn Gebote der Kriegskunst, München 1972, hier: VI/12 Die Fülle und die Leere

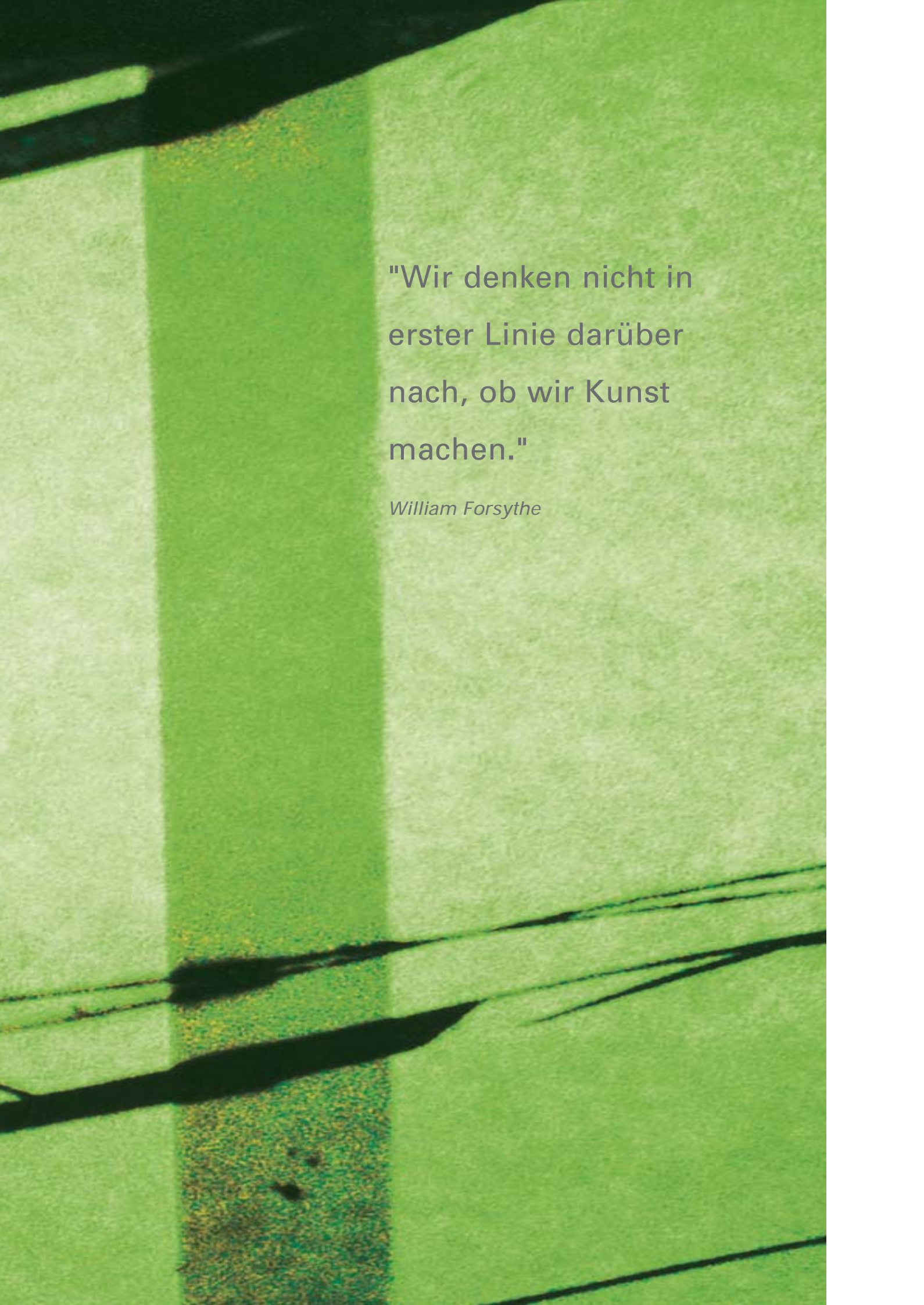
Kultur ist das vierte, nicht das fünfte Rad am Wagen. Eiert das Rad, gerät der Wagen aus der Spur. Deshalb plädiere ich für eine Präzisierung des Kulturbegriffs. Er muss die Schärfe eines Instruments erhalten. Eines Instruments, das ganz deutlich macht: Kultur, das sind nicht nur "die schönen Künste", deren Lob die singen, die "es sich leisten können". Kultur betrifft alle. Mit dem ihr innewohnenden prozessualen Grundmuster infiltriert, infiziert sie alle gesellschaftlichen Bereiche, ohne dass dies jeder von uns in seinem Alltag bewusst wahrnimmt. So infiziert, infiltriert sie auch die Wirtschaft, ermöglicht die Wirtschaft, wie die Wirtschaft sie ermöglicht. Kultur ist eine unverzichtbare Produktivkraft.

- 7. Der erste hessische Kulturwirtschaftsbericht belegt diese Erkenntnis ganz konkret. Zugleich spiegelt er die ganze Vielfalt von Kultur. Hessen ist ein historisch gewachsener "Vielvölkerstaat" mit vielen kulturellen Zentren und Subzentren. Hessens Stärke ist die regionale Kompetenz. Das ist ein Pfund, mit dem man wuchern kann. Regionale Kompetenz, multizentrische Strukturen sind der globalisierten Kommunikations- und Informationsgesellschaft hoch angemessen. Leuchtturmprojekte sind letztlich nur dann sinnvoll, wenn ihre kreisende Lichtspur "spinoffs" (i.e.: Abfallprodukte) hervorruft.

– So wäre z. B. die flächen-deckende Mikroelektronik ohne Mondlandung nicht denkbar. – Leuchtturmprojekte können erst überall Lichter entzünden, wenn sie vor Ort aufgegriffen und verarbeitet werden, wenn sie den Boden kulturell durchtränken, wenn sie Synergieeffekte mit regionalen Initiativen hervorrufen, die den hochgeworfenen Lichtball auffangen und weiterspielen, wenn jeder – Unternehmer, Institut, Künstler, Staat – bereit ist, sein gebündeltes Licht in alle überdachten Skydome zu werfen.

Der Staat ist nicht mehr selbst der Skydome. Er ist nur einer von vielen, ein Sponsor der Kultur. Auf Ausschließlichkeit ist er nicht mehr erpicht. Als ich 1995 die Ehre hatte, den deutschen Pavillon im Rahmen der Biennale in Venedig zu betreuen, gab es am Eingang eine Sponsorentafel, auf der die Bundesrepublik Deutschland als ein Sponsor verzeichnet war. Man verstehe mich richtig: Es geht nicht darum, den Staat seiner kulturellen Verantwortung zu entheben. Sie ist aktueller denn je. Aber es braucht den großzügigen, mentalen und emotionalen Schub, der die Notwendigkeit von Kunst und Kultur für uns alle fokussiert. Der erste hessische Kulturwirtschaftsbericht ist ein wichtiger Beitrag dazu.





"Wir denken nicht in  
erster Linie darüber  
nach, ob wir Kunst  
machen."

*William Forsythe*

# Einführung

*Mit dem ersten hessischen Kulturwirtschaftsbericht setzt die Forschungs- und Entwicklungsgesellschaft Hessen (FEH) eine Reihe von Untersuchungen fort, die sie im Auftrag des Hessischen Ministeriums für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung durchgeführt hat und die bereits Teil- bzw. Randbereiche der Kulturwirtschaft erfassten, so z.B. zur Medien- und Kommunikationswirtschaft in Hessen oder zu unternehmensnahen Dienstleistungen im Rhein-Main-Gebiet<sup>1</sup>. Zudem existiert über die Kulturregion Rhein-Main eine Untersuchung von 2001, die im Auftrag der Wirtschaftsinitiative Frankfurt Rhein-Main e.V. von Culturplan<sup>2</sup> erarbeitet wurde und die u.a. Vorschläge zur weiteren kulturellen Profilierung dieser Region macht.*

Der erste Kulturwirtschaftsbericht für Hessen gliedert sich in sieben Teile. Nach einer kurzen Darstellung der definitorischen und methodischen Grundlagen wird im zweiten Kapitel die Bedeutung und Struktur der hessischen Kulturwirtschaft analysiert. Eine vertiefte Untersuchung über die Teilmärkte der Kulturwirtschaft in Hessen schließt sich im dritten Kapitel an.

Die Bedeutung der Freien Kulturszene wird im vierten Kapitel beispielhaft durch die Betrachtung der soziokulturellen Zentren in Hessen beleuchtet. Anschließend wird im fünften Kapitel

eine Übersicht über die direkte und indirekte öffentliche Kulturförderung in Hessen gegeben. Die Anstoßeffekte öffentlich geförderter Kulturevents und -einrichtungen werden im sechsten Kapitel anhand ausgewählter Beispiele aufgezeigt.

Eine Analyse der Kulturwirtschaft auf Bundesländerebene zur Positionsbestimmung der hessischen Kulturwirtschaft schließt den Bericht ab.

Im Rahmen der Berichterstellung fanden zahlreiche Expertengespräche mit Vertretern verschiedener kultureller Einrichtungen und Organisationen statt, ohne deren Engagement und ausführliche Informationen diese Untersuchung nicht in der vorliegenden Form hätte erfolgen können. Allen Gesprächspartnern sei daher an dieser Stelle gedankt.

<sup>1</sup> Vgl. Gauler, Anja; Trabert, Lioba; Piesk, Susanne (2001) sowie Möhrle, Wilfried; Piesk, Susanne (2001).

<sup>2</sup> Vgl. Gerecht, Cerstin; Haselback, Dieter; Mackscheidt, Nikolai (2001).

## Zusammenfassung - Kulturwirtschaft in Hessen

*Bei der regionalökonomischen Betrachtung von Kunst und Kultur dominierte lange Zeit die Vorstellung, dass dieser Bereich nur einer von vielen weichen Standortfaktoren sei. Die Bedeutung der Kulturwirtschaft als Wirtschaftsbereich und Arbeitsmarktfaktor fand erst in den letzten Jahren ein öffentliches Interesse. Der vorliegende erste Kulturwirtschaftsbericht Hessen zeigt, dass sich ein vertiefender Blick auf diesen Bereich lohnt. Dabei werden zur Kulturwirtschaft der marktorientierte Bereich, der öffentliche Kulturbetrieb und die Freie Kulturszene zusammengefasst.*

Die hessische Kulturwirtschaft stellt mit ihren rund 120.000 Beschäftigten – das sind ca. 4% aller Erwerbstätigen in Hessen – einen nicht zu unterschätzenden Arbeitsmarktfaktor dar. Damit ist dieser Bereich in Hessen von größerer Bedeutung als beispielsweise die "klassischen" Branchen Automobil oder Chemie.

Auch die Anzahl von 22.000 Unternehmen in der Kulturwirtschaft mit einem Umsatz von rund 19 Mrd. Euro und einem Umsatzanteil von 5% an allen Umsätzen in Hessen lässt den Stellenwert dieses Bereichs erkennen.

Der regionale Schwerpunkt der marktorientierten Kulturwirtschaft ist das Rhein-Main-Gebiet, wo 75% der kulturwirtschaftlichen Unternehmen angesiedelt sind. Den Schwerpunkt der Kulturwirtschaft in Nordhessen bildet die Stadt Kassel.

Die wichtigsten Teilmärkte der Kulturwirtschaft sind der Literatur-, Buch- und Pressemarkt mit einem Umsatzanteil von circa 40%, der Kunstmarkt mit einem Umsatzanteil von circa 35% sowie die Film-, TV- und Videowirtschaft mit einem Umsatzanteil von circa 13%. Diese Teilbereiche der Kulturwirtschaft vereinen in Hessen rund 87% des Umsatzes in der Kulturwirtschaft auf sich.

- Der Literatur-, Buch und Pressemarkt machte im Jahr 2000 in Hessen einen Umsatz von 7,4 Mrd. Euro und ist dabei – wie in allen Bundesländern – das bedeutendste Beschäftigungsfeld innerhalb der hessischen Kulturwirtschaft: Knapp 44.000 Personen sind hier tätig, dies entspricht einem Anteil von rund 40% an den sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in der Kulturwirtschaft insgesamt, wobei vor allem das Druckgewerbe mit rund 19.000 Beschäftigten sowie das Verlagswesen mit rund 14.000 Beschäftigten und einem Umsatz von je 2,5 Mrd. Euro dominieren.

- Im Kunstmarkt und in der Film-, TV- und Videowirtschaft sind jeweils ca. 20.000 Personen beschäftigt. Der Kunstmarkt ist im Bundesländervergleich in Hessen besonders stark ausgeprägt, was vor allem auf die hierunter subsummierte Werbebranche zurückzuführen ist. Von den insgesamt 6,5 Mrd. Euro Umsatz entfielen allein 5,2 Mrd. auf die Werbebranche. Aber auch der Anteil an Kunstmuseen ist in Hessen mit 10% doppelt so hoch wie im Bundesdurchschnitt.

- Filmproduktion sowie der Filmvertrieb und -verleih einschließlich der Filmtheater und Fotoateliers – als bedeutendste Branche in der Film-, TV- und Videowirtschaft – weisen dagegen nur einen Umsatz von 0,7 Mrd. Euro aus.

Ein weiterer wichtiger Teilbereich der Kulturwirtschaft ist der Bereich Kulturelles Erbe, der für den Arbeitsmarkt mit knapp 21.000 Beschäftigten eine ebenfalls hohe Bedeutung hat, wenn auch die Umsätze in diesem Teilmarkt insgesamt geringer ausfallen.

Neben den kulturellen Gütern und Dienstleistungen der primär marktorientierten Unternehmen aus der Kulturwirtschaft wird das Kulturangebot in Hessen durch eine ganze Bandbreite von Angeboten aus dem Bereich der Freien Kulturszene erweitert. Die Größenordnung dieses spezifischen Kulturangebots verdeutlicht exemplarisch die Darstellung der soziokulturellen Zentren in Hessen. So wurden in den circa 30 Zentren in den Jahren 2000 und 2001 jeweils rund 3.000 Veranstaltungen angeboten, die von einer halben Million Menschen besucht wurden. Die Bedeutung der soziokulturellen Zentren veranschaulicht ein Vergleich: Die knapp 3.000 Veranstaltungen der privaten Theater hatten ebenfalls eine halbe Million Besucher, die 3.500 von den staatlichen Theatern angebotenen Veranstaltungen verzeichneten knapp 1,3 Mio. Besu-

## Zusammenfassung

cher. Im Unterschied zu öffentlichen kulturellen Einrichtungen wird die Arbeit in den soziokulturellen Zentren in Hessen in starkem Maß von Ehrenamtlichen getragen. Rund zwei Drittel der insgesamt nur 485 Beschäftigten sind ehrenamtlich tätig. Der Umsatz der hessischen soziokulturellen Zentren betrug im Jahr 2000 rund 4,6 Mio. Euro, der Anteil der Eigeneinnahmen lag bei 45%.

Im Bereich der öffentlichen Kulturförderung gab die öffentliche Hand im Jahr 2000 rund 507 Mio. Euro aus. Dabei stehen den 378 Mio. Euro, die Kommunen und Landkreise aufbringen, 129 Mio. Euro gegenüber, mit denen das Land Hessen im Jahr 2000 kulturelle Projekte und Initiativen, kulturwirtschaftliche Aktivitäten sowie Institutionen des Kulturbereichs unterstützte. Von den 378 Mio. Euro, die die Kommunen und Landkreise im Rahmen ihrer Kulturförderung aufbringen, entfallen knapp 200 Mio. Euro auf die Stadt Frankfurt, die damit einen wesentlich größeren Kulturretat als das Land Hessen aufweist.

Schwerpunkte der öffentlichen Kulturförderung sind – ähnlich wie in anderen Bereichen, etwa des Gesundheits- oder Erziehungswesens – Investitionen in die "Infrastruktur". Im Bereich der Kultur sind dies insbesondere die Theater und Museen, Bibliotheken und Büchereien. Der Hauptanteil der Kulturausgaben der Kommunen und Landkreise entfällt mit 137 Mio. Euro auf die Sparte

Theater und Konzerte, wobei es fast ausschließlich die Kommunen sind, die diese Einrichtungen finanzieren. Dies gilt auch für die hessischen Museen und Ausstellungen, die mit rund 92 Mio. Euro von den Kommunen unterstützt werden.

Die Kulturförderung des Landes Hessen beschränkt sich jedoch nicht nur auf die Bereitstellung und den Unterhalt von öffentlichen Kulturinstitutionen, sondern schließt auch die Unterstützung von kulturwirtschaftlich ausgerichteten Unternehmen und Kulturschaffenden ein. Eine indirekte Kulturförderung findet auf Landesebene vor allem im Rahmen der Unternehmens- und wirtschaftlichen Strukturförderung mit dem Ziel statt, regionalwirt-

schaftliche Entwicklung dauerhaft zu stimulieren. So wurden im Rahmen der allgemeinen Wirtschaftsförderung im Jahr 2000 vor allem kleine und mittlere Unternehmen bzw. Einzelpersonen oder Künstler z.B. aus der Filmwirtschaft gefördert. Daneben fördern in unterschiedlichem Umfang auch Programme anderer Ressorts.

Einblicke in die Wechselbeziehungen zwischen der öffentlichen und privaten Kulturförderung und die dadurch induzierten regionalwirtschaftlichen Effekte geben ausgewählte Fallbeispiele. Als ein wesentliches Ergebnis ist festzuhalten, dass die Reichweite der direk-

ten und indirekten wirtschaftlichen Effekte kultureller Projekte vielfach unterschätzt wird. Gleichzeitig wird deutlich, dass die Realisierung kulturell bedeutsamer und anspruchsvoller Projekte mit überregionaler Ausstrahlung ohne eine Anschubfinanzierung bzw. kontinuierliche finanzielle Unterstützung von außen über einen längeren Zeitraum nicht erfolgreich durchzuführen ist. Dies gilt sowohl für das Rheingau Musik Festival, das von Unternehmen gesponsert wird, als auch für die documenta und den Kultursommer Mittelhessen, die fast aus-

schließlich von der öffentlichen Hand getragen werden. Auch die Sanierung des Jagdschlusses Kranichstein und des Klosters Haydau wäre ohne öffentliche Fördermittel bzw. ohne finanzielle Unterstützung durch private Förderer und ehrenamtlich Tätige nicht realisierbar gewesen.

Die Beispiele documenta, Kultursommer Mittelhessen und Rheingau Musik Festival zeigen, dass die ausgelösten regionalwirtschaftlichen Effekte in erster Linie dem Hotel- und Gaststättengewerbe sowie Verkehrsunternehmen zugute kommen. Die Beispiele Jagdschloss Kranichstein und Kloster Haydau belegen, dass von den durch die öffentliche Förderung induzierten Investitionen in der Denkmalpflege primär Unternehmen des Baugewerbes profitieren. Hierbei handelt es sich – was die einmalige Sanierung und Instandsetzung angeht – um temporäre Effekte. Die sich anschließende Bauunterhaltung löst langfristig nur geringe wirtschaftliche Effekte aus.

## Zusammenfassung

Von zentraler Bedeutung sind die indirekten Wirkungen der genannten Beispiele für die Regionalentwicklung insgesamt. Der Bekanntheitsgrad der ausrichtenden Stätten steigt, und das Image einer Stadt oder einer Region wird durch diese kulturellen Ereignisse geprägt, wie im Falle der documenta für die Stadt Kassel oder im Falle des Rheingau Musik Festivals für den Rheingau zu beobachten ist. Die identitätsstiftende Funktion der Kultur, d.h. die Identifikation der Bevölkerung mit ihrer Region und das Engagement für die Region spielen ebenfalls eine besondere Rolle, wie der Kultursommer Mittelhessen und die Sanierung des Klosters Haydau belegen.

Die wesentlichen Ergebnisse des erstmals durchgeführten interregionalen Vergleichs über die Kulturwirtschaft in Deutschland und in den einzelnen Bundesländern zeigen, dass die Kulturwirtschaft einen bedeutenden Wirtschaftsbereich darstellt. So konnten in Deutschland im Jahr 2000 insgesamt rund 262.000 steuerpflichtige Unternehmen der Kulturwirtschaft zugerechnet werden, die einen Umsatz von ca. 204 Mrd. Euro auswiesen. Dies entspricht einem Anteil von rund 5% am Umsatz der Gesamtwirtschaft in Deutschland.

Auch der Anteil der in der Kulturwirtschaft tätigen Personen entspricht rund 5% aller Beschäftigten in Deutschland: Mit seinen insgesamt 1.35 Mio. sozialversicherungspflichtig Beschäftigten stellt die Kulturwirtschaft in Deutschland somit einen nicht zu unterschätzenden Beschäftigungsfaktor dar.

Sowohl bei den Umsatz- als auch bei den Beschäftigtenanteilen liegt Hessen im Bundesdurchschnitt. Der hessische Beitrag zur Kulturwirtschaft Deutschlands liegt gemessen am Umsatz bei 9,2% und gemessen an den sozialversicherungspflichtig Beschäftigten bei 8,3%.

Die umsatzstärksten Teilmärkte innerhalb der Kulturwirtschaft sind in allen Bundesländern der Literatur-, Buch- und Pressemarkt, gefolgt vom Kunstmarkt und der Film-, TV- und Videowirtschaft. Demgegenüber sind die Teilmärkte

Kulturelles Erbe, Darstellende Kunst und die Musikwirtschaft – zumindest was den Umsatz angeht – von untergeordneter Bedeutung.

Der Bundesländervergleich offenbart die Unterschiede, was die Umsätze und die Beschäftigten in der Kulturwirtschaft insgesamt und in den einzelnen Teilmärkten angeht. In Hessen zeigt sich dies am deutlichsten beim Kunstmarkt, der im Vergleich zu den anderen Bundesländern besonders dominant ist: Während im Bundesdurchschnitt der Kunstmarkt einen Anteil von knapp 22% am Umsatz der Kulturwirtschaft hat, sind es in Hessen rund 35%.

Der erste Kulturwirtschaftsbericht belegt, dass Kultur einen immer größeren Anteil an der privaten Wirtschaft ausmacht, dort Elemente wie Kreativität und Innovation einbringt. Kulturschaffende und kulturelle Einrichtungen tragen dazu bei, die regionale Identität und Wirtschaftsentwicklung zu stärken. "Kultur und Regionalentwicklung" ist in Hessen ein Zukunftsthema. Die Stadt Kassel unterstreicht dies aktuell mit ihrer Bewerbung als "Kulturhauptstadt 2010" und macht damit den Stellenwert deutlich, den sie der Kultur beimisst.

Darüber hinaus zeigt die vorliegende Untersuchung deutlich, dass Kulturschaffen, kulturelle Aktivitäten und die Unterhaltung kultureller Einrichtungen ohne Unterstützung durch die öffentliche Hand, aber auch ohne ehrenamtlich Tätige nicht denkbar sind. Nicht näher untersucht wurde im vorliegenden Bericht das finanzielle Engagement von Unternehmen, Stiftungen und Mäzenen im Bereich der Kultur, welches einen wichtigen Beitrag im Hinblick auf die Lage der Kulturwirtschaft leisten dürfte. Insofern ist auch Sponsoring und Mäzenatentum im Bereich der Kultur ein Thema, dem in Zukunft verstärkt Beachtung geschenkt werden sollte.





"Man soll alle Tage  
wenigstens ein kleines  
Lied hören, ein gutes  
Gedicht lesen, ein treff-  
liches Gemälde sehen  
und, wenn es möglich  
zu machen wäre, einige  
vernünftige Worte  
sprechen..."

*Johann Wolfgang von Goethe*

# Zum Begriff der Kulturwirtschaft

## ■ 1.1 Inhaltliche Begriffsbestimmung

*Kultur und Ökonomie werden in der öffentlichen Wahrnehmung und Diskussion meist als Gegensätze begriffen. Kultur ist jedoch auch ein bedeutender Wirtschaftszweig, sie schafft wirtschaftliche Werte, Einkommen und Arbeitsplätze.*

*Der Kulturwirtschaft kann ein sehr weites Feld von wirtschaftlichen Tätigkeiten zugeordnet werden. Dazu gehören die Tätigkeiten zur Wahrung des kulturellen Erbes, die Darstellenden Künste, die Literatur, die Musik, die Print-Medien, die audiovisuellen Medien sowie soziokulturelle Aktivitäten.*

*Somit kann Kulturwirtschaft durchaus als ein eigenständiges Wirtschaftsfeld definiert werden, dessen Teilbereiche ein Mosaik von miteinander verflochtenen Wirtschaftsbereichen darstellen. Sie ist ein zukunftsorientierter, kreativer und innovativer Sektor, dessen Produkte und Dienstleistungen kaum substituierbar sind, der substantielle Werte schafft und in dem neue Technologien entwickelt werden. In ihren Kernbereichen werden zudem kulturelle Bildung sowie hohe Qualifikationen und ein großes Engagement der Arbeitskräfte vorausgesetzt.<sup>3</sup>*

<sup>3</sup> Vgl. hierzu die "Essener Erklärung: 10 Leitsätze zur Kulturwirtschaft in Europa", 1999. Die Essener Erklärung war das Ergebnis eines internationalen Fachkongresses zur Kulturwirtschaft in Europa, der unter der deutschen EU-Ratspräsidentschaft stand und im Mai 1999 in Essen stattfand. Rund 250 Teilnehmer aus 22 Ländern erörterten Modelle und Rahmenbedingungen erfolgreicher kulturwirtschaftlicher Entwicklungskonzepte aus Städten und Regionen in Europa. Die Ergebnisse des Kongresses wurden in dieser sogenannten "Essener Erklärung" zusammengefasst.

Die Kulturwirtschaft kann nach ihren einzelnen Funktionsbereichen unterschieden werden, wobei im wesentlichen

- die eigentlichen schöpferischen Akte,
- die Produktion von Kunst und kulturellen Gütern,
- die Dienstleistungen zur Vermarktung und Verbreitung von Kunst und Kultur,
- der Handel mit kulturellen Gütern,
- die Bewahrung von Kulturgütern sowie
- die kulturelle Erziehung

zu nennen sind.

Die individuelle schöpferische Tätigkeit steht dabei am Beginn einer langen Wertschöpfungskette. So liefert das Kulturschaffen Vorleistungen für andere Wirtschaftsbereiche, zum Beispiel im Bereich des Industrie- oder Produktdesign, wo künstlerische Leistungen oftmals wesentliche Vorbedingung für Markteinführung und Markterfolg von Produkten sind. Das Vorhandensein einer aktiven Freien Kulturszene kann im Grunde genommen als Innovationspotenzial der Kulturwirtschaft gelten, von dem auch wesentliche Impulse für Mainstream und Markt ausgehen.

Unternehmen aus den übrigen Wirtschaftsbereichen wiederum liefern der Kulturwirtschaft durch ständige technische Innovationen, z.B. im Bereich der Filmtechnik, Input und Anregungen für neue künstlerische Ausdrucksformen wie Videosessions u.v.m.

Die öffentliche Hand, die kulturelle Einrichtungen und Kulturschaffende maßgeblich unterstützt, erhält von den Unternehmen und Beschäftigten der Kulturwirtschaft wiederum Steuern und Abgaben.

Die Abbildung 1 zeigt exemplarisch die Verflechtung zwischen der Kulturwirtschaft, der übrigen Wirtschaft und der öffentlichen Hand.

**Abbildung 1: Zusammenhang zwischen dem Kultursektor, Wirtschaft und Staat**



Quelle: Eigene Darstellung auf Basis der Übersicht 1 in: Ertel, Rainer u. a. (2002).

## ■ 1.2 Die Bereiche der Kulturwirtschaft

Innerhalb der Kulturwirtschaft sind zunächst der marktorientierte Bereich und der öffentliche Kulturbetrieb zu nennen. Ohne die Einrichtungen des öffentlichen Kulturbetriebs lässt sich die Kulturwirtschaft nicht sinnvoll darstellen. Auch Braun/Gallus/Scheytt<sup>4</sup> verstehen unter Kulturwirtschaft sowohl die marktorientierte Kulturindustrie als auch die von der öffentlichen Hand getragenen Kultureinrichtungen.

Heinrichs<sup>5</sup> nennt diese wirtschaftliche Einheit den "Kulturbetrieb", differenziert jedoch zwischen drei Teilbereichen: "dem öffentlichen, dem privatwirtschaftlich-gemeinnützigen und dem privatwirtschaftlich-kommerziellen Sektor".

Diese Überlegungen vorangestellt, werden im vorliegenden Kulturwirtschaftsbericht für Hessen die marktorientierte Kulturwirtschaft, die Freie Kulturszene und der öffentliche Kulturbereich unterschieden, die zusammen die Kulturwirtschaft bilden.

### ■ Marktorientierte Kulturwirtschaft

Zur marktorientierten Kulturwirtschaft zählen die Unternehmen und Institutionen, deren wesentliches gemeinsames Merkmal ihre auf Gewinnerzielung ausgerichtete Tätigkeit ist und die überwiegend in einer privaten Rechtsform organisiert sind. Zu nennen sind z.B. die privaten Musicaltheater, die Multiplex-Kinos oder TV-Musiksender, Tonstudios, Buchverlage, Kleinkunsttheater, Galerien etc., aber ebenso die vielen Selbständigen wie Drehbuchautoren, Musikveranstalter und freie Künstler. Kennzeichnend für diesen Bereich der Kulturwirtschaft ist die Dominanz von kleineren und mittleren Unternehmen und eine hohe Personalintensität. Darüber hinaus

sind die Unternehmen und Institutionen dieses Bereichs in der Mehrzahl dauerhaft in lokale Milieus und regionale Netzwerke eingebunden.<sup>6</sup>

Unternehmen der Kulturwirtschaft und selbständige Kulturschaffende arbeiten – ähnlich wie zahlreiche unternehmensnahe Dienstleister – in Netzwerken zusammen, die es ihnen ermöglichen, auch über den regionalen Maßstab hinaus nutzbringende Beziehungen aufzubauen. Damit werden die jeweiligen Informationszugänge verbessert, fachliche Ressourcen projektbezogen zur Auftragserfüllung gebündelt und die Akquisition erleichtert. In diesem Sinn tragen die Netzwerke dazu bei, die eigene wirtschaftliche Entwicklung der zumeist kleineren oder sehr spezialisierten Unternehmen zu fördern.<sup>7</sup>

<sup>4</sup> Braun, Günther E.; Gallus, Thomas; Scheytt, Oliver (1996), S. 25 f..

<sup>5</sup> Heinrichs, Werner (1999), S. 41.

<sup>6</sup> Kunzmann, Klaus R. (1995), S. 327 f.

<sup>7</sup> Möhrle, Wilfried; Piesk, Susanne (2001), S. 100.

### ■ Freie Kulturszene

Der Bereich der Freien Kulturszene ist dadurch gekennzeichnet, dass er in der Regel nicht auf Gewinnerzielung orientiert ist. Die freien Gruppen, Veranstalter und Institutionen in diesem Bereich der Kulturwirtschaft sind oftmals als Verein, gemeinnützige GmbH oder in kommunaler Trägerschaft organisiert oder als freie Künstler tätig. Die Freie Kulturszene ist zwischen dem öffentlichen Kulturbetrieb auf der einen Seite und der marktorientierten Kulturwirtschaft auf der anderen Seite angesiedelt und wird von Nonprofit-Einrichtungen und -Organisationen wie soziokulturellen Zentren, alternativen Kulturzentren, Kulturcafés, freien Theatergruppen, örtlichen Kulturvereinen u.v.m. geprägt. Dieser Bereich erwirtschaftet Teile seines Budgets selbst, und zwar über eigene Einnahmen sowie durch die Unterstützung von Sponsoren, ist jedoch – ähnlich wie der öffentliche Kulturbetrieb – in seiner Existenz und mit seinen Aktivitäten zu einem großen Teil von der öffentlichen Förderung abhängig. Ein besonderes Merkmal der Freien Kulturszene ist, dass sie durch ein hohes ehrenamtliches Engagement Unterstützung erfährt.

Dieser "Dritte Sektor" weist in seiner Gesamtheit international enorme Wachstumsraten auf, nimmt an gesellschaftlich-politischer und volkswirtschaftlicher Bedeutung ständig zu und sichert immer mehr Menschen Arbeit und Einkommen.<sup>8</sup> Der Erfolg freier Kulturzentren zeigt sich beispielsweise darin, dass es in Deutschland mittlerweile circa 500 derartige Einrichtungen gibt, davon circa 30 in Hessen mit rund 3.000 Veranstaltungen und mehr als einer halben Million Zuschauern pro Jahr.<sup>9</sup>

### ■ Öffentlicher Kulturbetrieb

Unter öffentlichem Kulturbetrieb ist die Gesamtheit der unmittelbar von der öffentlichen Hand getragenen Kulturinstitutionen zu verstehen. Dies sind sowohl Einrichtungen wie Theater, Museen, Orchester, institutionell geförderte Verbände, Ausbildungsstätten, Stiftungen und Wettbewerbe, aber auch öffentliche Kultur- und Forschungsinstitute, die Verwaltung von kulturellen Einrichtungen auf Bundes-, Landesebene und in den Landkreisen und Kommunen. Dieser öffentliche Kulturbetrieb kann auf regionaler Ebene ein bedeutender Wirtschafts- und Beschäftigungsfaktor sein, der sich in der Regel – da relativ konjunkturunabhängig – durch eine stabile Beschäftigungslage auszeichnet.

Die in den letzten Jahren verstärkt nachgesuchte Einbeziehung privater Ressourcen in die Finanzierung von Einrichtungen und Veranstaltungen widerlegt deren öffentlichen Charakter nicht, sondern weist auf ein neuerlich gestiegenes Interesse von Unternehmen am (öffentlichen) Kulturgesehen hin.

<sup>8</sup> Vgl. Anheier; Helmut K. (1997).

<sup>9</sup> Vgl. LAKS (Landesarbeitsgemeinschaft der Kulturinitiativen und soziokultureller Zentren in Hessen e.V.) (2002).

## 1.3 Wachstumsmarkt Kulturwirtschaft

Zur positiven Entwicklung der Kulturwirtschaft

in den letzten Jahren und zu ihrem überdurchschnittlichen Wachstum haben sowohl veränderte wirtschaftliche als auch gesellschaftliche Rahmenbedingungen beigetragen. Als wesentliche Gründe für die steigende Nachfrage nach kulturellen Gütern und Dienstleistungen sind nach einer Untersuchung der EU folgende Faktoren anzuführen:<sup>10</sup>

- die zunehmende Bedeutung des Dienstleistungssektors, verbunden mit einem generellen Anstieg der Einkommen hat es ermöglicht, dass die Ausgaben der europäischen Haushalte für Freizeit, darstellende Kunst und kulturelle Leistungen kontinuierlich gestiegen sind;
- die demographische Entwicklung führt zu einem zunehmenden Anteil von Personen, die über 55 Jahre alt sind und besonders aktiv am kulturellen Leben teilnehmen;
- ein höheres Bildungsniveau, das sich unmittelbar positiv auf die Nachfrage nach kulturellen Leistungen auswirkt;
- kürzere Arbeitszeiten, die eine wachsende Nachfrage nach kulturellen Freizeitaktivitäten begünstigen;
- die zunehmende Verstädterung, die sich langfristig durch ein verändertes Nachfrageverhalten zugunsten der Kulturangebote äußert.

Diese Faktoren lassen auch in Zukunft eine steigende Nachfrage nach Kulturerzeugnissen und kulturellen Leistungen in Europa erwarten.<sup>11</sup>

Dass die Kulturwirtschaft auch in Deutschland von hoher Dynamik gekennzeichnet ist und als Wachstumsmarkt bezeichnet werden kann, belegt z.B. die Entwicklung der Kulturwirtschaft in Nordrhein-Westfalen: So stiegen dort ihre Umsätze zwischen den Jahren 1996 und 1999 um rund 21%, während in der Gesamtwirtschaft nur eine Umsatzsteigerung von 10% zu verzeichnen war. Auch die Anzahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in Nordrhein-Westfalen in der Kulturwirtschaft erhöhte sich zwischen den Jahren 1996 und 2000 um 9% und lag damit deutlich über dem Beschäftigungswachstum in der Gesamtwirtschaft von nur 2%.<sup>12</sup> Die Anzahl der im Kulturbereich tätigen Unternehmen stieg in Nordrhein-Westfalen in den Jahren von 1980 bis 1992 sogar um 161% an.

<sup>10</sup> Europäische Kommission (1998), S. 2 f.

<sup>11</sup> Europäische Kommission (1998), S. 5 f.

<sup>12</sup> Vgl. Arbeitsgemeinschaft Kulturwirtschaft Nordrhein-Westfalen (2001).

## ■ 1.4 Teilmärkte der Kulturwirtschaft

Für die Analyse der Struktur und Bedeutung der hessischen Kulturwirtschaft ist eine Differenzierung nach inhaltlich unterschiedlichen Bereichen bzw. sogenannten Teilmärkten sinnvoll.

Die Gliederung der Teilmärkte orientiert sich an den Kulturwirtschaftsberichten der Bundesländer Nordrhein-Westfalen und Niedersachsen. Im vorliegenden Bericht zur Kulturwirtschaft in Hessen werden folgende sechs Teilmärkte unterschieden:

### ■ die Musikwirtschaft

mit der Herstellung, Vervielfältigung und dem Handel von Instrumenten, Tonträgern, mit Musikverlagen und Tonstudios sowie Musikern;

### ■ der Literatur-, Buch- und Pressemarkt

mit dem Verlagsgewerbe und Druckereien, dem Handel mit Büchern, Zeitschriften und Zeitungen, mit Antiquariaten und Bibliotheken, Journalisten, Publizisten und Übersetzern;

### ■ der Kunstmarkt

mit der Herstellung und dem Handel von Kunstgegenständen, Kunstgewerbe und Antiquitäten, mit Galerien und Museen, der Bearbeitung und Herstellung von Schmuck aus Edelmetallen sowie mit Werbegestaltung und Design;

### ■ die Film-, TV- und Videowirtschaft

mit der Herstellung, Vervielfältigung und dem Handel von Ton-, Bild- und Datenträgern, der Filmproduktion, dem Vertrieb und Verleih von Filmen, Filmtheatern und filmtechnischen Betrieben sowie Hörfunk und Fernsehanstalten;

### ■ die Darstellenden und unterhaltenden Künste

mit Theater, Ballett, Oper und Konzert sowie Tanzlokalen, Varieté und Kleinkunst sowie selbständigen Künstlern und sonstigen kulturellen Darbietungen;

### ■ das Kulturelle Erbe

mit Organisationen der Bildung, Wissenschaft, Forschung und Kultur, mit dem Denkmalschutz, Architekturbüros und Teilen des Kunsthandwerks.

Je nach Nähe zum Kulturbetrieb kann man – quer zur Gliederung in die genannten Teilmärkte – zwischen der "Kulturwirtschaft im engen Sinne" und der "Kulturwirtschaft im weiten Sinne" unterscheiden:

- Die Kulturwirtschaft im engen Sinn umfasst zunächst Beschäftigte und Unternehmen, die sich im Wesentlichen im ersten Abschnitt der Wertschöpfungskette bewegen, d.h. all jene Tätigkeiten, die ein kreatives Moment beinhalten, ihren Schwerpunkt aber nicht in der kommerziellen und massenmedialen Vermarktung großen Stils haben. Ihre Betätigungsschwerpunkte liegen in der Herstellung, Veredelung und Verbreitung von Kulturgütern oder Leistungen oder sie tragen zur Verbreitungsfähigkeit und zur Vermittlung von künstlerischen und kulturellen Produkten und Dienstleistungen unmittelbar bei.
- Zur Kulturwirtschaft im weiten Sinn zählen zusätzlich der Vertrieb von Kulturgütern durch den Großhandel, die Vervielfältigung von Kulturgütern im Sinne der Massenproduktion, der Pressemarkt und große Teile des Kunstgewerbes sowie Architekturbüros und die öffentliche Verwaltung im Bereich der Kultur. Auch Tätigkeiten, die inhaltlich weiter vom Kulturbegriff entfernt sind oder mit kulturfremden Leistungen "durchmischt" sind, z.B. Übersetzungsbüros und Dolmetscher oder die Reparatur von Rundfunk-, Fernseh- und phonotechnischen Geräten, zählen zur Kulturwirtschaft im weiten Sinn.

Der vorliegende Bericht über die Kulturwirtschaft in Hessen betrachtet die Kulturwirtschaft ausschließlich im weiten Sinn.

## 1.5 Statistische Abgrenzung der Kulturwirtschaft

Um Aussagen über wirtschaftliche Kenngrößen der Kulturwirtschaft zu machen – beispielsweise zu Beschäftigten oder Umsätzen – bedarf es einer statistischen Abgrenzung der Kulturwirtschaft.<sup>13</sup> Den Rahmen für die Abgrenzung der Kulturwirtschaft im ersten hessischen Kulturwirtschaftsbericht bildet die Wirtschaftszweigsystematik in der aktuellen Ausgabe von 1993 (WZ 93), die in Deutschland erstmals 1998 Anwendung fand. Die verwendete Abgrenzung der Kulturwirtschaft basiert auf der tiefsten Gliederungsstufe der Wirtschaftssystematik (sogenannte Fünfsteller) und umfasst insgesamt 104 Unterklassen, die inhaltlich den zuvor bereits genannten sechs Teilmärkten zugeordnet werden können (vgl. Tabelle 48 im Anhang).<sup>14</sup>

<sup>13</sup> Die Kulturwirtschaft, die eine Querschnittsbranche darstellt und durch eine Vielfalt von unterschiedlichen kulturwirtschaftlichen Aktivitäten gekennzeichnet ist, lässt sich statistisch nur schwer abgrenzen. So existieren in den amtlichen Statistiken keine klar definierten Abgrenzungen der Kulturwirtschaft bzw. ihrer Teilmärkte, auf die im Rahmen dieser Studie zurückgegriffen werden kann. Auch in den zahlreichen themenverwandten empirischen Studien der letzten Jahre ist keine einheitliche Abgrenzung der Kulturwirtschaft zu finden. Jeder Studie liegt jeweils – entsprechend dem spezifischen Untersuchungsgegenstand – eine eigene Abgrenzung zu Grunde. Eine statistisch eindeutige Abgrenzung der Kulturwirtschaft liegt weder in der alten Wirtschaftszweigsystematik (WZ 79) noch in der neuen Wirtschaftszweigsystematik (WZ 93) bzw. in der europäischen Wirtschaftssystematik (NACE = nomenclature générale des activités économiques dans les Commu-

nautés Européennes) vor. Die EU arbeitete zwar an einer Erfassung und Quantifizierung der Kulturwirtschaft und ihrer Abgrenzung auf Basis der NACE. Demnach sind unter den Oberbegriffen Cultural heritage, Archives, Libraries, Books and Press, Visual arts, Architecture sowie Audio, audiovisual and multimedia Unterklassen der NACE ganz oder teilweise der Kulturwirtschaft zuzurechnen (Vergleiche "Abgrenzung der Kulturwirtschaft auf europäischer und nationaler Ebene" im Anhang 2). Dabei wird deutlich, dass eine eindeutige Zuordnung von wirtschaftlichen Aktivitäten auf der 4-Steller-Ebene der NACE nicht immer sachgerecht möglich ist. (vgl. Anhang 3)

<sup>14</sup> Zum besseren Verständnis ist bei der Analyse der hessischen Kulturwirtschaft in Kapitel 3 die Abgrenzung noch einmal untergliedert nach den einzelnen Teilmärkte aufgeführt.



Bei der Interpretation der Ergebnisse ist zu beachten, dass ein Vergleich mit anderen Kulturwirtschaftsberichten nicht bzw. nur sehr eingeschränkt möglich ist. So basieren die in einzelnen Bundesländern vorliegenden Kulturwirtschaftsberichte überwiegend noch auf der alten Wirtschaftszweigsystematik von 1979. Dies gilt für die Berichte aus Nordrhein-Westfalen<sup>15</sup> und Mecklenburg-Vorpommern<sup>16</sup>. In Niedersachsen<sup>17</sup> basiert lediglich die Auswertung der Umsatzsteuerstatistik auf der neuen Systematik, die Aussagen zur Beschäftigung werden auf der Grundlage der alten Wirtschaftszweigsystematik und nur auf der 3-Steller-Ebene gemacht. Lediglich Sachsen-Anhalt<sup>18</sup> grenzt die Kulturwirtschaft bereits nach der neuen Systematik ab.

## 1.6. Statistische Grundlagen

Zentrale Datengrundlage der Analyse der hessischen Kulturwirtschaft und des Bundesländervergleichs sind:

- eine Sonderauswertung der Beschäftigtenstatistik<sup>19</sup> durch das Statistische Bundesamt und das Landesarbeitsamt Hessen sowie
- eine Sonderauswertung der Umsatzsteuerstatistik<sup>20</sup> durch das Statistische Bundesamt und das Hessische Statistische Landesamt.

Basisjahr für die statistische Auswertung ist das Jahr 2000. Dies liegt in der Verfügbarkeit der Daten der Umsatzsteuerstatistik begründet, deren Ergebnisse in der hier notwendigen tiefen Untergliederung erst für das Jahr 2000 vorliegen. Aktuelle Entwicklungen werden bei Bedarf im Text erwähnt.

Die Analyse der Beschäftigungssituation in der Kulturwirtschaft basiert auf der Beschäftigtenstatistik, die mit Stand Juni 2000 ausgewertet wurde.

Für einzelne Kennziffern wie das Alter und die Größenstruktur der Unternehmen werden Daten der aktuellen Version (2002) der Unternehmensdatenbank MARKUS von Creditreform herangezogen.<sup>21</sup>

<sup>15</sup> Vgl. Arbeitsgemeinschaft Kulturwirtschaft Nordrhein-Westfalen (1992), (1995), (1998), (2001).

<sup>16</sup> Vgl. Projektgruppe Kulturwirtschaft in Mecklenburg-Vorpommern (1997).

<sup>17</sup> Vgl. Ertel, Rainer u.a. (2002).

<sup>18</sup> Vgl. Arbeitsgemeinschaft Kulturwirtschaft Sachsen-Anhalt (2001).

<sup>19</sup> Diese Statistik bildet jedoch nur einen Teil der in der Kulturwirtschaft Erwerbstätigen ab. Nicht durch diese Statistik erfasst werden Beamte, Selbständige und mithelfende Familienangehörige. Durch die Beschäftigtenstatistik werden über alle Sektoren rund 80% aller Erwerbstätigen erfasst, dieser Wert unterliegt sektoralen und regionalen Schwankungen.

<sup>20</sup> Die Umsatzsteuerstatistik erfasst alle Unternehmen, die ihren Unternehmenssitz in Deutschland haben, umsatzsteuerpflichtig sind, einer dauerhaften, gewerblichen oder beruflichen Tätigkeit zur Erzielung von Einnahmen nachgehen und einen Jahresumsatz von 16.620 Euro oder mehr erzielen. Kleinbetriebe und Unternehmer, die unterhalb dieses Mindestumsatzes liegen, sowie Einkünfte von selbständigen Künstlern werden in der Umsatzsteuerstatistik nicht erfasst. Dies muss bei der Interpretation der Daten berücksichtigt werden. Zu beachten ist ferner, dass die wirtschaftliche und regionale Zuordnung der Umsätze nach dem Unternehmenskonzept erfolgt. Die regionale Zuordnung des gesamten Unternehmensumsatzes einschließlich der Umsätze von Filialen,

Zweigstellen und Tochterunternehmen erfolgt am Sitz der Geschäftsleitung des Unternehmens.

<sup>21</sup> Diese Datenbank enthält alle Unternehmen, die im Handelsregister eingetragen sind. Nicht aufgenommen sind dort Minderkaufleute, Freiberufler, Gesellschaften des bürgerlichen Rechts (GbR) sowie Firmen, Vereine, Verbände und Institutionen aus den Bereichen Öffentliche Verwaltung, Erziehung und Unterricht, Sozialwesen, öffentliche und persönliche Dienstleistungen und private Haushalte. Nach eigenen Angaben der Creditreform umfasst die Datenbank über 90% aller Beschäftigten und über 95% des Gesamtumsatzes aller Unternehmen in Deutschland. Für die Kulturwirtschaft trifft dies allerdings nicht zu. So sind in der Kulturwirtschaft Kleinunternehmen – zum großen Teil Minderkaufleute – und Freiberufler von hoher Bedeutung. Auch Unternehmen und Institutionen aus den Bereichen Öffentliche Verwaltung, Erziehung und Unterricht spielen in der Kulturwirtschaft eine bedeutende Rolle. Damit ist in kulturwirtschaftlich bedeutsamen Branchen von einer erheblichen Untererfassung durch die Markus-Datenbank auszugehen. Da diese Untererfassung jedoch für alle Bundesländer gleichermaßen zutrifft, ist nicht davon auszugehen, dass regionale Unterschiede bei den Unternehmensformen die Ergebnisse systematisch verzerren. Aus diesem Grund ist ein regionaler Vergleich der Bundesländer anhand dieser beiden Kennziffern zu rechtfertigen.

Daten zu den selbständigen Künstlern wurden von der Künstlersozialkasse in Oldenburg (KSK) zur Verfügung gestellt.<sup>22</sup>

Darüber hinaus wurden für die vorliegende Untersuchung Statistiken der Landesarbeitsgemeinschaft der Kulturinitiativen und soziokultureller Zentren in Hessen e.V. (LAKS) zugrunde gelegt.

Zudem wurde das Volumen der Landesmittel für Kultur im Stichjahr 2000 durch eine aktuelle Erhebung im Hessischen Wirtschaftsministerium und im Hessischen Ministerium für Wissenschaft und Kunst sowie in denjenigen Fachministerien des Landes ermittelt, in denen Kulturförderung vermutet werden konnte.

Das Volumen der Mittel in den Haushalten der Landkreise und Kommunen im Jahr 2000 wurde durch eine Sonderauswertung der kommunalen Haushalte und der Haushalte der Landkreise durch das Hessische Statistische Landesamt (HSL) in Kooperation mit dem Statistischen Bundesamt erhoben.

Für die Darstellung der Teilmärkte der Kulturwirtschaft wurden zudem verschiedene Fachstatistiken herangezogen, z.B.

- Buch und Buchhandel in Zahlen 2000 und 2001,<sup>23</sup>
- Statistische Gesamterhebung an den Museen der Bundesrepublik Deutschland für das Jahr 2000 und 2001,<sup>24</sup>
- Theaterstatistik 2000/2001 des Deutschen Bühnenvereins,<sup>25</sup>
- Statistiken für das Jahr 2000 der Filmförderungsanstalt, Berlin (FFA).

Ergänzend führte die Forschungs- und Entwicklungsgesellschaft Hessen mbH (FEH) im Frühjahr 2003 rund 40 Expertengespräche

mit Vertretern von Verbänden, freien Organisationen, Arbeitsgemeinschaften und Unternehmen der hessischen Kulturszene und Kulturwirtschaft durch. Die Expertengespräche dienten dabei primär der Verbesserung der Informationsbasis und der vertieften inhaltlichen Analyse der Teilmärkte. Gleichzeitig wird hierdurch die Praxisrelevanz der Untersuchung angestrebt. Die Erkenntnisse aus den Expertengesprächen sind in erster Linie in die ausführliche Darstellung der Teilmärkte der Kulturwirtschaft in Hessen (Kapitel 3) eingeflossen.

Grundlage für die Darstellung der Beispiele (Kapitel 6) bilden einerseits die von den Auftraggebern bereitgestellten bereits existierenden Untersuchungen und Materialien sowie andererseits Expertengespräche mit den relevanten Entscheidungsträgern der jeweils untersuchten Beispiele. Die Liste der Gesprächspartner ist im Anhang beigefügt.

<sup>22</sup> Die Statistik der KSK umfasst freiberuflich tätige Künstler und Publizisten, die nicht in der Beschäftigtenstatistik enthalten sind.

<sup>23</sup> Vgl. Börsenverein des Deutschen Buchhandels e.V. (2000/2001).

<sup>24</sup> Vgl. Institut für Museumskunde (2000/2001).

<sup>25</sup> Vgl. Deutscher Bühnenverein – Bundesverband Deutsche Theater (2001).

"Kunst ist nicht das,  
was wir wollen,  
sondern das,  
was wir wollen könnten."

*Catherine David*

# Struktur und ökonomische Bedeutung der Kulturwirtschaft in Hessen

## ■ 2.1 Überblick

Die marktorientierte Kulturwirtschaft stellte im Jahr 2000 rund 10% der umsatzsteuerpflichtigen Unternehmen in Hessen.

- Diese rund 22.000 Unternehmen und die selbständigen Künstler haben im Jahr 2000 in Hessen einen Umsatz von rund 19 Mrd. Euro erwirtschaftet, das sind 5% des Umsatzes der Gesamtwirtschaft in Hessen.
- In der Kulturwirtschaft waren in Hessen im Jahr 2000 rund 112.000 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte und 8.500 Selbständige tätig. Zusammengefasst entsprechen diese 120.000 Personen ca. 4% der Erwerbstätigen<sup>26</sup> Hessens.

Ein Vergleich mit anderen für Hessen bedeutsamen Branchen bzw. Arbeitsstätten zeigt deutlich die hohe Bedeutung dieser Branche (vgl. Tabelle 1).

- So waren beispielsweise in der Kraftfahrzeugbranche im Jahr 2000 in Hessen rund 71.000 Personen beschäftigt, der Gesamtumsatz in dieser Branche betrug im Jahr 2000 rund 12,3 Mrd. Euro, also nur etwa zwei Drittel des Umsatzes der Kulturwirtschaft.
- In der Chemiebranche, die ebenfalls stark in Hessen vertreten ist, waren im Jahr 2000 rund 64.000 Personen beschäftigt, also etwa die Hälfte der Beschäftigten der Kulturwirtschaft bei einem Gesamtumsatz in etwa gleicher Höhe wie der der Kulturwirtschaft von rund 18 Mrd. Euro.
- Am Flughafen Frankfurt – der größten Arbeitsstätte Deutschlands – sind ca. 62.000 Personen beschäftigt.<sup>27</sup>

<sup>26</sup> Die Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung weist für das Jahr 2000 für Hessen 2.988.400 Erwerbstätige aus.

<sup>27</sup> Davon arbeiten rund 31.000 für die Deutsche Lufthansa und 13.292 (Stand 12/2001) für die Fraport AG. Die sonstigen Beschäftigten am Flughafen sind für die weit über 400 Unternehmen und Behörden tätig, die hier ebenfalls ansässig sind.

**Tabelle 1: Beschäftigte und Umsatz ausgewählter Branchen bzw. Arbeitsstätten in Hessen im Jahr 2000 (gerundete Werte)**

Branche	Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte	Umsatz in Mrd. €
Kulturwirtschaft	112.000	18,8
Kraftfahrzeugbranche	71.000	12,3
Chemiebranche	64.000	18,0
Flughafen Frankfurt	62.000	(nicht zu ermitteln)

Quelle: Hessisches Statistisches Landesamt, Fraport AG.

Die regionale Verteilung der Unternehmen zeigt, dass sich die marktorientierte Kulturwirtschaft überwiegend auf das Rhein-Main-Gebiet bzw. den Regierungsbezirk Darmstadt konzentriert, wo 75% der Unternehmen angesiedelt sind. Von den gut 112.000 sozialversicherungspflichtig

Beschäftigten der Kulturwirtschaft in Hessen arbeiten ebenfalls ca. 75% in Südhessen (RB Darmstadt) und nur jeweils rund 12% in Mittel- und Nordhessen.

Hinzu kommen der öffentliche Kulturbetrieb und die Freie Kulturszene, die in der Regel keine steuerpflichtigen Umsätze ausweisen, aber als Wirtschaftsfaktor und für den Arbeitsmarkt von

großer Bedeutung sind. Stellvertretend für den öffentlichen Kulturbetrieb sind in Hessen beispielsweise die Staats-, Landes- und Stadttheater zu nennen, die kommunalen Kinos, öffentlich-rechtliche Rundfunk- und Fernsehanstalten wie der Hessische Rundfunk (hr) oder auch Verwaltungseinrichtungen wie beispielsweise die Verwaltung der Hessischen Schlösser und Gärten. Auch die Freie Kulturszene stellt für eine Vielzahl von Beschäftigten und ehrenamtlich Tätigen einen Arbeitsmarkt bzw. ein Ausbildungs- und Betätigungsfeld dar, dessen tatsächliche Bedeutung häufig unterschätzt wird.

**Tabelle 2: Regionale Verteilung der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in der Kulturwirtschaft im Jahr 2000**

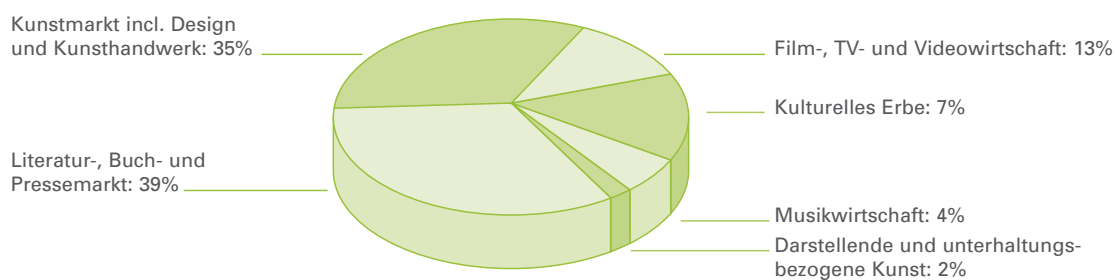
	Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte			Beschäftigtenbesatz
	insgesamt	Kulturwirtschaft	Anteil in Beschäftigung insg. in %	Beschäftigte in der Kulturwirtschaft pro 1.000 Einwohner
Hessen	2.174.680	112.081	5,2	18
RB Kassel	395.853	14.458	3,7	11
RB Gießen	315.684	13.141	4,2	12
RB Darmstadt	1.463.143	84.482	5,8	23

Quelle: Landesarbeitsamt Hessen, Hessisches Statistisches Landesamt, eigene Berechnungen.

## ■ 2.2 Umsätze der Kulturwirtschaft

Der im Jahr 2000 von 22.401 Unternehmen der marktorientierten Kulturwirtschaft erwirtschaftete Gesamtumsatz von rund 18,8 Mrd. Euro verteilt sich sehr unterschiedlich auf die sechs Teilmärkte der Kulturwirtschaft (vgl. Abbildung 2).

**Abbildung 2: Umsätze der Kulturwirtschaft in Hessen im Jahr 2000 nach Teilmärkten**

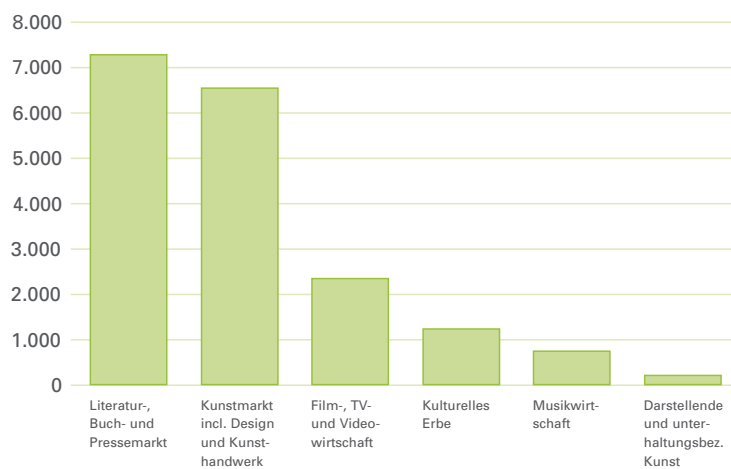


Quelle: Hessisches Statistisches Landesamt, eigene Darstellung.

87% des Umsatzes der Kulturwirtschaft – rund 16 Mrd. Euro – werden in drei von sechs Teilmärkten der Kulturwirtschaft erwirtschaftet. Das sind:

- der Literatur-, Buch- und Pressemarkt mit 39% Umsatzanteil,
- der Kunstmarkt einschließlich Design und Kunsthandwerk (35%) und
- die Film-, TV- und Videowirtschaft mit ca. 13% Umsatzanteil.

**Abbildung 3: Umsätze der Kulturwirtschaft in Hessen im Jahr 2000  
nach Teilmärkten in Mio. Euro**



Quelle: Hessisches Statistisches Landesamt, eigene Darstellung.

Die übrigen Teilmärkte  
Kulturelles Erbe, Darstellende  
und unterhaltungsbezogene  
Kunst sowie die Musikwirtschaft

weisen dagegen in Hessen mit 7%, 2% sowie 4% nur einen geringen Anteil am Umsatz in der Kulturwirtschaft auf. Gerade in diesen Teilmärkten dürfte jedoch die Freie Kulturszene stark vertreten sein mit Vereinen, Kulturzentren, freien Theatergruppen, die einen hohen Anteil an ehrenamtlichem Engagement und eher geringe Umsätze aufweisen, sowie der öffentliche Kulturbetrieb, der keine Umsätze ausweist.

Der umsatzstärkste Teilmarkt in Hessen, der Literatur-, Buch- und Pressemarkt, umfasst rund 5.300 Unternehmen und hat knapp 2% Umsatzanteil an der Gesamtwirtschaft in Hessen. Der Kunstmarkt als zweitstärkster Teilmarkt mit rund 7.700 Unternehmen stellt rund 1,7% des Umsatzes der Gesamtwirtschaft in Hessen. Einen detaillierten Überblick über die Umsätze und die Anzahl der steuerpflichtigen Unternehmen der Kulturwirtschaft in Hessen – im Vergleich zur Gesamtwirtschaft – liefert Tabelle 3.

**Tabelle 3: Unternehmen und Umsätze der Kulturwirtschaft und ihrer Teilmärkte im Vergleich zur Gesamtwirtschaft in Hessen im Jahr 2000**

	Steuerpflichtige Unternehmen			Umsätze		
	Anzahl	in % der Kulturwirtschaft	in % der Gesamtwirtschaft	in Mrd. €	in % der Kulturwirtschaft	in % der Gesamtwirtschaft
Gesamtwirtschaft	229.419	-	100,0	381,420	-	100,0
Kulturwirtschaft	22.401	100,0	9,8	18,818	100,0	4,9
Literatur-, Buch- und Pressemarkt	5.277	23,6	2,3	7,417	39,4	1,9
Kunstmarkt	7.712	34,4	3,4	6,538	34,7	1,7
Film-, TV und Videowirtschaft	2.500	11,2	1,1	2,412	12,8	0,6
Kulturelles Erbe	4.140	18,5	1,8	1,296	6,9	0,3
Musikwirtschaft	825	3,7	0,4	0,832	4,4	0,2
Darstellende und unterhaltungsbez. Kunst	1.948	8,7	0,9	0,323	1,7	0,1

Quelle: Hessisches Statistisches Landesamt, eigene Berechnungen.

## 2.3 Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte und selbständige Künstler

In der marktorientierten Kulturwirtschaft gab es im Jahr 2000 rd. 112.000 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte. Die einzelnen Teilmärkte der Kulturwirtschaft weisen sehr unterschiedliche Beschäftigtenzahlen auf (vgl. Tabelle 4).

Bedeutendstes Beschäftigungsfeld ist mit einem Anteil von rund 40% an den sozialversicherungspflichtig Beschäftigten innerhalb der Kulturwirtschaft der Literatur-, Buch- und Pressemarkt. Hier sind knapp 44.000 Personen tätig, wobei vor allem das Druckgewerbe mit rund 19.000 Beschäftigten sowie das Verlagswesen mit rund 14.000 Beschäftigten dominieren.

Von nahezu gleichrangiger Bedeutung sind – in Bezug auf die Anzahl und den prozentualen Anteil an den sozialversicherungspflichtig Beschäftigten innerhalb der Kulturwirtschaft – der Kunstmarkt mit rund 21.500 Beschäftigten (19%), der Teilmarkt Kulturelles Erbe mit knapp 21.000 Beschäftigten (18,5%) und die Film-, TV- und Videowirtschaft mit rund 19.000 Beschäftigten (17%).



**Tabelle 4: Beschäftigte in den Teilmärkten der Kulturwirtschaft  
in Hessen im Jahr 2000**

	Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte	
	Anzahl	in %
Literatur-, Buch- und Pressemarkt	43.721	39,0
Kunstmarkt	21.515	19,2
Film-, TV- und Videowirtschaft	19.256	17,2
Kulturelles Erbe	20.732	18,5
Musikwirtschaft	1.802	1,6
Darstellende und unterhaltungsbez. Kunst	5.055	4,5
insgesamt	112.081	100,0

Quelle: Landesarbeitsamt Hessen, Beschäftigtenstatistik, eigene Berechnungen.

Ein Arbeitsmarkt von untergeordneter Bedeutung sind dagegen die Teilmärkte Darstellende Kunst und die Musikwirtschaft. Hier sind nur rund 4,5% bzw. 1,6% der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten tätig. Allerdings dürfte gerade in diesem Bereich der Anteil an ehrenamtlich Tätigen, an ABM-Kräften, Aushilfen, Werkvertragsnehmern und Praktikanten im Vergleich zu anderen Teilmärkten der Kulturwirtschaft besonders hoch sein.

Darüber hinaus werden in der Statistik der Künstlersozialkasse Oldenburg (KSK) ausschließlich selbständige und freie Künstler in vier inhaltlichen Sparten erfasst. Diese Statistik weist für das Jahr 2000 in Hessen einen Versi-

chertenbestand von 8.481 selbständigen Künstlern aus, die sich auf die Teilbereiche Wort, Bildende Kunst, Musik und Darstellende Kunst verteilen. Das sind knapp 8% aller Versicherten bei der KSK. Dabei entfallen die meisten Versicherten der KSK auf den Bereich Bildende Kunst (knapp 40%), in den Sparten Musik und Wort sind 28% bzw. 22% der Versicherten gemeldet, auf die Darstellende Kunst entfallen knapp 10%.

Insgesamt geben die hessischen Künstler ein Jahreseinkommen von 101,5 Mio. Euro für das Jahr 2000 an, das entspricht einem durchschnittlichen Jahreseinkommen von knapp 12.000 Euro.<sup>28</sup>

**Tabelle 5: Selbständige Künstler in den Teilbereichen der KSK in Hessen im Jahr 2000**

Teilbereiche nach KSK	Versicherte	
	Anzahl	in %
Bildende Kunst	3.374	39,8
Musik	2.374	28,0
Wort	1.890	22,3
Darstellende Kunst	843	9,9
Selbständige Künstler insgesamt	8.481	100,0

Quelle: KSK Oldenburg, 2000.

<sup>28</sup> Bei der Interpretation dieser Einkommensangaben ist darauf hinzuweisen, dass es sich dabei um vorsichtige Schätzungen seitens der Künstler handelt.

"Schon die alten Chinesen  
benutzten mit Quecksilber  
gefüllte Becken, um  
Erdbeben auch in größter  
Entfernung wahrzunehmen."

*Hilmar Hoffmann*

## Teilmärkte der Kulturwirtschaft in Hessen

Im Folgenden werden die sechs Teilmärkte der marktorientierten Kulturwirtschaft in Hessen im Hinblick auf ihre wirtschaftliche Bedeutung und ihre Bedeutung für den Arbeitsmarkt erläutert. Ergänzt wird diese Darstellung um einen Überblick, welche Branchen, Institutionen oder Ereignisse den jeweiligen Teilmarkt der Kulturwirtschaft in Hessen prägen. Die Teilmärkte werden in der Reihenfolge ihrer wirtschaftlichen Bedeutung – gemessen am Umsatz – vorgestellt.

Für jeden Teilmarkt werden dabei zunächst die wirtschaftlichen Kenngrößen – das sind Umsatz und Beschäftigte sowie die Anteile an der Kulturwirtschaft und an der Gesamtwirtschaft in Hessen – erläutert. Im Anschluss daran werden die wichtigsten Sparten im jeweiligen Teilmarkt vorgestellt. Flankierend werden für jeden Teilmarkt Beispiele für prägende oder bedeutende kulturelle Institutionen und Ereignisse in Hessen dargestellt. Ein kurzer Ausblick, der Bezug auf aktuelle Entwicklungen nimmt, schließt die Darstellung des jeweiligen Teilmarktes der Kulturwirtschaft ab.

**Tabelle 6: Übersicht über die Teilmärkte der Kulturwirtschaft und ihre Bedeutung für die Gesamtwirtschaft in Hessen im Jahr 2000**

	Beschäftigte	Anteil an Gesamtwirtschaft in %	Unternehmen	Umsatz in Mrd. €	Anteil an Gesamtwirtschaft in %
Literatur-, Buch- und Pressemarkt	43.721	2,0	5.277	7,417	1,9
Kunstmarkt	21.515	1,0	7.712	6,538	1,7
Film-, TV- und Videowirtschaft	19.256	0,9	2.500	2,412	0,6
Kulturelles Erbe	20.732	1,0	4.140	1,297	0,3
Musikwirtschaft	1.802	0,1	825	0,831	0,2
Darstellende und unterhaltungsbez. Kunst	5.055	0,2	1.948	0,323	0,1
Kulturwirtschaft insgesamt	112.081	5,2	22.402	18,818	4,9
Gesamtwirtschaft Hessen	2.174.680	100,0	229.419	381,420	100,0

Quelle: Landesarbeitsamt Hessen, Hessisches Statistisches Landesamt, eigene Berechnungen.

### 3.1 Literatur-, Buch- und Pressemarkt

Der Literatur-, Buch- und Pressemarkt umfasst in der hier gewählten Abgrenzung im Wesentlichen das Verlagswesen (ohne Adressbuchverlage), das Druckgewerbe sowie den Einzelhandel mit Büchern und Zeitschriften. Hinzu kommen die Bibliotheken und Archive sowie die selbständigen Schriftsteller, Journalisten und Dolmetscher. Die Musikverlage sind der Musikwirtschaft zugeordnet. Die nachfolgende Tabelle listet die Unterklassen (WZ-Codes) auf, die diesem Teilmarkt zugeordnet sind.

**Tabelle 7: Statistische Abgrenzung des Literatur-, Buch- und Pressemarktes**

WZ Code			Literatur-, Buch- und Pressemarkt
22	11	1	Buchverlag (ohne Adressbuchverlag)
52	47	2	Einzelhandel mit Büchern und Fachzeitschriften
52	47	3	Einzelhandel mit Unterhaltungszeitschriften und Zeitungen
52	50	2	Antiquariate
71	40	3	Leihbüchereien und Lesezirkel
92	31	6	Selbständige Schriftsteller
92	40	2	Selbständige Journalisten und Pressefotografen
92	51	0	Bibliotheken und Archive
<b>Literatur-, Buch- u. Pressemarkt im engen Sinn</b>			
22	12	1	Verlag von Tageszeitungen
22	12	2	Verlag von Wochen- und Sonntagszeitungen
22	13	1	Verlag von Fachzeitschriften
22	13	2	Verlag von allgemeinen Zeitschriften
22	13	3	Verlag von sonstigen Zeitschriften
22	15	0	Sonstiges Verlagsgewerbe
22	21	0	Zeitungsdruckerei
22	22	0	Druckerei (ohne Zeitungsdruckerei)
22	23	0	Druckweiterverarbeitung
22	24	0	Satzherstellung und Reproduktion
22	25	0	Sonstiges Druckgewerbe
51	18	8	Handelsvermittlung von Büchern, Zeitschriften, Zeitungen, Musikalien und sonstigen Druckerzeugnissen
51	47	8	Großhandel mit Papier, Pappe, Schul- und Büroartikeln, Büchern, Zeitschriften und Zeitungen
74	83	2	Übersetzungsbüros und Dolmetscher
92	40	1	Korrespondenz- und Nachrichtenbüros
			<b>Literatur-, Buch- und Pressemarkt insgesamt</b>

Quelle: Eigene Zusammenstellung auf Basis der Wirtschaftssystematik 1993.

**"Eigentlich habe ich nichts  
gegen das Schreiben".**

*Robert Gernhardt*

### ■ 3.1.1 Wirtschaftliche Eckdaten

Insgesamt umfasst der hessische Literatur-, Buch- und Pressemarkt knapp 5.300 Unternehmen, die im Jahr 2000 einen Umsatz in Höhe von 7,4 Mrd. Euro erzielten. Das sind knapp 39% des Umsatzes der Kulturwirtschaft und knapp 2% des Umsatzes der gesamten hessischen Wirtschaft. Im Literatur-, Buch- und Pressemarkt in Hessen sind ca. 43.700 Personen sozialversicherungspflichtig beschäftigt, dies entspricht 39% der Beschäftigten der Kulturwirtschaft.

Hinzu kommen knapp 1.900 selbständige Künstler (Versicherte bei der Künstlersozialkasse) im Bereich Wort. Insgesamt sind in Hessen in diesem Teilmarkt also ca. 46.000 Personen tätig. Damit ist der Literatur-, Buch- und Pressemarkt bezogen auf seinen Umsatz und auch als Arbeitsmarkt der stärkste Teilmarkt der Kulturwirtschaft.

Räumlich gesehen konzentriert sich auch der Literatur-, Buch- und Pressemarkt auf Südhessen, wo knapp 79% der Unternehmen (4.147 von 5.277) angesiedelt sind. In Südhessen werden 82% des hessischen Umsatzes im Literatur-, Buch- und Pressemarkt erwirtschaftet, auf Mittel- und Nordhessen entfallen jeweils knapp 600 Unternehmen mit ca. 9% Umsatzanteil.

### ■ 3.1.2 Wichtigste Branchen

Die bedeutendsten Branchen dieses Teilmarktes sind das Verlagsgewerbe (792 Unternehmen) und das Druckgewerbe (1.621 Unternehmen) mit je 2,5 Mrd. Euro Umsatz. Innerhalb des Verlagsgewerbes sind auf der einen Seite die Buchverlage und auf der anderen Seite die Verlage von Zeitungen und Zeitschriften zu unterscheiden. Die Buchverlage (376 Unternehmen) haben an den 2,5 Mrd. Euro Umsatz des Verlagsgewerbes insgesamt einen Anteil von rund 25%, das entspricht etwa 0,7 Mrd. Euro Umsatz.

Nach dem Verlagsgewerbe ist der Groß- und Einzelhandel mit Zeitungen, Büchern etc. (866 Unternehmen) mit 1,8 Mrd. Euro Umsatz zu nennen. Die Korrespondenz- und Nachrichtebüros, Leihbüchereien, Journalisten und Pressefotografen, Übersetzer und Dolmetscher sowie die Schriftsteller spielen mit zusammen 0,6 Mrd. Euro Umsatz (insgesamt 1.998 Unternehmen) nur eine untergeordnete Rolle in Hessen.



**Tabelle 8: Unternehmen und Umsätze der einzelnen Sparten im Literatur-, Buch- und Pressemarkt in Hessen im Jahr 2000**

	Anzahl Unternehmen	Umsatz in 1.000 €	Umsatzanteile in %
<b>Literatur-, Buch- und Pressemarkt insgesamt</b>	<b>5.277</b>	<b>7.416.668</b>	<b>100,0</b>
Buchverlag	376	658.658	8,9
Verlag von Zeitungen und Zeitschriften	416	1.825.204	24,6
Druckgewerbe	1.621	2.531.414	34,1
Großhandel mit Büchern und Zeitschriften	281	1.491.758	20,1
Einzelhandel mit Büchern und Zeitschriften, Antiquariate	585	281.279	3,8
Leihbüchereien, Bibliotheken, Archive	13	2.697	0,0
Übersetzungsbüros, Dolmetscher, Nachrichtenbüros, Journalisten	1.576	586.815	7,9
Selbständige Schriftsteller	409	38.843	0,5

Quelle: Hessisches Statistisches Landesamt, Umsatzsteuerstatistik, eigene Berechnungen.

### ■ 3.1.3 Ausgewählte kulturelle Institutionen und Ereignisse

Mit den Stichworten Literatur, Verlagswesen und Pressemarkt verbindet man in Hessen einige national oder international herausragende Schriftsteller, kulturelle Ereignisse, Einrichtungen und Unternehmen:

- Dichtung und Literatur wurden in der Vergangenheit von so bekannten hessischen Schriftstellern wie J.W. von Goethe, Clemens Brentano und Georg Büchner geprägt. Ferner sind Johann Jakob Grimmelshausen, der Autor des *Simplicius Simplicissimus*, Heinrich Hoffmann, der Autor des *Struwwelpeter*, oder die Gebrüder Grimm zu nennen. In der jüngeren Zeit sind es Schriftsteller wie Christine Brückner, Robert Gernhardt, Marie-Luise Kaschnitz, Karl Krolow oder Gabriele Wohmann, die hier stellvertretend genannt werden können.

- Die international bekannteste Einrichtung in Hessen im Bereich Buchwesen und Literatur ist die jährlich stattfindende Frankfurter Buchmesse, zu der im Jahr 2002 über 6.300 Aussteller aus 110 Ländern kamen, und wo jedes Jahr der Friedenspreis des Deutschen Buchhandels vergeben wird. Nach Angaben der Veranstalter ist die Frankfurter Buchmesse nicht nur die größte, sondern auch die älteste Buchmesse der Welt. Die erste Nachkriegs-Buchmesse wurde im September 1949 in der Frankfurter Paulskirche veranstaltet. Die Deutsche Bibliothek und der Börsenverein des Deutschen Buchhandels haben ihren Sitz in Frankfurt. Ferner ist die Deutsche Akademie für Sprache und Dichtung in Darmstadt zu nennen, die den bekannten Büchner-Preis verleiht.
- Frankfurt ist darüber hinaus ein bedeutender Verlagsstandort. So renommierte Literatur-Verlage wie der Suhrkamp Verlag, der Insel-Verlag, der Verlag S. Fischer, die Frankfurter Verlagsanstalt, der Eichborn-Verlag, der Schöffling-Verlag und der Zweitausendeins-Verlag, um nur einige zu nennen, hatten bzw. haben ihren Sitz in der Mainmetropole. Diese heute so stark ausgeprägte Präsenz von Verlagen in der Stadt Frankfurt und im Rhein-Main-Gebiet ist auf die Zwangsverstaatlichung der Verlage in der DDR nach dem Zweiten Weltkrieg zurückzuführen. Außer der Messe waren damals auch zahlreiche Verlage in Leipzig ansässig, die den Standort Leipzig in den 50er Jahren verließen und sich in Frankfurt ansiedelten. Aber auch in Darmstadt und Wiesbaden sind heute zahlreiche Literatur- und Fachverlage ansässig.

Hessen kann als das Verlagsland in Deutschland bezeichnet werden, wie ein Blick auf die Statistik des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels<sup>29</sup> bestätigt.

Unter den Flächenländern hat Hessen die höchste Dichte an Verlagen pro 100.000 Einwohner, aber auch die höchste Dichte an Buchhandlungen pro 100.000 Einwohner.

<sup>29</sup> Vgl. Börsenverein des Deutschen Buchhandels (2000/2001).





## 1.4 Teilmärkte der Kulturwirtschaft in Hessen

**Tabelle 9: Verlage und Buchhandlungen in den Bundesländern im Jahr 2000**

Bundesland	Verlage		Buchhandlungen	
	Anzahl			
	insgesamt	pro 100.000 EW	insgesamt	pro 100.000 EW
Baden-Württemberg	406	3,87	1.180	11,26
Bayern	558	4,60	1.180	9,71
Berlin	195	5,75	305	9,00
Brandenburg	9	0,35	116	4,46
Bremen	15	2,26	68	10,25
Hamburg	134	7,86	171	10,03
<b>Hessen</b>	<b>353</b>	<b>5,83</b>	<b>752</b>	<b>12,42</b>
Mecklenburg-Vorpommern	9	0,50	101	5,65
Niedersachsen	150	1,90	685	8,67
Nordrhein-Westfalen	534	2,96	1.592	8,84
Rheinland-Pfalz	90	2,23	436	10,81
Saarland	16	1,49	118	11,00
Sachsen	43	0,96	336	7,53
Sachsen-Anhalt	14	0,53	183	6,91
Schleswig-Holstein	68	2,44	235	8,46
Thüringen	21	0,86	167	6,82
Deutschland	2.615	3,24	7.625	9,28

Quelle: Arbeitsgemeinschaft Kulturwirtschaft Sachsen-Anhalt, (2001); Berechnungen basieren auf Angaben des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels.

Aber nicht nur klassische Buchhandlungen, auch der Internetbuchhandel ist in Hessen vertreten, z.B. mit dem großen Buchportal Amazon. Das zentrale Auslieferungslager des Internetbuchhändlers mit ca. 1,5 Mio. verschiedenen Büchern und CDs befindet sich in Bad Hersfeld, in unmittelbarer Nachbarschaft zum Distributionszentrum von Libri (Georg Lingenbrink GmbH & Co.), ebenfalls eine Internetbuchhandlung und zugleich ein Grossist der Buchhändler.

Eine Internetbuchhandlung – und ist sie noch so bedeutend – stellt im Wesentlichen Arbeitsplätze im Vertrieb bereit und nicht im Einzelhandel mit Büchern. In der Wirtschaftssystematik werden diese Unternehmen und ihre Beschäftigten deshalb mit vielen anderen Vertriebs- und Logistikunternehmen unter der Rubrik Distribution bzw. Logistik erfasst, obwohl die Wertschöpfungskette im Bereich des Literatur-, Buch- und Pressemarktes im Prinzip von dem kreativen Akt des "Schreibens" als Voraussetzung für die wirtschaftliche Verwertung bis hin zum Vertrieb des Produkts "Buch" an den Endverbraucher reicht. Dieses Beispiel macht deutlich, wie schwierig Kulturwirtschaft abzugrenzen ist. Sie kann aufgrund der gegebenen Zuordnung von Unternehmen zu bestimmten Klassen der Wirtschaftssystematik teilweise nicht trennscharf abgebildet werden.

Im Rhein-Main-Gebiet angesiedelt sind ferner zwei große überregionale Zeitungen, die Frankfurter Allgemeine Zeitung (FAZ) mit einer Auflage von knapp 450.000 Exemplaren und die Frankfurter Rundschau (FR) mit einer Auflage von knapp 200.000 Exemplaren sowie die großen Zeitungsdruckereien Frankfurter Verlagsanstalt und Societätsdruckerei.

Die Verlagsgruppe Frankfurter Allgemeine Zeitung gehört zu den zehn größten Verlagsgruppen in Deutschland, sie rangiert dabei auf Platz sechs und hat die höchste Auslandsverbreitung aller deutschen Tageszeitungen.

### ■ 3.1.4 Aktuelle Entwicklung

Sinkende Werbeausgaben der Unternehmen haben sich in den vergangenen Jahren auch bei Tageszeitungen und Zeitschriften sowie im Druckereigewerbe – Branchen der Kulturwirtschaft, die in Hessen stark vertreten sind – bemerkbar gemacht. Die Tageszeitungen als wichtigster Werbeträger traf diese Entwicklung besonders stark. Sie mussten 2002 einen Verlust von 12,5% bei ihren Werbeeinnahmen hinnehmen, nachdem sie bereits 2001 erhebliche Verluste zu verkraften hatten. Im Druckgewerbe führte die Werbeflaute 2002 bundesweit zu einem Rückgang der Erlöse um 4%. Bereits 2001 waren wegen der abgeschwächten Werbekonjunktur die Umsätze der Druckindustrie um 3 Prozent gesunken.<sup>30</sup>

<sup>30</sup> Vgl. Gesamtverband der Kommunikationsagenturen (2003).

Die Entwicklung des Buchmarktes wird seit mehreren Jahren wesentlich von der verstärkten Einführung und Nutzung neuer elektronischer Medien und des Internets geprägt. Insbesondere der Versandbuchhandel wies Umsatzsteigerungen auf. So wurde über das Internet in Deutschland im Jahr 2000 immerhin ein Gesamtumsatz mit Büchern von 387 Mio. DM erzielt, gegenüber dem Vorjahr (165 Mio. DM) eine Steigerung um 129 %. Dementsprechend konnte der Versandbuchhandel im Jahr 2000 schon einen Marktanteil von etwas mehr als 8 % auf sich vereinen.

Dabei wird ein Viertel der Internetumsätze durch den klassischen Buchhandel erzielt, drei Viertel durch Unternehmen, die Bücher ausschließlich über das Internet vertreiben.<sup>31</sup>

Das Verlagswesen und der Buchhandel befanden sich nach Ausführungen des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels im Jahr 2002 in einer schwierigen wirtschaftlichen Lage und hatten Umsatzeinbußen zu verzeichnen, die sich quer durch die Branche zogen: Viele der großen Buchhandlungen mit Outlets in den Einkaufszentren wurden vom Rückgang der Besucherfrequenzen ebenso betroffen wie kleine Spezialbuchhandlungen in den Innenstädten. Obwohl auch 2003 die Umsätze nicht das gewünschte Niveau erreichten, sprechen die Buchverlage nicht von einer Krise.<sup>32</sup>

**"Ich habe mir ein Schlüsselloch  
angefertigt, durch das ich alles  
beobachten kann, was in der  
Welt vorgeht."**

*Heiner Blum*

## 3.2 Kunstmarkt

Der Kunstmarkt stellt in der hier gewählten Abgrenzung einen komplexen Teilmarkt dar, zu dem u.a. die Werbebranche, Galerien und Museen, der Einzelhandel mit Kunstgewerbe und Kunstgegenständen sowie Antiquitäten, aber auch die Herstellung, Bearbeitung und Reparatur von Edelsteinen, Schmuck und Gold- und Silberschmiedewaren gehören. Die zahlreichen Unterklassen der Wirtschaftssystematik, die in der hier gewählten Abgrenzung zum Kunstmarkt gerechnet werden, sind in der folgenden Tabelle aufgeführt.

<sup>31</sup> Vgl. Informationen des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels im Internet.

<sup>32</sup> Vgl. Deschka-Hoeck, Katharina (2003).

Tabelle 10: Statistische Abgrenzung des Kunstmarkts

WZ Code			Kunstmarkt
26	70	1	Steinbildhauerei und Steinmetzerei
36	22	1	Bearbeitung von Edelsteinen, Schmucksteinen und Perlen
36	22	2	Herstellung von Schmuck aus Edelmetallen und Edelmetallplattierungen
36	22	3	Herstellung von Gold- und Silberschmiedewaren (ohne Tafelgeräte und Bestecke)
52	48	2	Einzelhandel mit Kunstgegenständen, Bildern, kunstgewerblichen Erzeugnissen, Briefmarken, Münzen und Geschenkartikeln
52	50	1	Einzelhandel mit Antiquitäten und antiken Teppichen
74	20	6	Büros für Industrie-Design
74	40	1	Werbegestaltung
74	84	4	Ateliers für Textil-, Schmuck-, Möbel- u.ä. Design
92	52	1	Museen und Kunstaussstellungen, Galerien
80	30	2	Kunsthochschulen *
			<b>Kunstmarkt im engen Sinn</b>
51	18	2	Handelsvermittlung von Uhren, Edelmetallwaren und Schmuck
51	47	4	Großhandel mit Uhren, Edelmetallwaren und Schmuck
52	48	5	Einzelhandel mit Uhren, Edelmetallwaren und Schmuck
52	73	0	Reparatur von Uhren und Schmuck
74	40	2	Werbemittelverbreitung und Werbemittlung
74	84	3	Versteigerungsgewerbe
26	21	1	Herstellung von Haushaltswaren und Ziergegenständen aus Porzellan
26	21	2	Herstellung von Haushaltswaren und Ziergegenständen aus Steingut, Steinzeug und Feinsteinzeug
26	21	3	Herstellung von Haushaltswaren und Ziergegenständen aus Ton sowie von Töpferwaren
			<b>Kunstmarkt insgesamt</b>

\* Diese Unterklasse (5-Steller) konnte bei der Berechnung des Umsatzes nicht berücksichtigt werden, da in der Umsatzsteuerstatistik hierfür keine Angaben auf der tiefsten Gliederungsstufe vorliegen, sondern nur auf der Ebene der übergeordneten Klasse (4-Steller).

Quelle: Eigene Zusammenstellung auf Basis der Wirtschaftssystematik 1993.



■ 3.2.1 Wirtschaftliche Eckdaten

Im Jahr 2000 umfasste der hessische Kunstmarkt insgesamt 7.712 Unternehmen, die einen Umsatz in Höhe von 6,5 Mrd. Euro erwirtschafteten. Damit werden in diesem Teilmarkt rund 35% des Umsatzes der Kulturwirtschaft in Hessen und 1,71% des Umsatzes der gesamten hessischen Wirtschaft erzielt.

Die Unternehmen im Kunstmarkt waren im Jahr 2000 in Hessen Arbeitgeber für ca. 21.500 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte, das sind 19% der Beschäftigten der Kulturwirtschaft. Hinzu kommen die sogenannten Ein-Mann-Unternehmen ohne weitere Angestellte, z.B. im

Bereich der Antiquariate, der Galerien und des Kunsthandels, die in der Beschäftigtenstatistik nicht erfasst sind. In der Künstlersozialkasse sind darüber hinaus 3.374 selbständige Künstler im Bereich Bildende Kunst gemeldet, das sind 40% aller bei der KSK in Hessen versicherten Künstler. Insgesamt dürften in Hessen in diesem Teilbereich also mehr als 25.000 Personen tätig sein.

Der Kunstmarkt ist somit von seiner wirtschaftlichen Bedeutung her und als Beschäftigungsfeld der zweitstärkste Teilmarkt der Kulturwirtschaft nach dem Literatur-, Buch- und Pressemarkt.

Tabelle 11: Unternehmen und Umsätze der einzelnen Sparten im Kunstmarkt im Jahr 2000

	Anzahl Unternehmen	Umsatz in 1.000 €	Umsatzanteile in %
<b>Kunstmarkt insgesamt</b>	<b>7.712</b>	<b>6.538</b>	<b>100,0</b>
Herstellung kunstgewerblicher Waren	68	58	0,9
Herstellung, Bearbeitung und Reparatur von Edelsteinen, Schmuck, Gold und Silber sowie Steinbildhauerei	760	286	4,4
Großhandel mit Uhren, Edelmetallen und Schmuck	12	457	7,0
Einzelhandel mit Kunstgegenständen, Uhren, Schmuck, kunstgewerblichen Erzeugnissen etc., Versteigerungsgewerbe	2.041	533	8,1
Werbegestaltung, Werbemittelverbreitung, Ateliers und Büros für Industrie-, Mode-, Schmuck-, Textil-Design	4.660	5.192	79,4
Museen und Kunstaustellungen	54	12	0,2

Quelle: Hessisches Statistisches Landesamt, Umsatzsteuerstatistik, eigene Berechnungen.

### 3.2.2 Wichtigste Branchen

Die bedeutendste Branche im Kunstmarkt mit allein 5,2 Mrd. Euro Umsatz und 4.660 Unternehmen ist mit großem Abstand die Werbebranche.

Von Bedeutung innerhalb des Kunstmarktes sind ferner der Groß- und Einzelhandel mit kunstgewerblichen Waren, Kunstgegenständen und Antiquitäten einschließlich des Versteigerungsgewerbes. Die rund 2.100 Unternehmen in diesem Bereich hatten in Hessen im Jahr 2000 einen Umsatz von gut einer halben Mrd. Euro. In dieser Branche sind auch die Galerien erfasst, deren genaue Zahl für Hessen nicht bekannt ist. Nach Schätzungen des Landesverbandes der Galerien in Hessen und Rheinland-Pfalz e.V. dürften in Hessen um die 120 Galerien existieren, von denen 38 im Landesverband vertreten sind. Darunter jeweils 12 in Frankfurt und Wiesbaden, drei in Darmstadt, neun weitere im Rhein-Main-Gebiet, eine in Gießen und eine in Kassel. Zu den bekannten Kunstmessen in Deutschland zählt die ART Frankfurt.

Mit der Herstellung und Bearbeitung kunstgewerblicher Waren bzw. von Schmuck und Edelmetallen (828 Unternehmen) werden ca. 0,3 Mrd. Euro umgesetzt.

Die Museen – zumindest die Einrichtungen in öffentlicher Trägerschaft – machen in der Regel keinen steuerpflichtigen Umsatz. Daher weist die Sparte Museen und Kunstausstellungen (54 Unternehmen) in der Statistik nur einen

Umsatz von 12 Mio. Euro aus. Tatsächlich ist Hessen jedoch reich an Museen: Im Jahr 2000 existierten 415 Museen, davon 41% (= 170) in Gemeinden mit über 20.000 Einwohnern (Bundesdurchschnitt 44%) .

Unter den insgesamt 415 hessischen Museen (vgl. Tabelle 13) befinden sich

- ca. 40 Kunstmuseen,
- ca. 50 Technik- oder Naturwissenschaftsmuseen,
- ca. 50 kulturgeschichtliche Spezialmuseen sowie
- ca. 230 Volkskunde- und Heimatmuseen.

Diese Museen sind im Hessischen Museumsverband organisiert. Daneben existieren noch drei Landesmuseen in Kassel, Wiesbaden und Darmstadt sowie das Universitätsmuseum in der Stadt Marburg.

In diesen mehr als 400 Museen in Hessen sind ca. 220 Vollzeitkräfte beschäftigt und ca. 200 Teilzeitkräfte und freie Mitarbeiter/ABM-Stellen etc. Hinzu kommt eine Vielzahl ehrenamtlicher Helfer, gerade in den Museen der kleineren Kommunen.

Darüber hinaus gibt es in Hessen noch zahlreiche Betriebsmuseen, vielfach direkt in den Unternehmen angesiedelt, die Einblick geben in die Kultur-, Industrie- und Wirtschaftsgeschichte Hessens. Zu nennen sind z.B. das Museum Thonet (Möbel) in Frankenberg, das Leica Museum in Wetzlar (Optische Werke) oder das Flötenmuseum Mollenhauer in Fulda.<sup>33</sup>

<sup>33</sup> Vgl. Typisch Hessen, Von den Anfängen hessischen Unternehmertums bis heute – ein Museumsführer, hrsg. vom Hessischen Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung im Rahmen der Standortkampagne "hessen >> Hier ist die Zukunft".



Was die einzelnen Sparten betrifft, so fällt auf, dass in Hessen der Anteil der Volkskunde- und Heimatmuseen mit gut 55% etwas höher ist als im Bundesdurchschnitt mit 45%. Aber auch der Anteil der reinen Kunstmuseen liegt in Hessen mit knapp 10% doppelt so hoch wie der Vergleichswert im Bundesdurchschnitt mit knapp 5%.

Im Ländervergleich liegen – was die Gesamtzahl der Museen betrifft – Baden-Württemberg und Bayern mit rund 1.000 bzw. 980 Museen an der Spitze. Nordrhein-Westfalen und Niedersachsen weisen jeweils rund 650 bzw. 620 Museen auf.

**Tabelle 12: Museen in den Bundesländern im Jahr 2000**

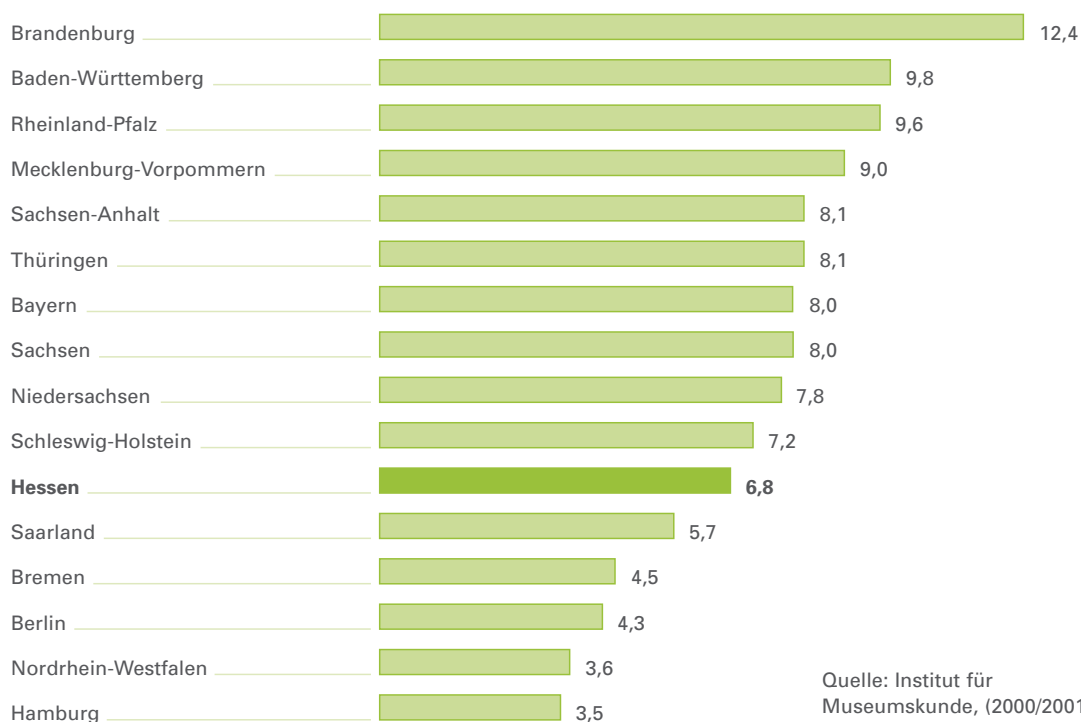
	Museen		Trägerschaft Anteile in %			Museumsbesuche		Ausstellungen	
	Anzahl	pro 100.000 EW	öffent-lich	privat	Misch-form	Anzahl	in 1.000 pro Museum	Anzahl	pro Museum
Baden-Württemberg	1.028	9,8	55,4	37,2	7,5	13.823.979	13,4	1.071	1,0
Bayern	979	8,0	58,9	33,6	7,5	18.968.789	19,4	1.146	1,2
Berlin	146	4,3	71,9	26,7	1,4	8.117.435	55,6	303	2,1
Brandenburg	322	12,4	62,1	37,0	0,9	3.475.579	10,8	523	1,6
Bremen	30	4,5	33,3	60,0	6,7	1.296.394	43,2	42	1,4
Hamburg	60	3,5	48,3	50,0	1,7	2.128.328	35,5	137	2,3
<b>Hessen</b>	<b>415</b>	<b>6,8</b>	<b>43,1</b>	<b>45,5</b>	<b>11,3</b>	<b>4.824.751</b>	<b>11,6</b>	<b>716</b>	<b>1,7</b>
Mecklenburg-Vorpommern	159	9,0	73,6	24,5	1,9	3.275.718	20,6	399	2,5
Niedersachsen	620	7,8	37,6	55,0	7,4	7.911.772	12,8	907	1,5
Nordrhein-Westfalen	655	3,6	54,8	39,4	5,8	12.545.769	19,2	1.307	2,0
Rheinland-Pfalz	387	9,6	50,4	43,2	6,5	4.139.670	10,7	394	1,0
Saarland	61	5,7	47,5	47,5	4,9	509.079	8,3	87	1,4
Sachsen	354	8,0	83,3	15,5	1,1	8.231.894	23,3	894	2,5
Sachsen-Anhalt	212	8,1	75,9	21,7	2,4	2.536.688	12,0	509	2,4
Schleswig-Holstein	202	7,2	49,5	46,5	4,0	3.043.637	15,1	434	2,2
Thüringen	197	8,1	85,8	13,7	0,5	4.730.519	24,0	479	2,4
Deutschland	5.827	7,1	57,1	37,1	5,8	99.560.001	1,2	9.348	1,6

Quelle: Institut für Museumskunde, (2000/2001), eigene Berechnungen.

Was die Museumsdichte in den einzelnen Bundesländern – ausgedrückt in Museen pro 100.000 Einwohner – betrifft, so liegt Hessen mit 6,8 Museen pro 100.000 Einwohner unter dem Bundesdurchschnitt von 7,1. Das Bundesland Baden-Württemberg weist 9,8 und Rheinland-Pfalz 9,6 Museen pro 100.000 Einwohner auf, in Bayern sind es 8,0 und in Nordrhein-Westfalen allerdings nur 3,6.

Hessen fällt im Vergleich zu Bayern und Baden-Württemberg durch einen relativ hohen Anteil an Museen in privater Trägerschaft auf. Ungefähr 45% der Museen (Bundesdurchschnitt 37%) befinden sich in privater Trägerschaft, in den beiden genannten Nachbarländern sind dies beispielsweise nur knapp 34% bzw. 37%. Ein Grund dafür dürfte die Tatsache sein, dass vor allem kleinere Kommunen wie z.B. Alsfeld oder Wetzlar ihre Museen bereits in den 70er Jahren in private Trägerformen überführt (z.B. GmbH) haben.

**Abbildung 4: Anzahl der Museen pro 100.000 Einwohner nach Bundesländern im Jahr 2000<sup>34</sup>**



<sup>34</sup> Das Institut für Museumskunde führte zum Zeitpunkt der Erhebung 6.242 Museumsstandorte in seiner Datenbank. Von diesen wurde eine Reihe nicht angeschrieben, z.B. weil bereits bekannt war, dass sie das ganze Jahr geschlossen waren. Tatsächlich angeschrieben wurden insgesamt 6.139 Museumseinrichtungen. Einige davon wurden aufgrund ihrer räumlichen Gegebenheiten zu Museumskomplexen zusammengefasst, da eine jeweils einzelne Besuchszahlermittlung nicht möglich war. Die verringerte Grundgesamtheit belief sich im Jahr 2000 auf 5.827 Museen, Museumseinrichtungen bzw. Museumskomplexe – 4.523 aus den alten Bundesländern sowie 1.304 Museen aus den fünf neuen Bundesländern und dem ehemaligen Berlin (Ost).





Die Attraktivität der hessischen Museen drückt sich unter anderem in den Besucherzahlen aus. In den vergangenen Jahren wurden rund 5 Mio. Besucher pro Jahr verzeichnet.<sup>35</sup> Einen Überblick über Anzahl, Besucher sowie Ausstellungen der hessischen Museen gibt Tabelle 13.

**Tabelle 13: Besucher und Ausstellungen in hessischen Museen im Jahr 2000**

Museumsart	Anzahl der Museen	Anzahl der Besucher <sup>36</sup>	Anzahl der Ausstellungen 2000
Volkskunde- und Heimatmuseen	229	983.079	458
Kulturgeschichtliche Spezialmuseen	46	747.253	91
Kunstmuseen	42	1.139.186	78
Naturwissenschaftliche und technische Museen	41	342.016	16
Schloss- und Burgmuseen	20	552.245	13
Historische und archäologische Museen	15	409.061	21
Naturkundliche Museen	12	339.418	12
Sammelmuseen mit komplexen Beständen	3	137.097	11
Mehrere Museen in einem Museumskomplex	7	175.396	16
<b>Insgesamt</b>	<b>415</b>	<b>4.824.751</b>	<b>716</b>

Quelle: Institut für Museumskunde, (2000/2001).

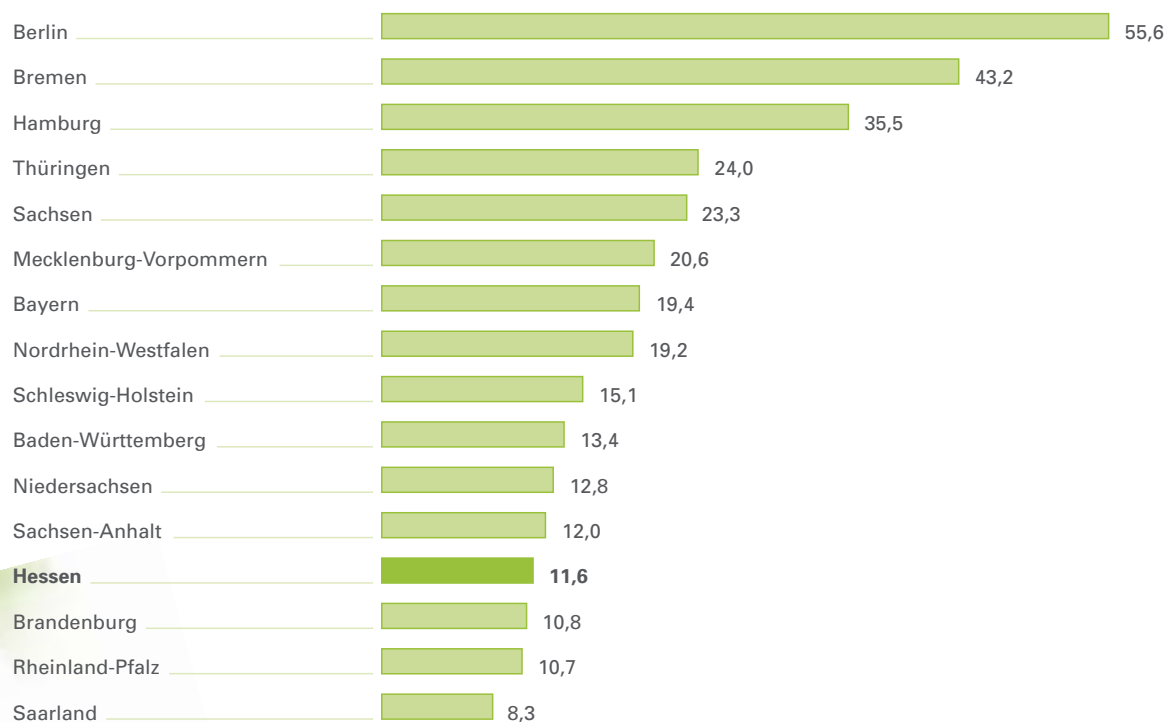
Auf jedes Museum in Hessen entfielen dabei im Jahr 2000 durchschnittlich rund 11.600 Besuche, während die Zahl in den anderen Flächenländern deutlich höher lag. In den Nachbarländern Bayern, Nordrhein-Westfalen, Niedersachsen und Baden-Württemberg waren es knapp 19.400 bzw. 19.100 sowie 13.400 und

<sup>35</sup> Vgl. Institut für Museumskunde (2000/ 2001).

<sup>36</sup> Von 415 Museen haben nur 327 Angaben zu Besucherzahlen geliefert, tatsächlich ist daher von rund 6 Mio. Besuchern in hessischen Museen auszugehen.

12.700 Besuche pro Museum. Rheinland-Pfalz verzeichnete dagegen nur knapp 10.700 Besuche. Der Bundesdurchschnitt liegt bei rund 17.000 Besuchen pro Museum. Betrachtet man nur die Flächenländer und lässt die Stadtstaaten mit den hohen Besucherzahlen pro Museum unberücksichtigt, so liegt der Durchschnittswert immerhin noch bei rund 16.000 Besuchen pro Museum und Jahr. Allerdings dürften die Besuche stark von der Art der Museen abhängen, hierfür liegen jedoch keine differenzierten Daten vor. Gerade bei den zahlreichen Kunstmuseen im Rhein-Main-Gebiet und in Kassel dürften die Besucherzahlen über dem hessischen Durchschnitt liegen.

**Abbildung 5: Museumsbesuche in 1.000 pro Museum nach Bundesländern im Jahr 2000<sup>38</sup>**



Quelle: Institut für Museumskunde, (2000/2001).

<sup>38</sup> Von diesen 5.827 Museumseinrichtungen (Grundgesamtheit) haben insgesamt 5.182 Einrichtungen die Fragebögen zurückgesandt (Rücklaufquote 88,9%). 9,0% der antwortenden Einrichtungen konnten keine Besuchszahlen angeben, so dass insgesamt von 4.716 Museumseinrichtungen (80,9%) Angaben vorliegen.



### ■ 3.2.3 Ausgewählte kulturelle Institutionen und Ereignisse

Das international bekannteste Kunstereignis in Hessen ist die documenta, die alle fünf Jahre in Kassel stattfindet. Diese Kunstausstellung wird ausführlich im Kapitel 6 dargestellt.

Darüber hinaus hat Frankfurt eine vielfältige Museumslandschaft mit Häusern von nationaler und internationaler Bedeutung. Zu den bekanntesten Museen in Frankfurt gehören Einrichtungen wie die Schirn, das Städel, das Museum für Moderne Kunst, das Filmmuseum, das Senckenbergmuseum, das Architekturmuseum oder das Jüdische Museum.

Im Rhein-Main-Gebiet gelegen und von internationaler Bedeutung ist außerdem die Mathildenhöhe in Darmstadt, Synonym für Jugendstil in Hessen. Die einstige Künstlerkolonie wurde 1899 auf Initiative des hessischen Großherzogs Ernst-Ludwig gegründet. Das Großherzogtum förderte – im Sinne der Wirtschaftsförderung - Handwerk und kunstgewerbliche Industrie, um diese national und international konkurrenzfähig zu machen. Besonderes Augenmerk wurde dabei auf die Architektur und die Innendekoration gelegt.

Der Künstlerkolonie gehörten bedeutende Künstler wie Josef Maria Olbrich und Peter Behrens an. In der Zeit von 1901 bis 1914 fanden Ausstellungen statt, deren bauliche Beiträge noch heute die Mathildenhöhe prägen. Besonders markante Bauwerke des Jugendstils sind das Ensemble des Hochzeitsturmes mit der russischen Kapelle, das Ausstellungsgebäude des Instituts Mathildenhöhe und das Museum Künstlerkolonie Darmstadt. Von überregionaler Bedeutung sind im Rhein-Main-Gebiet ferner das Klingspor Museum für internationale Buch- und Schriftkunst und das Deutsche Ledermuseum in Offenbach.

In Nordhessen sind als Museen mit überregionaler oder nationaler Bedeutung die Staatlichen Kunstsammlungen Kassel zu nennen, zu denen die Gemäldegalerie Alte Meister, die Antikensammlung und die Graphische Sammlung, die Neue Galerie, das Landesmuseum und das Museum für Technik gehören, sowie unabhängig davon, aber ebenfalls in Kassel angesiedelt, das Museum für Sepulkralkultur und das Karikaturmuseum.

Um die Attraktivität der Museen zu erhöhen und mehr Besucher für Kunst und Kultur in den Museen zu interessieren, findet in Hessen z.B. einmal jährlich in verschiedenen Städten zu unterschiedlichen Zeitpunkten ein besonderes kulturelles Ereignis statt: Die "Nacht der Museen", an der sich auch zahlreiche private Galerien beteiligen, um Einblick in das aktuelle Kunstschaffen zu geben. Allein in Frankfurt, Offenbach und Wiesbaden kamen im März 2003 ca. 35.000 Besucher; rund 75 Institutionen hatten in den drei Städten ununterbrochen geöffnet.

Darüber hinaus findet jährlich der Internationale Museumstag statt, dessen Ziel es ist, auf das breite Spektrum der Museumsarbeit und die thematische Vielfalt der rund 6.000 Museen in Deutschland aufmerksam zu machen und diese ins Blickfeld der Öffentlichkeit zu rücken. Im Jahr 2003 beteiligten sich in Hessen beispielsweise 133 Museen, insbesondere zahlreiche kleinere Museen in den ländlichen Regionen Hessens. Das Motto für das Jahr 2004 lautet "Kulturelle Tradition als lebendiges Erbe".

Als bundesweit beachtetes Kunstfest sind zudem die "Kunstansichten Offenbach" zu erwähnen, die seit mehreren Jahren veranstaltet werden. Zahlreiche Vernissagen und andere Kunstprojekte ermöglichen es, die Stadt Offenbach geradezu "flächendeckend" als einen urbanen Kunstraum wahrzunehmen.

### ■ 3.2.4 Aktuelle Entwicklung

Was die aktuelle Entwicklung in der wichtigsten Branche des Kunstmarktes – der Werbebranche – angeht,<sup>39</sup> so war das Jahr

2002 von einer zurückhaltenden Konjunktur geprägt. Daraus resultierte bundesweit gegenüber dem Jahr 2001 ein Umsatzrückgang in der Branche um 1,8% von 12,7 Mrd. Euro auf 12,5 Mrd. Euro. Der wesentliche Grund dafür waren zurückgehende Ausgaben der Unternehmen für Werbung. Sie schrumpften im Jahr 2002 bundesweit um knapp 6% d.h. um 1,8 Mrd. Euro auf 29,6 Mrd. Euro. Damit sackten die Werbeausgaben der Unternehmen leicht unter das Niveau von 1998.

Dass der Umsatzrückgang der Werbebranche nicht noch höher ausgefallen ist, hat nach Aussagen des Gesamtverbandes der Kommunikationsagenturen vor allem etwas mit der Verbreiterung des Geschäftsfelds zu tun: Erlöse stammen nicht mehr nur aus Werbeeinnahmen in klassischen Medien, sondern entspringen zunehmend auch anderen Beratungsleistungen.

<sup>39</sup> Vgl. Gesamtverband der Kommunikationsagenturen (2003).

Für die Steigerung der Besucherzahlen in den Museen und die Erhöhung ihrer Attraktivität werden in Zukunft über die bisher genannten Angebote und Ereignisse hinaus neue Konzepte gefragt sein. Was die Steigerung der Besucherzahlen und die Finanzierung der Landesmuseen angeht, so hat z.B. das benachbarte Bundesland Rheinland-Pfalz ein neues Modell zur Mittelverteilung an die Landesmuseen erarbeitet, das die Anstrengungen derjenigen Häuser honoriert, die sich erfolgreich um ihre Besucher bemühen. Das Modell, das mit dem Nachtragshaushalt 2003 eingeführt werden soll, geht für die drei Landesmuseen Mainz, Koblenz und Trier von einer 25%igen Grundförderung aus, einer 50%igen Erfolgsförderung – gekoppelt an die Anzahl der Besucher – und einer weiteren 25%igen Erfolgsförderung, verknüpft an die Veröffentlichungserfolge und Sponsoren- und Spendenakquisition des jeweiligen Hauses. Je mehr Besucher ein Museum hat und je mehr Drittmittel es erwirtschaftet, desto mehr finanzielle Mittel erhält es von der öffentlichen Hand. Es ist angestrebt, durch das neue System schon im Jahr 2003 rund 100.000 zusätzliche Besucher zu gewinnen.

**"Wie schön wäre es, wenn man, in der gegenwärtigen Situation, behaupten dürfte, die Filme seien um so mehr Kunstwerke, je weniger sie als Kunstwerke auftreten."**

*Theodor W. Adorno*

### ■ 3.3 Film-, TV- und Videowirtschaft

Die Film-, TV- und Videowirtschaft umfasst in der hier gewählten Abgrenzung zum einen die Filmproduktion, den Filmverleih und -vertrieb, das Fotografische Gewerbe sowie die Filmtheater und zum anderen die Herstellung, Vervielfältigung und den Handel mit Ton-, Bild- und Datenträgern sowie die Herstellung und den Handel mit Rundfunk- und Fernsehgeräten (vgl. Tabelle 14).

In der engen Abgrenzung beschränkt sich dieser Teilmarkt auf die Filmwirtschaft, das Fotografische Gewerbe sowie die Herstellung von Foto- und Projektionsgeräten und TV- und Hörfunkprogrammen.

Tabelle 14: Statistische Abgrenzung der Film-, TV- und Videowirtschaft

WZ Code			Film-, TV- und Videowirtschaft
33	40	3	Herstellung von Foto-, Projektions- und Kinogeräten
74	81	1	Fotografisches Gewerbe, Fotoateliers
74	81	2	Fotografische Laboratorien
92	11	1	Herstellung von Kinofilmen
92	11	2	Herstellung von Fernsehfilmen
92	11	3	Herstellung von Industrie-, Wirtschafts- und Werbefilmen
92	11	4	Sonstige Filmherstellung
92	11	5	Filmtechnik
92	12	1	Filmverleih
92	12	2	Videoprogrammanbieter
92	12	3	Filmvertrieb
92	13	0	Filmtheater
92	20	1	Hörfunk- und Fernsehanstalten
92	20	2	Herstellung von Hörfunk- und Fernsehprogrammen
			<b>Film-, TV- und Videowirtschaft im engen Sinn</b>
24	64	0	Herstellung von fotochemischen Erzeugnissen
24	65	0	Herstellung von unbespielten Ton-, Bild- und Datenträgern
32	30	0	Herstellung von Rundfunk- und Fernsehgeräten sowie phono- und videotechnischen Geräten
51	14	4	Handelsvermittlung von Rundfunk-, Fernseh- und phonotechnischen Erzeugnissen
51	18	1	Handelsvermittlung von feinmechanischen Foto- und optischen Erzeugnissen *
51	43	3	Großhandel mit Rundfunk-, Fernseh- und phonotechnischen Geräten und Zubehör *
51	47	7	Großhandel mit feinmechanischen, Foto- und optischen Erzeugnissen
52	45	2	Einzelhandel mit elektrischen Haushalts-, Rundfunk- und Fernsehgeräten sowie Musikinstrumenten
71	40	4	Videotheken
22	32	0	Vervielfältigung von bespielten Bildträgern
22	33	0	Vervielfältigung von bespielten Datenträgern
52	72	2	Reparatur von Rundfunk-, Fernseh- und phonotechnischen Geräten
			<b>Film-, TV- und Videowirtschaft insgesamt</b>

\* Diese Unterklassen (5-Steller) konnte bei der Berechnung des Umsatzes nicht berücksichtigt werden, da in der Umsatzsteuerstatistik hierfür keine Angaben auf der tiefsten Gliederungsstufe vorliegen, sondern nur auf der Ebene der übergeordneten Klasse (4-Steller).

Quelle: Eigene Zusammenstellung auf Basis der Wirtschaftssystematik 1993.



### ■ 3.3.1 Wirtschaftliche Eckdaten

In der Film-, TV- und Videowirtschaft erzielten 2.500 Unternehmen im Jahr 2000 einen Umsatz in Höhe von insgesamt 2,4 Mrd. Euro, das entspricht knapp 0,6% des Umsatzes der gesamten hessischen Wirtschaft.

In diesem Teilmarkt der Kulturwirtschaft arbeiten in Hessen ca. 19.300 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte.<sup>39</sup> Hinzuzuzählen sind die zahlreichen Freiberufler und Ein-Mann-Unternehmen, die in dieser Beschäftigtenstatistik nicht erfasst werden. Insgesamt dürften in Hessen in der Film-, TV- und Videowirtschaft mindestens 20.000 Personen tätig sein, wobei die Filmwirtschaft in Hessen durch eine mittelständische kleinteilige Unternehmensstruktur gekennzeichnet ist.

Die Film-, TV- und Videowirtschaft ist mit einem Anteil von 12,8% am Umsatz und von 17% an den Beschäftigten der drittstärkste Teilmarkt innerhalb der hessischen Kulturwirtschaft.<sup>40</sup>

### ■ 3.3.2 Wichtigste Branchen

Der bedeutendste Bereich innerhalb dieses Teilmarktes sind die Filmproduktion sowie der Filmvertrieb und -verleih, Filmtheater, Fotolabors bzw. -ateliers (1.219 Unternehmen) mit einem Umsatz von zusammen 0,7 Mrd. Euro.

Weitere ca. 1,3 Mrd. Euro Umsatz verteilen sich zu etwa gleichen Teilen auf 1.157 Unternehmen in drei Branchen: die Herstellung von Ton-, Bild- und Datenträgern, den Großhandel mit optischen und feinmechanischen Erzeugnissen und den Einzelhandel mit Rundfunk- und Fernsehgeräten.

Zu erwähnen sind darüber hinaus die öffentlich-rechtlichen Rundfunk- und Fernsehanstalten, die in der Regel jedoch keinen steuerpflichtigen Umsatz ausweisen. Der angegebene Umsatzwert von 0,1 Mrd. Euro entspricht also nicht ihrer tatsächlich wesentlich größeren Bedeutung für Wirtschaft und Arbeitsmarkt. Das Privatfernsehen ist in Hessen nicht nennenswert vertreten.

<sup>39</sup> Landesarbeitsamt Hessen, Beschäftigtenstatistik.

<sup>40</sup> Die hier getroffene Abgrenzung der Kulturwirtschaft bzw. des Teilbereichs Film-, TV- und Videowirtschaft ist nicht deckungsgleich mit der Abgrenzung der Medien- und Kommunikationswirtschaft in der FEH-Studie "Medien- und Kommunikationswirtschaft in Hessen" aus dem Jahr 2001. So sind in der Medien- und Kommunikationswirtschaft z.B. auch Informationsdienstleistungen enthalten, in der Kulturwirtschaft ist dies nicht der Fall. Dagegen wird hier aber z.B. der Bereich des Kulturrellen Erbes berücksichtigt. Was die Film-, TV- und Videowirtschaft als Teilbereich der Kulturwirtschaft angeht, so bestehen zwar Überschneidungen mit der o.g. Studie. Aufgrund der hier zugrunde liegenden feineren Abgrenzung auf der 5-Steller-Ebene der Wirtschaftssystematik ist dieser Bereich jedoch nicht deckungsgleich mit dem in der Studie zur Medien- und Kommunikationswirtschaft als Untergruppe erwähnten Wirtschaftszweig "Visuelle/Audiovisuelle Medien".

**Tabelle 15: Unternehmen und Umsätze der einzelnen Branchen in der Film-, TV- und Videowirtschaft im Jahr 2000**

	WZ-Codes	Anzahl Unternehmen	Umsatz in 1.000 €	Umsatzanteile in %
<b>Film-, TV- und Videowirtschaft insgesamt</b>		<b>2.500</b>	<b>2.411.657</b>	<b>100,0</b>
Herstellung von fotochemischen Erzeugnissen, Ton-, Bild- und Datenträgern, Foto-, Projektions-, Rundfunk- und Fernsehgeräten	DG 24 64 0; DG 24 65 0; DL 32 30 0; DL 33 40 3	177	429.752	17,8
Vervielfältigung von bespielten Bild- und Datenträgern	DE 22 32 0; DE 22 33 0	32	67.730	2,8
Großhandel mit feinmechanischen und optischen Erzeugnissen	GA 51 47 7	97	472.052	19,6
Einzelhandel mit elektrischen Haushalts-, Rundfunk- und Fernsehgeräten sowie Videotheken	GA 52 45 2; KA 71 40 4	883	446.315	18,5
Fotografisches Gewerbe	KA 74 81 1 und 2	754	148.682	6,2
Herstellung, Vertrieb und Verleih von Filmen, Filmtechnik und Filmtheater	OA 92 11 1 bis 5; OA 92 12 1 bis 3; OA 92 13 0	538	718.867	29,8
Herstellung von Hörfunk- und Fernsehprogrammen, Hörfunk- und Fernsehanstalten	OA 92 20 1 und 2	19	128.259	5,3

Quelle: Hessisches Statistisches Landesamt, Umsatzsteuerstatistik, eigene Berechnungen.





### ■ 3.3.3 Ausgewählte kulturelle Institutionen und Ereignisse

Mit den Stichworten Film und Fernsehen verbindet man in Hessen noch recht wenige kulturelle Ereignisse, Unternehmen und Einrichtungen von nationalem oder internationalem Rang. Hessen respektive das Rhein-Main-Gebiet hat sich in den letzten Jahren jedoch als Standort der Medienwirtschaft gut entwickelt und sich mittlerweile etabliert. Dies geht aus einer Studie zu Medien- und Kommunikationswirtschaft in Hessen aus dem Jahr 2001 hervor.<sup>41</sup> Insbesondere angesprochen wird dort der Bereich Postproduktion<sup>42</sup>, weniger die eigentliche Filmproduktion. Wesentlich bekanntere Standorte der Filmwirtschaft in Deutschland sind nach wie vor die Städte München, Köln und verstärkt auch die Bundeshauptstadt Berlin.

Was die eigentliche Filmproduktion am Medienstandort Rhein-Main-Gebiet angeht, so ist zwischen Filmproduktion im Allgemeinen, d.h. dem kommerziellen Film oder Werbefilm und dem Kunstfilm zu differenzieren. Im Bereich des Kunstfilms bzw. in der Filmförderung wird in Hessen insbesondere die Produktion von Dokumentar-(spiel)filmen gefördert. Bekannte junge Filme dieser Sparte sind z.B. "Die innere Sicherheit", "Black Box BRD" oder "Absolut Warhola".

Die starke Fokussierung auf Dokumentarfilme zeigt sich beispielhaft am Kasseler Dokumentarfilm- und Videofest<sup>43</sup>, das neben den Dokumentarfilmfesten in Duisburg, München und Leipzig eines der wenigen ist, das sich umfassend diesem Thema widmet und einen breiten Überblick über das internationale Dokumentarfilmschaffen vermittelt.

Das Bundesland Hessen zeichnet sich durch eine Vielzahl von Filmfestivals aus, obgleich ein international bekanntes Filmfestival hier bisher nicht stattfindet. Nachfolgende Tabelle 16 gibt einen Überblick über die bedeutenden Festivals in Hessen.

<sup>41</sup> Vgl. Gauler; Anja; Trabert, Lioba; Piesk, Susanne (2001).

<sup>42</sup> Die Postproduktion beschreibt innerhalb der Arbeitsprozesse der Film- und Videoherstellung die Phase der Nachbearbeitung, also den Schnitt, die Nachvertonung, das Compositing (gleichzeitiges Überlagern von mehreren Bild-, Audio- und Grafikebenen) und die Grafikbearbeitung bei einer Produktion.

<sup>43</sup> Vgl. auch die Informationen unter [www.filmladen.de](http://www.filmladen.de)

Tabelle 16: Filmfestivals in Hessen

Festival	Ort	Kurzbeschreibung
<b>GoEast</b>	Wiesbaden	2001 erfolgreich etabliertes Festival des mittel- und osteuropäischen Films, veranstaltet vom Deutschen Filminstitut - DIF, ergänzt durch ein wissenschaftliches Symposium. Hauptthema ist die politische, soziale und psychologische Situation in den Ländern Mittel- und Osteuropas.
<b>Exground Filmfestival</b>	Wiesbaden	Fand 2002 zum 15. Mal statt. Schwerpunkt rund um American Independents und internationale Kurzfilme, Filmfest für neue, außergewöhnliche, skurrile und spannende Produktionen, organisiert vom Verein „Wiesbadener Kinofestival“. Neben dem Filmprogramm finden Konzerte und andere Veranstaltungen statt.
<b>Internationales Trickfilmwochenende</b>	Wiesbaden	Das Trickfilmfest wird von den „Freunden der Filme im Schloss“ in Zusammenarbeit mit dem Kulturstadtrat der Stadt Wiesbaden und der Filmbewertungsstelle Wiesbaden veranstaltet, es zeigt eine Auswahl der besten aktuell produzierten ausländischen Trickfilme.
<b>Africa alive</b>	Frankfurt	Veranstaltet vom Kino im Deutschen Filmmuseum Frankfurt und Filmforum Höchst. Neben Highlights des panafrikanischen Festivals in Burkina Faso gibt es Länder- und Themenschwerpunkte, Lesungen und Ausstellungen.
<b>Cuba im Film</b>	Frankfurt	Cuba im Film wird seit 1995 jährlich vom Filmforum Höchst veranstaltet und präsentiert Aktuelles, Retroperspektiven und musikalische Programme.
<b>Hessische Jugendfilmtage</b>	Frankfurt	Die Vorstellung der aktuellen Produktionen von Kindern und Jugendlichen ist der zentrale Bestandteil des Festivals. Die Hessischen Jugendfilmtage wollen möglichst viele Jugendliche anregen und motivieren, sich über Medien auszudrücken.
<b>Frankfurter Filmschau</b>	Frankfurt	Die Filmschau Frankfurt, eine Veranstaltung des Film- und Kinobüros Hessen, präsentiert neue Filme und Videos aus Hessen, darunter die aktuellen, mit Mitteln der Hessischen Filmförderung ausgezeichneten Preisträger.
<b>Nippon connection</b>	Frankfurt	Eine Veranstaltung des Nippon Connection e.V. präsentiert junges japanisches Kino, darunter viele Premieren ergänzt durch diverse Events.
<b>Lucas</b>	Frankfurt	Langjähriges internationales Kinder- und Jugendfilmfestival, es zeigt Filme für Kinder und Jugendliche, die auch Erwachsene ansprechen. Träger sind das Deutsche Filmmuseum Frankfurt, das Kinder- und Jugendfilmzentrum in Deutschland und der Bundesverband Jugend und Film.

Quelle: Eigene Zusammenstellung auf der Basis von Informationen aus dem Internet.

Festival	Ort	Kurzbeschreibung
<b>Werkstatt für junge Filmer</b>	Frankfurt	Die Werkstatt für junge Filmer des Bundesverbandes Jugend und Film ist der Treffpunkt für den Filmnachwuchs bis 27 Jahre. Die Filmvorführungen werden begleitet von Workshops und Gesprächen.
<b>Rüsselsheimer Filmtage</b>	Rüsselsheim	Die Filmtage werden ausgerichtet von der Stiftung Cinema Concetta, die einen Wettbewerb unter satirischen Kurzfilmen mit Publikumspreis veranstaltet.
<b>Open Air Filmfest</b>	Weiterstadt	Das Open Air Filmfest Weiterstadt - seit über 25 Jahren vom Kommunalen Kino Weiterstadt veranstaltet - bietet ein umfassendes Kurzfilmprogramm vor allem aus der deutschen Kurzfilmszene, ergänzt durch lange Spiel- und Dokumentarfilme
<b>Open Eyes Filmfest</b>	Marburg-Amöneburg	Das Festival wird vom soziokulturellen Zentrum „Café Trauma“ veranstaltet, präsentiert im Kino und Open Air alle Facetten des Kurzfilmspektrums, darunter auch Amateurfilme.
<b>Dokumentarfilm- und Videofest</b>	Kassel	Das Festival wird vom Filmladen Kassel veranstaltet und zeigt seit 16 Jahren neue Dokumentarfilme und Videos.
<b>CineLatino</b>	Frankfurt, Heidelberg, Stuttgart, Tübingen	CineLatino hat sich in seinem zehnjährigen Bestehen zum wichtigsten Forum für lateinamerikanische Filmkultur in Deutschland entwickelt und findet als einziges Festival fast zeitgleich in vier deutschen Städten statt.

Quelle: Eigene Zusammenstellung auf der Basis von Informationen aus dem Internet.

Die bedeutendsten und überregional bekannten Festivals sind dabei GoEast in Wiesbaden und das Kinderfilmfestival Lucas in Frankfurt. GoEast knüpft an eine Tradition in Wiesbaden an, wo schon vor der Öffnung Osteuropas und der Wiedervereinigung Deutschlands Russische oder Bulgarische Filmwochen in Kooperation mit dem Deutschen Filminstitut stattfanden.

Das Bundesland Hessen stellt einen der drei Filmpreise, die in Deutschland ausgelobt werden. Neben dem Hessischen Film- und Kinopreis sind dies der Bundesfilmpreis sowie der Bayerische Filmpreis. Obwohl sich der hessische Preis mit 175.000 Euro gegenüber dem Bayerischen Filmpreis oder dem Bundesfilmpreis mit je 2,5 Mio. Euro eher bescheiden ausnimmt, ist er für Filmemacher dennoch attraktiv, da das Preisgeld nicht wie bei den anderen Preisen in neue Filme reinvestiert werden muss, sondern zur freien Verfügung steht und flexibel eingesetzt werden kann.

Weitere bedeutende Institutionen im Bereich der Film, TV- und Videowirtschaft sind das über die Landesgrenzen hinaus bekannte deutsche Filmmuseum in Frankfurt sowie die Spitzenorganisation der deutschen Filmwirtschaft (SPIO), die Filmbewertungsstelle und die Murnau-Stiftung, die alle ihren Sitz in der hessischen Landeshauptstadt Wiesbaden haben. Darüber hinaus stellt die eDIT in Frankfurt, die sich kürzlich mit der Visual Effect Society, L.A. (VES) zusammengetan hat, die europäische Messe für Postproduction und Visual Effects dar und ist längst über Hessen und Deutschland hinaus ein Begriff.

Eng mit der Filmbranche verknüpft ist die Kinolandschaft, wobei Hessen - gemessen an Kinopläätzen pro 1.000 Einwohner - unter den Flächenländern eher eine geringe "Kinodichte" aufzuweisen hat. Nur in den Bundesländern Sachsen, Thüringen und Sachsen-Anhalt gibt es weniger Kinopläätze pro 1.000 Einwohner (vgl. Tabelle 17).

In Hessen existierten im Jahr 2000 knapp 60.000 Kinopläätze, ca. 330 Leinwände, darunter ca. 10 Multiplex-Kinos, jeweils mit mehreren Leinwänden, sowie 24 kommunale Kinos und mehr als 20 Filmkunst- und Programmkinos.





**Tabelle 17: Kinoangebot in den Bundesländern im Jahr 2000**

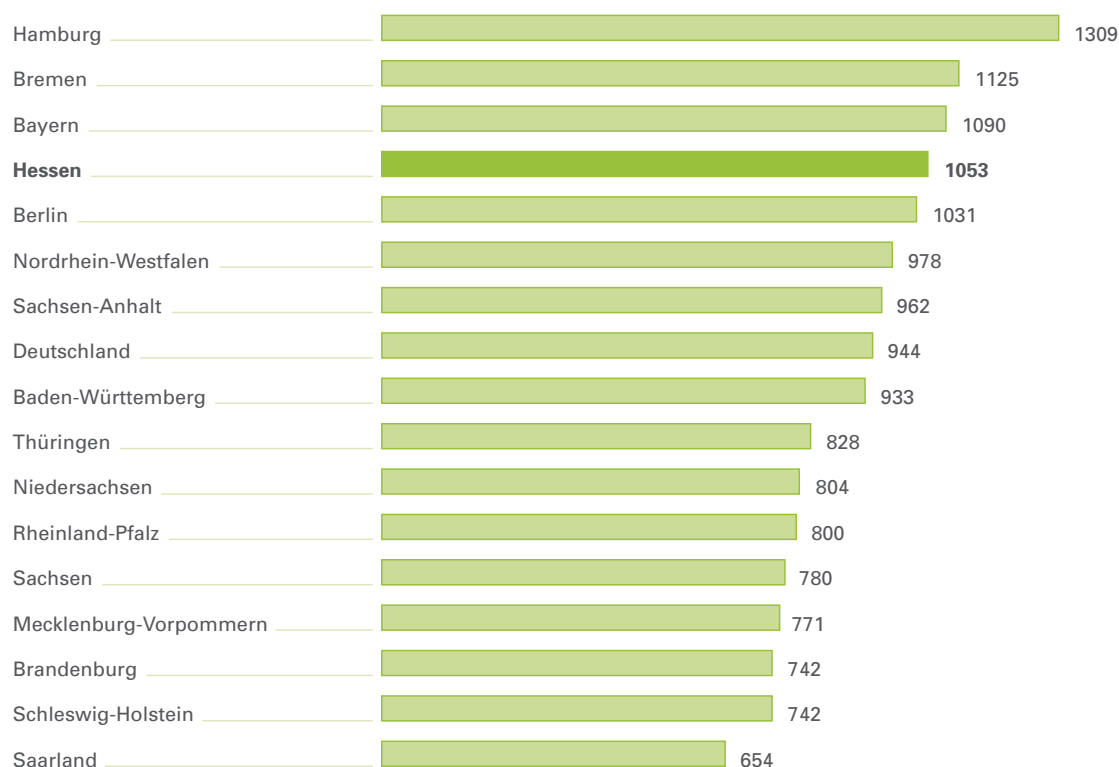
	Anzahl				
	Spielstätten	Leinwände	Plätze	Plätze pro 1000 EW	Besucher pro Platz
Baden-Württemberg	258	626	110.626	10,6	167
Bayern	319	726	119.876	9,9	190
Berlin	102	290	60.253	17,8	191
Brandenburg	67	148	27.023	10,4	158
Bremen	15	40	9.757	14,7	216
Hamburg	27	98	25.154	14,7	207
<b>Hessen</b>	<b>137</b>	<b>330</b>	<b>59.436</b>	<b>9,8</b>	<b>182</b>
Mecklenburg-Vorpommern	65	128	22.429	12,6	163
Niedersachsen	189	448	80.744	10,2	157
Nordrhein-Westfalen	297	968	187.850	10,4	179
Rheinland-Pfalz	91	216	40.628	10,1	149
Saarland	34	81	12.177	11,4	137
Sachsen	90	234	43.083	9,7	161
Sachsen-Anhalt	44	123	22.226	8,4	188
Schleswig-Holstein	81	186	30.972	11,1	150
Thüringen	49	141	21.304	8,7	179
Deutschland	1.865	4.783	873.538	10,6	175

Quelle: Statistisches Bundesamt.

Ein Blick auf die Umsätze der Kinos im Bundesländervergleich<sup>44</sup> zeigt jedoch, dass Hessen – bei der Relation Umsatz pro Kinoplatz – unter den Flächenländern einen Spitzenplatz einnimmt (vgl. Tabelle 17). So beträgt der durchschnittliche Umsatz pro Kinoplatz in Hessen 1.053 Euro, was einem Gesamtumsatz von rund 63 Mio. Euro entspricht. In Bayern erzielen die Kinos pro Platz durchschnittlich 1.090 Euro, in Nordrhein-Westfalen 978 Euro und in Baden-Württemberg nur 933 Euro (vgl. Abbildung 6).

<sup>44</sup> Quelle: Statistisches Bundesamt, Kinobesuch und Umsatz zum Jahreschluss 2000.

**Abbildung 6: Kinoumsätze in Euro pro Platz nach Bundesländern im Jahr 2000**



Quelle: Statistisches Bundesamt, eigene Darstellung.

Insgesamt verzeichneten die hessischen Kinos knapp 11 Mio. Besucher im Jahr 2000. Angesichts der relativ guten Besucher- und Umsatzziffern pro Kinoplatz bei relativ geringer Kinodichte in Hessen ist das Verhältnis von Angebot und Nachfrage als ausgewogen zu bezeichnen.

Die Auslastung der Kinoplätze zeigt das gleiche Bild: Nach Bayern mit 190 Besuchern pro Platz weisen die hessischen Kinos mit 182 Besuchern pro Platz die höchste Auslastung unter den alten Flächenländern auf. In Nordrhein-Westfalen sind es 179 Besucher, in Baden-Württemberg 167.



## 3.4 Teilmärkte der Kulturwirtschaft in Hessen



In einer mittelgroßen Stadt liegt die durchschnittliche Besucherzahl bei 2.000 - 4.000 pro Monat, bei ca. 5 Euro Eintritt pro Person. Neben den Betreibern, meist 1 bis 3 Personen, wird ein Filmkunsttheater in der Regel durch mithelfende Angehörige, ehrenamtliche Mitarbeiter (Verein) oder das Kulturamt (Kommune) unterstützt. Die ca. 45 Filmkunsttheater und Kommunalen Kinos in Hessen stellen auf der Basis dieser Annahmen demnach gerade einmal knapp 100 Arbeitsplätze zur Verfügung und machen einen Umsatz von ca. 8 Mio. Euro, das sind knapp 13% des Kino-Umsatzes in Hessen insgesamt (63 Mio. Euro).

Filmkunsttheater, freie Kinos und kommunale Kinos stellen mit ihrem Programm abseits des kommerziellen Kinos und des Mainstreams quasi das Pendant zu den soziokulturellen Zentren im Bereich Filmkunst dar. Auch sie sind vielfach ein Forum für junge Künstler, sind mit Projekten und Akteuren vor Ort vernetzt und geben Impulse für die Quartiersentwicklung, so z.B. das Kino Traumstern in Lich oder der Filmladen Kassel, um nur zwei zu nennen.

Filmkunst hat bundesweit einen Marktanteil von ca. 20%, bezogen auf den Eintrittskartenverkauf in den Kinos. Auch die Filmkunsttheater konnten vom allgemeinen Besucher- und Umsatzzuwachs der Kinos und Kinocenter in den letzten Jahren (seit 1997 +24% Besucher und +31% Umsatz) – wenn auch in etwas geringerem Ausmaß – profitieren und verzeichneten im gleichen Zeitraum 15% mehr Besucher bei einem Umsatzplus von 21%.

### ■ 3.3.4 Aktuelle Entwicklung

Der konjunkturelle Einbruch der Medienbranche hat sich auch auf die Filmbranche ausgewirkt.

Wie überall in Deutschland hat es auch im Rhein-Main-Gebiet zahlreiche Insolvenzen in der Filmwirtschaft gegeben. Allerdings hat diese Entwicklung nach Einschätzung der Gesprächspartner auch dazu geführt, dass das Preisniveau für benötigte Dienstleistungen der Filmproduktion, z.B. Technik, Werbung, Multimedia, wieder auf ein normales Niveau gesunken ist. Der Standort Frankfurt war durch den Boom der Medienbranche für Künstler und Produzenten teilweise bereits extrem teuer geworden. Die konjunkturelle Lage hat darüber hinaus zu einer gewissen Marktbereinigung geführt, wobei die anspruchsvolle Filmproduktion weniger stark von konjunkturellen Einbrüchen betroffen war als rein kommerziell orientierte Produktionsunternehmen und -dienstleister. In Hessen gibt es derzeit ca. 20-30 freie Produktionsfirmen, die jedoch nur wenig dauerhaft Beschäftigte haben und in den Produktionsphasen verstärkt mit freien Mitarbeitern, z.B. Fotografen, Technikern, bzw. mit Werkverträgen arbeiten.

Was die Sparte der kommerziellen Filmtheater und Kinos angeht, so wurden seit Mitte der neunziger Jahre auch in Hessen zahlreiche neue Multiplex-Kinos eröffnet, die im Grunde nun den adäquaten Rahmen für die Präsentation der aufwendigen amerikanischen Produktionen darstellen. Die Implementierung von Multiplex-Kinos ist jedoch mittlerweile in den alten Bundesländern mehr oder weniger abgeschlossen. Sie haben vor allem die kleinen kommerziellen Kinos verdrängt. Diese waren in den 70er Jahren entstanden und entsprachen längst nicht mehr den technischen und räumlichen Anforderungen der Filmverleiher und des Publikums.

Als Reaktion auf das Angebot der Multiplex-Kinos haben sich mittlerweile einige mittelständische Kinobetreiber zusammengeschlossen. Darüber hinaus entstehen (z.B. in Fritzlar und Nidderau) sogenannte "Miniplexe", die mit einer geringeren Anzahl von Leinwänden und Sitzplätzen ausgestattet sind. Sie stoßen zunehmend in eine Lücke zwischen Multiplex-Kinos und Filmkunsttheatern, machen jedoch überwiegend Angebote im kommerziellen Bereich und weniger im Bereich der Filmkunst.

Weniger betroffen von dem Vormarsch der Multiplex-Kinos sind die Filmkunsttheater, die konsequent dem sogenannten Arthouse-Bereich treu geblieben sind. Aufgrund der Nachfrage und des Zuspruchs ist in diesem Segment mit steigenden Marktanteilen innerhalb der Kinolandschaft zu rechnen, sofern die technischen und baulichen Rahmenbedingungen für die Filmkunsttheater dafür geeignet sind bzw. verbessert werden können.

In den nächsten Jahren steht bei einer Vielzahl der in den 50er und 60er Jahren und teilweise in den 70er Jahren entstandenen Kinos die bauliche Sanierung im Vordergrund. Diese Sanierungsmaßnahmen stehen fast immer im Zusammenhang mit der jeweiligen Stadtentwicklung bzw. der Entwicklung der Innenstädte, aber auch mit dem Thema Stadtmarketing. Dabei geht es weniger um den eigentlichen Substanzerhalt oder eine umfassende Sanierung, sondern viel mehr um eine grundlegende Modernisierung und Erhöhung der Attraktivität der Kinos als wichtiges Element von lebendigen Innenstädten.

Die Umrüstung der Kinos auf digitale Technik ist derzeit nach Angaben der Gesprächspartner in Hessen noch nicht aktuell, da die Einführung des digitalen Kinos bisher in Deutschland respektive in Europa im Vergleich zu Amerika noch nicht so weit fortgeschritten ist.

Die Attraktivität eines Kinos oder Kinostandortes wird auch in Zukunft eine große Rolle für seine Umsatzentwicklung, aber auch für den Umsatz der benachbarten Gastronomie und des Handels spielen. Sie hängt u.a. vom Service im Kino und vom kinofremden Angebot ab. In größeren Kinokomplexen ergänzen Café, Bistro oder Restaurant das Angebot, weitere Geschäfte sollen vor allem in so genannten Kinocentern Besucher anziehen und die Verweildauer der Besucher am Kinostandort erhöhen.



### 3.4 Kulturelles Erbe

In der hier verwendeten Abgrenzung umfasst der Teilmarkt Kulturelles Erbe im Wesentlichen den Denkmalschutz, Teile des Kunsthandwerks sowie Organisationen im Bereich Forschung und Kulturwissenschaften. Darüber hinaus zählen zum Teilmarkt Kulturelles Erbe auch Architektur- und Planungsbüros.

**Tabelle 18: Statistische Abgrenzung des Kulturellen Erbes**

WZ Code			Kulturelles Erbe
73	20	2	Forschung und Entwicklung im Bereich Sprach-, Kultur- und Kunstwissenschaften *
92	31	4	Selbständige Restauratoren
92	52	2	Denkmalschutz
			<b>Kulturelles Erbe im engen Sinn</b>
28	52	3	Beschlag- und Kunstschmieden
36	63	7	Herstellung von Weihnachtsschmuck
74	20	1	Architekturbüros für Hochbau und für Innenarchitektur
74	20	2	Architekturbüros für Orts-, Regional- und Landesplanung
74	20	3	Architekturbüros für Garten- und Landschaftsgestaltung
75	12	2	Öffentliche Verwaltung auf dem Gebiet der Bildung und Kultur *
80	42	3	Selbständige Lehrer *
91	33	1	Organisationen der Bildung, Wissenschaft, Forschung und Kultur
			<b>Kulturelles Erbe insgesamt</b>

\* Diese Unterklasse (5-Steller) konnte bei der Berechnung des Umsatzes nicht berücksichtigt werden, da in der Umsatzsteuerstatistik hierfür keine Angaben auf der tiefsten Gliederungsstufe vorliegen, sondern nur auf der Ebene der übergeordneten Klasse (4-Steller).



**"Der Zweck solcher Anlagen besteht vorzüglich darin, dass sie den Menschen zur Bewegung, zum Genusse der freien und gesunden Lebenslust und zum traulichen und geselligen Umgang und Annäherung aller Stände dienen, die sich hier im Schoße der schönen Natur begegnen."**

*Friedrich Ludwig von Sckell*

### ■ 3.4.1 Wirtschaftliche Eckdaten

Der Teilmarkt Kulturelles Erbe zählt innerhalb der Kulturwirtschaft in Hessen vor der Musikwirtschaft und der Darstellenden und unterhaltungsbezogenen Kunst zu den drei Teilbereichen mit dem gemessen am Umsatz geringsten Gewicht. Insgesamt haben die 4.140 Unternehmen des Teilmarktes Kulturelles Erbe im Jahr 2000 einen Umsatz in Höhe von 1,3 Mrd. Euro erzielt. Das sind knapp 7% des Umsatzes der Kulturwirtschaft und 0,34% des Umsatzes der gesamten hessischen Wirtschaft.

Im Gegensatz zu seinen relativ geringen Umsätzen weist der Teilmarkt Kulturelles Erbe jedoch eine wesentlich höhere Bedeutung für den Arbeitsmarkt auf. So waren im Jahr 2000 mit ca. 20.800 sozialversicherungspflichtig Beschäftigten<sup>45</sup> rund 18,5% der Beschäftigten in der Kulturwirtschaft insgesamt in diesem Teilmarkt tätig. Hinzu kommen noch weitere Erwerbstätige, wie Beamte, die z.B. bei öffentlichen Dienststellen im Bereich des Denkmalschutzes, des Bauens sowie der Bildungs- und Kulturforschung beschäftigt sind.

Der Teilmarkt Kulturelles Erbe, der Kunstmarkt sowie die Film-, TV- und Videowirtschaft haben mit jeweils um die 20.000 Beschäftigten in dieser Hinsicht nach dem Literatur-, Buch- und Pressemarkt, der mit knapp 44.000 ungefähr doppelt soviel Beschäftigte aufweist, in etwa den gleichen Stellenwert.

Der Teilmarkt Kulturelles Erbe wird dominiert von Architektur- und Planungsbüros, deren Umsatz in Höhe von 942 Mio. Euro rund 73% des Umsatzes des gesamten Teilmarktes ausmacht. Darüber hinaus sind wissenschaftliche und kulturelle Organisationen zu nennen, die mit 292 Mio. Euro rund 23% des Umsatzes in diesem Teilmarkt erwirtschaften, und schließlich das Kunsthandwerk mit Restauratoren und Kunstschmieden, auf das mit 66 Mio. Euro ca. 5% der Umsätze entfallen.

<sup>45</sup> Quelle: Landesarbeitsamt Hessen, Beschäftigtenstatistik.



**Tabelle 19: Unternehmen und Umsätze der einzelnen Sparten im Teilmarkt  
Kulturelles Erbe in Hessen im Jahr 2000**

	WZ-Codes	Anzahl Unternehmen	Umsatz in 1.000 €	Umsatzanteile in %
<b>Kulturelles Erbe</b>		<b>4.141</b>	<b>1.297.411</b>	<b>100,0</b>
Architekturbüros für Hochbau, Innenarchitektur, Regional-, Ortsplanung, Garten- und Landschaftsgestaltung	KA 74 20 1 bis 3	3.560	942.391	72,6
Organisationen der Bildung, Wissenschaft, Forschung und Kultur, Denkmalschutz	OA 91 33 1; OA 92 52 2	313	291.507	22,5
Beschlag- und Kunstschmieden, Restauratoren	DJ 28 52 3; OA 92 31 4; DN 36 63 7	268	63.513	4,9

Quelle: Statistisches Landesamt Hessen, eigene Berechnungen.

Räumlich gesehen konzentriert sich auch der Teilbereich Kulturelles Erbe auf Südhessen, wo 70% der Unternehmen (2.912 von 4.140) angesiedelt sind und auch rund 70% der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten arbeiten. Zudem werden in Südhessen ca. 77% des hessischen Umsatzes im Teilbereich Kulturelles Erbe erwirtschaftet. Auf Mittel- und Nordhessen entfallen 500 bzw. 700 Unternehmen mit jeweils 10% bzw. 12% Umsatz in diesem Teilmarkt.

**3.4.2 Ausgewählte kulturelle Institutionen, historische Bauwerke und Anlagen**

Zum kulturellen Erbe Hessens zählen neben zahlreichen historischen baulichen Anlagen und Einzelbauwerken wie Schlössern, Burgen, Kastellen und historischen Garten- und Parkanlagen auch historische Stadtkerne, Industrieanlagen und technische Bauwerke sowie archäologische und naturhistorische Stätten. An dieser Stelle sei nur eine Auswahl der bekanntesten historischen Anlagen aufgeführt: Das sind zum einen Bauwerke aus der Zeit des Landgrafen und Kurfürsten von Hessen-Kassel, wie das Schloss Wilhelmshöhe und das Rokoschloss Wilhelmsthal sowie der

Herkules in Kassel. Zu nennen sind ferner das Kloster Eberbach im Rheingau, die Kaiserpfalzen Lorsch und Gelnhausen, das Barockschloss Arolsen, das Landgrafenschloss in Marburg, das Schloss Bad Homburg und das Schloss Johannisberg im Rheingau, aber auch die mittelalterliche Burg Münzenberg und das 600 Jahre alte Jagdschloss Sababurg sowie die Trendelburg in Nordhessen.

Um Denkmäler wie Burgen, Schlösser und Klöster mit wertvollen kultur- und kunstgeschichtlichen Einrichtungen sowie Gärten und Parks zu schützen und zu bewahren und als historische Kulturgüter der Allgemeinheit zugänglich zu machen, wurde 1946 die Verwaltung der Staatlichen Schlösser und Gärten Hessen gegründet. Heute sind ca. 50 Liegenschaften mit ehemaligen Schlössern, Klöstern und Burgen im Besitz des Landes Hessen. Im Vordergrund steht vor allem der Aspekt der langfristigen Aufwertung der Liegenschaften, verbunden mit der zunehmenden Öffnung und wirtschaftlichen Nutzung der Liegenschaften.

Die Verwaltung der Schlösser und Gärten in Hessen beschäftigt ca. 260 festangestellte Mitarbeiter und 100 bis 150 Saisonarbeiter und Aushilfen. Der Etat für das laufende Jahr umfasst knapp 16 Mio. Euro, wobei rund 3 Mio. Euro Einnahmen aus Mieten und Pachten, dem

Verkauf von Druckerzeugnissen und Eintrittskarten stammen. Was die wirtschaftlichen Effekte betrifft, so werden ca. 7 Mio. Euro jährlich investiert: Auf die Bauunterhaltung der Liegenschaften und kleinere Sanierungsarbeiten entfallen etwa 2,6 Mio. Euro, die der hessischen Bauwirtschaft und dem Handwerk zugute kommen und die über die Staatsbauämter gemanagt und vergeben werden. Die eigentlichen Planungsleistungen werden dabei überwiegend von den Staatsbauämtern selbst geleistet. Nur im Bereich der Gärten werden externe Büros mit z.B. Parkpflegewerken beauftragt bzw. spezielle Ingenieurleistungen werden von Dritten erbracht.

Eine halbe Million Euro wird für die Bewirtschaftung der Liegenschaften (Energie etc.) ausgegeben. Im Finanzministerium existiert darüber hinaus ein weiterer Haushalt für große Investitionen wie umfassende Sanierung, Wiederaufbau etc., der im Durchschnitt ca. 4 Mio. Euro pro Jahr umfasst.



Neben der Staatlichen Verwaltung der Schlösser und Gärten und privaten Eigentümern sind vor allem Universitäten und die Hessische Hausstiftung<sup>46</sup> noch Eigentümer zahlreicher Liegenschaften.

Eine weitere Institution in diesem Bereich, die sich ebenfalls mit dem kulturellen Erbe Hessens beschäftigt, ist die Hessische Vereinigung für Tanz- und Trachtenpflege. Ziel des von der Landesregierung unterstützten Verbands ist insbesondere die Pflege von heimatlichem Brauchtum, Volkstänzen, Trachten, Liedern, Mundart sowie des Volkstheaters und der Volksmusik. Darüber hinaus widmet sich die Hessische Vereinigung für Tanz- und Trachtenpflege verstärkt der Förderung der Jugendarbeit, was auch die Struktur der Mitgliedszahlen verdeutlicht. So sind von den insgesamt mehr als 15.000 Mitgliedern rund 60% unter 18 Jahre alt. Der Verband repräsentiert die Interessen von knapp 160 Mitgliedsgruppen, wobei eine deutliche regionale Konzentration in Mittelhessen, genauer im Landkreis Marburg-Biedenkopf, festzustellen ist. Zu nennen ist an dieser Stelle gleichfalls eine Vielzahl örtlich tätiger Geschichts- und Heimatvereine.

Zu den bekanntesten kirchlichen Bauwerken als Teil des kulturellen Erbes Hessen zählen neben dem Frankfurter Dom, dem Dom in Limburg und dem Dom in Fulda der Wetzlarer Dom, das Kloster Eberbach im Rheingau, die Elisabethkirche in Marburg, als erste gotische Kirche in Deutschland, die russische Kapelle in Darmstadt sowie die griechische Kapelle in Wiesbaden, um nur einige zu nennen.

Im Jahr 2002 als Weltkulturerbe anerkannt und in die Weltkulturerbeliste der UNESCO eingetragen wurde das Obere Mittelrheintal zwischen Rudesheim/Bingen und Koblenz/Lahnstein. Es stellt eine der ältesten Kulturlandschaften Deutschlands dar und zeichnet sich insbesondere durch seine Vielfalt an Burgen und Schlössern in den Steillagen des Rheintals aus.

Unter den bekanntesten Stadtanlagen und historischen Stadtkernen sind in Hessen z.B. die barocke Stadtanlage in Bad Karlshafen, Fachwerkstädte wie Bad Sooden-Allendorf, Melsungen, Rotenburg, Alsfeld, Fritzlar, Marburg, Wetzlar, Limburg, Michelstadt u.v.a. zu nennen.

<sup>46</sup> Die Kurhessische Hausstiftung (seit 1986 Hessische Hausstiftung) ist eine Familienstiftung, deren Aufgabe es ist, die im Laufe der Jahrhunderte zusammengetragenen Kulturwerte des hessischen Fürstenhauses zu erhalten. Sie wurde 1928 gegründet. Damit soll das Andenken an die Landgrafen von Hessen-Kassel, Hessen-Darmstadt, sowie an die Kurfürsten und Großherzöge von Hessen bewahrt bleiben. Die erste republikanische Verfassung forderte die Auflösung von fürstlichem Privatbesitz. Mit der Bildung einer Stiftung konnte eine Verstaatlichung des Kulturguts verhindert werden. Die Gegenstände von künstlerischem, wissenschaftlichem oder geschichtlichem Wert blieben so in ihrem historischen Kontext erhalten und der Nachwelt zugänglich.

Im Rahmen ihrer Tätigkeit als Sanierungsträger in zahlreichen hessischen Kommunen hat die FEH in einer eigenen Auswertung der Unterlagen zur Förderung privater Sanierungs- und Modernisierungsmaßnahmen in acht ausgewählten hessischen Kommunen die direkten wirtschaftlichen Effekte der Sanierungsförderung über einen Zeitraum von 10 Jahren ermittelt: Zu jeder eingesetzten öffentlichen Mark müssen im Durchschnitt 2,8 DM an privaten Mitteln hinzugerechnet werden. Das heißt, die Investitionssumme bei den Modernisierungen liegt 3,6 mal so hoch wie die Summe der eingesetzten Fördermittel (vgl. Tabelle 20).<sup>47</sup>

**Tabelle 20: Anstoßeffekte der öffentlichen Förderung im Bereich der Stadtsanierung**

	Zuschuss in DM	Investitions- summe in DM	Faktor
Altstadt 1	1.089.052	3.630.174	3,3
Altstadt 2	2.126.001	6.081.588	2,9
Altstadt 3	1.933.517	6.445.057	3,3
Altstadt 4	813.962	2.713.209	3,3
Altstadt 5	1.350.562	4.092.614	3,0
Altstadt 6	1.683.157	8.510.253	5,1
Altstadt 7	2.626.540	7.504.402	2,9
Altstadt 8	833.333	5.500.000	6,6
<b>Insgesamt</b>	<b>12.456.124</b>	<b>44.477.300</b>	<b>3,6</b>

Quelle: Sonderauswertung auf Basis von Daten der FEH.

Der wirtschaftliche Effekt oder der entstehende Mehrwert durch denkmalpflegerische Maßnahmen innerhalb der Sanierung ist schwer zu beziffern. Insbesondere ist die Grenze zwischen normaler Bauunterhaltung und tatsächlichen Mehrleistungen durch Denkmalschutzanstrengungen sehr unscharf. Häufig bezeichnet Denkmalpflege nichts weiter als die normale und dem Bauwerk angemessene Bauunterhaltung eines älteren Objekts. Tatsächlich sind der technische Wandel, z.B. EDV-Anforderungen, Wärmeschutz etc. und die damit einhergehenden Anforderungen an Gebäude vielfach der Auslöser für Umbau, Anbau oder Sanierung, aber auch für Abriss und Neubau.

Festzustellen bleibt, dass bei den direkten wirtschaftlichen Effekten der Erhaltungsaufwendungen im Bereich des Denkmalschutzes überwiegend das regionale Handwerk von diesen Maßnahmen profitiert.

Neben kirchlichen Bauwerken, Stadtanlagen und historischen Stadtkernen rücken zunehmend die Industriedenkmäler ins Blickfeld. Um das Zeitalter der Industrialisierung als Kulturepoche im Bewusstsein der heutigen Gesellschaft zu verankern und ihre Zeugnisse der Industriekultur – Technik, Arbeitswelt, Architektur und Kunst – in der Rhein-Main-Region zu bewahren, wird die Route der Industriekultur zunächst an Rhein und Main von Aschaffenburg bis Bingen erschlossen.

lisierung als Kulturepoche im Bewusstsein der heutigen Gesellschaft zu verankern und ihre Zeugnisse der Industriekultur – Technik, Arbeitswelt, Architektur und Kunst – in der Rhein-Main-Region zu bewahren, wird die Route der Industriekultur zunächst an Rhein und Main von Aschaffenburg bis Bingen erschlossen.

<sup>47</sup> Vgl. zu den Anstoßeffekten der Denkmalpflege auch: Behr, Adalbert (2000), S. 44 ff.



## 4.3 Teilmärkte der Kulturwirtschaft in Hessen

Im Gebiet der Länder Hessen, Rheinland-Pfalz, Baden-Württemberg und Bayern wurde der Limes, als ehemalige römische Reichsgrenze bestehend aus einem Wall- und Grabensystem mit Wachtürmen und Römerkastellen, ebenfalls für die Aufnahme in die Weltkulturerbeliste der UNESCO im Jahr 2004 angemeldet. Er zählt zu den herausragenden archäologischen Stätten in Hessen.

Im Rahmen des Konzepts "HessenArchäologie21" wurde mit der Erweiterung des Institutsgebäudes am Römerkastell Saalburg im Taunus für eine Museumsbibliothek und für Arbeitsplätze der Mitarbeiter begonnen. Damit soll die Weiterentwicklung der antiken Stätte zu einem "Archäologischen Park" und einem "Limes-Informationszentrum" eingeleitet werden. Geplant ist ferner, dort ein Archäologisches Landesmuseum einzurichten, eine historische Werkstatt und eventuell die Großlager Feldbergkastell und Kapersburg teilweise zu rekonstruieren.

Das einzige Gebiet in Hessen, das von der UNESCO bereits zum Weltnaturerbe erklärt wurde, ist der als Kulturdenkmal eingestufte Fossilienfundort Grube Messel, wo bis 2005 neben der Grube ein Besucherzentrum mit multimedialer Präsentation des Fossilienmaterials und ergänzender Gastronomie entstehen soll.

In jüngster Zeit hinzu gekommen ist das Keltengrab im Wetteraukreis. Am Glauberg wurde in den Jahren 1994 - 1995 unerwartet ein frühkeltischer Fürstengrabhügel aus dem 5. Jahrhundert v. Chr. entdeckt. Die beiden im

Hügel geborgenen Gräber enthielten die lebensgroße vollplastische steinerne Statue eines keltischen Fürsten sowie reiche und einzigartige Funde, die im Rahmen des frühkeltischen Kunsthandwerks von besonderer Bedeutung sind. Die Ausgrabungen am Keltengrab in der Wetterau sind zu den bedeutendsten archäologischen Entdeckungen der letzten Jahrzehnte in Europa zu zählen.

### ■ 3.4.3 Aktuelle Entwicklung

Das Kulturerbe ist auf nationaler und europäischer Ebene als gemeinsames Gut geschützt sowie als Träger kultureller Identität anerkannt und hat nicht nur unter kulturellen, sondern auch unter wirtschaftlichen Gesichtspunkten eine große Bedeutung. Dies drückt sich auch in der Unterstützung aus, die die Erhaltung und Nutzung des kulturellen Erbes verstärkt durch die Europäische Union erfährt. Da die Kenntnis, Würdigung und wirtschaftliche Nutzung des Kulturerbes, z.B. durch künstlerisches Schaffen oder professionelle Dienstleistung, zum großen Teil von der Qualität seiner Erschließung abhängt, fördert die Europäische Union ein Bündel von Maßnahmen im Bereich des kulturellen Erbes. Es umfasst u.a. die Ausbildung von Fachkräften in der Denkmalpflege, im Handwerk und Kunst-

handwerk, Projekte zur Restaurierung des Kulturerbes im Rahmen regionaler Entwicklungsprogramme oder die Erschließung und Bewirtschaftung des kulturellen Erbes durch die Nutzung digitaler Technologien. Es ist zu erwarten, dass auch die Förderung des kulturellen Erbes wie die Kultur insgesamt in Zukunft mehr Aufmerksamkeit auf europäischer Ebene genießen wird, zumal die Europäische Kommission dem Europäischen Parlament aktuell vorgeschlagen hat, das Programm Kultur 2000 um die Jahre 2005 und 2006 zu verlängern. Das Budget soll dabei ebenfalls erheblich aufgestockt werden. Das Programm unterstützt die Zusammenarbeit zwischen Akteuren im Bereich Kultur, um die kulturelle Vielfalt Europas herauszustellen und die Schaffung eines gemeinsamen europäischen Kulturraums zu fördern.

Zahlreiche Projekte sind darüber hinaus in regionale Tourismuskonzepte eingebunden, z.B. die Wiederherstellung der Landgräflichen Gartenlandschaft rund um Bad Homburg mit Gotischem Haus und Schloss als Teil des Projekts "Regionalpark Rhein-Main", welches wiederum als Ganzes einen Beitrag zur Standortverbesserung von Rhein-Main leistet. Die Verwaltung der Schlösser und Gärten in Hessen strebt darüber hinaus an, für jede der von ihr betreuten Liegenschaften in Zukunft ein Vermarktungskonzept zu erarbeiten, das in die jeweiligen regionalen oder kommunalen Entwicklungs-

und Tourismuskonzepte eingebunden ist. Potenzielle Nutzer der Liegenschaften könnten nach Vorstellungen der Verwaltung der Schlösser und Gärten z.B. Gastronomie und Hotellerie, Veranstalter von Tagungen und Seminaren oder Museen sein. Um dieses Ziel zu erreichen, besteht nach Angaben der Gesprächspartner<sup>48</sup> für die nächsten 10 bis 20 Jahre allerdings ein erheblicher Investitionsbedarf.

Dass Kulturwirtschaft und Tourismus eng verflochten sind, zeigen nicht nur die Bemühungen der Verwaltung der Schlösser und Gärten in Bad Homburg. Tourismusrelevante kulturbezogene Aktivitäten werden meistens unter dem Begriff "Kulturtourismus" gefasst. Sie erschließen eine breite Palette unterschiedlicher kultureller Angebote, die nicht nur im Bereich des hier behandelten kulturellen Erbes liegen. Zu nennen sind darüber hinaus Festivals, Konzerte, Museen, Theater, Ausstellungen u.v.m. Die Angebote können dabei sowohl Anlass der Reise sein (Frequenzerzeuger) als auch zusätzlicher Bestandteil einer ohnehin geplanten Reise (Frequenzverstärker).<sup>49</sup> Damit ver-

bunden sind wiederum wirtschaftliche Effekte einerseits durch Ausgaben der Besucher, andererseits durch Unternehmen, die ergänzende Leistungen erbringen, z.B. Einzelhandel, Handwerk, Werbeagenturen oder Druckereien, (siehe auch Kapitel 6, Beispiele documenta und Rheingau Musik Festival).

<sup>48</sup> Die Liste der Gesprächspartner ist im Anhang beigefügt.

<sup>49</sup> Auf die Verflechtungen zwischen der Kulturwirtschaft und dem Tourismus in Hessen soll im Rahmen weiterer Kulturwirtschaftsberichte näher eingegangen werden.



Positive wirtschaftliche Effekte für das lokale und regionale Handwerk und die Bauwirtschaft bringt kurzfristig, d.h. in einem überschaubaren zeitlichen Fenster, auch die Sanierung von historischen Bauwerken und Anlagen, von Altstadtkernen etc. mit sich. Aber auch langfristig sind hiervon positive wirtschaftliche Impulse zu erwarten, da die Maßnahmen in der Regel entscheidend zur Erhöhung der Attraktivität eines Standortes beitragen. In eine sanierte historische Altstadt kommen zahlreiche Touristen und Tagesbesucher, die wiederum für den ansässigen Einzelhandel und das Hotel- und Gaststättengewerbe eine wichtige Einnahmequelle darstellen können. Eine attraktive Stadt mit Charme und Identität hat aber auch als Wohnstandort wie als Standort für Unternehmen eine größere Anziehungskraft. So kann die Attraktivität, Identität und das positive Image einer Stadt die unternehmerische Standortentscheidung positiv beeinflussen.

Der Stadtsanierung fehlt jedoch ohne eine finanzielle Unterstützung des Staates in der Regel der Schubeffekt. Über die wirtschaftlichen Effekte der Städtebauförderung liegen bereits zahlreiche Untersuchungen vor, die den Multiplikatoreffekt bestätigen, jedoch sind je nach Untersuchungsansatz verschieden hohe Multiplikatorfaktoren bis hin zu neun zu nennen. Mittlerweile ist die finanzielle Lage vieler Kommunen jedoch so prekär, dass zweifelhaft ist, ob bestehende Förderprogramme von den Kommunen überhaupt noch kofinanziert werden können.

Für die privaten Eigentümer und Investitionswilligen entstehen durch die Anforderungen des Denkmalschutzes einerseits beträchtliche Mehraufwendungen, z.B. durch die Einzelanfertigungen. Die steuerliche Förderung durch die Abschreibungsmöglichkeiten der Mehrbelastungen ist andererseits aufgrund des progressiven Steuertarifs jedoch für

die breite Masse der Eigentümer nicht interessant. Die Förderung von Einzelmaßnahmen, z.B. über die Gewährung von Zuschüssen, ist aufgrund der geringen finanziellen Unterstützung und des hohen bürokratischen Aufwands eher eine Anerkennung als eine wirkliche Unterstützung des Eigentümers. Darüber hinaus sind die Rahmenbedingungen für private Investitionen im Bereich des Denkmalschutzes durch mangelnde Transparenz gekennzeichnet. Dies betrifft die fehlende Information über Denkmaleigenschaften des jeweiligen Gebäudes oder einzelner Gebäudeelemente von Gebäuden für den Erwerber, die Zugänglichkeit von Denkmaltopografien und die nicht ausreichende fachkundige Beratung seitens der Kommunen.

"8 Stunden pro Tag Platten hören, das artet in Arbeit aus."

Sven Våth

## 3.5 Musikwirtschaft

Für den Begriff "Musikwirtschaft" – vielfach auch als Musikindustrie bezeichnet – existiert in der wissenschaftlichen Literatur keine Übereinkunft über eine genaue Definition. Hauptsächlich werden die Musikbranchen immer in Verbindung mit der Unterhaltungsindustrie und der Medienwirtschaft gesehen. Daher umfasst die Musikwirtschaft in der hier gewählten Abgrenzung im Wesentlichen nur die selbständigen Komponisten, die Tonstudios, die Hersteller von Musikinstrumenten, die Musikverlage, den Verlag und die Vervielfältigung von Tonträgern sowie den Vertrieb von Musikalien (vgl. die detaillierte Auflistung in Tabelle 21). Dagegen werden Theater, Opernhäuser und Konzerthallen, Musik- und Tanzensembles sowie Tanzschulen dem Teilmarkt Darstellende Kunst zugerechnet. Die Herstellung und der Vertrieb von Rundfunk-, TV-, Video- und phonotechnischen Geräten werden dem Teilmarkt Film-, TV- und Videowirtschaft zugeordnet.

**Tabelle 21: Statistische Abgrenzung der Musikwirtschaft**

WZ Code			Musikwirtschaft
22	11	3	Musikverlag
22	14	0	Verlag von bespielten Tonträgern
36	30	0	Herstellung von Musikinstrumenten
52	45	3	Einzelhandel mit Musikinstrumenten und Musikalien
92	31	5	Selbständige Komponisten und Musikbearbeiter
92	32	4	Tonstudios
			<b>Musikwirtschaft im engen Sinn</b>
22	31	0	Vervielfältigung von bespielten Tonträgern
51	18	3	Handelsvermittlung von Spielwaren und Musikinstrumenten
51	47	2	Großhandel mit Spielwaren und Musikinstrumenten *
			<b>Musikwirtschaft insgesamt</b>

\* Diese Unterklasse (5-Steller) konnte bei der Berechnung des Umsatzes nicht berücksichtigt werden, da in der Umsatzsteuerstatistik hierfür keine Angaben auf der tiefsten Gliederungsstufe vorliegen, sondern nur auf der Ebene der übergeordneten Klasse (4-Steller).

Quelle: Eigene Zusammenstellung auf Basis der Wirtschaftssystematik 1993.

### ■ 3.5.1 Wirtschaftliche Eckdaten

Insgesamt haben die 825 Unternehmen der Musikwirtschaft im Jahr 2000 einen Umsatz in Höhe von 0,8 Mrd. Euro erzielt, das entspricht 4,4% des Umsatzes der Kulturwirtschaft und 0,22% des Umsatzes der gesamten hessischen Wirtschaft.

Der Teilmarkt Musikwirtschaft hat rund 1.800 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte, das sind 1,6% der Beschäftigten der Kulturwirtschaft. Hinzu kommen noch die knapp 2.400 als selbständige Künstler bei der Künstlersozialkasse Versicherten im Bereich Musik. Insgesamt dürfte der Teilmarkt Musikwirtschaft in Hessen also etwa 4.200 Erwerbstätige aufweisen.

Wie bei den zuvor analysierten anderen Teilmärkten zeigt sich bei einer räumlichen Betrachtung, dass sich die Musikwirtschaft auf Südhessen konzentriert, wo knapp 75% Unternehmen (600 von 825) angesiedelt sind. Hier arbeiten ca. 70% der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten dieses Teilmarktes. In Südhessen werden zudem 80% des hessischen Umsatzes in der Musikwirtschaft erwirtschaftet. Auf Mittel- und Nordhessen entfallen jeweils nur rund 100 Unternehmen mit 15% bzw. 5% Umsatzanteilen.

### ■ 3.5.2 Wichtigste Branchen

Der Verlag und die Vervielfältigung von bespielten Tonträgern prägen mit 0,4 Mrd. Euro Umsatz, d.h. über 50% Umsatzanteil, und ihren 84 Unternehmen die Musikwirtschaft in Hessen.

Eine weitere nennenswerte Branche innerhalb der hessischen Musikwirtschaft ist der Groß- und Einzelhandel mit Musikalien etc. (ca. 0,3 Mrd. Euro Umsatz und 278 Unternehmen). Demgegenüber weisen die Branchen Herstellung von Musikinstrumenten und Selbständige Komponisten und Tonstudios mit einem Umsatzanteil von jeweils knapp über 4% in diesem Teilmarkt eine wesentlich geringere Bedeutung auf (vgl. Tabelle 22).

**Tabelle 22: Unternehmen und Umsätze der einzelnen Sparten  
in der Musikwirtschaft im Jahr 2000**

	WZ-Codes	Anzahl Unternehmen	Umsatz in 1.000 €	Umsatzanteile in %
<b>Musikwirtschaft insgesamt</b>		<b>825</b>	<b>831.470</b>	<b>100,0</b>
Musikverlag	DE 22 11 3	97	65.755	7,9
Verlag und Vervielfältigung von bespielten Tonträgern	DE 22 14 0; DE 22 31 0	84	436.860	52,5
Herstellung von Musikinstrumenten	DN 36 30 0	76	33.889	4,1
Großhandel mit Spielwaren, Musikinstrumenten und Musikalien	GA 51 47 2	58	145.377	17,5
Einzelhandel mit Musikinstrumenten und Musikalien	GA 52 45 3	220	113.406	13,6
Selbständige Komponisten und Tonstudios	OA 92 31 5; OA 92 32 4	290	36.182	4,4

Quelle: Statistisches Landesamt Hessen, Umsatzsteuerstatistik, eigene Berechnungen.

In Frankfurt und im Rhein-Main-Gebiet hat nicht nur das Verlagswesen im Bereich der Literatur eine lange Tradition, es sind im Rhein-Main-Gebiet bzw. in Hessen auch die größten Musikverlage - vor allem im Bereich der ernsten Musik - ansässig. Das sind neben dem Peters-Verlag in Frankfurt der Verlag Breitkopf und Härtel in Wiesbaden und der Schott-Verlag in Mainz. Als ein bedeutender Musikverlag in Nordhessen ist der Bärenreiter Verlag in der Stadt Kassel zu nennen. Die Musikverlage und Tonstudios sowie die selbständigen Komponisten spielen jedoch mit zusammen 0,2 Mrd. Euro Umsatz (insgesamt 387 Unternehmen) nur eine untergeordnete Rolle in Hessen.

Musikverlage haben in ihrer Verlagsgeschichte häufig auch in die schöpferische Tätigkeit im

Bereich der Musik investiert, indem sie junge oder noch unbekanntere Komponisten unterstützt und gefördert haben, z.B. durch enge beratende und teilweise freundschaftliche Zusammenarbeit mit den Künstlern bis hin zur laufenden monatlichen Alimentierung. Dieses Engagement folgte der Erkenntnis, dass im Prinzip die gesamte Musikwirtschaft vom Sänger, den Orchestern, über Pädagogen und Verlage bis hin zum Handel von der Komposition des Künstlers, d.h. von dem eigentlichen kreativen Akt am Beginn der Wertschöpfungskette lebt.



### ■ 3.5.3 Ausgewählte kulturelle Institutionen und Ereignisse

Mit dem Stichwort Musik oder Musikwirtschaft in Hessen verbindet das Fachpublikum einige national oder international herausragende Musikereignisse:

- Das Rheingau Musik Festival, das im Jahr 2003 bereits zum 16. Mal stattfindet und rund 150 Konzerte mit renommierten Musikern aus aller Welt bietet (siehe Kapitel 6).
- Die Konzerte in der Alten Oper in Frankfurt, die seit der Wiedereröffnung im August 1981 das Frankfurter Kulturleben bereichern. Das Konzerthaus hat mittlerweile einen festen Platz im internationalen Musikleben und bietet ein breites Spektrum an Veranstaltungen mit internationalen Ensembles und Solisten.
- Die seit 22 Jahren stattfindenden Weilburger Schlosskonzerte, wo im Sommer ca. 40 Konzerte gegeben werden und ca. 30.000 Besucher aus ganz Deutschland erwartet werden. Kennzeichen dieser Veranstaltungen ist zudem, dass die gesamte Organisation der Konzerte durch ehrenamtlich Tätige, durch Schüler und freiwillige Helfer getragen wird. Von den Weilburger Schlosskonzerten gehen wesentliche Impulse für die regionale Wirtschaft, insbesondere das Hotel- und Gaststättengewerbe in Weilburg und Umgebung aus.

Das Rhein-Main-Gebiet hat als Standort für Jazzmusik Tradition und ist unter den Jazzfreunden ein Begriff in Deutschland. So befindet sich z.B. in Darmstadt das Jazzinstitut, das nach New Jersey und New Orleans das weltweit drittgrößte Archiv für Jazzmusik ist. Es verfügt über die größte Sammlung von Fachbüchern, Tonträgern, Fotos, Videos und Plakaten in Europa und richtet alle zwei Jahre das überregional bedeutende Darmstädter Jazzforum für europäisches Fachpublikum aus.

Zu nennen sind ferner die überregional bekannten Jazzveranstaltungen:

- Deutsches Jazzfestival Frankfurt, das 2002 sein 50-jähriges Bestehen feierte,
- Hofheimer Jazzfest sowie
- Jazzfestival "Hessen-Jazz" in Idstein.

Das Land Hessen verleiht zudem jährlich den hessischen Jazzpreis, der mit 10.000 Euro dotiert ist.

Die Stadt Darmstadt ist darüber hinaus auch als Ort der zeitgenössischen Musik zu nennen, repräsentiert durch zahlreiche öffentliche und halb-öffentliche Einrichtungen wie:

- das Institut für Neue Musik und Musikerziehung, eine weltweit einmalige Einrichtung zur Förderung neuer zeitgenössischer Musik aller Bereiche und ihrer pädagogischen Vermittlung,
- die Darmstädter Akademie für Tonkunst mit ihren "Tagen für Neue Musik",
- das Internationale Musikinstitut Darmstadt (IMD), ein international renommiertes Informationszentrum der zeitgenössischen Musik, das mit über 30.000 Partituren eine der weltweit umfangreichsten Notensammlungen zur Neuen Musik nach 1945 beherbergt und für seine seit 1946 in Darmstadt stattfindenden "Internationalen Ferienkurse für Neue Musik" bekannt ist.

Ergänzend ist in diesem Zusammenhang auch auf das Archiv Frau und Musik in Frankfurt hinzuweisen, das einen – im internationalen Vergleich – einmaligen Bestand an Medien beherbergt. Das Archiv sammelt und bewahrt das Werk von musikschaftenden Frauen und ist das umfangreichste Komponistinnenarchiv weltweit.

Zu den wichtigsten Veranstaltungen in diesem Teilmarkt zählt die alljährlich in Frankfurt stattfindende Musikmesse. Mit ihren knapp 1.500 Ausstellern aus ca. 50 Nationen ist die Musikmesse Frankfurt die weltweit größte Fachmesse für Musikinstrumente, Musiksoftware und Computerhardware, Noten und Zubehör. Im Rahmen der Messe wird außerdem der Frankfurter Musikpreis vergeben.

Zur Förderung der musikalischen Bildung und des Musizierens bei Kindern, Jugendlichen und Erwachsenen existieren in Hessen neben den allgemeinbildenden Schulen und den Volkshochschulen öffentliche Musikschulen als gemeinnützige Einrichtungen der musikalischen Bildung.

Im Landesverband der Musikschulen sind in Hessen 64 Schulen organisiert, die nach eigenem Verständnis ebenfalls einen öffentlichen Bildungsauftrag erfüllen und sich nicht als kommerziell arbeitende Musikschulen verstehen. Wesentlicher Träger der Musikschulen sind die Kommunen. An den Musikschulen in Hessen werden rund 73.000 Schüler unterrichtet. Die Anzahl der Musikschüler ist seit dem Jahr 1990 um knapp 30.000 gestiegen. Im Jahr 2001 unterrichteten an den hessischen Musikschulen insgesamt ca. 2.400 Lehrkräfte.

Der Etat der Musikschulen in Hessen beträgt in etwa 42 Mio. Euro, wobei 80% des Etats für Personalkosten aufgewendet werden. Die Landeszuwendung liegt bei ca. 1,8 Mio. Euro, die Unterstützung der Kommunen und Landkreise beläuft sich auf 15 Mio. Euro und die Einnahmen der Musikschulen aus Teilnehmergebühren betragen etwa 24 Mio. Euro.



## 5.4 Teilmärkte der Kulturwirtschaft in Hessen

Bei den finanziellen Rahmenbedingungen der Musikschulen lassen sich in den Bundesländern erhebliche strukturelle Unterschiede feststellen<sup>50</sup>: So liegt z.B. der Anteil der öffentlichen Mittel an der finanziellen Ausstattung der Musikschulen in Hessen insgesamt bei knapp 39%, in Bayern sind es 55% und in Baden-Württemberg 49%. Ein Grund für den in Hessen insgesamt niedrigeren Anteil an öffentlichen Mitteln zur Finanzierung der Musikschulen ist die geringere finanzielle Unterstützung durch das Land. So weisen die hier ausgewählten Referenzmaßstäbe Bayern und Baden-Württemberg mit 15% bzw. 20% einen wesentlich höheren Landesanteil an den öffentlichen Mitteln zur Finanzierung der Musikschulen auf als Hessen.

Das Interesse der Bevölkerung an kreativer Betätigung im Bereich der Musik wird jedoch nicht nur am Beispiel der Musikschulen, die in der Regel Kinder und Jugendliche als Zielgruppe haben, deutlich, sondern auch am Beispiel der Chöre und Sängerbünde. Neben den Musikschulen existieren in Hessen wie in anderen Bundesländern zahlreiche Laienchöre. Grundsätzlich sind professionelle Chöre an Theatern etc. und Konzertchöre von den Oratorienchören und Sängerbünden zu unterscheiden. Nur die beiden letzteren zählen zu den Laienchören. Allein in Frankfurt gibt es z.B. 30 - 40 Laienchöre mit durchschnittlich 80 Mitgliedern.

Für zahlreiche regionale Veranstaltungen sind z.B. Konzertchöre zu teuer und professionelle Chöre zu beansprucht, um neben ihrer beruflichen Tätigkeit zusätzlich noch zu regionalen Anlässen aufzutreten. Laienchöre treten gegen ge-

ringes oder ohne Honorar auf und stellen eine wichtige Ergänzung zum Angebot der professionellen Chöre dar. Im Gegensatz zu den Sängerbünden erhalten jedoch die Oratorienchöre keine institutionelle Förderung durch das Land Hessen.

Im Hessischen Sängerbund, dem zentralen Organ für die hessischen Sängervereine von der Bergstraße bis nach Marburg – die anderen hessischen Gesangsvereine sind in anderen Sängerbünden (z.B. dem Mitteldeutschen Sängerbund) organisiert – sind knapp 2.400 Chöre mit circa 75.000 aktiven Sängern vertreten. Die hessischen Sängervereine bzw. Chöre veranstalten nach eigenen Angaben jährlich rund 5.000 Konzerte, die von rund 1 Mio. Zuhörern besucht werden.

Im Bereich der Rock- und Popmusik ist in Hessen der Landesverband des Deutschen Rock & Popmusikerverband e.V. (DRMV) aktiv. Zentrale Veranstaltung des Landesverbands ist die Ausrichtung des Landesfestivals "Hessischer Rockpreis", eine Auswahlentscheidung für den bundesweiten Wettbewerb. Sie wird von zahlreichen Unternehmen wie Tonstudios, Herstellern von Musikinstrumenten u.a., die über das gesamte Bundesgebiet verteilt sind, durch Sachspenden unterstützt.

<sup>50</sup> Die Daten basieren auf Angaben des Landesverbandes der Musikschulen in Hessen e.V.

### 3.5.4 Aktuelle Entwicklung

Da die hessische Musikwirtschaft wesentlich vom Verlag von bespielten Tonträgern geprägt wird, sind die allgemeinen Entwicklungstrends in dieser Sparte auch ausschlaggebend für diesen Teilmarkt. Der Tonträgermarkt hatte in Deutschland im Jahr 2002 einen Umsatzrückgang von 11,3% zu verbuchen. Der Umsatz ging von 2,2 Mrd. Euro im Jahr 2001 auf knapp 2,0 Mrd. Euro im Jahr 2002 zurück. Damit war das Jahr 2002 das fünfte Jahr in Folge, in dem Umsatzrückgänge zu verzeichnen waren. Grund hierfür sind vor allem massenhafte Musikkopien, deren Zahl im vergangenen Jahr weiter angestiegen ist. In diesem Zusammenhang verweist der deutsche Phonoverband auf eine neue Studie der Gesellschaft für Konsumforschung. Demnach wurden im Jahr 2002 rund 259 Mio. CD-Rohlinge mit Musik bespielt, rund 100 Mio. mehr, als Alben in Deutschland verkauft wurden.

Auch künftig rechnet die Musikwirtschaft mit einer ständigen Zunahme von Musikinhalten im Internet. Versuche der Musikindustrie, durch eigene, kostenpflichtige Download-Services neue Kunden zu gewinnen, zeigten wenig Erfolg. Die Einnahmen aus den legalen Downloads sind eher gering.

Aktuelle Herausforderung für die Musikindustrie, insbesondere im Bereich des Verkaufs von Tonträgern, bleibt daher weiterhin die Entwicklung neuer Vertriebsformen, neuer Produkte und Businessmodelle. Statt die Piraten-Tauschbörsen zu bekämpfen, werden z.B. attraktive Online-Lieferservices entwickelt. Darüber hinaus

wird nach Einschätzungen der Experten auch die CD mittelfristig als Speichermedium durch Chips oder "Multi Media Cards" ersetzt und es wird in der Musikindustrie Businessmodelle geben, die heute schon in der Softwareindustrie bekannt sind: Freeware, Shareware und Commercial Ware.

Bei den Musikverlagen sind die Einnahmen aus den Verwertungsrechten in der Regel die Basis für Investitionen, z.B. in zeitgenössische Musik; der klassische Notenverkauf allein rechnet sich nicht mehr. Nach Meinung von Branchenexperten ist der Notenverkauf ein rückgeängiges Geschäft, in dessen Folge auch der Einzelhandel mit Musikalien leidet und vor allem abseits der Großstädte zunehmend verschwindet. Ursache sei auch hier unter anderem die kostenlose Verbreitung von Noten und Musikstücken durch online-Medien.

<sup>51</sup> Vgl. Deutscher Phonoverband (2001).



### ■ 3.6 Darstellende und unterhaltungsbezogene Kunst

"Das Theater hat genau den selben Sinn, den zum Beispiel eine Rose im Garten hat."

*Gerd-Theo Umberg*

Zur Darstellenden und unterhaltungsbezogenen Kunst werden in dieser Studie die Opern- und Schauspielhäuser, Varietés und Kleinkunsth Bühnen, freie Theaterensembles, Ballettgruppen sowie selbständige Bühnen, Film- und Fernsehkünstler gezählt. Aber auch Theater- und Konzertveranstalter und technische Hilfsdienste für kulturelle Leistungen sind diesem Teilmarkt zugeordnet. Die detaillierte Abgrenzung ist der Tabelle 23 zu entnehmen.

**Tabelle 23: Statistische Abgrenzung der Darstellenden und unterhaltungsbezogenen Kunst**

WZ Code			Darstellende und unterhaltungsbezogene Kunst
55	40	3	Diskotheiken und Tanzlokale
92	31	1	Theaterensembles
92	31	2	Ballettgruppen, Orchester, Kapellen und Chöre
92	31	3	Selbständige Darstellende Künstler
92	31	7	Selbständige Bühnen-, Film-, Hörfunk- und Fernsehkünstler
92	31	8	Selbständige Artisten
92	32	1	Theater- und Konzertveranstalter
92	32	2	Opern- und Schauspielhäuser, Konzerthallen und ähnliche Einrichtungen
92	32	3	Varietés und Kleinkunsth Bühnen
92	34	2	Erbringung von sonstigen kulturellen und unterhaltenden Leistungen, (Puppentheater, Wanderzirkus, Zirkusbetriebe, Schaustellung)
92	32	5	Technische Hilfsdienste für kulturelle und unterhaltende Leistungen, (Vorverkauf, Theaterkassen)
92	34	1	Tanzschulen
92	72	2	Erbringung von sonstigen Dienstleistungen für Unterhaltung, Erholung und Freizeit (Besetzung von Rollen in Film- und Theaterproduktionen, Künstleragentur)
			<b>Darstellende und unterhaltungsbezogene Kunst im engen Sinn</b>
92	33	0	Schaustellergewerbe und Vergnügungsparks
			<b>Darstellende und unterhaltungsbezogene Kunst insgesamt</b>

Quelle: Eigene Zusammenstellung auf Basis der Wirtschaftssystematik 1993.

### 3.6.1 Wirtschaftliche Eckdaten

Insgesamt hat der Teilmarkt Darstellende und unterhaltungsbezogene Kunst mit seinen knapp 2.000 Einrichtungen und Unternehmen im Jahr 2000 einen Umsatz in Höhe von 0,3 Mrd. Euro erzielt. Dies entspricht 1,2% des Umsatzes der hessischen Kulturwirtschaft und knapp 0,1% des Umsatzes der gesamten hessischen Wirtschaft.

Damit ist der Teilmarkt Darstellende und unterhaltungsbezogene Kunst mit Abstand der wirtschaftlich schwächste Teilmarkt innerhalb der Kulturwirtschaft. Dies erklärt sich jedoch vor allem aus dem hohen Anteil an öffentlichen Einrichtungen, die keine steuerpflichtigen Umsätze ausweisen, deren Bedeutung für den Kulturbetrieb in Hessen jedoch wesentlich höher einzuschätzen ist, vor allem im Hinblick auf ihre re-

gionalwirtschaftlichen Effekte. So weisen z.B. die acht öffentlichen Theaterbetriebe in Hessen zwar keine Umsätze aus, doch die Ausgaben der jährlich knapp 1,3 Mio. Besucher rund um den Theaterbesuch im Hotel- und Gaststättengewerbe sowie für Beförderung sind in der jeweiligen Kommune oder Region nicht ohne Bedeutung, ganz abgesehen vom Beitrag kultureller Einrichtungen wie Theater zu Image und Attraktivität einer Stadt oder Region.

Im Teilmarkt Darstellende und unterhaltungsbezogene Kunst arbeiten in Hessen rund 5.000 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte, das sind 4,5% der Beschäftigten der Kulturwirtschaft insgesamt. Hinzu kommen noch 843 selbständige Künstler, die bei der Künstlersozialkasse im Bereich Darstellende Kunst versichert sind.

**Tabelle 24: Unternehmen und Umsätze der einzelnen Sparten in der Darstellenden Kunst im Jahr 2000**

	WZ-Codes	Anzahl Unternehmen	Umsatz in 1.000 €	Umsatzanteile in %
<b>Darstellende und unterhaltungsbezogene Kunst insgesamt</b>		<b>1.948</b>	<b>323.450</b>	<b>100,0</b>
Bildende Künstler, Bühnen- und Fernsehkünstler, Artisten, Tanzschulen	OA 92 31 3, 7 und 8; OA 92 34 1	1.290	104.704	32,4
Theater- und Konzertveranstalter, Technische Dienste für kulturelle Leistungen (Vorverkauf...)	OA 92 32 1; OA 92 32 5	69	86.044	26,7
Theaterensembles, Ballettgruppen, Orchester, Kapellen, Chöre, Opern- und Schauspielhäuser, Konzerthallen, Kleinkunsth Bühnen, Puppentheater, Zirkus	OA 92 31 1 und 2; OA 92 32 2 und 3; OA9 92 34 2	146	63.015	19,5
Discotheken und Tanzlokale	HA 55 40 3	137	39.448	12,2
Schaustellung und Vergnügungsparks	OA 92 33 0	233	30.034	9,3

Quelle: Statistisches Landesamt Hessen, Umsatzsteuerstatistik, eigene Berechnungen.



### 3.6.2 Wichtigste Branchen

Die Darstellende und unterhaltungsbezogene Kunst wird – was ihre wirtschaftliche Bedeutung anbelangt – im Wesentlichen durch die selbständigen Künstler<sup>52</sup> mit 0,1 Mrd. Euro Umsatz im Jahr 2000 (1.290 Künstler) geprägt. Das entspricht gut 32% des Umsatzes in diesem Teilmarkt.

Darüber hinaus sind die Theater- und Konzertveranstalter zu nennen, die einen Umsatz von 0,1 Mrd. Euro erwirtschaften (knapp 27% des Umsatzes in diesem Teilmarkt) und schließlich die Theater, Kleinkunsth Bühnen und Konzerthallen<sup>53</sup> mit zusammen knapp 0,1 Mrd. Euro Umsatz (146 Unternehmen).

Deutschland hat eine vielfältige Theaterlandschaft mit rund 150 öffentlichen Theatern – darunter sind Stadttheater, Staatstheater und Landesbühnen zu verstehen – rund 280 Privattheatern, 150 Beispieltheatern, ca. 60 Festspielen und über 200 Bühnen- und Tourneetheatern ohne festes Ensemble. Darüber hinaus existiert eine unüberschaubare Anzahl freier Theatergruppen und -ensembles.<sup>54</sup> Diese Vielfalt bildet sich in gleicher Weise auf der Ebene der Länder ab. In Hessen existieren acht öffentliche Theaterunternehmen mit 43 Spielstätten und 11 private Theaterunternehmen mit jeweils fester Spielstätte, darüber hinaus zahlreiche freie Theater und Theaterensembles (vgl. Tabelle 25).<sup>55</sup>

<sup>52</sup> Einschließlich der Tanzschulen, die in der Regel auch von ausgebildeten Künstlern geleitet werden.

<sup>53</sup> Der Begriff Theater umfasst Schauspiel, Ballett und Oper. Die Branche schließt darüber hinaus Orchester, Kapellen, Chöre, Puppentheater und Zirkus ein.

<sup>54</sup> Vgl.: Theater in Deutschland, www.buehnenverein.de, 2003

<sup>55</sup> Vgl. Deutscher Bühnenverein – Bundesverband Deutsche Theater (2001).

**Tabelle 25: Öffentliche Theater in Hessen im Jahr 2000**

	Anzahl	In %
Theaterunternehmen	8	
Veranstaltungen am Ort	3.554	100,0
davon		
Opern und Ballette	694	19,5
Operetten und Musicals	235	6,6
Schauspiele	1.357	38,2
Kinder- und Jugendstücke	415	11,7
Konzerte der Theaterorchester	104	2,9
Sonstige Veranstaltungen	428	12,0
Gastspiele fremder Ensembles	321	9,0
Besuche	1.261.026	

Quelle: Deutscher Bühnenverein, Theaterstatistik 2000/2001.

Die öffentlichen Theater in Hessen sind Mehrspartentheater, überwiegend mit sogenanntem Repertoirebetrieb. Mehrspartentheater bieten unter einem Dach ein breites künstlerisches Angebot von Schauspiel, Musiktheater (Oper/Operette/Musical), Ballett und gegebenenfalls Konzert. Im Repertoirebetrieb werden 20 bis 30 verschiedene Werke aus mehreren Entstehungsjahren in einer Spielzeit aufgeführt und jährlich etwa 10 Stücke neu inszeniert. Einige größere Häuser, zum Beispiel in Frankfurt, gehen allerdings dazu über, ihr Repertoire teilweise im Stagienebetrieb aufzuführen, d.h. einzelne Stücke werden in einem überschaubaren Zeitraum en bloc gespielt und kommen dann erst nach einigen Monaten, manchmal sogar erst nach mehr als einem Jahr, wieder auf den Spielplan. Über die genannten Sparten hinaus gibt es an einigen hessischen Theatern noch ein Kinder- und Jugendtheater.

Zu den öffentlichen Theatern in Hessen gehören die Oper, das Ballett und das Schauspiel in Frankfurt, die Staatstheater in Kassel, Wiesbaden und Darmstadt, das Landestheater Marburg sowie das Stadttheater in Gießen. Das Rhein-Main-Gebiet verfügt mit fünf hessischen Einrichtungen und dem Staatstheater in Mainz über ein ausgesprochen dichtes Angebot an Bühnen.

Jedes der genannten Häuser bespielt in der Regel mehrere Spielstätten, so z.B. das Schauspiel Frankfurt neben dem Stammhaus das Bockenheimer Depot und die Kommunikationsfabrik, das Staatstheater Darmstadt z.B. das große und das kleine Haus sowie die Werkstattbühne, das Staatstheater Wiesbaden sein großes und kleines Haus, Studiobühne, Kurhaus und neuerdings die Wartburg. Zusammen bieten die öffentlichen hessischen Theater rund 20.500 Plätze an. Insgesamt fanden im Jahr 2000 rund 3.500 Veranstaltungen in diesen acht Häusern statt, die knapp 1,3 Mio. Besucher verzeichneten.

Die meisten Plätze bieten mit knapp 10.000 die Häuser in Frankfurt. Kassel verfügt über rund 3.500 Plätze, Wiesbaden über rund 3.000, Darmstadt nur noch über rund 1.700, nur wenig mehr als das Theater in Marburg mit immerhin rund 1.500 Plätzen. Das kleinste Haus ist Gießen mit rund 900 Plätzen.

In Hessen werden in den Häusern in Wiesbaden (799) und in Kassel (749) die meisten Veranstaltungen angeboten, gefolgt von Frankfurt (683) und Darmstadt (562). Die kleinen Häuser in Gießen und Marburg bieten immerhin jeweils rund 360 Veranstaltungen pro Jahr an. Mit rund 345.000 Besuchern verzeichnet das Staatstheater in Wiesbaden noch vor Frankfurt (rund 311.000)



die höchsten Besucherzahlen, die wenigsten Besucher hat das Theater in Marburg mit rund 56.000 Besuchern.

Die Auslastung der angebotenen Veranstaltungen liegt beim Staatstheater Wiesbaden bei 83%, bei den Häusern in Frankfurt bei 82% und im Staatstheater Darmstadt bei 68%.<sup>56</sup>

In den hessischen Theatern waren im Jahr 2000 insgesamt 2.224 Personen in festen Arbeitsverhältnissen, d.h. ohne Stückverträge beschäftigt, davon zählt im Durchschnitt knapp die Hälfte zum künstlerischen Personal, der Rest entfällt auf Technik und Verwaltung. Die Theater in Marburg und Gießen fallen mit 61% bzw. 54% durch einen hohen Anteil an künstlerischem Personal auf. Das Staatstheater Wiesbaden hat mit 534 Personen die meisten Beschäftigten, das Landestheater in der Stadt Marburg mit 61 die wenigsten.

**Tabelle 26: Plätze, Veranstaltungen, Besucher und Personal in öffentlichen Theatern im Jahr 2000**

	Unternehmen	Plätze	Veranstaltungen (ohne Gastspiele)	Besucher (ohne Gastspiele)	Beschäftigte insg.	davon künstl. Personal	
						absolut	in %
Frankfurt am Main		5.966	203	170.487	249	164	65,9
		2.589	44	23.574	51	51	100,0
		1.250	436	117.041	164	k.A.	
Zwischensumme Frankfurt	3	9.805	683	311.102	464	215	46,3
Wiesbaden	1	3.032	799	344.975	534	244	45,7
Kassel	1	3.552	749	238.744	516	256	49,6
Darmstadt	1	1.738	562	226.019	442	214	48,4
Marburg	1	1.512	361	56.143	62	38	61,3
Gießen	1	930	360	84.043	206	112	54,4
<b>Gesamtsumme</b>	<b>8</b>	<b>20.569</b>	<b>3.514</b>	<b>1.261.026</b>	<b>2.224</b>	<b>1.079</b>	<b>48,5</b>

Quelle: Deutscher Bühnenverein, eigene Berechnungen.

<sup>56</sup> Wildmann, Stefanie, (2003) S. 4.

Die hessischen Theater haben insgesamt Einnahmen in Höhe von 167 Mio. Euro<sup>57</sup>, davon entfallen im Durchschnitt nur 12,5% auf eigene Einnahmen und der überwiegende Teil (87,5%) auf Zuweisungen und Zuschüsse. Bei den eigenen Einnahmen handelt es sich im Wesentlichen um Eintrittsgelder, hinzu kommen Einnahmen aus Gastspielen, Programmverkauf etc.

Die öffentlichen Zuweisungen und Zuschüsse in Höhe von 146 Mio. Euro für alle acht hessischen Theater werden im Wesentlichen von den Kommunen aufgebracht. So entfallen 68% der öffentlichen Mittel auf die Zuweisungen von den Kommunen, 31% auf die Zuweisungen vom Land Hessen. Dabei werden die einzelnen Theaterunternehmen recht unterschiedlich unter-

stützt. Die Stadt Frankfurt erhält z.B. keine Zuschüsse vom Land, während die öffentlichen Mittel für die drei Staatstheater Wiesbaden, Kassel und Darmstadt zu knapp 50% vom Land Hessen finanziert werden. Das Landestheater in der Stadt Marburg erhält sogar 55% der öffentlichen Mittel vom Land Hessen, in der Stadt Gießen sind es rund 52% (vgl. Tabelle 27). Über nennenswerte Einnahmen aus Sponsorengeldern verfügen die hessischen Theater nicht.

**Tabelle 27: Einnahmestruktur der hessischen Theater im Jahr 2000**

	Betriebs- zuschuss je Besucher in €	Einnahmen in 1.000 €						
		Insgesamt	Eigene Einnahmen		Zuweisungen und Zuschüsse			
			absolut	in %	absolut	in %		
						Kommune	Land	Sonstige
Frankfurt (3)	k. A.	65.155	7.520	11,5	57.635	99,5	0,0	0,5
Wiesbaden	72,26	30.714	5.712	18,6	25.002	47,8	51,8	0,4
Kassel	102,98	28.682	3.232	11,3	25.450	46,7	52,2	1,1
Darmstadt	106,73	28.054	2.899	10,3	25.155	48,2	51,5	0,3
Marburg	26,45	2.786	461	16,6	2.324	38,5	55,4	6,2
Gießen	121,36	11.308	1.067	9,4	10.241	47,6	52,2	0,3
<b>Hessen</b>	<b>90,83</b>	<b>166.700</b>	<b>20.891</b>	<b>12,5</b>	<b>145.808</b>	<b>68,0</b>	<b>31,4</b>	<b>0,6</b>

Quelle: Deutscher Bühnenverein, (2000/2001), eigene Berechnungen.

<sup>57</sup> Ohne die Einnahmen, die aus Kreditaufnahmen resultieren.



## 6.2 Teilmärkte der Kulturwirtschaft in Hessen

Der Betriebszuschuss pro Besucher liegt in Hessen<sup>58</sup> bei knapp 91 Euro, was exakt dem Bundesdurchschnitt entspricht. Dies bedeutet, dass der durchschnittliche Preis einer Eintrittskarte um diesen Betrag erhöht werden müsste, um die Theaterunternehmen wirtschaftlich und ohne öffentliche Unterstützung zu führen. Zum Vergleich: In Rheinland-Pfalz sind es knapp 80 Euro, in Bayern rund 82 Euro, in Baden-Württemberg knapp 86 Euro und in Nordrhein-Westfalen knapp 95 Euro.

Was die Ausgaben der öffentlichen hessischen Theater betrifft, so entfallen 68% der Ausgaben in Höhe von insgesamt 167 Mio. Euro auf Personalausgaben, 17% auf Finanzierungskosten und 14% auf Material- und Sachkosten (vgl. Tabelle 28).

Die Ausgaben entsprachen im Jahr 2000 einem Volumen von 23,7 Mio. Euro und stellen das maximale Budget für direkte Aufträge an die regionale Wirtschaft dar. Es werden nur selten Aufträge an Dritte, wie das Handwerk, vergeben, da z.B. Bühnenbilder und Kostüme in der Regel in den eigenen Werkstätten hergestellt werden. Externe Firmen kommen dagegen bei Instandhaltungs- und Reparaturleistungen zum Zuge oder profitieren von Materialeinkäufen. So gibt beispielsweise das Staatstheater Wiesbaden nach eigenen Angaben für diese Zwecke rund 0,5 bis 0,6 Mio. Euro jährlich aus, die überwiegend an regionale Unternehmen fließen.

**Tabelle 28: Ausgabestruktur der hessischen Theater im Jahr 2000**

Ausgaben						
Insgesamt (ohne Bauaufwand)		Personal-	Sach-	Finanzierungs-	Nur Personal-	Personal-
	in 1.000 €	ausgaben	ausgaben	ausgaben	und Sachkosten	kosten
		in %			in 1.000 €	in %
Frankfurt (3)	65.212	48,7	10,8	40,5	38.784	81,9
Wiesbaden	30.931	77,3	17,5	0,9	29.321	81,5
Kassel	28.682	82,0	16,6	1,4	28.284	83,2
Darmstadt	28.054	81,4	14,9	3,7	27.022	84,5
Marburg	2.786	80,7	19,3	0,0	2.786	80,7
Gießen	11.379	83,7	15,3	1,0	11.266	84,5
	<b>167.044</b>	<b>68,1</b>	<b>14,2</b>	<b>16,9</b>	<b>137.463</b>	<b>82,8</b>

Quelle: Deutscher Bühnenverein, (2000/2001), eigene Berechnungen.

<sup>58</sup> Ohne die Häuser in Frankfurt, für die keine Angaben vorliegen.

Von den Theatern profitieren im direkten Umfeld ferner die Gastronomie und die Taxiunternehmen. Bei 345.000 Besuchern im Staatstheater Wiesbaden und 800 Veranstaltungen im Jahr bzw. durchschnittlich 945 Besuchern pro Tag dürfte es sich durchaus um eine nennenswerte Anzahl von potenziellen Kunden handeln, die neben dem Theaterbesuch die umliegenden Restaurants, Cafés etc. besuchen oder andere Ausgaben tätigen.

Darüber hinaus entstehen Synergieeffekte zwischen einzelnen Schwerpunkten am Standort, in Wiesbaden z.B. zwischen dem Gesundheits- und Wellnessbereich mit der Deutschen Klinik für Diagnostik (DKD), Aukammkliniken, Kurhaus etc. auf der einen Seite und den vielfältigen Angeboten des Staatstheaters auf der anderen Seite. Das Staatstheater kann von den zahlreichen Besuchern profitieren, die aufgrund des Angebots im Gesundheitsbereich gezielt nach Wiesbaden kommen.

Zusätzlich zu diesen oben aufgeführten Ausgaben der Theater ist der Bauaufwand zu nennen, der in den zuvor genannten Summen nicht enthalten ist. So wird beispielsweise das Staatstheater Wiesbaden in den Jahren 2002 bis 2007 für insgesamt 28 Mio. Euro saniert. Die Arbeiten werden von Staatsbauämtern z.T. europaweit ausgeschrieben und an europäische, nationale oder regionale Unternehmen vergeben.

Über diese acht öffentlichen Theaterunternehmen hinaus existiert noch eine Vielzahl privater und freier Theater in Hessen. Zu den privaten Theatern, darunter versteht der Deutsche Bühnenverein Theater mit eigener Spielstätte und Berufsschauspielern, gehören z.B. in Frankfurt das TAT, das Fritz-Rémond-Theater, das Volkstheater, das English-Theater, Die Schmiere, Die Komödie u.v.m. In der Stadt Kassel ist es z.B. die Komödie und in Darmstadt das Theater am Platanenhain. Die in der Statistik erfassten Privattheater in Hessen verfügen über rund 2.700 Plätze, produzierten im Jahr 2000 rund 2.800 Veranstaltungen und zählten insgesamt 434.000 Besucher. Die öffentlichen Zuweisungen betragen für die privaten Theater in Hessen insgesamt rund 3,6 Mio. Euro.



Im Landesverband Freie Theater Hessen sind ca. 20 Theater organisiert, die in der Regel keine festen Häuser haben und im Durchschnitt auch nur ein Projekt im Jahr heraus bringen.<sup>59</sup>

**Tabelle 29: Plätze, Veranstaltungen, Besucher und Personal in privaten Theatern im Jahr 2000**

Stadt (Anzahl der Theater)	Plätze	Veranstaltungen	Besucher	öff. Zuweisungen in 1.000 €
Frankfurt (9)	2.394	2.203	376.248	3.249
Kassel (1)	145	367	33.070	269
Darmstadt (1)	147	251	24.707	53
<b>Summe</b>	<b>2.686</b>	<b>2.821</b>	<b>434.025</b>	<b>3.571</b>

Quelle: Deutscher Bühnenverein, (2000/ 2001).

Darüber hinaus finden in Hessen regelmäßig Theaterfestivals statt. Zu den selbständigen Festspielunternehmen zählen in Hessen die Bad Hersfelder Festspiele, die Wetzlarer Festspiele, die Brüder-Grimm Märchenfestspiele in Hanau, die Sommerfestspiele Schloss Auerbach in Bensheim, die Burgfestspiele Bad Vilbel, die Heppenheimer Festspiele sowie die Burghofspiele in Eltville.

Die Festspielstätten verfügen zusammen über gut 9.000 Plätze und boten in der Saison 2000 473 Veranstaltungen an, die von ca. 300.000 Menschen besucht wurden. Die öffentlichen Zuweisungen für die Festspielunternehmen betragen insgesamt rund 1,5 Mio. Euro (vgl. Tabelle 30).

<sup>59</sup> Nach Informationen des Landesverbandes Freie Theater Hessen.

**Tabelle 30: Festspiele in Hessen (selbständige Festspielunternehmen) im Jahr 2000**

Stadt	Plätze	Veranstaltungen	Besucher	öff. Zuweisungen in 1.000 €
Wetzlar	3.119	28	12.127	69
Bad Hersfeld	1.833	90	96.568	826
Hanau	1.200	100	74.000	337
Dreieich	800	26	14.000	51
Bensheim	850	15	5.400	7
Bad Vilbel	620	124	54.856	256
Heppenheim	660	48	30.800	31
Eltville	k.A.	42	22.000	0
<b>Summe</b>	<b>9.082</b>	<b>473</b>	<b>309.751</b>	<b>1.577</b>

Quelle: Deutscher Bühnenverein, (2000/ 2001).

### ■ 3.6.3 Ausgewählte kulturelle Institutionen und Ereignisse

Neben den bereits genannten Theatern in Hessen sind als Einzelveranstaltungen vor allem die Internationalen Maifestspiele in Wiesbaden mit Theater, Oper und Ballett aus aller Welt zu nennen und die Bad Hersfelder Festspiele, die beide bereits seit über 50 Jahren stattfinden und weit über Deutschland hinaus bekannt sind.

Alljährlich finden darüber hinaus die Hessischen Theatertage der acht staatlichen Theater sowie unter der Schirmherrschaft des Kultusministeriums das Hessische Schultheatertreffen statt.

Als ein international anerkanntes Modell für experimentelle, zeitgenössische Kunst mit einem interdisziplinären Ansatz ist das Künstlerhaus Mousonturm in Frankfurt zu nennen. Hier werden pro Jahr etwa 320 Veranstaltungen angeboten, darunter allein etwa 20 Eigenproduktionen, und insbesondere junge internationale Künstler gefördert.

4

"Also, was ich nicht  
sein möchte, ist eine  
Schubkarre, dann schon  
lieber ein Flugzeug.."

*F.K. Waechter*

# Freie Kulturszene in Hessen

## ■ 4.1 Definition

*Unter dem Begriff Freie Kulturszene wird in diesem Bericht eine breite Palette freier Künstler aus allen Sparten der Kultur sowie kultureller Institutionen, z.B. freie Theater oder Kinos, Vereinigungen und Kulturinitiativen mit ihren jeweiligen Aktivitäten und Angeboten, verstanden.*

*Der Begriff Freie Kulturszene umfasst sehr verschiedene Kulturformen zwischen Kultur-, Bildungs- und Sozialarbeit, wobei allen gemeinsam ist, dass sie außerhalb der etablierten Kunst- und Kultureinrichtungen angesiedelt sind, in der Regel spezifische regionale oder auf Zielgruppen ausgerichtete Schwerpunkte ausbilden, spartenübergreifend und nicht im professionellen Sinn marktorientiert sind. Dazu zählt auch das von den ausländischen Kulturvereinen bereitgestellte Angebot. Insgesamt sind in Hessen rund 200 ausländische Kulturvereine tätig, die ein breit gefächertes Programm von Konzerten, Theater- und Tanzveranstaltungen, Lesungen etc. anbieten<sup>60</sup>.*

<sup>60</sup> Die Angaben über die ausländischen Kulturvereine beruhen auf einer von der Arbeitsgemeinschaft der hessischen Ausländerbeiräte bereitgestellten Liste von insgesamt rund 1.000 Vereinen. Davon lassen sich rund 20% aufgrund ihrer Ausrichtung als Kulturvereine klassifizieren. Details wie Anzahl der durchgeführten Veranstaltungen oder die Struktur der Mitglieder lassen sich auf der vorliegenden Datenbasis nicht näher spezifizieren.

Ein Teil dieser Freien Kulturszene hat sich als "soziokulturelle Szene" auf Bundesebene in der Bundesvereinigung Soziokultureller Zentren e.V. zusammengeschlossen, die circa 450 Mitglieder umfasst. Auf Landesebene werden diese soziokulturellen Zentren in Hessen von der "Landesarbeitsgemeinschaft der Kulturinitiativen und soziokulturellen Zentren in Hessen e.V." (LAKS) vertreten. Seit 1984 wirkt die LAKS als Dachverband, vermittelt auf übergeordneter Ebene in Politik, Medien und Verbänden und sorgt für Vernetzung der freien Kulturszene auf Landes-, Bundes- und internationaler Ebene.

Die in der LAKS zusammengeschlossenen Kulturinitiativen und Kulturzentren werden hier stellvertretend für die Freie Kulturszene insgesamt vorgestellt, da sie mit ihrem spartenübergreifenden kulturellen Angebot, ihren unterschiedlichen Zielgruppen und ihrer Schnittstelle zur Bildungs- und Sozialarbeit die Freie Kulturszene beispielhaft repräsentieren. Darüber hinaus liegen für die soziokulturellen Zentren, die in der LAKS zusammengeschlossen sind, ausreichend Daten zur wirtschaftlichen Situation, zu Beschäftigten und zum differenzierten Angebot vor.

"Soziokultur" – dieser vergleichsweise unbestimmte Begriff steht für die Neukonzeption von "Kulturpolitik als Gesellschaftspolitik".<sup>61</sup>

Er hat seine Wurzeln in der Tradition der "Neuen Sozialen Bewegungen" der Bundesrepublik. Anfang der siebziger Jahre entstanden die ersten soziokulturellen Zentren als selbstverwaltete Kommunikationszentren, Kulturläden oder Bürgerhäuser und als Modell für andere gesellschaftliche Arbeits- und Lebensformen. Meist wurden sie in stillgelegten Industrieanlagen oder anderen aufgelassenen Gebäuden gegründet. Ihr Selbstverständnis fand Ausdruck in Begriffen wie "Alternativkultur" oder "Gegenkultur". Diese Zentren wurden geprägt durch die jeweiligen Akteure und strebten in der Regel die Demokratisierung von Kultur an. Sie forderten die Akzeptanz und Gleichbehandlung der unterschiedlichsten kulturellen Ausdrucks- und Organisationsformen durch politische Gremien und die Öffentlichkeit. Soziokultur war demzufolge eine Reaktion und ein gelebter Gegenentwurf auf ein konsum- und unterhaltungsorientiertes Verständnis von Kultur.<sup>62</sup>

Mittlerweile haben sich soziokulturelle Zentren gesellschaftlich etabliert. Sie bieten ein genreübergreifendes Veranstaltungsprogramm, leisten einen Beitrag zur Förderung des künstlerischen Nachwuchses in den Sparten Theater, Musik, Literatur, Film und Bildender Kunst und ermöglichen breiten Bevölkerungsschichten die

<sup>61</sup> [www.LAKS.de](http://www.LAKS.de)

<sup>62</sup> Siehe auch: Bundesvereinigung Soziokultureller Zentren e.V., [www.soziokultur.de](http://www.soziokultur.de)

aktive Teilhabe am kulturellen und politischen Leben. Zu ihrer Arbeit gehört aber auch die Integration verschiedener Altersgruppen, sozialer Schichten und Nationalitäten, die Unterstützung und Förderung von sozialer und politischer Arbeit.

Die Zentren stärken meist die lokale Szene der selbstorganisierten Initiativen und Projekte und erweitern das lokale und regionale kulturelle Angebot. Sie sind ein positiver Standortfaktor geworden und können dadurch das kulturelle Image der Städte heben. Ihre Angebote werden überdurchschnittlich oft von Kindern und Jugendlichen bzw. jungen Erwachsenen genutzt.

Die Zentren sind also mehr als reine Kulturveranstalter. Ihr Spektrum ist sehr breit und heterogen. Mit unterschiedlicher Akzentuierung betätigen sich soziokulturelle Zentren heute inhaltlich vor allem in der

- Programm- und Veranstaltungsarbeit über alle kulturellen Sparten hinweg und für verschiedenste Zielgruppen,
- Kinder- und Jugendarbeit,
- Seniorenarbeit und sozialen Versorgung,
- Stadtteilarbeit,
- Berufsvorbereitung, -ausbildung und -beratung,
- Bildungsarbeit.

"Das" soziokulturelle Zentrum als Typus existiert demnach nicht. Aus der Vielfalt der regionalen Traditionen, der jeweiligen Finanzierungsmöglichkeiten, aber auch der Mitarbeiter und Nutzer hat sich eine heterogene Zentren-Landschaft entwickelt.

Zudem sind diese Zentren ein Erprobungsfeld für innovative Finanzierungs- und Wirtschaftsformen sowie für neue Formen des Arbeitens. Bei dieser Betrachtung stellen sie quasi "Gründerzentren" für innovative Kultur- und Arbeitsformen dar.

Eine Umfrage der LAKS Hessen e.V. bei den Mitgliedszentren ergab, dass aus den 13 Zentren, die sich an der Umfrage beteiligt haben, bisher insgesamt 46 Unternehmen bzw. Selbstständige mit rund 64 Arbeitsplätzen und fünf sozialversicherungspflichtige Beschäftigungsverhältnisse hervorgegangen sind. Die Existenzgründungen betrafen vor allem selbständige

Künstler oder Disc Jockeys (16) und den Bereich Werbung/Grafik/Design (10). Darüber hinaus sind Kunst- bzw. Veranstaltungsagenturen, Unternehmen im Bereich der Bühnentechnik, der Aus- und Weiterbildung, des Sports oder der Gastronomie bzw. des Caterings entstanden.<sup>63</sup>

Die soziokulturellen Zentren fungieren aber auch als Dienstleister, indem sie Vereinen, Gruppen und Initiativen Räumlichkeiten und technische Infrastruktur überlassen und Proben- und Produktionsmöglichkeiten für Musik- und Theatergruppen sowie Ateliers für Künstler zur Verfügung stellen. In fast allen Einrichtungen ist ein Kommunikationsbereich mit Gastronomie integriert.

Träger der soziokulturellen Zentren in Deutschland sind im Durchschnitt zu fast 90% eingetragene Vereine, knapp 6% sind kommunale Einrichtungen, knapp 4% der Zentren sind GmbHs. In Hessen befinden sich alle soziokulturellen Zentren in der Vereins-Trägerschaft.

<sup>63</sup> Umfrage der LAKS Hessen e.V., 2003

## 4.2 Soziokulturelle Zentren in Deutschland und in Hessen

Bundesweit existierten im Jahr 2000 insgesamt 435 Zentren, in denen ca. 75.000 Veranstaltungen stattfanden, die von rund 24 Mio. Menschen besucht wurden.<sup>64</sup> Nachfolgende Tabelle gibt einen Überblick über die Anzahl der soziokulturellen Zentren in den einzelnen Bundesländern.

**Tabelle 31: Soziokulturelle Zentren in Deutschland im Jahr 2000**

Bundesland	Anzahl Mitgliedszentren
Baden-Württemberg	54
Bayern	22
Berlin	7
Brandenburg	21
Bremen	12
Hamburg	16
<b>Hessen</b>	<b>27</b>
Mecklenburg-Vorpommern	19
Nordrhein-Westfalen	68
Niedersachsen	46
Rheinland-Pfalz	17
Sachsen	46
Schleswig-Holstein	21
Thüringen	59
<b>Summe</b>	<b>435</b>

Quelle: Bundesvereinigung soziokultureller Zentren e.V.

<sup>64</sup> Vgl. Molck, Thomas (2001)



**Tabelle 32: Soziokulturelle Einrichtungen und Initiativen in Hessen  
(Mitglieder der LAKS) im Jahr 2003**

Regierungsbezirk	Einrichtung	Kommune
Kassel	Kulturfabrik Salzmann	Kassel
	Werkstatt Kassel e.V.	Kassel
	Schlachthof Kassel	Kassel
	Kulturscheune Lange Wiese	Haunetal-Wehrda
	Buchcafé	Bad Hersfeld
	Kulturinitiative Hängnichrum e.V.	Berkatal-Frankershausen
Gießen	Progressive Arts e.V.	Breidenbach
	Muk	Gießen
	VIBB Verein für interkulturelle Bildung & Begegnung Gießen e.V.	Gießen
	Kulturzentrum Wetzlar	Wetzlar
	Kulturelle Aktion Marburg-Strömungen	Marburg
	Kulturladen KFZ	Marburg
	Waggonhalle	Marburg
	Café Trauma	Marburg
	Darmstadt	Bessunger Knabenschule
Rumpenheim und Kultur RuK		Offenbach
KuK Schlachthof Wiesbaden e.V.		Wiesbaden
Kultur- und Tagungshaus Rauenthal		Wiesbaden
Thalhaus		Wiesbaden
Schweinehalle		Hanau
Brotfabrik		Frankfurt
Projektgruppe Kultur im Ghetto		Frankfurt
Maximal		Rodgau
SCHANZ		Mühlheim am Main
Alternatives Zentrum		Rödermark
Kulturcafé		Groß-Gerau
Das Rind		Rüsselsheim

Quelle: Eigene Zusammenstellung auf der Basis von Informationen aus dem Internet.

In Hessen waren Anfang 2003 knapp dreißig Kulturinitiativen und soziokulturelle Zentren der LAKS angeschlossen (s. Tabelle 32). Von den Mitgliedseinrichtungen der LAKS wurden in den Jahren 2000 und 2001 in Hessen jeweils rund 3.000 Veranstaltungen mit Musik, Theater, Kabarett, Tanz, Literatur, Film, Diskussionen etc. angeboten. Diese kulturellen Angebote der LAKS-Mitglieder werden in Hessen jährlich von ca. einer halben Million Menschen genutzt.<sup>65</sup>

## 4.3 Veranstaltungen

Bei den jährlich ca. 3.000 Veranstaltungen dominiert der Bereich Musik, auf den knapp 40% der Veranstaltungen entfallen. Sie sind eine wesentliche wirtschaftliche

Einnahmequelle für die Zentren. Auf den Bereich Darstellende und unterhaltungsbezogene Kunst – das sind Theater- und Varietéaufführungen, Comedy-Veranstaltungen u.v.m. – entfallen weitere 35 % der Veranstaltungen. Hervorzuheben ist auch, dass mit Veranstaltungen in den Sparten Theater, Tanz und Film sowie Lesungen und Diskussionen eher ausgesuchte "Nischenangebote" offeriert werden.

Die Zahl der externen Gruppen, die regelmäßig Räume oder Infrastruktur der Zentren nutzen, umfasst landesweit ca. 300 Organisationen. Sie machen allerdings nur einen geringen Anteil der Einnahmen der Zentren aus.

**Tabelle 33: Veranstaltungen in soziokulturellen Zentren im Jahr 2000**

Veranstaltungsart	Anteile in %
Musik	37,6
Literatur	6,3
Darstellende und unterhaltungsbezogene Kunst	35,5
Kunst	2,2
Film	4,6
Sonstiges	13,7
<b>Summe</b>	<b>100,0</b>

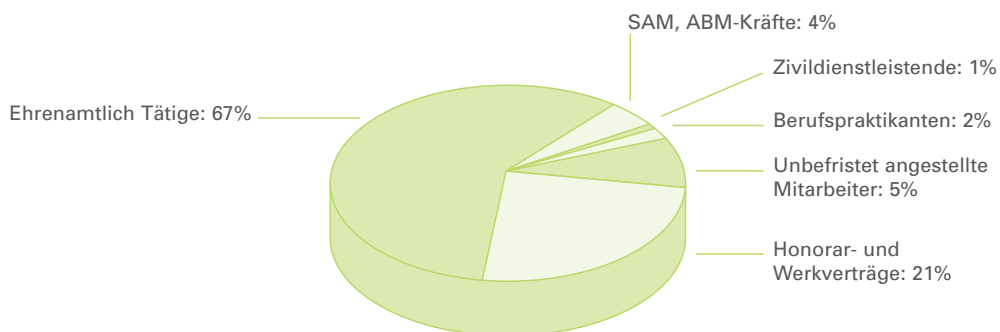
Quelle: LAKS Hessen e.V..

<sup>65</sup> LAKS, Statistische Erhebung 2002. Hinzu kommen nach Schätzungen der LAKS weitere circa 800.000 Besucher von zusätzlichen Angeboten der Zentren wie Kurse, Gruppentreffen oder gastronomische Einrichtungen.

## 4.4 Beschäftigte

Bundesweit hatten die 435 im Bundesverband organisierten soziokulturellen Zentren ca. 15.900 Beschäftigte. Davon waren ca. 24% unbefristet bzw. befristet sozialversicherungspflichtig beschäftigt und 48% ehrenamtlich tätig. Die übrigen Beschäftigten hatten den Status von Aushilfen oder Praktikanten.

Abbildung 7: Beschäftigtenstruktur der LAKS-Mitglieder in Hessen im Jahr 2000



Quelle: LAKS Hessen e.V., eigene Darstellung.

In Hessen waren im Jahr 2000 in den knapp 30 Zentren 485 Mitarbeiter beschäftigt, darunter 127 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte (unbefristete Verträge, Honorar- und Werkverträge), was einem Anteil von zusammen 26% aller Beschäftigten entspricht (vgl. Abbildung 7).

Tabelle 34 zeigt, dass die Arbeit in den Zentren in Hessen in noch stärkerem Maß von Ehrenamtlichen getragen wird als in den anderen Bundesländern. Darüber hinaus arbeiten in den Zentren Beschäftigte im Rahmen von Strukturanpassungsmaßnahmen (SAM) und Arbeitsbeschaffungsmaßnahmen (ABM).

Rund 67% der Beschäftigten (das sind 324 Mitarbeiter) sind hier ehrenamtlich tätig. Die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten betrug im Jahr 2001 umgerechnet 26 Stellen. Im Durchschnitt arbeiten in Hessen 18 bis 19 Mitarbeiter in einem Zentrum, darunter noch nicht einmal 5 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte bzw. im Durchschnitt sogar nur ein hauptamtlich Beschäftigter.

**Tabelle 34: Soziokulturelle Zentren in Deutschland und in Hessen – Eckdaten im Jahr 2000**

	Deutschland		Hessen	
Zentren	435		27	
Veranstaltungen	75.000		3.000	
<b>Besucher</b> insgesamt	23.980.600		1.000.000	
pro Veranstaltung	320		333	
	<b>Anzahl</b>	<b>in %</b>	<b>Anzahl</b>	<b>in %</b>
<b>Mitarbeiter</b>	15.895	100,0	485	100,0
davon svp. Beschäftigte*	3.813	24,0	127	26,2
davon ABM/SAM-Kräfte, Berufspraktikanten	4.259	26,8	29	6,0
davon Zivildienstleistende	174	1,1	5	1,0
davon ehrenamtlich	7.649	48,1	324	66,8
Svp. Beschäftigte pro Zentrum	<b>9</b>		<b>5</b>	
	<b>in Mio. €</b>	<b>in %</b>	<b>in Mio. €</b>	<b>in %</b>
<b>Umsatz insgesamt</b>	156,0	100,0	4,6	100,0
darunter öffentliche Förderung	84,2	54,0	2,1	45,1
darunter Gastronomie (in Eigenregie)	22,6	14,5	0,9	20,5
darunter Eigeneinnahmen (ohne Gastronomie)	47,2	30,2	1,0	24,0

\* = befristete und unbefristete Beschäftigte im Angestelltenverhältnis sowie mit Honorar- oder Werkvertrag

Quelle: Eigene Berechnungen auf Basis von Datenerhebungen der Bundesvereinigung soziokultureller Zentren und der LAKS Hessen e.V.

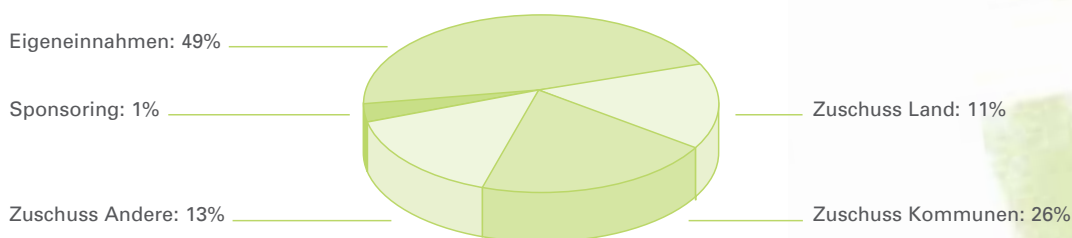
## 4.5 Umsatz

Bundesweit hatten die soziokulturellen Zentren im Jahr 2000 einen Umsatz von 156 Mio. Euro. Der Anteil der Eigeneinnahmen – ohne öffentliche Förderung - belief sich auf durchschnittlich 45%. Der Umsatz der hessischen Zentren im Jahr 2000 bezifferte sich auf insgesamt 4,6 Mio. Euro, der Anteil der Eigeneinnahmen in Höhe von 2,0 Mio. Euro entsprach auch hier 45% der Gesamteinnahmen.

In den Eigeneinnahmen der hessischen Zentren enthalten ist der Umsatz im gastronomischen Bereich, der sich im Jahr 2000 auf 1,0 Mio. Euro belief und somit ungefähr der Hälfte der Eigeneinnahmen der Zentren entsprach.

Im Jahr 2000 wurden die Zentren durch das Land Hessen mit 0,5 Mio. Euro unterstützt, während die Zuschüsse der Kommunen 1,1 Mio. Euro ausmachten. Sponsoring spielt mit knapp 62.000 Euro (2001: knapp 98.000 Euro) weiterhin eine eher untergeordnete Rolle, während Zuschüsse über die Bundesanstalt für Arbeit in Höhe von rund 0,5 Mio. Euro eine notwendige Unterstützung sind (vgl. Abbildung 8).

**Abbildung 8: Einnahmestruktur der LAKS-Mitglieder in Hessen im Jahr 2000**  
(Basis: 26 Einrichtungen)



Quelle: LAKS Hessen e.V., eigene Darstellung

## ■ 4.6 Ausblick

Nach Angaben der LAKS sind unter den derzeitigen Rahmenbedingungen den Möglichkeiten, die Einnahmen der soziokulturellen Zentren zu steigern, enge Grenzen gesetzt. Die Gründe hierfür liegen in der weiteren Verschlechterung der ohnehin schon unzureichenden finanziellen Situation: Die quantitative Ausweitung der Veranstaltungen wie auch die Organisation von qualitativ höherwertigen Veranstaltungen sind erschwert, und eine Erhöhung der Eintrittspreise ist in der gegenwärtigen Situation kaum möglich.

Die LAKS hat ein Entwicklungskonzept für die kommenden fünf Jahre erarbeitet.<sup>66</sup> Es enthält neben der Analyse von Ist-Zuständen und Problemlagen Vorschläge zur Verbesserung der Rahmenbedingungen für soziokulturelle Zentren in Hessen und beispielhafte Modellförderungen aus anderen Bundesländern. Ziel der Entwicklungsplanung ist sowohl eine Qualitäts- wie Bestandssicherung als auch die perspektivische Erweiterung der Angebote.

Bei einem Vergleich der Förderung der Soziokultur in den Bundesländern Niedersachsen, Nordrhein-Westfalen,

Baden-Württemberg und Hessen ist auffällig, dass in den anderen Bundesländern über die reine Projektförderung hinaus Mittel für Investitionen und Bauvorhaben gewährt werden und eine gesonderte institutionelle Förderung der Geschäftsstelle der Landesarbeitsgemeinschaft Soziokultur mit eigenem Haushalt erfolgt.

<sup>66</sup> Vgl. LAKS Hessen e.V. (2002)

"Die Augen sind selber  
schuld, wenn sie nicht  
sehen, was der Klang  
ihnen verheißt."

*Martin Mosebach*

# Öffentliche Kulturförderung in Hessen

■ *Kunst und Kultur werden in hohem Maß durch den Staat finanziell gefördert. Unter dem Begriff "öffentliche Kulturförderung" werden im folgenden Kapitel jedoch nur die Ausgaben des Landes Hessen sowie der hessischen Kommunen und Landkreise verstanden. Über die in den öffentlichen Haushalten ausgewiesenen Kultur-etats hinausgehend unternimmt diese Studie zudem den Versuch, Quellen und Umfang der indirekten Kulturförderung durch das Land Hessen zu beleuchten. So können kulturwirtschaftliche Unternehmen und Kulturschaffende unter bestimmten Voraussetzungen auch an regulären Förderprogrammen für Einzelunternehmen oder für ausgewählte hessische Regionen partizipieren. Neben Zuschüssen können Darlehen, Bürgschaften oder Beteiligungen gewährt werden. Kulturvereinigungen oder Projekte können von der Regionalförderung des Landes bzw. von gesonderten Programmen einzelner Landesressorts profitieren.<sup>67</sup>*

<sup>67</sup> Ausgaben des Bundes, die direkt oder indirekt (etwa über vom Bund kofinanzierte Förderprogramme) in kulturelle Institutionen, Projekte, Angebote und Leistungen in den einzelnen Bundesländern fließen, wurden in dieser Studie nicht berücksichtigt.



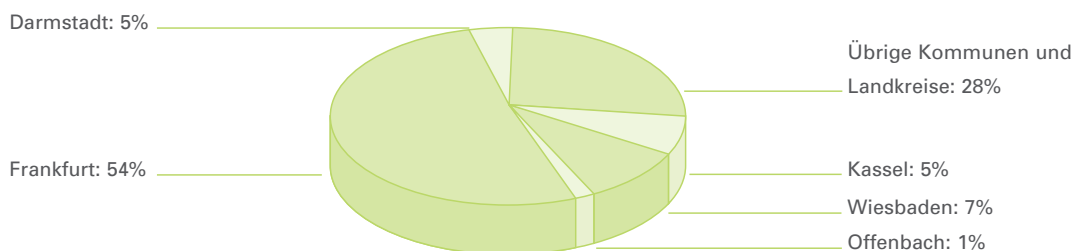
## 5.1 Kulturausgaben der hessischen Kommunen und Landkreise

Um das tatsächliche Volumen der Kulturausgaben der Kommunen und Landkreise darzustellen, wurden die Daten aller Gebietskörperschaften in Hessen in einer Sonderauswertung des Hessischen Statistischen Landesamtes zusammengestellt, die sämtliche 426 Kommunen und alle 26 Landkreise erfasst. Danach gaben die hessischen Kommunen im Jahr 2000 insgesamt 363 Mio. Euro für Kultur aus, die 26 Landkreise in Hessen knapp 15 Mio. Euro. Insgesamt

wurden von den hessischen Landkreisen und Kommunen somit rund 378 Mio. Euro für die Kultur aufgewendet, dies entspricht einem Betrag von knapp 600 Euro pro Einwohner.

Die nähere Analyse zeigt, dass allein die fünf kreisfreien Städte Frankfurt, Wiesbaden, Darmstadt, Kassel und Offenbach zusammen 260 Mio. Euro an Ausgaben der Kommunen und Landkreise auf sich vereinen. Damit haben diese fünf Städte einen Anteil von 72% an den Kulturausgaben der hessischen Kommunen und Landkreise. Mit einem Ausgabevolumen von knapp 200 Mio. Euro tätigt die Stadt Frankfurt allein rund 54% der Kulturausgaben der hessischen Gebietskörperschaften (vgl. Abbildung 9).

**Abbildung 9: Regionale Verteilung der Ausgaben der hessischen Kommunen und Landkreise für Kultur im Jahr 2000**



Quelle: Hessisches Statistisches Landesamt, eigene Darstellung.

Der Hauptanteil der Kulturausgaben der Kommunen und Landkreise - rund 36% - entfällt dabei mit 137 Mio. Euro auf die Sparte Theater und Konzerte, wobei es fast ausschließlich die Kommunen sind, die diese Einrichtungen finanzieren. Das gleiche gilt für Museen und Ausstellungen, auf die gut 24% der Ausgaben der Gebietskörperschaften entfallen (vgl. Tabelle 35). Auch hier sind es überwiegend die Kommunen, die rund 92 Mio. Euro für diese kulturellen Institutionen zur Verfügung stellen.

**Tabelle 35: Kulturförderung der Kommunen und Landkreise nach Sparten im Jahr 2000**

Sparte	Kommunen		Landkreise		insgesamt	
	in Mio. €	in %	in Mio. €	in %	in Mio. €	in %
<b>Kulturausgaben insgesamt</b>	362,9	100,0	14,6	100,0	377,5	100,0
Kulturverwaltung	36,0	9,9	1,2	7,9	37,1	9,8
Museen, Ausstellungen, sonstige Kunstpflege	91,9	25,3	0,1	0,5	92,0	24,4
Bibliotheken und Büchereien	48,1	13,3	3,2	22,2	51,3	13,6
Theater und Konzerte u.ä.	137,0	37,8	0,1	0,5	137,2	36,3
Volkshochschulen, Wissenschaft und Forschung	42,5	11,7	10,0	68,7	52,5	13,9
Naturschutz, Heimatpflege, Kirchen	7,4	2,0	0,0	0,3	7,5	2,0

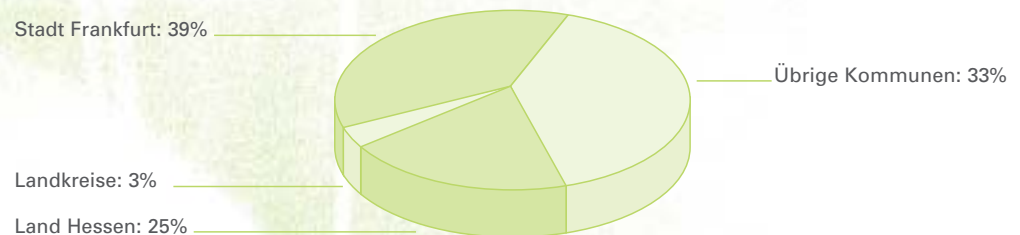
Quelle: Hessisches Statistisches Landesamt, eigene Berechnungen.

Jeweils knapp 14% der Ausgaben der Gebietskörperschaften entfallen auf die Förderung der Volkshochschulen einschließlich der Förderung von Wissenschaft und Forschung (52,5 Mio. Euro) sowie auf die Förderung der Bibliotheken und Büchereien (51,3 Mio. Euro).

In die Kulturverwaltung fließen knapp 10% der Mittel von Kommunen und Landkreisen, das sind rund 37 Mio. Euro, in den Bereich Naturschutz, Heimatpflege und Kirchen rund 7,5 Mio. Euro, das entspricht knapp 2%.

Abbildung 10 verdeutlicht die Anteile der öffentlichen Kulturausgaben untergliedert nach Kommunen, Landkreisen, dem Land Hessen und der Stadt Frankfurt, die aufgrund ihres besonderen Stellenwerts hier gesondert ausgewiesen wird.

**Abbildung 10: Kulturausgaben der öffentlichen Haushalte im Jahr 2000**



Quelle: Hessisches Statistisches Landesamt, eigene Darstellung.

## ■ 5.2 Kulturausgaben des Landes Hessen

Den 378 Mio. Euro öffentlicher Kulturausgaben der Kommunen und Landkreise stehen 129 Mio. Euro gegenüber, die das Land Hessen im Jahr 2000 in kulturelle Projekte und Initiativen, in kulturwirtschaftliche Aktivitäten und in Institutionen der Kultur investierte. Damit wird deutlich, dass von den rund 507 Mio. Euro, die die öffentlichen Haushalte in Hessen im Jahr 2000 in Kultur investierten, 75% von Kommunen und Landkreisen und 25% vom Land bereitgestellt wurden.

Mit den öffentlichen Kulturausgaben des Landes Hessen werden sowohl rein öffentliche Institutionen wie Staatstheater oder Landes- bzw. Stadtmuseen als auch private oder gemeinnützige kulturelle Einrichtungen und Projekte unterstützt. Zu unterscheiden ist dabei die institutionelle Förderung, die die laufenden Kosten deckt, sowie die konkrete Projektförderung, die jeweils einzeln bewilligt wird.

### ■ 5.2.1 Öffentliche Kulturausgaben nach Teilmärkten

Betrachtet man die Aufteilung der öffentlichen Kulturausgaben in Anlehnung an die verschiedenen Teilmärkte - wie sie im vorliegenden Bericht unterschieden wurden - so entfallen dabei von

den gut 129 Mio. Euro des Landes rund 42%, d.h. knapp 55 Mio. Euro, auf den Bereich der Darstellenden Kunst. Dazu gehören vor allem die Unterstützung der drei Staatstheater mit knapp 40 Mio. Euro sowie die übrige Theaterförderung mit knapp 11 Mio. Euro. Rund 4 Mio. Euro entfallen auf Sanierungs- und Umbaumaßnahmen in den drei Staatstheatern und in der Stiftsruine Bad Hersfeld.

In die Bewahrung des Kulturellen Erbes investierte das Land Hessen im Jahr 2000 rund 35 Mio. Euro, das entspricht einem Anteil von 27% der insgesamt zur Verfügung gestellten öffentlichen Mittel. Rund 21 Mio. Euro stehen davon allein der Verwaltung der staatlichen Schlösser und Gärten und dem Landesamt für Denkmalpflege zur Erfüllung ihrer Aufgaben zur Verfügung. 1,8 Mio. Euro fließen gemäß Staatsvertrag in die Stiftung preußischer Kulturbesitz und die verbleibenden gut 4 Mio. Euro werden für Investitionen in kulturell bedeutsame Bauwerke und für die Pflege des Brauchtums aufgewendet.

**Tabelle 36: Kulturausgaben des Landes Hessen im Jahr 2000**

Teilbereich (in Anlehnung an die Teilmärkte)	in Mio. €	in %
Darstellende Kunst	54,9	42,4
Kulturelles Erbe	34,8	27,0
Kunst, Design, Kunsthandwerk	24,5	18,9
Musik	5,8	4,5
Literatur und Buch	3,1	2,4
Film, TV und Video	2,5	1,9
Kultur allgemein	3,7	2,9
<b>Insgesamt</b>	<b>129,4</b>	<b>100,0</b>

Quelle: Hessisches Ministerium für Wissenschaft und Kunst, eigene Berechnungen.

Der Bereich der Kunst wird mit rund 25 Mio. Euro gefördert. Davon entfallen circa 24 Mio. Euro auf Investitionen in nichtstaatliche und staatliche Museen. In die Förderung von Künstlern und in Jugendkunstschulen wurden im Jahr 2000 rund 0,7 Mio. Euro investiert.

Im Jahr 2000 investierte das Land Hessen in den Bereich Musik rund 6 Mio. Euro. Jeweils rund 3 Mio. Euro erhielten Vereine und Verbände sowie Musikschulen und -akademien.

In den Bereich Literatur investierte das Land Hessen gut 3 Mio. Euro, hier vor allem in Büchereien, Bibliotheken und Archive. Die Literatur- und Leseförderung erfuhr eine Unterstützung in Höhe von rund 0,4 Mio. Euro.

Mit knapp 1,5 Mio. Euro erhielt der Bereich Kunstfilm die geringste Unterstützung durch das Land Hessen, wobei in die reine Filmförderung, d.h. Förderung von Einzelpersonen und Filmgesellschaften, gut 1 Million Euro investiert wurde.

Es wird deutlich, dass ähnlich wie in anderen Bereichen, z.B. der Gesundheit oder der Erziehung, Investitionen in die Infrastruktur dominieren. Im Bereich der Kultur sind das beispielsweise die Schauspiel- und Opernhäuser und Museen, Bibliotheken und Büchereien sowie Volkshochschulen. Allein auf diese Bereiche entfallen insgesamt Ausgaben in Höhe von rund 100 Mio. Euro, das sind knapp 80% der gesamten Kulturausgaben des Landes.

## ■ 5.2.2 Direkte öffentliche Kulturförderung

Unter direkter öffentlicher Kulturförderung in Hessen werden hier die Ausgaben des Ministeriums für Wissenschaft und Kunst verstanden.

Das Ministerium wendete für die öffentliche Kulturförderung im Jahr 2000 rund 118 Mio. Euro auf. Dabei entfielen rund 50 Mio. Euro (43%) auf die Förderung der staatlichen und nichtstaatlichen Theater in Hessen, und knapp 23 Mio. Euro (19%) auf die Förderung dreier Institutionen im Bereich des Kulturellen Erbes: die Verwaltung der Schlösser und Gärten, das Landesamt für Denkmalpflege und die Stiftung Preußischer Kulturbesitz.

Weitere rund 16 Mio. Euro (14%) entfielen auf die Förderung der staatlichen und nichtstaatlichen Museen, wobei der Hauptanteil mit 13 Mio. Euro den staatlichen Museen zugute kommt. Die vielfältige übrige hessische Museenlandschaft erfährt in erster Linie Unterstützung durch die Kommunen und durch privates Engagement, die somit wesentlich dazu beitragen, das kulturelle Angebot, gerade in ländlichen Regionen abseits der Ballungszentren, aufrechtzuerhalten. Die nichtstaatlichen Museen erhalten darüber hinaus Zuwendungen aus Stiftungen wie der Sparkassen Kulturstiftung Hessen-Thüringen, z.B. für Ankäufe von Exponaten oder Sachspenden von privater Seite.

Für die Sanierung und Instandsetzung bzw. den Umbau von landeseigenen Liegenschaften im Kulturbereich, z.B. Theater und Museen, wurden im Jahr 2000 14,5% der Gesamtausgaben (rund 17 Mio. Euro) aufgewendet.

Weitere 18 Mio. Euro wurden für unterschiedliche Aufgabenschwerpunkte im Bereich der Kultur aufgewendet: So werden z.B. die Musikakademien und -schulen, aber auch Bibliotheken und Archive sowie Institutionen und Einzelpersonen im Bereich Filmkunst gefördert. Hier sind vor allem der jährlich zu vergebende Hessische Film- und Kinopreis und die Hessische Filmförderung (HFF) zu nennen, welche Filme aller Genres unterstützt und ihr besonderes Augenmerk auf künstlerische Qualität und inhaltliche Relevanz richten.

Im Rahmen der Landesinitiative *hessen media* wurden verschiedene Projekte mit 0,4 Mio. Euro unterstützt, darunter ebenfalls Projekte aus dem Bereich Medien bzw. Film wie z.B. "location-hessen", ein Projekt der Hessischen Filmförderung. Dieses hilft bei der Produktionsvorbereitung sowie dabei, den richtigen Drehort zu finden, Genehmigungen zu erhalten und Kontakte herzustellen.

Für die spartenübergreifende und regionale Kulturförderung, zu der auch die soziokulturellen Zentren zählen, wurden im Jahr 2000 rund 1,8 Mio. Euro ausgegeben.

### ■ 5.2.3 Indirekte öffentliche Kulturförderung

In Hessen trugen im Jahr 2000 weitere Landesressorts zur öffentlichen Kulturförderung bei. Dies sind neben dem Wirtschaftsministerium z.B. das Finanzministerium, das Kultusministerium und das Sozialministerium; im Jahr 2001 ist die Staatskanzlei hinzugekommen. Diese Unterstützungen sind hier zur indirekten Kulturförderung zusammengefasst. Tabelle 37 zeigt die Höhe der Kulturförderung des jeweiligen Ressorts.

Den größten Anteil an der indirekten Kulturförderung mit gut 10 Mio. Euro hatte im Jahr 2000 das Wirtschaftsministerium. Im Rahmen der allgemeinen Wirtschaftsförderung und Landesentwicklung unterstützt es vor allem die Produktion von kulturellen Gütern und Dienstleistungen.

Im Rahmen von Programmen zur Stadt- und Dorferneuerung und zur Regionalentwicklung werden z.B. Sanierungsmaßnahmen an kulturell bedeutsamen Bauwerken in historischen Altstadtkernen gefördert oder Projekte wie der *art Garten* in Bad Zwesten. Kulturelle Angebote und Initiativen auf Stadtteilebene werden z.B. im

Programm "Förderung von Stadtteilen mit besonderem Entwicklungsbedarf" (Hessische Gemeinschaftsinitiative Soziale Stadt/HEGISS) unterstützt.

**Tabelle 37: Direkte und indirekte Kulturförderung des Landes Hessen im Jahr 2000**

Teilbereich (in Anlehnung an die Teilmärkte)	in Mio. €
Wissenschaft und Kunst (HMWK)	118,4
Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung (HMWVL)	10,4
Finanzministerium (HMF)	0,4
Kultusministerium (HKM)	0,1
Sozialministerium (HSM)	0,1
<b>Kulturförderung insgesamt</b>	<b>129,4</b>

Quelle: Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung.

Innerhalb von Programmen der Europäischen Union zur Zusammenarbeit von europäischen Regionen (Interreg-Projekte) oder im Rahmen der Weltkulturerbe-Anerkennungen werden ebenfalls zahlreiche Projekte im Kulturbereich gefördert, z.B. der "Regionalpark Rhein-Main" oder die "Route der Industriekultur" im Rhein-Main-Gebiet sowie die "Weltkulturerbe-Initiative Mittelrheintal". Insgesamt wurden im Jahr 2000 für Maßnahmen in diesem Bereich rund 8,8 Mio. Euro bereitgestellt.

Im Rahmen der Landesinitiative *hessen media* werden ebenfalls zahlreiche kulturelle Projekte, z.B. im Bereich Filmwirtschaft, gefördert, von denen private Unternehmen indirekt profitieren. Zu nennen sind u.a. die Messe eDIT in Frankfurt, der Europäische Nachwuchspreis eDward oder die Herausgabe eines Film- und Medienhandbuchs. Aber auch Filmfestivals, beispielsweise in Kassel und Wiesbaden, werden unterstützt. Insgesamt wurden im Jahr 2000 in diesem Bereich rund 1,1 Mio. Euro bereitgestellt.

Kleine und mittlere Unternehmen bzw. Einzelpersonen oder Künstler, insbesondere aus der Filmwirtschaft, aber auch aus anderen Sparten der Kulturwirtschaft, werden über die Förderung ihrer Beteiligung an Messen – z.B. an der IBC International Broadcast Convention Amsterdam – gefördert. An dieser Förderung können mittlerweile auch Galerien partizipieren, die wesentlich zur Vermarktung kulturellen Gutes beitragen. Die Öffnung des Programms reagierte damit auf die Lücke zwischen der Künstlerförderung und der Unternehmensförderung und erleichtert so das Ineinandergreifen der Förderinstrumente des Ministeriums für Wissenschaft und Kunst und des Wirtschaftsministeriums.

Aber auch über Standardprogramme zur Gewährung von Bürgschaften und Krediten werden kleine und mittlere Unternehmen aus dem Bereich der Kulturwirtschaft gefördert sowie im Rahmen von Gründerwettbewerben, z.B. "promotion Nordhessen", oder über Zuschüsse zur Betriebsberatung. Die Unternehmen partizipierten im Jahr 2000 an der Gründungs- und Betriebsberatung sowie an Bürgschaften und Beteiligungen mit rund 0,2 Mio. Euro.



Im Jahr 2001 neu hinzu gekommen ist der Beteiligungsfonds Hessen-Invest mit den Segmenten "Film" zur Finanzierung kommerzieller Filmprodukte sowie "Bio-" und "MediaStart", "Nachfolge" und "International". Ziel des Schwerpunktes Film ist die Stärkung des Film- und Medienstandortes Hessen, d.h. die Verbesserung der Standortbedingungen und der Auftragslage für die Filmproduktion in Hessen. Innovative Kräfte in der hessischen Film- und Medienbranche sollen unterstützt werden. Finanziert werden deutsche und internationale Kinofilme, die einen wirtschaftlichen Erfolg erwarten lassen, und hochwertige Fernsehfilme wie TV-Movies, Dokumentarfilme und Animationsfilme sowie Formatentwicklung. So wurde beispielsweise der Kunstfilm im Jahr 2002 bereits mit Darlehen in Höhe von 1,5 Mio. Euro gefördert. Im Jahr 2003 verfügte der Fonds bereits über ein Volumen von 7,5 Mio. Euro.

Institutionen wie das Design-Zentrum in Darmstadt, die Werkakademie für Gestaltung oder der Rat für Formgebung erhielten im Jahr 2000 rund 0,3 Mio. Euro an Fördergeldern.

Grundsätzlich stehen den Kulturschaffenden und kulturwirtschaftlich orientierten Unternehmen neben diesen Förderinstrumenten zahlreiche weitere Programme des Wirtschaftsministeriums offen, so z.B. die Programme "Hessen-Invest-Media-Start", "Gründungs- und Wachstumsfinanzierung", "Förderung der IuK-Technologie", "Förderung des Technologietransfers" u.a..

Die Ansiedlung von Unternehmen auch aus dem kulturwirtschaftlichen

Bereich wird in den strukturschwachen Regionen Nord- und Mittelhessens indirekt über die Förderung von Infrastrukturmaßnahmen, z.B. der Erschließung von Gewerbegebieten (Europäischer Fonds für regionale Entwicklung/Ziel 2), unterstützt. So konnten im Rahmen dieses Programms in neu erschlossenen Gewerbegebieten z.B. Unternehmen aus dem Bereich Filmkunst, Werbung, Kunsthandel, Druck oder Bildhauerei angesiedelt werden.

Das Finanzministerium unterstützte im Jahr 2000 das Schaffen Bildender Künstler im Rahmen seines Sonderaufonds bzw. des Titels "Kunst am Bau" mit rund 0,4 Mio. Euro und verlieh den Architekturpreis "Vorbildliche Bauten im Lande Hessen".

Das Kultusministerium stellte im Wesentlichen Projektmittel zur Förderung von kultureller Praxis an hessischen Schulen in Höhe von 0,1 Mio. Euro zur Verfügung.

Das Sozialministerium unterstützte im Jahr 2000 mit knapp 0,1 Mio. Euro z.B. Vertriebenenverbände und Landsmannschaften und förderte nicht-investive kulturelle Maßnahmen kommunaler und freigemeinnütziger Träger im Rahmen der Hessischen Gemeinschaftsinitiative "Soziale Stadt".

Kulturförderung in Hessen geschieht also nicht nur durch die Bereitstellung und den Unterhalt von öffentlichen Kulturinstitutionen, sondern schließt auch allgemeine Wirtschaftsförderung im Bereich der Kultur bzw. die direkte wie indirekte Unterstützung von kulturwirtschaftlich

ausgerichteten Unternehmen und Kulturschaffenden ein. Das Ziel, regionalwirtschaftliche Effekte dauerhaft zu stimulieren, kann folglich auch der kulturellen Entwicklung des Landes dienen.

Die Wechselwirkungen zwischen den mit öffentlichen Mitteln, aber auch mit Sponsorengeldern unterstützten Kulturprojekten bzw. Baumaßnahmen und der regionalen Wirtschaft werden in Kapitel 6 anhand ausgewählter Beispiele dargestellt.

## ■ 5.3 Öffentliche Kulturförderung im Bundesländervergleich

Mit dem so genannten Kulturfinanzbericht legen Bund und Länder seit kurzem eine Statistik über die für Kultur aufgewendeten öffentlichen Mittel vor. Diese Statistik gibt Auskunft über die finanziellen Leistungen von Bund, Ländern und Gemeinden für die verschiedenen Kulturbereiche.<sup>68</sup>

Die Abgrenzung der öffentlich finanzierten Kulturausgaben erfolgt nach dem sogenannten Grundmittelprinzip.<sup>69</sup> Das bedeutet, dass von den Ausgaben eines Aufgabenbereichs die zu-rechenbaren Einnahmen aus öffentlichen und nichtöffentlichen Quellen abgezogen werden. Die Grundmittel stellen somit die aus allgemeinen Haushaltsmitteln finanzierten Ausgaben eines Aufgabenbereichs dar.

Da die Betrachtung der Höhe der absoluten öffentlichen Kulturausgaben im Rahmen eines Bundesländervergleichs nur bedingt aussagekräftig ist, wird im Folgenden nur die Relation der öffentlichen Kulturausgaben zu den Einwohnern und dem öffentlichen Gesamthaushalt der einzelnen Bundesländer näher beleuchtet.

Daran lassen sich die wesentlichen Unterschiede bei der öffentlichen Kulturförderung identifizieren.

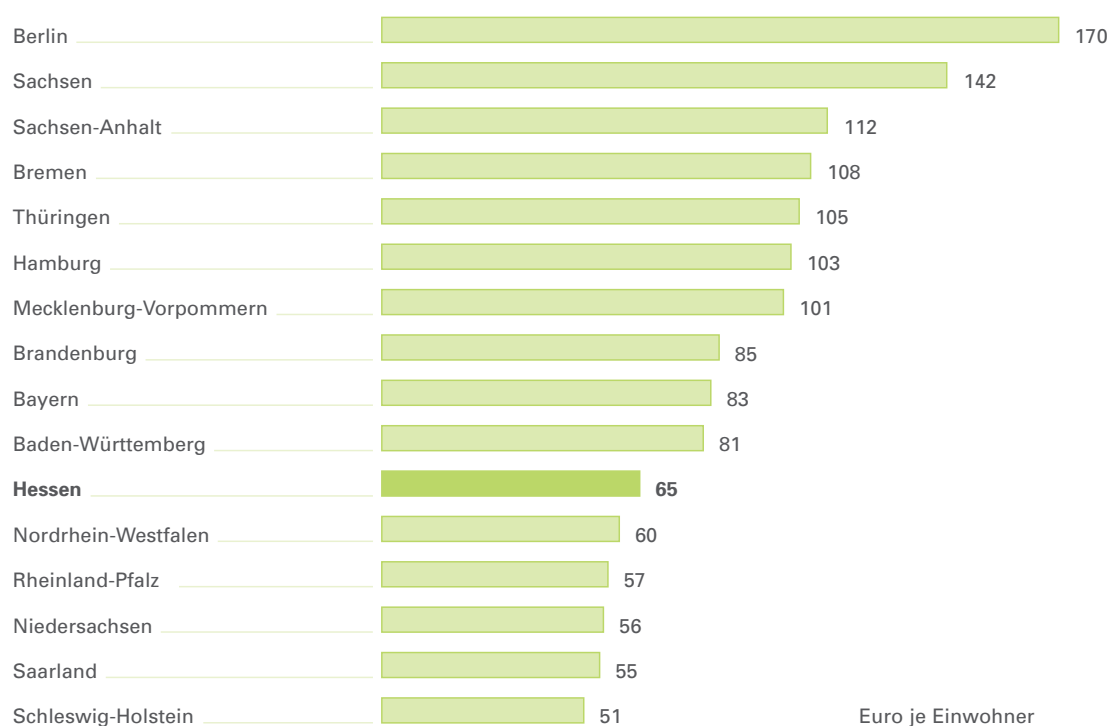
Der Anteil der öffentlichen Kulturausgaben je Einwohner liegt in Hessen mit knapp 65 Euro hinter Bayern (83 Euro) und Baden-Württemberg (81 Euro) im Mittelfeld der alten Flächenländer. In Schleswig-Holstein, Saarland, Niedersachsen, Rheinland-Pfalz und Nordrhein-Westfalen wurden im Jahr 2000 zwischen 54 Euro und knapp 60 Euro pro Einwohner für Kultur aufgewendet. Der durchschnittliche Anteil der Kulturausgaben pro Einwohner betrug in den alten Flächenländern rund 67 Euro.

In den neuen Flächenländern bezifferte er sich dagegen auf rund 114 Euro, was mit dem großen Nachholbedarf im Unterhalt und Aufbau der Kulturinfrastruktur zu erklären ist.

<sup>68</sup> Der Begriff Kultur setzt sich in der Finanzstatistik aus der Verwaltung für kulturelle Angelegenheiten, dem Bibliothekswesen, der Kunst- und Kulturpflege (Theater, Musik, Museen, Sammlungen, Ausstellungen, Denkmalschutz und Denkmalpflege) sowie den kirchlichen Angelegenheiten zusammen. Bei der Betrachtung der Kulturförderung durch das Land Hessen in den Kapiteln 5.2.2 und 5.2.3, die sich auf eine Ressortabfrage in Hessen stützt, wurde zusätzlich der Titel 44 "Städtebauförderung" berücksichtigt.

<sup>69</sup> Vgl. zu den grundlegenden Problemen bei der Abgrenzung des öffentlichen Engagements im Kulturbereich: Beek, Gregor van der (2002), S. 31 ff.

**Abbildung 11: Kulturförderung der öffentlichen Haushalte im Bundesländervergleich im Jahr 2000**



Quelle: Hessisches Statistisches Landesamt, eigene Darstellung.

Was den Anteil der öffentlichen Kulturausgaben am Gesamthaushalt eines Bundeslandes betrifft, so bestehen auch hier erhebliche Unterschiede zwischen den einzelnen Bundesländern. In Hessen betrug der Anteil der Kulturausgaben am öffentlichen Gesamthaushalt im Jahr 2000 rund 1,5%. In Bayern und Baden-Württemberg waren es gut 2%. Der durchschnittliche Anteil lag in den alten Flächenländern bei 1,7% und in den neuen Flächenländern bei rund 2,5%.



6

"Darf man in der Bahn  
nervende Handybenutzer  
aus dem Zug schmeißen?"

*Matthias Beltz*

## Anstoßeffekte von Kulturförderung

■ *Im Folgenden werden an ausgewählten Beispielen von Kultureinrichtungen und Kulturveranstaltungen die Anstoßeffekte durch öffentliche und private Förderung dargestellt. Bei der Auswahl der Beispiele wurden zum einen die regionale Bedeutung und zum anderen die verschiedenen Teilmärkte der Kulturwirtschaft als Kriterien herangezogen. Stellvertretend für die Bereiche "Kunst" und "Musik" werden die documenta Kassel und das Rheingau Musik Festival dargestellt. Dies sind darüber hinaus zwei sehr unterschiedliche Beispiele, was die Volumina der Unterstützung mit öffentlichen Mitteln angeht.*

*Zwei weitere Beispiele thematisieren ausgewählte Sanierungs- und Restaurierungsprojekte im Bereich des Kulturellen Erbes: Kloster Haydau in Nordhessen sowie das Jagdschloss Kranichstein in Südhessen. Als Beispiel für ein spartenübergreifendes kulturelles Ereignis wird der Kultursommer Mittelhessen vorgestellt.*

## ■ 6.1 Beispiel documenta

Die documenta ist die weltweit wichtigste Ausstellung zur Gegenwartskunst und findet seit 1955 in der ehemaligen Residenzstadt Kassel statt.

Mit Hilfe der von ihm gegründeten "Gesellschaft Abendländischer Kunst des XX. Jahrhunderts e.V." präsentierte Arnold Bode im noch zerstörten Museum Fridericianum die von den Nationalsozialisten als entartet diffamierte und bis dahin in Deutschland kaum gezeigte klassische Moderne. Einerseits ging es um eine Standortbestimmung nach 1945, andererseits sollte junge deutsche Kunst wieder in das internationale Kunstgeschehen eingeordnet werden. Seit 1955 hat die documenta mittlerweile 11 mal in Kassel stattgefunden, zuletzt vom 8. Juni bis zum 15. September 2002, und ist das nächste Mal 2007 zu sehen.

Die erste documenta war eine Retrospektive mit Arbeiten bedeutender Gruppierungen des Fauvismus, des Expressionismus, z.B. Blauer Reiter, des Kubismus und Futurismus sowie von Einzelkünstlern wie Pablo Picasso, Max Ernst, Hans Arp, Henri Matisse, Wassily Kandinsky, Henry Moore sowie Paul Klee, Oskar Schlemmer, Max Beckmann u.a..

Während die erste documenta im Jahr 1955 rund 130.000 Besucher anzog, wurde die documenta im Jahr 2002 von 650.000 Kunstinteressierten besucht. Der Erfolg der ersten documenta veranlasste Bode, 1959 eine zweite Ausstellung zu realisieren, und damit installierte er den Ausstellungszyklus der Kasseler documenta, die seit 1959 durch eine GmbH mit den Gesellschaftern Stadt Kassel und

Land Hessen organisiert wird. Jede documenta wird von den Ideen und dem persönlichen Konzept eines einzelnen Ausstellungskurators geprägt und stellt somit nicht nur ein Forum für die aktuellen Tendenzen der Gegenwartskunst dar, sondern setzt auch Maßstäbe hinsichtlich innovativer Ausstellungskonzepte.

In die Projekte der documenta wird regelmäßig die barocke Anlage der Karlsäue mit der Orangerie einbezogen, die mittlerweile wichtiger Bestandteil der Kunstschau geworden ist. Die Karlsäue ist Teil der in Kassel von den Landgrafen hinterlassenen bedeutenden Parkanlagen, zu denen ferner der außerhalb in Wilhelmsthal (heute: Calden) gelegene Park rund um das Rokokoschloss Wilhelmsthal mit Grotte und Wasserspielen und der Bergpark Wilhelmshöhe mit den bekannten Kasseler Kaskaden und dem Herkules gehören. Alle drei Anlagen sind als landgräfliches Ensemble anzusehen und sollen 2012 in die UNESCO-Weltkulturerbe-Liste aufgenommen werden.

**Tabelle 38: Besucher und Ausgaben der documenta-Ausstellungen seit 1955**

Jahr	Besucher	Budget in TDM
1955	130.000	379
1959	134.000	991
1964	200.000	1.860
1968	207.000	2.817
1972	220.000	3.480
1977	355.000	4.800
1982	387.000	6.958
1987	486.000	8.961
1992	616.000	18.645
1997	628.000	21.732
2002	650.000	35.352
<b>Insgesamt</b>	<b>rund 4 Mio.</b>	

Quelle: documenta-GmbH, 2003.

Landgraf Friedrich errichtete am Friedrichsplatz das Fridericianum als ersten öffentlich zugänglichen Museumsbau auf dem europäischen Kontinent und zeichnete auch für die Gründung des Theaters, die bekannten Kunstsammlungen und die Kunstakademie (heute: Kunsthochschule) verantwortlich, aus deren Nachfolgeeinrichtung heraus Arnold Bode als Kasseler Akademieprofessor die documenta entwickelte.

### ■ **Wirtschaftliche Eckdaten**

Die Stadt Kassel und das Land Hessen tragen und finanzieren als Gesellschafter zu je 50% die gemeinnützige "documenta und Museum Fridericianum Veranstaltungs-GmbH". Die documenta hatte 2002 einen Etat von rund 18 Mio. Euro, der zu 36% (rund 6,5 Mio. Euro) aus öffentlichen Mitteln (Land Hessen 2,33 Mio. Euro, Stadt Kassel 2,33 Mio. Euro, Kulturstiftung der Länder 1,32 Mio. Euro und Kulturstiftung des Bundes 0,5 Mio. Euro) und zu 64% aus eigenen Einnahmen finanziert wurde. Wesentliche Einnahmequelle waren die knapp 7 Mio. Euro Erlöse aus dem Verkauf von Eintrittskarten und Katalogen und sonstigen auf die documenta bezogenen Artikeln. Hinzu kommen noch Zuschüsse Dritter, z.B. zahlreicher internationaler Organisationen sowie Sponsorengelder, wobei diese Sponsoren von Ausstellung zu Ausstellung variieren. Sie unterstützen die documenta als Institution, d.h. es werden keine einzelnen Projekte oder Künstler durch Sponsorengelder unterstützt. Allerdings werden internationale Künstler, die auf der documenta vertreten sind, vielfach durch ihre jeweiligen nationalen Institutionen bzw. über nationale Stiftungen gefördert und finanziert.

Bei den wirtschaftlichen Effekten ist zunächst zu unterscheiden zwischen den

- direkten Effekten der ersten Wirkungsrunde, das waren 2002 die Ausgaben der 650.000 Besucher sowie die Gesamtausgaben der documenta GmbH selbst und
- den indirekten Effekten der zweiten Wirkungsrunde, das sind zusätzliche Ausgaben Dritter, z.B. von Hotels, Taxiunternehmen etc., mittelbar hervorgerufen durch gestiegene Gästezahlen anlässlich der documenta 11.



Die Ausgaben der Besucher der documenta kommen in Kassel und Umgebung nach Aussagen von Prof. Dr. Hellstern (Universität Kassel), der sich mit der Evaluierung der documenta-Ausstellungen beschäftigt, im Wesentlichen dem Hotel- und Gaststättengewerbe und den Tankstellen zugute. Der Einzelhandel spricht einer Umfrage zufolge von 5 bis 10% Umsatzzuwachs während der documenta-Zeiten. Die Effekte für den Einzelhandel sind gegenüber den Effekten

für die zuerst genannten Branchen als sekundär einzustufen. Im Vergleich dazu ebenfalls von untergeordneter Bedeutung sind die Personal- und Sachausgaben und Aufträge an Dritte durch die documenta selbst.

Die direkten wirtschaftlichen Effekte der ersten Wirkungsrunde bezifferte Hellstern für das Jahr 1997 auf ca. 60 bis 65 Mio. Euro. Davon entfielen mehr als vier Fünftel auf die Ausgaben der Besucher der documenta und nur knapp ein Fünftel auf die direkten Ausgaben der documenta selbst, wie Gehälter, Materialien, Aufträge an Handwerk und Gewerbe etc..

Nach Aussage der Gesprächspartner an der Universität Kassel haben sich bei der letzten documenta im Jahr 2002 die Grundzüge dieser wirtschaftlichen Effekte gegenüber den Jahren 1992 und 1997 nicht wesentlich verändert. Lediglich bei den Übernachtungen hat es entscheidende Veränderungen gegeben: Die Hotelübernachtungen sind trotz erhöhter Preise enorm angestiegen, leicht abgenommen haben dagegen die Übernachtungszahlen bei preiswerten und auch privaten Unterbringungsmöglichkeiten. Bei den Besuchern kann man zwei große Hauptgruppen identifizieren, zum einen ein junges Publikum, das preiswert übernachtet, und zum anderen das eher wohl situierte Publikum, das die Übernachtungen in Hotels vorzieht. Gerade in dieser Gruppe hat es Zuwächse bei Besucherzahlen und Übernachtungen gegeben.

Obwohl die wirtschaftlichen Effekte nicht permanent auftreten, sondern an den Fünf-Jahres-Rhythmus der documenta gekoppelt sind, hat sich in den Jahren von 1992 bis 1997 in Kassel beispielsweise das Angebot an Betten um 75% erhöht. Auch im Vorfeld der documenta 2002 wurden die Hotelkapazitäten in Kassel wiederum erweitert. Während die documenta stattfindet, sind die Hotels in Kassel und in der Region ausgebucht.

**Tabelle 39: Entwicklung des Bettenangebots in Hessen und in Kassel  
in den letzten drei documenta-Jahren**

Anzahl der Betten	documenta-Jahr			Veränderung
	1992	1997	2002	
				1992 - 2002
Land Hessen	161.322	174.145	180.037	11,6
Regierungsbezirk Kassel	57.860	60.425	60.254	4,1
Stadt Kassel	2.997	4.344	5.240	74,8
Landkreis Kassel	5.705	5.879	5.542	-2,9

Quelle: Hessisches Statistisches Landesamt, eigene Berechnungen.

Die Ausgaben der documenta selbst, das sind alle Ausgaben, die der Planung, Durchführung und Abwicklung der documenta dienen, einschließlich der Honorare für Personal, belaufen sich auf rund 18 Mio. Euro für den 5-Jahres-Zeitraum 1999 bis 2003.<sup>70</sup> Hierin enthalten sind z.B. die Ausgaben für Baumaßnahmen und Technik, für Transport und Versicherung der Kunstwerke, für Ausstellungsaufbau und den Druck von Katalogen und weiteren Materialien zur documenta.

Zu den Auftragnehmern zählen sowohl Unternehmen aus Kassel und der Region, die zum Teil schon mehrmals für die documenta tätig waren, als auch Unternehmen aus ganz Deutschland, die seit Jahren mit speziellen Aufgaben beauftragt werden, z.B. mit handwerklichen Aufträgen im Rahmen der Realisierung von Kunstprojekten oder mit dem Transport von Kunstwerken. Darüber hinaus hat die documenta mittelbar Anstöße für spin-offs und die Gründung von Unternehmen gegeben, z.B. im Bereich der Lichttechnik, die sich in Kassel angesiedelt haben.

Die Personalkosten betragen ca. 4,5 Mio. Euro im letzten 5-Jahres-Zeitraum, wobei in der Geschäftsstelle im Jahr 2003 15 Mitarbeiter beschäftigt waren. In Spitzenzeiten, d.h. während der Ausstellungsphase, sind rund 800 Personen für die documenta tätig, darunter wissenschaftliche Mitarbeiter mit Zeitverträgen, Mitarbeiter mit Werkverträgen, Aushilfen, Studenten und Praktikanten.

Bei der documenta 11 führten allein 110 Mitarbeiter des Besucherdienstes die Besuchergruppen durch die Ausstellung, rund 500 Personen übernahmen in wechselnden Schichten die Aufsicht in den Ausstellungsräumen.

Mit dem Aufbau der Kunstwerke waren zudem mehr als 100 Handwerker und Künstlerassistenten beschäftigt. Die documenta-GmbH hat sich durch den kontinuierlichen Betrieb der Kunsthalle Fridericianum zwischen den Ausstellungen stabilisiert und sichert die Kontinuität z.B. bei der technischen Leitung durch die ständige Beschäftigung von qualifizierten Mitarbeitern. Seit 1992 wird z.B. auch die documenta-Halle zusätzlich betrieben und vermarktet.

<sup>70</sup> Datengrundlage: Angaben der documenta-GmbH für die documenta 11, d.h. die Geschäftsjahre 1999 bis einschließlich 2003.

Zu den indirekten wirtschaftlichen Effekten ist die Zunahme des Kulturtourismus in Kassel zu zählen. Nicht nur die documenta-Ausstellungen, sondern der Kulturtourismus insgesamt bringt für Kassel erhebliche wirtschaftliche Effekte mit sich.

Den Erfolg belegen die Übernachtungszahlen (vgl. Tabelle 40): Sie sind in der Stadt Kassel seit 1992 von rund 500.000 um knapp 46% auf gut 730.000 in 2002 angestiegen, entgegen dem Trend in Hessen (- 11,7%) und dem Trend im RB Kassel (- 22,9%).

Dies kann indirekt auch auf die documenta zurückgeführt werden, auch wenn sich der positive Beitrag dieser Veranstaltung für die Entwicklung der Übernachtungszahlen insgesamt nicht exakt quantifizieren lässt.

Nach den Jahren 1992 und 1997, in denen in Kassel jeweils documenta-Ausstellungen stattfanden, waren die Übernachtungszahlen zunächst rückläufig, aber bereits 1999 wurden die Übernachtungszahlen der vorausgegangenen documenta 1997 übertroffen. Dies deutet darauf hin, dass die Attraktivität Kassels auch zwischen den documenta-Jahren gestiegen ist.

**Tabelle 40: Entwicklung der Übernachtungen in Kassel in den letzten drei documenta-Jahren**

Anzahl der Übernachtungen	documenta-Jahr			Veränderung
	1992	1997	2002	
Land Hessen	27.890.025	22.824.860	24.616.262	-11,7
RB Kassel	10.258.076	7.598.626	7.912.251	-22,9
Kassel	501.742	611.823	731.253	45,7

Quelle: Hessisches Statistisches Landesamt, eigene Berechnungen.

Als Imageträger dient die documenta auch der Erhöhung des Bekanntheitsgrades des Standortes Hessen und – das wird vielfach unterschätzt – des Standortes Deutschland auf europäischer und internationaler Ebene. Wesentlichen Anteil haben daran die Werbung für die documenta und vor allem die Berichterstattung in den Medien. Die Berichte erscheinen vielfach in Medien, die von Zielgruppen gelesen und gehört werden, die wiederum Multiplikatorenfunktion haben. Weltweit erscheinen ca. 15.000 Zeitungsberichte über die documenta. In den Jahren 1997 und 2002 wurden darüber hinaus zahlreiche Unternehmensgruppen durch die documenta geführt. Von dieser Leser- und Besucherklientel lassen sich ebenfalls positive wirtschaftliche Effekte für Kassel ableiten. Zu den indirekten wirtschaftlichen Effekten ist daher auch das sich seit 1992 gut entwickelnde Tagungsgeschäft in Kassel zu zählen, wiederum verbunden mit zusätzlichen Einnahmen für die regionale Wirtschaft. Zahlreiche Unternehmensveranstaltungen und Verbandstagungen finden zu Zeiten der documenta statt.

## ■ Ausblick

Um die documenta und die Gegenwartskunst auch zwischen den einzelnen Ausstellungen in Kassel und der Region lebendig zu halten, ist die documenta-GmbH bestrebt, zunehmend kulturelle Veranstaltungen und Aktivitäten für die "Zwischenräume" zu konzipieren. Zwischen den einzelnen documenta-Ausstellungen werden in der Regel ca. 8 bis 10 Ausstellungsprojekte in der Kunsthalle Fridericianum als eigenständige Projekte gezeigt.

Als weiteres Projekt der documenta-GmbH ist die Ausstellung "50 Jahre documenta" im Jahr 2005 geplant, die gleichzeitig als Werbemaßnahme für die nächste documenta im Jahr 2007 fungieren soll.

In Vorbereitung ist ferner eine sogenannte documenta-Akademie, ein Projekt, das gemeinsam mit der Hochschule in Kassel realisiert werden soll. Junge Künstler sollen die Gelegenheit haben, nach einem Jahr Akademie-Teilnahme im Fridericianum auszustellen.

In engem inhaltlichen Zusammenhang mit der documenta steht das documenta-Archiv – das sogenannte Kunstgedächtnis der Stadt Kassel. Diese wertvolle Dauereinrichtung wurde 1961 ebenfalls von Arnold Bode gegründet und befindet sich zu 100% in städtischem Besitz. Die Bibliothek des Archivs umfasst ca. 80.000 Bücher, Ausstellungskataloge, Kunstzeitschriften und andere Kleinschriften zur Gegenwartskunst. Den bedeutenden Sammlungskern des documenta-Archivs bilden jedoch seit 1961 die vollständigen Akten und Materialien aus dem Umfeld der documenta-Organisation. Neben einer intensiven Sammlungstätigkeit erarbeitet das documenta-Archiv als wissenschaftliches Institut dokumentarische Ausstellungen zur Geschichte der documenta.

## ■ 6.2 Beispiel Rheingau Musik Festival

Seit über 15 Jahren existiert das Rheingau Musik Festival mit Sitz in Oestrich-Winkel. Das Rheingau Musik Festival ist mit seinen derzeit rund elf Mitarbeitern ein Unternehmen im Bereich der Musikveranstaltungen, das ein breites Spektrum von der so genannten E-Musik (ernste Musik) verschiedenster Epochen bis hin zu Jazz und Kabarett abdeckt. Die Philosophie bzw. das Selbstverständnis des Festivals basiert nicht auf der Rolle eines Veranstalters, der für regionale Talente (Hochschulabgänger etc.) eine Bühne bietet, oder als eine Institution, die im Bereich der Musik einen Bildungsauftrag übernommen hätte. Vielmehr liegt der Fokus auf Veranstaltungen, in denen mit "Qualitätsprodukten" die Zielgruppe der Musikliebhaber angesprochen werden soll.

Die bisherige Entwicklung des Festivals kann als Erfolgsgeschichte bezeichnet werden. Mit jeder Saison ist bisher neben der Anzahl der Konzerte und Spielstätten auch die Anzahl der Besucher, der Sponsoren und der Mitarbeiter gestiegen. Im Jahr 2002 fanden rund

150 Konzerte statt, für die 130.000 Karten verkauft wurden, das entspricht in etwa 30.000 bis 40.000 Besuchern, von denen etliche mehrere Konzerte hörten.<sup>71</sup> Nach Angaben des Rheingau Musik Festivals beträgt die Auslas-

tungsquote der Konzerte rund 90%. Die überwiegende Mehrzahl der Besucher (80%) kommt aus dem Rhein-Main-Gebiet und Umgebung, 15% der Besucher stammen aus dem übrigen Bundesgebiet und 5% sind internationales Publikum.

Im Jahr 2003 finden die Veranstaltungen des Rheingau Musik Festivals in rund 20 Kommunen statt. Die Auswahl der Veranstaltungsorte variiert von Jahr zu Jahr und beschränkt sich nicht nur auf die engere Region des hessischen Rheingaus von Hochheim bis Lorch, sondern bezieht auch angrenzende Städte wie Rüsselsheim, Wiesbaden und Frankfurt ebenso wie Kommunen im Taunus mit ein.

Das Rheingau Musik Festival hat einen Etat von rund 6,5 Mio. Euro, der zu 50% über Sponsorengelder und zu 50% über den Kartenverkauf getragen wird. Unter den Sponsoren ist auch das Land Hessen mit 25.000 Euro vertreten, das entspricht rund 0,4% des Etats.

Aus Sicht des Rheingau Musik Festivals ist es sehr schwierig, Veranstaltungen im Bereich der Klassischen Musik, insbesondere bei der Darbietung von Orchester-Konzerten auf hohem Niveau, im Voraus wirtschaftlich exakt zu kalkulieren. Die Einnahmen durch den Kartenverkauf decken in der Regel nicht die notwendigen Ausgaben, wenn berücksichtigt wird, dass durchschnittlich ein Orchester mit 80 bis 100 Musikern ca. 60.000 bis 80.000 Euro Honorar pro

<sup>71</sup> Grundlage der Berechnung bildet die 1998 im Rahmen einer Kundenbefragung ermittelte Anzahl der besuchten Veranstaltungen. Vgl. Sirrenberg, Felix (1998), Seite 36.

Auftritt erhält. Für internationale Spitzenorchester, z.B. aus den USA, müssen auch weit höhere Honorare gezahlt werden. Hinzu kommen die Kosten für die Anmietung der Veranstaltungsorte, die sich für anspruchsvolle Lokalitäten wie die Alte Oper in Frankfurt schnell auf zusätzliche rund 13.000 Euro pro Abend belaufen können.

Vor diesem Hintergrund ist die Unterstützung durch Sponsoren für das Rheingau Musik Festival essentiell. Es wird von einem Hauptsponsor sowie von vier Co-Sponsoren unterstützt.<sup>72</sup> Darüber hinaus gibt es eine Vielzahl von Unternehmen, die alljährlich projektbezogen das Sponsoring für ausgewählte Veranstaltungen übernehmen. Die Mehrzahl der Sponsoren ist mit der Region eng verbunden, d.h. entweder der Unternehmenssitz oder eine Niederlassung befindet sich im Rhein-Main-Gebiet.

### ■ Wirtschaftliche Effekte

Bei den regionalökonomischen Auswirkungen sind die direkten wirtschaftlichen Effekte, die auf Ausgaben des Unternehmens Rheingau Musik Festival selbst zurück zu führen sind, und die indirekten wirtschaftlichen Effekte, die durch die Ausgaben der Besucher und der Sponsoren entstehen, voneinander zu unterscheiden.

Die Aufträge und Honorare des Rheingau Musik Festivals an Dritte belaufen sich insgesamt auf knapp 1,4 Mio. Euro jährlich<sup>73</sup>, von denen ca. 80% – das sind gut 1,1 Mio. Euro – in der Region Rhein-Main nachfragewirksam werden. Zu nennen sind hier insbesondere Ausgaben, die im direkten Zusammenhang mit den Veranstaltungen stehen, wie die Miete für die Spielstätten, die Ausgaben für die Unterbringung der Künstler und Ensembles sowie die Ausgaben für Bereitstellung der Technik.

Hinzu kommen Ausgaben für die Werbung, den Druck der Veranstaltungsführer, Betreuungspersonal, Verpflegung und sonstige Dienstleistungen.

- Die Spielstätten des Rheingau Musik Festivals, z.B. Baudenkmäler, Schlösser und Kirchen, die sich zu 80% in öffentlicher Trägerschaft befinden, werden im Regelfall angemietet, wobei sich die Mietpreise in den letzten drei Jahren nahezu verdoppelt haben. Insgesamt hat das Rheingau Musik Festival im letzten Jahr ca. 186.000 Euro für Mieten ausgegeben, wobei die angemieteten Räumlichkeiten in der Regel keine Möblierung oder Technik aufweisen. Die technische Infrastruktur muss vom Rheingau Musik Festival selbst gestellt werden.

<sup>72</sup> Vgl. Internetauftritt [www.rheingau-musik-festival.de](http://www.rheingau-musik-festival.de)

<sup>73</sup> Datengrundlage: Angaben des Rheingau Musik Festivals für das Geschäftsjahr 2002.

- Die Ausgaben für Konzerttechnik, für Instrumente, Klavierstimmer, Instrumententransporte etc. beliefen sich im gleichen Jahr auf rund 320.000 Euro.
- Zudem erhält das lokale und regionale Hotel- und Gaststättengewerbe Aufträge vom Rheingau Musik Festival. So gibt das Festival selbst jährlich ca. 300.000 Euro für Unterbringung, Gastronomie und Catering aus.
- Weitere regional nachfragewirksame Ausgaben für unternehmensnahe Dienstleistungen, z.B. für die Herstellung von Drucksachen und Werbung, belaufen sich auf knapp 400.000 Euro jährlich.
- In einzelnen Vorbereitungsphasen oder während der Konzerte beschäftigt das Rheingau Musik Festival neben den 11 ständigen Mitarbeitern noch rund 100 weitere Mitarbeiter. Dahinter steht ein Honorarvolumen für Helfer, Hostessen, freie Mitarbeiter und Autoren von ca. 180.000 Euro.

Zusammengefasst werden durch das Rheingau Musik Festival somit direkt knapp 1,4 Mio. Euro in der Region nachfragewirksam.

Hinzu kommen die Ausgaben der Besucher, vor allem für Übernachtungen der externen Besucher von Musikveranstaltungen, die – wie bereits dargelegt – 20% der Besucher dieses Festivals stellen. Zu berücksichtigen ist ferner, dass Winzer, Gastronomie, Einzelhandel, aber auch Taxiunternehmen, Tankstellen etc. von den Ausgaben der Besucher profitieren.<sup>74</sup>

So gaben bei einer Besucherbefragung im Jahr 1998 77% der Besucher an, während des Festivals zwischen 5 Euro und 150 Euro für die Gastronomie auszugeben<sup>75</sup>. Legt man einen Durchschnittswert von nur 50 Euro und ca. 35.000 Besuchern (= 100%) zugrunde, so wären das knapp 1,4 Mio. Euro, die allein der Gastronomie zugute kommen. Weitere 33% der Besucher kauften im Jahr 1998 Wein im Wert zwischen 5 Euro und 150 Euro ein. Bei gleichen Grundannahmen ergäbe sich hier eine Einnahme von knapp 0,6 Mio. Euro für die Winzer der Region. Nur diese beiden Ausgabenpositionen der Besucher des Festivals würden demnach knapp 2 Mio. Euro Nachfrage in der Region auslösen. Diese – wenn auch sehr grobe Rechnung – verdeutlicht beispielhaft, dass von der Institution Rheingau Musik Festival und den damit verbundenen Ausgaben der Besucher zusätzliche Nachfrage nach Gütern und Dienstleistungen in der Region induziert wird.

<sup>74</sup> Über die Ausgaben können in diesem Rahmen dieses Berichts keine exakten Angaben gemacht werden, da keine aktuellen Primärerhebungen vorliegen.

<sup>75</sup> Vgl. Sirrenberg, Felix (1998), S. 1.

Ein weiterer bedeutender indirekter Effekt des Festivals: Einzelne Sponsoren geben während der Veranstaltungen häufig eigene Empfänge, die in direktem räumlichen und zeitlichen Zusammenhang mit der von ihnen gesponserten Veranstaltung stehen. Dies sind ca. 100 Empfänge pro Saison. Davon profitieren die Vermieter der Veranstaltungsorte direkt: Räume, die sonst nicht parallel vermietet werden könnten, erzielen so Mieteinnahmen. Nach Angaben des Rheingau Musik Festivals ist dabei von einem Mindestjahresumsatz allein für Cateringleistungen in Höhe von 700.000 Euro auszugehen.

Auch wenn der wirtschaftliche Nutzen des Rheingau Musik Festival im Rahmen dieser Untersuchung nicht exakt quantifiziert werden kann, bleibt an dieser Stelle festzuhalten, dass die gesamte Region von der Institution profitiert und ein zusätzliches Umsatzvolumen von mindestens knapp 4 Mio. Euro durch das Festival ausgelöst wird.

Zu berücksichtigen ist zusätzlich der Imageeffekt des Festivals. So ist der Rheingau nicht nur durch seine Landschaft selbst und seinen Wein bekannt geworden. In den letzten zehn Jahren hat auch das Rheingau Musik Festival einen wesentlichen Teil dazu beigetragen, den Bekanntheitsgrad dieser Region zu erhöhen und den Rheingau zu einem Imageträger für Hessen gemacht. Daraus resultieren wiederum Einnahmen im Tourismus, die z.T. indirekt auch auf das Festival zurückzuführen sind.

Eine wesentliche Voraussetzung für die Durchführung des Festivals ist die finanzielle Unterstützung durch Sponsoren. Mittlerweile ist jedoch der Sponsorenmarkt umkämpfter denn je, da zunehmend auch öffentliche Institutionen wie Opern und Theater auf Sponsoren zugehen. Noch bis vor kurzem bewarben sich Unternehmen als Sponsoren beim Rheingau Musik Festival. Mittlerweile müssen die Sponsoren verstärkt angeworben werden, wobei Fusionen in den Branchen, welche maßgeblich das Festival unterstützen, und die allgemeine konjunkturelle Situation diese Aufgabe erschweren.





## ■ 6.3 Beispiel Jagdschloss Kranichstein bei Darmstadt

Das Jagdschloss Kranichstein liegt nur wenige Kilometer nordöstlich von Darmstadt in landschaftlich reizvoller Umgebung. Es ist einer der wenigen erhaltenen barocken Jägerhöfe in Deutschland. Heute befinden sich im Jagdschloss:

- ein Jagdmuseum mit einem Rundgang durch die Geschichte der Jagd und einer Sammlung von Gemälden, Möbeln und Tapisserien aus der Zeit des Barock in den ehemaligen jagdlichen Salons,
- das Hotel "Jagdschloss Kranichstein" sowie
- die Landesjagdschule des Jagdverbandes Hessen im Zeughaus des Jagdschlusses.

Eigentümerin des Jagdschlusses Kranichstein samt ca. 11 Hektar Park-, Teich- und Waldfläche ist die Stiftung Hessischer Jägerhof, die bereits 1951 als eine gemeinnützige Stiftung des privaten Rechts gegründet wurde. Der Stiftungszweck umfasst laut Angaben im Internet die "Förderung des gesamten Jagdwesens und der damit verbundenen wissenschaftlichen, didaktischen, ökologischen sowie bestandserhaltenden Aufgaben und Einrichtungen, insbesondere der themenbezogenen naturkundlichen Wissensvermittlung, der musealen Präsentation sowie kulturellen Veranstaltungen".<sup>76</sup>

Die Stiftung dient auch der Erhaltung und Wiederherstellung jagdhistorisch und kulturell besonders wichtiger Baudenkmäler in Hessen und ist Trägerin des Museums Jagdschloss Kranichstein.

Neben der Dauerausstellung zur Geschichte der Jagd mit Schwerpunkt "Jagen im Barock" wird den Besuchern des Jagdschlusses auch ein umfangreiches Programm mit Führungen zu verschiedensten Themenschwerpunkten, einer Literaturreihe und Veranstaltungen für Kinder angeboten. Hinzu kommen die Sommerspiele Jagdschloss Kranichstein mit Theateraufführungen und Konzerten sowie weitere Sonderveranstaltungen.

Darüber hinaus können die Museumsräume sowie die Tagungsräume des Hotels und der Schlosspark für Veranstaltungen angemietet werden.

<sup>76</sup> Quelle: Internetauftritt des Jagdschlusses Kranichstein: [www.jagdschloss-kranichstein.de](http://www.jagdschloss-kranichstein.de)

## ■ **Wirtschaftliche Effekte**

Von 1988 bis 1996 wurde das Jagdschloss Kranichstein umfassend saniert. Die Kosten der Sanierung in Höhe von rund 13 Mio. Euro wurden zu gleichen Teilen vom Land Hessen und der Stadt Darmstadt getragen.

Aufgrund der insgesamt geringen Höhe der Investitionssumme ist dieses Projekt mit Blick auf die langfristigen wirtschaftlichen Effekte für das regionale Baugewerbe jedoch zu vernachlässigen. Auch die Sanierung des Zeughauses hat mit einem Investitionsvolumen von rund 1 Mio. Euro keine wesentliche Bedeutung für die regionale Bauwirtschaft.

Die Sanierung des Jagdschlusses Kranichstein war jedoch die Basis für die heutige vielfältige Nutzung, die sich durch die Bündelung von verschiedenen kulturellen Aktivitäten wie Ausstellungen, Lesungen, Konzerte etc. aber auch Gastronomie auszeichnet. Im weitesten Sinne wurde durch die Sanierung somit eine spezifische kulturelle Infrastruktur bereitgestellt, die sich gut für diese Art von Projekten eignet und Multiplikator- und Anstoßeffekte für die Kulturlandschaft in Darmstadt impliziert.

Die laufende Unterhaltung und Bewirtschaftung des Jagdschlusses einschließlich der Restaurierung von Inventar, die sich auf durchschnittlich circa 180.000 Euro pro Jahr beläuft, wird derzeit unter anderem aus den Pachteinahmen für den Schlossflügel, der als Hotel genutzt wird, und aus Mieteinnahmen für einzelne Räume bestritten. Personal und Museumsbetrieb in Höhe von circa. 200.000 Euro werden überwiegend aus Zuwendungen der Jagdabgabe und aus den Eintrittsgeldern für das Museum finanziert. Einzelne Museumsprojekte, z.B. Ausstellungen, Lesungen oder Konzerte, können nur durch die Akquisition

zusätzlicher Sponsorenmittel realisiert werden, da hierfür kein Etat vorhanden ist.

Die Ausstellungs- und Museumsprojekte werden im wesentlichen durch die Geschäftsführung selbst erarbeitet, wobei den Kontakten zu anderen Museen und informellen Netzwerken eine wichtige unterstützende Funktion zukommt.

Die regionale Wirtschaft profitiert wenig von Aufträgen im Zusammenhang mit der Unterhaltung der Liegenschaft oder von Honoraraufträgen für Führungen, Publikationen sowie Ausstellungskonzeptionen. In geringem Umfang werden Druckaufträge für Prospekte etc. vergeben. Ein eigenes breit angelegtes Marketing kann sich die Stiftung Jagdschloss Kranichstein nicht leisten, was die Erhöhung des Bekanntheitsgrades und die Gewinnung von überregionalen Besuchern erschwert.

Derzeit besuchen jedes Jahr rund 12.000 bis 14.000 Personen, ein Drittel davon Kinder, das Jagdmuseum. Die Besucher kommen überwiegend aus dem erweiterten Rhein-Main-Gebiet.

Aufgrund der eingeschränkten finanziellen Mittel für die eigentliche Projektarbeit und der geringen personellen Kapazitäten können keine großen

Kulturprojekte konzipiert werden. Ein Angebot an weiteren gastronomischen oder Freizeitangeboten in unmittelbarer Nähe des Jagdschlusses existiert aufgrund der Lage des Jagdschlusses nicht. Insofern sind indirekte wirtschaftliche Effekte, z.B. Ausgaben der Besucher außerhalb des Jagdschlusses, nicht zu ermitteln.

#### ■ **Ausblick**

Mit der anstehenden Sanierung des Zeughauses soll auch ein Artenschutzmuseum aufgebaut werden. Die Fachhochschule Darmstadt übernahm seinerzeit die digitale Vermessung der Liegenschaften. Das Ausstellungskonzept wird in enger Kooperation mit dem Senckenberg Naturmuseum in Frankfurt erarbeitet, das z.T. auch die Exponate liefern wird. Eine Unterstützung durch private Sponsoren ist hierbei angestrebt. Allerdings sind private Sponsoren nach den Erfahrungen der Stiftung Hessischer Jägerhof für solche Projekte sehr schwer zu akquirieren.

Ein verbessertes Kulturmarketing der Stadt Darmstadt, als Klammer für die verschiedenen Darmstädter Kultureinrichtungen könnte auch das Jagdschloss Kranichstein als Plattform für Musik- und Literaturveranstaltungen zusätzlich unterstützen und dazu beitragen, die Besucherzahlen zu erhöhen. Ein breiteres kulturelles Angebot, das angemessen beworben wird, lässt sich allerdings nach Aussage der Stiftung nur mit erhöhten personellen wie finanziellen Mitteln aufbauen.

## ■ 6.4 Beispiel Kloster Haydau in Morschen

Das mittelalterliche Kloster Haydau in Morschen im Schwalm-Eder-Kreis, das auf die Stiftung einer Nonnenniederlassung im Jahr 1235 zurückgeht, ist das in seinem Bestand am besten erhaltene Zisterzienserinnenkloster Hessens. Es handelt sich um eine Anlage mit einer einzigartigen, über die Jahrhunderte gewachsenen Stilvielfalt, die dennoch das Idealschema einer Vierflügelanlage mit einem vollständig erhaltenen Kreuzgang und einer Kirche bewahrt hat. Reizvoll ist darüber hinaus der spätere Fachwerkaufsatz. Das Kloster ist umgeben von Teilen eines landgräflichen, in Terrassen angelegten Parks, der sich zur Fulda hin orientiert, von einer Orangerie und einem Herrenhaus (heute Rathaus) sowie einer langgestreckten Flucht zugehöriger Wirtschaftsgebäude.

In der Mitte des 14. Jahrhunderts hatte sich Kloster Haydau nicht nur zum geistig-kulturellen, sondern auch zum wirtschaftlichen Zentrum entwickelt, an das die Landgrafen Städte und Dörfer verpfändet hatten. Aber wie fast alle Klöster im nordhessischen Raum wurde es 1527 im Zuge der Reformation aufgelöst und durch Landgraf Moritz noch vor 1619 zu einem landgräflichen Jagdschloss als Nebenresidenz umgebaut. Zu Beginn des 17. Jahrhunderts fanden umfangreiche Baumaßnahmen statt, Rathaus und Orangerie wurden den Wirtschaftsgebäuden hinzugefügt.

Ab 1830 wurden die Wirtschaftsgebäude als Staatsdomäne verpachtet. Das Kloster selbst beherbergte ab 1858 die damals neu gegründete Hessische Landwirtschaftsversuchsanstalt. Um 1890 nutzte eine Molkerei Teile des Südflügels, im Geschoss darüber lagen zu der Zeit Wohnräume. Um 1937 wurde die Staatsdomäne aufgelöst, die Räumlichkeiten des

Klosters wurden von Handwerk und Gewerbe und nach dem zweiten Weltkrieg auch als Sozialwohnungen genutzt. Seit Anfang der siebziger Jahre stand das in kommunalem Eigentum befindliche Kloster endgültig leer, was einen zunehmenden Verfall mit sich brachte.

Im Jahr 1985 wurde mit der modellhaften Sicherung und Sanierung des Klosters begonnen. Das der Sanierung zugrunde liegende Konzept verfolgte zum einen das Ziel, die verschiedenen Epochen der Baugeschichte des Klosters sichtbar und lebendig zu erhalten, statt ausschließlich ein mittelalterliches Ambiente zurückzuholen. Zum anderen sollte das Denkmal nicht nur restauriert und konserviert werden, sondern in das kulturelle und gesellschaftliche Leben der Region durch unterschiedlichste Nutzungen integriert werden. Ein zentrales Ziel ist deshalb die Förderung von Kultur und Wissenschaft in einer ländlichen Region in Nordhessen durch die Realisierung von Konzerten, Theater- und Varieté-Aufführungen, von wissenschaftlichen und allgemeinbildenden Seminaren, Kunstausstellungen sowie Vortrags- und Fortbildungsveranstaltungen im Kloster.

Nach rund 15 Jahren Renovierungs- und Umbauarbeiten wurde im September 2001 das "Seminar- und Kulturzentrum Kloster Haydau" eröffnet, in dem das ganze Jahr hindurch verschiedene Veranstaltungen stattfinden. Hervorzuheben sind insbesondere die Hochschultage der Universität Kassel, der Musikwettbewerb des Bundesverbandes der Deutschen Industrie e.V. (BDI), die Haydauer Umweltforen und die Haydauer Gesundheitstage. Darüber hinaus finden zahlreiche kulturelle Veranstaltungen, z.B. im Rahmen des Kultursommers Nordhessen, statt. Hinzu kommen noch Weinfeste, Jazzfrühschoppen sowie zahlreiche Hausmessen und Jahrestagungen von Firmen (vgl. Tabelle 41). Die kulturellen Veranstaltungen werden von einem eigens ins Leben gerufenen ehrenamtlich tätigen Kulturring konzeptioniert und organisiert.

**Tabelle 41: Veranstaltungen im Kloster Haydau im Jahr 2002**

Veranstaltungsart	... an x Tagen
Tagungen, Seminare und Sitzungen	174
Feste und Feiern (privat/Vereine/Kirchengemeinde)	31
Konzerte, Lesungen, Musikwettbewerbe	14
Ausstellungen	46
Trauungen	11
Veranstaltungen der Gemeinde	10

Quelle: Angaben des Fördervereins Kloster Haydau.

Als Seminar- und Tagungszentrum ist Kloster Haydau vor allem in der Region Nordhessen bekannt. Die überwiegende Mehrzahl (80%) der externen Nutzer stammt aus dieser Region, weitere knapp 20% kommen aus Hessens anderen Teilen. Die Anzahl der externen Nutzer aus dem übrigen Bundesgebiet ist zu vernachlässigen. Aus wirtschaftlichen Gründen strebt der Förderverein einerseits eine gute Auslastung des Klosters an. Andererseits gilt es, auf die denkmalgeschützte Substanz des Klosters Rücksicht zu nehmen und die Anlage vor einer zu intensiven Belegung und Nutzung zu bewahren. Diese Gratwanderung zwischen Denkmalschutz und wirtschaftlichem Betrieb fordert von Förderverein und Hausverwaltung besondere Aufmerksamkeit.

## ■ Wirtschaftliche Effekte

Die Sanierungskosten für Kloster Haydau beliefen sich auf ca. 18,5 Mio. Euro. Diese Mittel wurden vom Bund (aus der Zonenrandförderung und aus Mitteln der Deutschen Stiftung Denkmalschutz), vom Land Hessen (Mittel der Denkmalpflege bzw. aus den Lottoeinnahmen des Landes Hessen) und vom Schwalm-Eder-Kreis aufgebracht. Der Bund und das Land Hessen waren dabei mit jeweils 49% beteiligt, der Landkreis mit 2%. Zum Zuge kamen bei den Restaurierungs- und Sanierungsmaßnahmen überwiegend Unternehmen aus Nordhessen, aber auch aus Thüringen und Niedersachsen. Ein entscheidendes Kriterium bei der Vergabe der Restaurierungsarbeiten war das Vorhandensein des notwendigen Spezialwissens, z.B. bei den Zimmerarbeiten oder den Lehm- und Putzarbeiten.

Im Jahr 1990 wurde ein Förderverein gegründet mit dem Zweck, die Restaurierung des Klosters Haydau zu fördern und das Kloster bzw. das Kommunikations- und Kulturzentrum während und nach der Restaurierung zu verwalten. Ohne das ehrenamtliche Engagement zahlreicher Mitglieder des Fördervereins und ohne die Mithilfe von Familienmitgliedern wäre die Organisation der Veranstaltungen und die Verwaltung des Klosters durch den einzigen hauptamtlich angestellten Mitarbeiter nicht leistbar.

Darüber hinaus hat der Förderverein eine von der Deutschen Stiftung Denkmalschutz in Bonn treuhänderisch verwaltete "Unterstiftung Kloster Haydau" ins Leben gerufen zur Sicherstellung der langfristigen Unterhaltung und Pflege der Klosteranlage sowie zur Finanzierung möglicher Instandsetzungsarbeiten nach Abschluss der Restaurierung des Klosters. Es ist angestrebt, mit dieser Stiftung ein Stammkapital von ca. 2,0 Mio. Euro aufzubauen, um aus den Zinseinnahmen die laufende Unterhaltung des Objekts zu bestreiten. Die Bildung dieses Stammkapitals soll einerseits über die Einwerbung von Spenden und andererseits durch die Abführung von Überschüssen erfolgen, die sich aus der Nutzung des Klosters als Kommunikations- und Kulturzentrum ergeben. Seit 1990 wurden für die Sanierung und den Unterhalt des Klosters Haydau Spenden eingeworben. Nach Angaben des Fördervereins konnten bis Ende 2002 insgesamt knapp 890.000 Euro Spendeneingänge verbucht werden. Das Stammkapital der Unterstiftung Kloster Haydau betrug zum Ende des Jahres 2002 rund 900.000 Euro.

Vorsitzender des Fördervereins ist der Melsunger Unternehmer Dr. Ludwig Georg Braun (B. Braun Melsungen AG), Präsident des Deutschen Industrie- und Handelskammertages (DIHK) sowie der Kasseler Industrie- und Handelskammer. Er ist ein wesentlicher Inspirator und Motor des Vereins, insbesondere

was die Unterstützung des Projektes durch Einwerbung von Spenden betrifft. Dazu zählen neben auf Zustifterveranstaltungen eingeworbenen Beträgen viele kleinere Spenden und vor allem Spenden des Unternehmens B. Braun Melsungen und der Familie Braun selbst. Die bisher so erfolgreiche Unterhaltung und Nutzung des Klosters Haydau wäre ohne den persönlichen Einsatz und die Unterstützung L.G. Brauns, z.B. bei Schwierigkeiten während der Bauarbeiten oder bei der Finanzierung, nicht möglich gewesen. Derzeit wird in seinem Auftrag in unmittelbarer Nachbarschaft des Klosters ein alter Fachwerkbau restauriert und zu einem Hotel mit ca. 60 Betten umgebaut. Das vergrößerte Übernachtungsangebot soll es ermöglichen, verstärkt mehrtägige Veranstaltungen im Kloster anbieten zu können.

Bei den direkten wirtschaftlichen Effekten, die durch das wieder hergerichtete Kloster und seine kulturelle und gesellschaftliche Nutzung hervorgerufen werden, sind in erster Linie Aufträge des Fördervereins im Rahmen der Bauunterhaltung des Klosters z.B. an die regionale Bau- und Energiewirtschaft zu nennen. Indirekte Effekte ergeben sich z.B. durch Aufträge der externen Veranstalter an Gastronomie und Pensionen, Einzelhandel und die zusätzlichen Ausgaben der Veranstaltungsgäste in der Region.

- Nachdem die Sanierung des Klosters abgeschlossen ist, beziffert der Förderverein die jährlichen Kosten für Bauunterhaltung und Bewirtschaftung auf ca. 57.000 Euro.<sup>77</sup> Das sind im Wesentlichen Kosten für Strom und Gas, Wasser- und Kanalgebühren, für die Wartung und Instandhaltung der Brandmelde-, Heizungs- und Lüftungsanlagen und für kleinere Anschaffungen, Werbekosten etc.
- Ein weiterer Ausgabeposten des Fördervereins sind die Personalkosten in Höhe von rund 40.000 Euro für die Hausverwaltung. Die gesamte Verwaltung und Organisation des Klosters wird durch eine einzige vollbeschäftigte Person geleistet, die beim Förderverein fest angestellt ist.

<sup>77</sup> Angaben des Fördervereins Kloster Haydau e.V. Morschen.

- Die Kosten für die Vorbereitung von Veranstaltungen sowie Kosten für Werbung und Anzeigen belaufen sich in etwa auf 7.000 Euro. Dazu zählen z.B. Künstlerhonorare, Dekoration und Bewirtung, der Aufbau einer Website, die Gestaltung und der Druck eines Prospekts, Anzeigen in der Tourismuskarte Nordhessen etc. Diese Aufträge werden überwiegend von lokalen Auftragnehmern erledigt. So profitieren z.B. einige Unternehmen aus dem Bereich Gartenbau und Blumenhandel direkt vom Veranstaltungsgeschehen im Kloster.
- Gästebewirtung und Catering für Veranstaltungen Dritter, d.h. für nicht vom Förderverein oder Kulturring ausgerichtete Veranstaltungen, organisiert die Hausverwaltung als eigenes Unternehmen auf eigene Rechnung.
- Die durch die Veranstaltungen im Kloster Haydau induzierten zusätzlichen Übernachtungen in der Region rund um Morschen schätzt der Förderverein auf ca. 500 pro Jahr. Nicht quantifizierbar sind die Aufträge und Ausgaben der externen Veranstalter an die regionale Wirtschaft, da sie direkt und nicht über den Förderverein abgewickelt werden. Im Bereich des Caterings sind 15 bis 20 gastronomische Betriebe aus Morschen und der Region Hauptauftragnehmer. Ebenfalls nicht quantifizierbar sind die privaten Ausgaben der Besucher und Veranstaltungsgäste in Morschen und Umgebung. Bekannt ist nur, dass allein jährlich 1.500 Besucher das Kloster im Rahmen von Gruppen- oder Einzelführungen besuchen. Es ist davon auszugehen, dass diese Gruppen weitere Orte und Lokalitäten in der Umgebung aufsuchen und so die auf Tourismus ausgerichteten Betriebe der Region im weitesten Sinn davon profitieren.
- Ein nicht zu unterschätzendes Moment ist zudem die Multiplikatorenfunktion, die die Besucher von Führungen und Veranstaltungen, aber auch die Gäste privater Feierlichkeiten haben, die weitere Besucher und Gäste nach Morschen und in die gesamte Region bringen.

Neben den aufgezeigten wirtschaftlichen Effekten hat die aufwändige Sanierung des Klosters Haydau mit der anschließenden Nutzung als Seminar- und Kommunikationszentrum sowie als Veranstaltungsort für zahlreiche kulturelle Veranstaltungen nach Aussagen der Fördervereinsmitglieder das kulturelle und gesellschaftliche Leben in Morschen und der unmittelbaren



Umgebung erheblich bereichert. Mit dem Gesamtprojekt Kloster Haydau wurde jedoch nicht nur "Kultur aufs Land gebracht", auch umgekehrt gehen von Kloster Haydau und der dörflichen Kultur und Tradition in Morschen und der Region zahlreiche Impulse aus. So ist ein kultureller Austausch durch das Projekt in Gang gekommen. Bestes Beispiel dafür ist die im Jahr 1992 noch während der Sanierungsarbeiten eingerichtete Meisterklasse "Initiale '92" der documenta IX. 26 junge Künstler und Künstlerinnen haben damals das Zisterzienserinnenkloster Haydau zu einem kulturellen und künstlerischen Kristallisationspunkt werden lassen. Es entstanden im Kloster selbst und im Park Rauminstallationen, Gemälde, Plastiken und Projektionen, die die jeweilige künstlerische Auseinandersetzung mit dem Kloster als Herrschafts-, Bildungs- und Sozialeinrichtung vergangener Zeiten dokumentierten. Bereits als Baustelle besaß das Kloster durch Veranstaltungen wie diese und andere kulturelle Ereignisse einen hohen Nutzungsgrad und gewann schon während der Sanierungsarbeiten als Veranstaltungsort in Nordhessen an Bedeutung.

Zusammenfassend ist festzustellen, dass der Erfolg, die gute Auslastung und die kulturelle Ausstrahlung von Kloster Haydau neben der Bereitstellung von Fördermitteln durch die öffentliche Hand in der Kombination von einigen bedeutsamen Faktoren liegt: eine herausragende historische Bauanlage in reizvoller Landschaft, ein durchdachtes Sanierungskonzept, das Engagement der beteiligten Akteure, die sachkundige Verwaltung des Objekts durch einen Ansprechpartner vor Ort und nicht zuletzt die unermüdliche kreative und finanzielle Unterstützung durch einen engagierten privaten Förderkreis rund um den Melsunger Unternehmer L.G. Braun.

## 6.5 Beispiel Kultursommer Mittelhessen

In Hessen finden jährlich die sogenannten "Kultursommer" über mehrere Monate hinweg statt. Sie tragen mit ihren spartenübergreifenden kulturellen Angeboten zur regionalen Kultur- und Wirtschaftsentwicklung bei und haben, ausgehend vom Nordhessischen Kultursommer, der vor 15 Jahren ins Leben gerufen wurde, als identitätsbildende Faktoren große Bedeutung erlangt und eigene regionale Profile gewonnen.

Das Ziel der Kultursommer ist es, die vielfältigen kulturellen Ressourcen einer Region sichtbar zu machen, zu bündeln und vor allem das Kulturangebot und -erlebnis auch abseits der großen Städte in die ländlichen Regionen zu bringen.

Die Veranstaltungen sollen in exemplarischer Weise zur Kulturvermittlung in der Region beitragen und große Interessentengruppen ansprechen. Für die Programmgestaltung ist es daher besonders wichtig, dass sich möglichst viele Orte in der jeweiligen Region am Kultursommer beteiligen und es zu künstlerischen Begegnungen auf verschiedenen Ebenen, d.h. auch spartenübergreifend, kommt.

Mittlerweile existieren neben dem Kultursommer Nordhessen der Kultursommer Südhessen (KUSS), der Kultursommer Main-Kinzig-Fulda und der hier vorgestellte Kultursommer Mittelhessen. Sie alle werden finanziell vom Land Hessen, den jeweiligen Gebietskörperschaften, der Sparkassen-Kulturstiftung Hessen-Thüringen und weiteren Förderern unterstützt.

Der Verein selbst organisiert eigenverantwortlich die Eröffnungs- und Abschlussveranstaltung des Kultursommers, er sorgt für die Vernetzung der Einzelveranstaltungen sowie deren finanzielle Unterstützung durch die Verteilung der Fördergelder. Die Einzelveranstaltungen werden jedoch von den jeweiligen örtlichen Veranstaltern, z.B. Gemeinde, Stadt, Kulturverein, Initiative, soziokulturelles Zentrum etc., organisiert und durchgeführt.

Im Rahmen der Veranstaltungen des Kultursommers Mittelhessen werden sowohl internationale als auch regionale Künstler präsentiert. Die Besucher kommen bei Auftritten bekannterer internationaler Künstler aus der gesamten Region Mittelhessen, während sie sich bei Künstlern aus der Region überwiegend aus der örtlichen Bevölkerung rekrutieren. Die Eintrittskarten werden nicht

über eine zentrale Vorverkaufsstelle vertrieben, sondern von den jeweiligen Einzelveranstaltern ca. zwei Monate vor Veranstaltungstermin zum Kauf angeboten.

Die Veranstaltungsreihe Kultursommer Mittelhessen findet seit 1992 jedes Jahr von Juni bis September statt. Das Veranstaltungsprogramm, welches ein jährlich wechselndes Motto transportiert, bietet ein breites Spektrum von Musik (Klassik, Jazz, Weltmusik) bis hin zu Kleinkunstaufführungen und Kunstinstallationen. Finanziert wird der Kultursommer Mittelhessen vom Land Hessen, von der Sparkassen-Kulturstiftung Hessen-Thüringen, der Zeitungsgruppe Lahn-Dill, den Städten Gießen, Wetzlar und Marburg sowie von den Landkreisen Vogelsberg, Gießen, Wetterau, Marburg-Biedenkopf, Limburg-Weilburg und Lahn-Dill.

Träger des Kultursommers Mittelhessen ist der gleichnamige Verein. Dessen ehrenamtlicher Vorstand setzt sich zusammen aus dem Regierungspräsidenten Mittelhessens, dem Vorsteher des Börsenvereins des deutschen Buchhandels und verschiedenen Kulturexperten aus der Region.

Sponsoring spielt für den Kultursommer Mittelhessen nur eine untergeordnete Rolle. Da die Veranstaltungen ohne zusätzliche gastronomische Angebote durchgeführt werden, gestaltet sich die Sponsorensuche schwierig, weil eine gemeinsame Interessenlage mit Sponsoren nur sehr schwer zu finden ist. Übernommen wird die Sponsorensuche von den jeweiligen Einzelveranstaltern, z.B. Gemeinde, Stadt, Kulturverein etc.

Kooperationspartner im weiteren Sinne sind die anderen drei hessischen Kultursommerinitiativen, mit denen beispielsweise im Brüder-Grimm-Jahr eine gemeinsame Veranstaltungsreihe realisiert wurde. Eine kontinuierliche, institutionalisierte Zusammenarbeit über die Landesgrenzen hinaus, z.B. mit dem Kultursommer Rheinland-Pfalz oder dem Städtenetz Lahn-Dill-Sieg, findet nicht statt.

Im ersten Kultursommer 1992 besuchten ca. 5.000 Personen die damals 15 Veranstaltungen, 2002 waren es ca. 25.000 bis 30.000 Personen; die Zahl der Veranstaltungen stieg bis heute auf ca. 85. Während 1992 die Städte Wetzlar, Gießen und Marburg Schwerpunkorte der Veranstaltungen waren, sind es mittlerweile die kleinen Gemeinden, in denen das Gros der Veranstaltungen zum Kultursommer Mittelhessen stattfindet. Insgesamt nehmen jährlich ca. 50 Städte und Gemeinden am Kultursommer Mittelhessen teil, wobei sich die Beteiligung bis auf Stadtteil- bzw. Ortsteilebene erstreckt und die Gemeindezusammensetzung jährlich variiert. Tendenziell beteiligen sich verstärkt kleinere Gemeinden an den Aktivitäten des Kultursommers.

Über 100 Personen, davon 70 bis 80 regelmäßige Ansprechpartner wie Landräte, Bürgermeister, Kulturamtsleiter, Vorsitzende von Kulturvereinen und -initiativen und ehrenamtlich Tätige regeln die Zusammenarbeit und Koordination mit der Geschäftsstelle des Kultursommers Mittelhessen in Gießen. Die Vorbereitung und Durchführung der Veranstaltungen in den beteiligten Gemeinden wird durch ehrenamtliche Helfer getragen. Ohne dieses große ehrenamtliche Engagement wäre die Durchführung des Kultursommers Mittelhessen nicht möglich. Der Trägerverein bietet diesen ehrenamtlichen Helfern Fortbildungsseminare zu Themen wie z.B. Veranstaltungsmanagement an, die über ein Extrabudget des Kultursommers Mittelhessen finanziert werden.

Der Vorstand beschließt jeweils im Sommer das Motto für das kommende Jahr, welches anschließend im Rahmen einer öffentlichen Ausschreibung (Rundschreiben, Veröffentlichung in der Presse) den Gemeinden, Landkreisen, Städten, Kulturbüros etc. bekannt gemacht wird verbunden mit der Aufforderung, thematische Vorschläge und Förderanträge an die Geschäftsstelle des Trägervereins abzugeben. Diese werden der aus Bürgermeistern, Kulturamtsleitern, Pressevertretern und Vertretern soziokultureller Zentren bestehenden zehnköpfigen Jury vorgelegt, die über Fördermöglichkeit und -höhe entscheidet. Der zeitliche Rahmen von der Bekanntgabe des Themas bis hin zur Fördervergabe erstreckt sich von Juli bis Dezember. Parallelförderungen eines Projektes durch weitere öffentliche Gelder des Landes Hessen sind dabei ausgeschlossen.

Der Kultursommer Mittelhessen verfügt über einen jährlichen Etat von rund 200.000 Euro, der im wesentlichen vom Land Hessen mit knapp 130.000 Euro, den genannten beteiligten Gebietskörperschaften und der Sparkassen-Kulturstiftung Hessen-Thüringen aufgebracht wird. Die eigenen Einnahmen des Kultursommers Mittelhessen belaufen sich auf jährlich 6.000 Euro, die sich aus Eintrittsgeldern der Eröffnungs- und Abschlussveranstaltung sowie der Veröffentlichung von Anzeigen im Programmheft zusammensetzen.

Die Hälfte des Budgets, rund 100.000 Euro, fließt als Unterstützung direkt in die Veranstaltungen und Projekte. Für die Raummieten kommen die Einzelveranstalter auf, wobei diese Kosten aufgrund der in zahlreichen öffentlichen Institutionen eingeführten Budgetierung extrem gestiegen sind. Der Kultursommer leidet jedoch seit Jahren unter Kostensteigerungen, die nicht die Künstlergagen oder Honorare betreffen, sondern die Nebenkosten. Dazu zählen die Kosten für Technik, Versicherungen, Gebühren, Beiträge zur Künstlersozialkasse, Steuern u.v.m. Hinzu kommt ein hoher Verwaltungsaufwand für ehrenamtliche Helfer, ausgelöst durch

eine hohe Regelungsdichte. Die Einnahmen können durch die Erhöhung der Eintrittspreise in der gegenwärtigen wirtschaftlichen Situation nicht gesteigert werden, ohne einen Besucherschwund zu riskieren. Unter den genannten Rahmenbedingungen leiden – nach Angaben des Mittelhessischen Kultursommers – vor allem die Flexibilität, die Experimentierfreude und die Innovationskraft der Beteiligten.

Die andere Hälfte des Budgets wird für die Deckung der Personal- und Werbekosten verwendet, wobei das Programmheft in einer Auflage von 40.000 Exemplaren hergestellt und kostenlos in Buchhandlungen, Sparkassen, Schulen, Krankenhäusern, Büchereien etc. ausgelegt wird. Die Kosten für den Druck belaufen sich auf 20.000 Euro.

Die personelle Ausstattung für die Organisation des Mittelhessischen Kultursommers ist minimal. Einzige hauptamtlich Beschäftigte ist die Geschäftsführerin. In den "Stoßzeiten", d.h. während der Veranstaltungen von Juni bis September, wird die Geschäftsführung des Kultursommers z.B. beim Versand der Einladungen oder der Organisation der Eröffnungs- und Abschlussveranstaltung von studentischen Aushilfskräften unterstützt.

## ■ **Wirtschaftliche Effekte**

Zu den direkten wirtschaftlichen Effekten liegen keine fundierten Erkenntnisse vor. Nach Schätzungen des Kultursommers Mittelhessen löst jeder in den Kultursommer investierte Euro weitere zwei Euro an Umsatz – überwiegend zugunsten des Gaststättengewerbes - aus. Dieser Multiplikatoreffekt könnte nach Auffassung des Kultursommers Mittelhessen noch weitaus höher sein, wenn auf Seiten der Gastronomiebetriebe eine größere Flexibilität gegeben wäre, z.B. die Bereitschaft, auch nach 22 Uhr noch Speisen zu servieren oder Sonderaktionen im Rahmen des Kultursommers anzubieten.

Auch wenn sich die regionalwirtschaftlichen Effekte des Kultursommers Mittelhessens – aufgrund der Vielzahl der Veranstaltungen auf kleinräumiger Ebene, über die keine näheren Informationen vorliegen - nicht quantifizieren lassen, bleibt Folgendes festzuhalten:

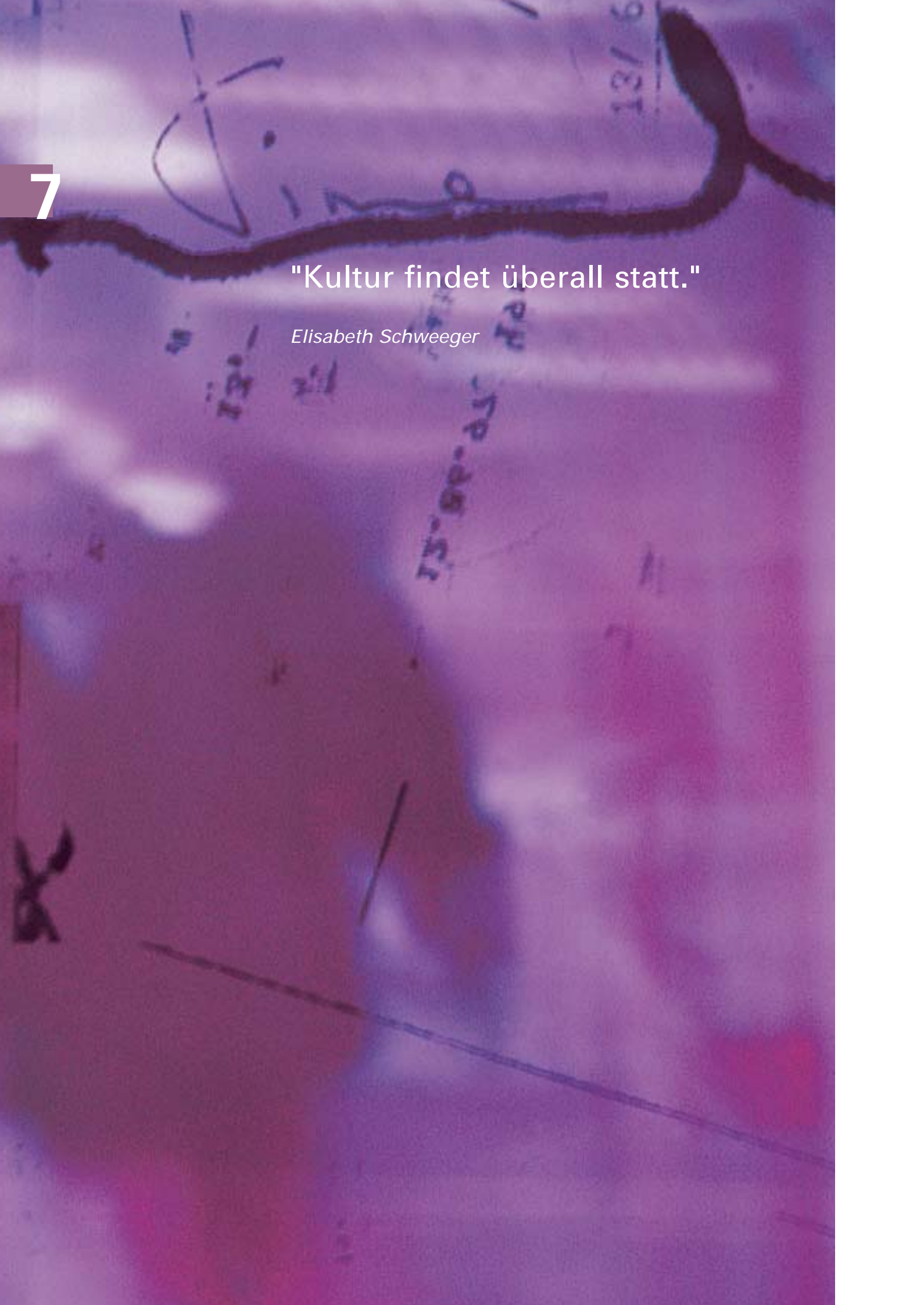
Der Kultursommer Mittelhessen hat sich als Initialzündung für Vereinsgründungen, Kulturinitiativen etc. insbesondere in den Landkreisen Lahn-Dill, Vogelsberg und Gießen erwiesen.

Die Veranstaltungsreihe des Kultursommers hat dort den Anstoß zu weiteren Kulturprojekten, zu ganzjährigem Eigenengagement und regelmäßiger Kulturarbeit gegeben und bereichert das soziale und gesellschaftliche Leben in der Region Mittelhessen. Bürgersinn, Kommunikation, lebendige Teilnahme am öffentlichen Leben, Identifikation mit der Gemeinde oder der Region: in diesem Sinn hat der seit 11 Jahren stattfindende Kultursommer Mittelhessen mit seiner identitätsstiftenden Funktion eine nicht zu unterschätzende Bedeutung für die Regionalentwicklung in Mittelhessen.

7

"Kultur findet überall statt."

*Elisabeth Schweeger*



# Die hessische Kulturwirtschaft im Bundesländervergleich

## ■ 7.1 Überblick

*Um die Position der hessischen Kulturwirtschaft im interregionalen Vergleich zu bestimmen, beinhaltet der vorliegende Hessische Kulturwirtschaftsbericht – bundesweit zum ersten Mal – einen Überblick über die Kulturwirtschaft im Bundesländervergleich.<sup>78</sup> Die wesentlichen Ergebnisse für die Kulturwirtschaft in Deutschland insgesamt sind:*

- Die Unternehmen der Kulturwirtschaft in Deutschland wiesen im Jahr 2000 einen Umsatz von insgesamt rund 204 Mrd. Euro aus, das entspricht einem Anteil von rund 5% am Umsatz der Gesamtwirtschaft in Deutschland.
- In der Kulturwirtschaft waren in Deutschland insgesamt 1,35 Mio. Personen sozialversicherungspflichtig beschäftigt, dies entspricht einem Anteil von rund 5% an den Gesamtbeschäftigten in Deutschland.
- Die drei umsatzstärksten Teilmärkte innerhalb der Kulturwirtschaft sind in allen Bundesländern der Literatur-, Buch- und Pressemarkt, gefolgt vom Kunstmarkt und der Film-, TV- und Videowirtschaft.
- Die Kulturwirtschaft ist generell durch "junge" Unternehmen kleinerer und mittlerer Größe geprägt.

<sup>78</sup> Die Vergleichbarkeit der Ergebnisse ist durch die einheitliche Abgrenzung der Kulturwirtschaft und ihrer Teilmärkte gewährleistet.

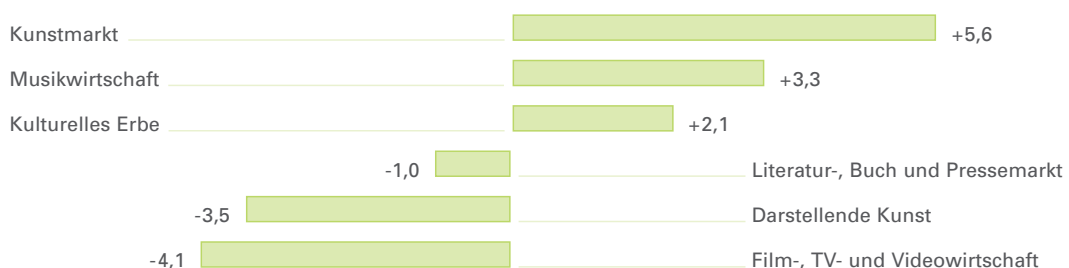


Bei den Beschäftigten und den Umsätzen in der Kulturwirtschaft insgesamt und in den einzelnen Teilmärkten weisen die Länder jedoch deutliche Unterschiede auf. Hessen zeichnet sich dabei durch folgende Merkmale aus:

- Der Beschäftigtenanteil in der Kulturwirtschaft liegt in Hessen mit 5,2% im Bundesdurchschnitt (5,2%). Den höchsten Anteil hat mit mehr als 9% der Stadtstaat Hamburg, unter den Flächenländern ist es Bayern mit 5,4%.
- Die Umsätze in der Kulturwirtschaft liegen in Hessen mit 4,9% ebenfalls im Bundesdurchschnitt (4,9%), den höchsten Anteil weist der Stadtstaat Hamburg mit 7,2% auf, unter den Flächenländern ist es wiederum Bayern mit 6,6% Umsatzanteil der Kulturwirtschaft an der Gesamtwirtschaft.

Der hessische Anteil an der Kulturwirtschaft Deutschlands liegt gemessen am Umsatz bei 9,2% und gemessen an den Beschäftigtenzahlen bei 8,3%. Die einzelnen Teilmärkte der hessischen Kulturwirtschaft weichen davon nach oben oder unten ab, d.h. sind von über- oder unterdurchschnittlicher Bedeutung für die Kulturwirtschaft in Deutschland insgesamt.

**Abbildung 12: Umsatzanteile der hessischen Teilmärkte am Bundeswert im Jahr 2000**



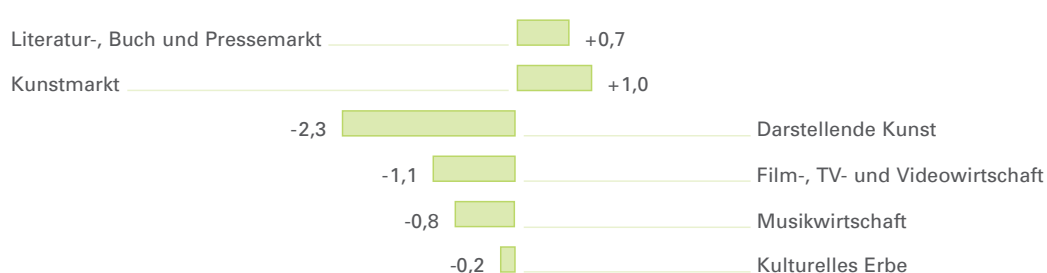
Der hessische Anteil am Umsatz in der Kulturwirtschaft Deutschlands beträgt 9,2%.

Quelle: Statistisches Bundesamt, Umsatzsteuerstatistik, eigene Darstellung.

- Der Kunstmarkt leistet als einziger Teilmarkt in Hessen sowohl hinsichtlich Umsatz als auch Beschäftigung einen überdurchschnittlichen Beitrag zur Kulturwirtschaft in Deutschland.
- Einen überdurchschnittlichen Beitrag zur Kulturwirtschaft in Deutschland leistet auch der hessische Literatur-, Buch- und Pressemarkt, allerdings nur gemessen an den Beschäftigtenzahlen, nicht den Umsatz betreffend.
- Die hessische Musikwirtschaft und das Kulturelle Erbe in Hessen leisten hingegen nur bezogen auf den Umsatz einen überdurchschnittlichen Anteil in der Kulturwirtschaft in Deutschland, nicht aber bezüglich der Beschäftigung.
- Die hessische Film-, TV- und Videowirtschaft wie auch die Darstellende Kunst in Hessen steuern dagegen einen unterdurchschnittlichen Beitrag sowohl zu Umsatz als auch zu Beschäftigung in der Kulturwirtschaft Deutschlands bei.

Die Analyse der Beiträge der hessischen Teilmärkte zur Kulturwirtschaft in Deutschland zeigt deren quantitative Bedeutung für die deutsche Kulturwirtschaft auf. Die folgende Betrachtung der sektoralen Struktur der hessischen Kulturwirtschaft im Bundesländervergleich macht demgegenüber regionale Spezialisierungen deutlich.

**Abbildung 13: Beschäftigtenstatistik der hessischen Teilmärkte am Bundeswert im Jahr 2000**



Der hessische Anteil an den Beschäftigten in der Kulturwirtschaft Deutschlands beträgt 8,3%.

Quelle: Statistisches Bundesamt, Beschäftigtenstatistik, eigene Darstellung.

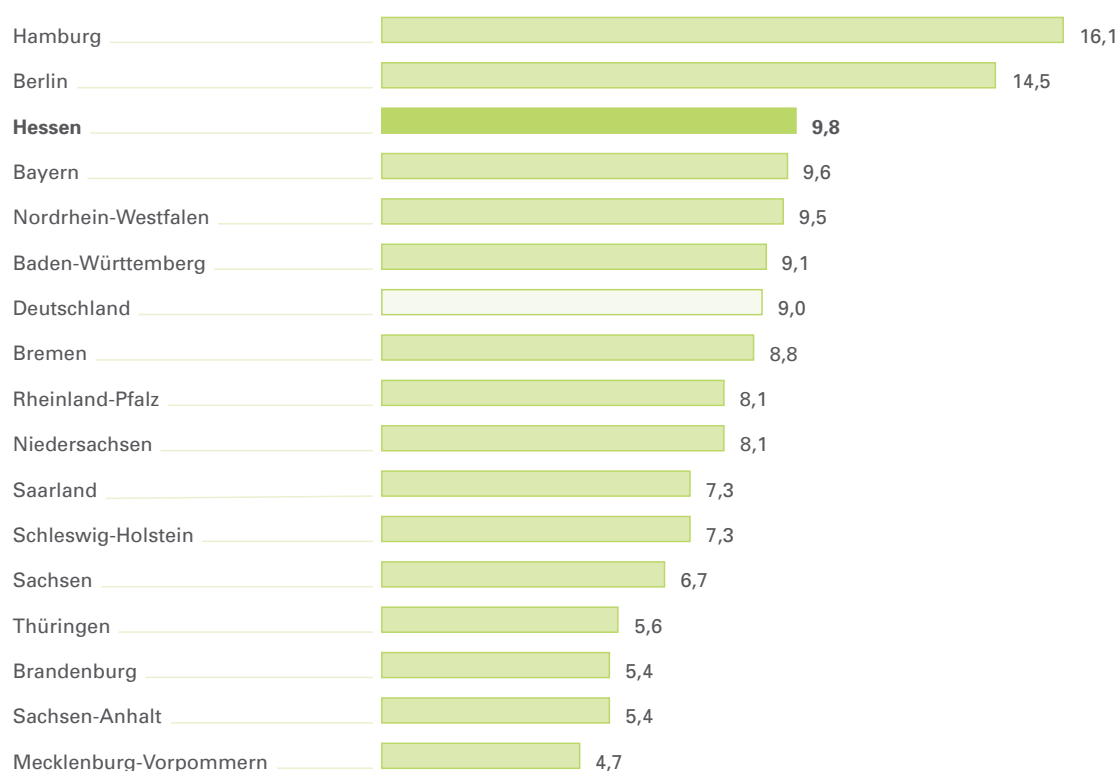
- In Hessen ist der Kunstmarkt, was Umsätze und Beschäftigung anbelangt, im Vergleich zu den anderen Bundesländern besonders dominant. Dies ist vor allem auf die starke Werbebranche zurückzuführen. Im Bundesdurchschnitt hat der Kunstmarkt einen Umsatzanteil von knapp 22% am Umsatz der Kulturwirtschaft, in Hessen sind es knapp 35%.
- Der Literatur-, Buch- und Pressemarkt hat in Hessen als Beschäftigungsfaktor eine überdurchschnittliche Bedeutung innerhalb der Kulturwirtschaft. Bezogen auf seinen Umsatz bleibt dieser Teilmarkt allerdings hinter dem Bundesdurchschnitt zurück, sein Anteil am Gesamtumsatz der hessischen Kulturwirtschaft liegt rund 5%-Punkte unter dem Bundesdurchschnitt.

## 7.2 Steuerpflichtige Unternehmen und Umsätze in der Kulturwirtschaft

In Deutschland konnten im Jahr 2000 insgesamt 262.000 steuerpflichtige Unternehmen der Kulturwirtschaft zugerechnet werden. Hinsichtlich der Anzahl der steuerpflichtigen Unternehmen der Kulturwirtschaft in den Bundesländern sind große Unterschiede auszumachen: Während in Nordrhein-Westfalen ca. 59.000 Unternehmen der Kulturwirtschaft zuzuordnen sind, sind es in Bremen unter 2.000. In Hessen betrug die Zahl der steuerpflichtigen Unternehmen in der Kulturwirtschaft im Jahr 2000 rund 22.000. Die starken Abweichungen bei der Zahl der Unternehmen sind zunächst auf die unterschiedliche Größe der Bundesländer zurückzuführen.

Aber auch die ökonomische Bedeutung der Kulturwirtschaft ist in den Bundesländern sehr unterschiedlich, wie ein Blick auf den Anteil der Unternehmen der Kulturwirtschaft an allen steuerpflichtigen Unternehmen zeigt (vgl. Abbildung 14). So sind beispielsweise in den Stadtstaaten Hamburg und Berlin mehr als 16% bzw. 14% aller umsatzsteuerpflichtigen Unternehmen der Kulturwirtschaft zuzurechnen. Nahezu identische Anteile mit etwas unter 10% an allen steuerpflichtigen Unternehmen sind in den Flächenländern Hessen, Bayern, Baden-Württemberg und Nordrhein-Westfalen zu beobachten. Dagegen weisen die ost-deutschen Bundesländer generell niedrigere Anteile auf.

**Abbildung 14: Anteil der steuerpflichtigen Unternehmen in der Kulturwirtschaft an allen steuerpflichtigen Unternehmen (in %)**



Quelle: Statistisches Bundesamt, Umsatzsteuerstatistik, eigene Darstellung.

Die Unternehmen der Kulturwirtschaft stellen zwar einen relativ hohen Anteil an allen umsatzsteuerpflichtigen Unternehmen, ihr durchschnittlicher Umsatz liegt jedoch deutlich niedriger. So hatten im Jahr 2000 die Unternehmen der Kulturwirtschaft in Hessen im Durchschnitt einen steuerbaren Umsatz in Höhe von rund 840.000 Euro. Demgegenüber wurde mit 1,66 Mio. Euro für die hessischen Unternehmen insgesamt im Durchschnitt ein fast doppelt so hoher Umsatz ausgewiesen. Dieser Tatbestand ist für alle Bundesländer in unterschiedlich starker Ausprägung zu beobachten (vgl. Tabelle 42).

**Tabelle 42: Umsatz pro steuerpflichtigen Unternehmen in der Kulturwirtschaft nach Bundesländern im Jahr 2000**

Bundesland	Umsatz pro steuerpflichtigen Unternehmen in der Kulturwirtschaft in 1.000 €	Umsatz pro steuerpflichtigen Unternehmen der Gesamtwirtschaft in 1.000 €
Baden-Württemberg	826,3	1.621,0
Bayern	917,3	1.330,4
Berlin	427,5	932,0
Brandenburg	295,6	645,6
Bremen	612,5	2.299,9
Hamburg	1.431,6	3.186,9
<b>Hessen</b>	<b>840,1</b>	<b>1.662,5</b>
Mecklenburg-Vorpommern	280,0	638,3
Niedersachsen	572,2	1.434,7
Nordrhein-Westfalen	882,4	1.838,9
Rheinland-Pfalz	593,3	991,5
Saarland	484,6	1.148,2
Sachsen	337,4	582,8
Sachsen-Anhalt	289,0	620,8
Schleswig-Holstein	752,6	1.065,9
Thüringen	282,3	595,3
Deutschland	778,1	1.427,5

Quelle: Statistisches Bundesamt, Umsatzsteuerstatistik, eigene Auswertung.

In Deutschland wurden im Jahr 2000 insgesamt 204 Mrd. Euro in der Kulturwirtschaft umgesetzt. Die absoluten steuerpflichtigen Umsätze in der Kulturwirtschaft variieren in den einzelnen Bundesländern erheblich. So reichte die Spannweite der Umsätze im Jahr 2000 von knapp 52 Mrd. Euro in Nordrhein-Westfalen bis zu 0,7 Mrd. Euro in Mecklenburg-Vorpommern. In Hessen betrug der Umsatz in der Kulturwirtschaft im Jahr 2000 rund 18,8 Mrd. Euro (vgl. Tabelle 43).

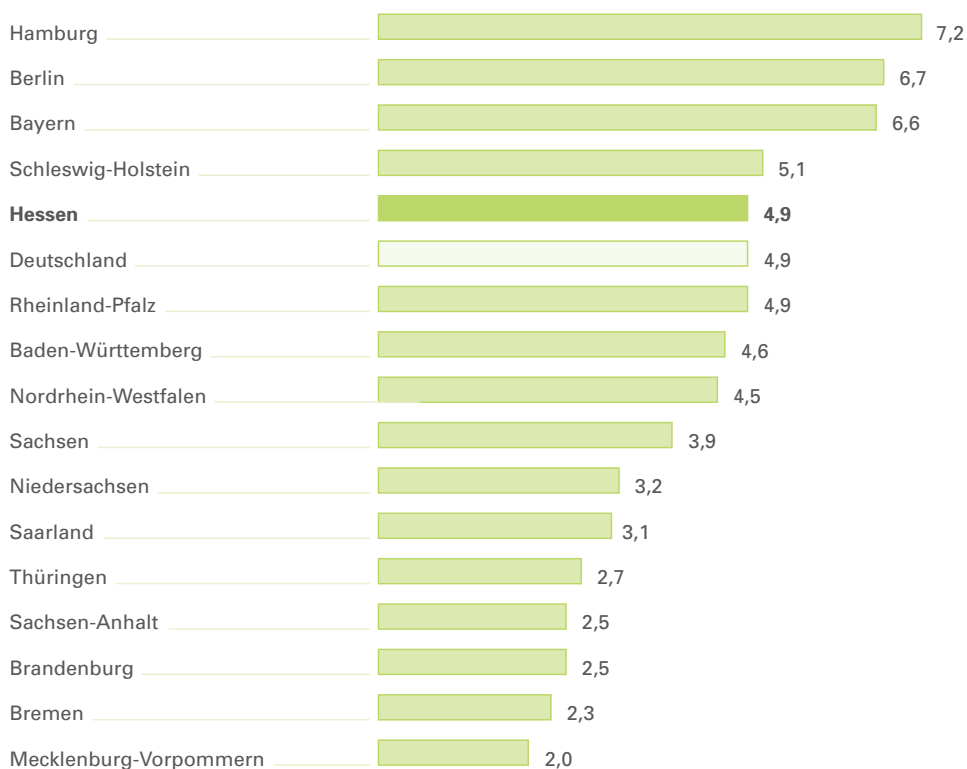
**Tabelle 43: Umsätze in der Kulturwirtschaft nach Bundesländern im Jahr 2000**

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

Quelle: Statistisches Bundesamt, Umsatzsteuerstatistik, eigene Berechnungen.

Die absoluten Beträge allein sind jedoch bei einem interregionalen Vergleich nur von geringer Aussagekraft, interessant ist vielmehr der jeweilige Umsatzanteil der Kulturwirtschaft an der Gesamtwirtschaft eines Bundeslandes. Den höchsten Anteil weist die Kulturwirtschaft im Jahr 2000 in Hamburg mit etwas über 7% auf, in den Ländern Berlin und Bayern sind es knapp unter 7%. Der Umsatzanteil der Kulturwirtschaft in Hessen liegt mit rund 4,9% im Länderdurchschnitt. Dagegen liegen die Umsätze der steuerpflichtigen Unternehmen der Kulturwirtschaft in den neuen Bundesländern (bis auf das Land Sachsen) und Bremen nur zwischen 2% und 3% (vgl. Abbildung 15).

**Abbildung 15: Umsatzanteil der Kulturwirtschaft am Gesamtumsatz im Jahr 2000 (in %)**



Quelle: Statistisches Bundesamt, Umsatzsteuerstatistik, eigene Darstellung.

## 7.3 Struktur der Unternehmen

In der Gesamtbetrachtung zeigt die Analyse, dass die Kulturwirtschaft von "jüngeren" Unternehmen geprägt wird und kleine bis mittlere

Unternehmen diesen Bereich dominieren.

Starke Abweichungen zwischen den einzelnen Ländern sind nur bei der Altersstruktur festzustellen. Im Einzelnen stellt sich die Unternehmensstruktur in den Bundesländern folgendermaßen dar:

Die Unternehmen der Kulturwirtschaft weisen im Vergleich zur Gesamtwirtschaft eine deutlich abweichende Altersstruktur auf: Während in der Gesamtwirtschaft knapp 42% der Unternehmen jünger als 5 Jahre sind, d.h. nach 1998 gegründet wurden, sind dies in der Kulturwirtschaft im Bundesdurchschnitt nur 13,3%. Der Anteil der Unternehmen, die bereits seit 5 bis 13 Jahren bestehen, liegt dagegen in der Kulturwirtschaft mit knapp 40% wesentlich höher als in der Gesamtwirtschaft. Dort sind nur knapp 20% der Unternehmen dieser Altersklasse zuzuordnen. Auch der Anteil der "älteren" Unternehmen, die vor 1990 gegründet wurden, ist in der Kulturwirtschaft geringfügig höher als in der Gesamtwirtschaft (vgl. Tabelle 44).

Was das Alter der Unternehmen der Kulturwirtschaft in den einzelnen Bundesländern betrifft, so liegt Hessen bei den jungen Unternehmen (unter 5 Jahre) mit einem Anteil von 12,2% im Mittelfeld der alten Flächenländer. Die Länder Nordrhein-Westfalen und Bayern weisen mit 13,7% bzw. 14,3% einen höheren Anteil an jungen Unternehmen der Kulturwirtschaft auf, die Länder Rheinland-Pfalz und Baden-Württemberg dagegen einen etwas geringeren.

Insbesondere in den neuen Bundesländern und auch in Berlin liegt der Anteil junger Unternehmen in der Kulturwirtschaft wesentlich höher. Dort sind im Durchschnitt rund 75% der Unternehmen erst seit 1990 gegründet worden, in Berlin sind es knapp 50%. Dies ist kein Spezifikum, das nur Unternehmen der Kulturwirtschaft betrifft, sondern ist mit der Transformation des Wirtschaftssystems und den damit eröffneten Möglichkeiten von Unternehmensgründungen zu erklären.



**Tabelle 44: Gründungsdatum der Unternehmenin der Kulturwirtschaft  
im Bundesländervergleich (Anteile in %)**

Bundesland	gegründet:			
	vor 1980	1980-1989	1990-1998	seit 1999
Baden-Württemberg	27,7	25,9	34,6	11,8
Bayern	23,9	25,7	36,1	14,3
Berlin	19,7	17,2	47,6	15,5
Brandenburg	2,4	3,3	78,3	16,1
Bremen	27,4	28,8	32,3	11,4
Hamburg	21,6	28,7	37,9	11,8
<b>Hessen</b>	<b>25,2</b>	<b>26,5</b>	<b>36,1</b>	<b>12,2</b>
Mecklenburg-Vorpommern	0,0	1,6	82,5	15,9
Niedersachsen	24,5	26,1	37,4	12,0
Nordrhein-Westfalen	22,1	25,7	38,5	13,7
Rheinland-Pfalz	25,0	24,7	38,4	11,9
Saarland	27,1	28,3	35,4	9,2
Sachsen	1,7	2,0	77,3	19,0
Sachsen-Anhalt	2,0	1,1	79,6	17,4
Schleswig-Holstein	21,1	26,7	39,4	12,8
Thüringen	0,4	1,5	79,5	6,5
Deutschland (Unternehmen der Kulturwirtschaft)	22,5	24,3	39,9	13,3
<b>Alle Unternehmen in Deutschland</b>	<b>18,5</b>	<b>21,0</b>	<b>18,9</b>	<b>41,7</b>

Quelle: Creditreform, Markus Unternehmensdatenbank 2002.

Die Auswertung der Unternehmensdatenbank MARKUS mit Blick auf die Beschäftigtenzahl der Unternehmen der Kulturwirtschaft – im Vergleich zu allen Unternehmen – zeigt nur geringfügige Unterschiede auf. So liegt der Anteil der Unternehmen mit 1 - 4 Beschäftigten in der Kulturwirtschaft mit 42,4% nur etwas höher als in der Gesamtwirtschaft, wo 39,5% der Unternehmen diese Beschäftigtenzahl aufweisen. Auch der Anteil der Unternehmen mit 5 - 24 Beschäftigten differiert in den beiden Vergleichsgruppen nur unwesentlich: 43% sind es in der Kulturwirtschaft und 42,3% in der Gesamtwirtschaft.

Erst bei den Unternehmen mit mehr als 24 Beschäftigten lassen sich deutlichere Abweichungen erkennen. In der Kulturwirtschaft haben 10,8% der Unternehmen 25 - 99 Beschäftigte, dagegen liegt der Anteil in der Gesamtwirtschaft mit 13,3% geringfügig höher. Unternehmen mit mehr als 100 Beschäftigten sind in der Kulturwirtschaft mit einem Anteil von 3,7% vertreten, in der Gesamtwirtschaft liegt auch hier der Anteil mit 4,9% leicht über diesem Wert (vgl. Tabelle 45). Die Unterschiede zwischen den einzelnen Ländern sind nur gering, ein deutliches Gefälle zwischen den neuen und alten Bundesländern ist nicht zu verzeichnen.

**Tabelle 45: Größenklassen der Unternehmen der Kulturwirtschaft im Bundesländervergleich im Jahr 2000 (in %)**

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

Quelle: Creditreform, Markus Unternehmensdatenbank 2002

## 7.4 Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte und selbständige Künstler

In Deutschland waren im Jahr 2000 in der Kulturwirtschaft insgesamt rund 1,35 Mio. sozialversicherungspflichtig Beschäftigte tätig. Entsprechend der Größe des jeweiligen Bundeslandes weist die Kulturwirtschaft unterschiedlich viele sozialversicherungspflichtig Beschäftigte auf (vgl. Tabelle 46). Ihre Bedeutung für den Arbeitsmarkt lässt sich an der Relation der Beschäftigtenzahl in der Kulturwirtschaft zu allen sozialversicherungspflichtig Beschäftigten des jeweiligen Bundeslandes ablesen.

**Tabelle 46: Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte in der Kulturwirtschaft im Jahr 2000**

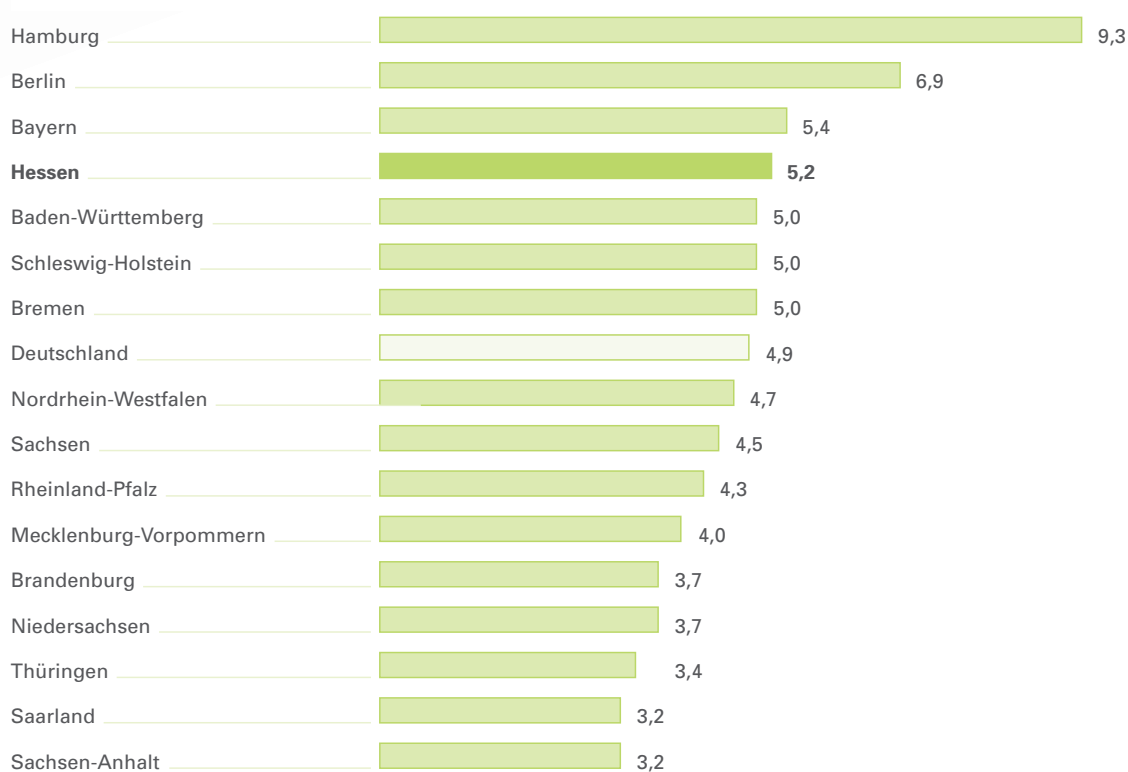
Bundesland	Anzahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in der Kulturwirtschaft	Anteil an allen sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in %
Baden-Württemberg	191.331	5,0
Bayern	235.009	5,4
Berlin	78.732	6,9
Brandenburg	30.344	3,7
Bremen	14.128	5,0
Hamburg	70.534	9,3
<b>Hessen</b>	<b>112.081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

Quelle: Bundesanstalt für Arbeit, Beschäftigtenstatistik, eigene Berechnungen.

Im Bundesdurchschnitt stellt die Kulturwirtschaft 4,9% aller sozialversicherungspflichtig Beschäftigten. Die Länder Bayern, Hessen, Baden-Württemberg und Schleswig-Holstein liegen mit Anteilswerten zwischen 5,4% und 5,0% in etwa im Bundesdurchschnitt.

Dagegen gehen in Hamburg etwas mehr als 9% und in Berlin rund 7% der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten einer Tätigkeit in der Kulturwirtschaft nach. Die Anteile in Sachsen-Anhalt, Saarland und in Thüringen liegen mit Werten knapp über 3% deutlich unter dem Bundesdurchschnitt (vgl. Abbildung 16).

**Abbildung 16: Anteil der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in der Kulturwirtschaft an allen sozialversicherungspflichtig Beschäftigten (in%)**



Quelle: Bundesanstalt für Arbeit, Beschäftigtenstatistik, eigene Darstellung.

Da in der Beschäftigtenstatistik nicht alle Erwerbstätigen der Kulturwirtschaft abgebildet sind<sup>79</sup>, wird ergänzend ein Vergleich der Anzahl der selbständigen Künstler in den einzelnen Ländern vorgenommen.

Die Auswertung der Daten der Künstlersozialkasse Oldenburg (KSK) ergibt, dass die absolute Anzahl der selbständigen Künstler in Abhängigkeit von der Einwohnerzahl der Länder voneinander variiert (vgl. Tabelle 47). So sind allein in den drei bevölkerungsreichen Ländern Nordrhein-Westfalen, Bayern und Baden-Württemberg 57.300 bzw. rund 50% der selbständigen Künstler in Deutschland gemeldet.

Die KSK differenziert bei der Zuordnung der selbständigen Künstler zwischen den Gruppen "Bildende Kunst", "Musik", "Wort" und "Darstellende Kunst", wobei auf den Bereich der Bildenden Kunst generell die größte Anzahl der selbständigen Künstler entfällt. Die geringste Anzahl entfällt auf den Bereich der Darstellenden Kunst.

**Tabelle 47: Selbständige Künstler im Bundesländervergleich im Jahr 2000**

Bundesland	Anzahl	in %	Selbständige Künstler pro 1.000 EW
Baden-Württemberg	12.679	11,4	1,2
Bayern	23.510	21,1	1,9
Berlin-Ost	5.619	5,0	4,5
Berlin-West	9.542	8,6	
Brandenburg	1.688	1,5	0,6
Bremen	1.217	1,1	1,8
Hamburg	7.980	7,2	4,7
<b>Hessen</b>	<b>8.481</b>	<b>7,6</b>	<b>1,4</b>
Mecklenburg-Vorpommern	932	0,8	0,5
Niedersachsen	6.249	5,6	0,8
Nordrhein-Westfalen	21.112	18,9	1,2
Rheinland-Pfalz	3.057	2,7	0,8
Saarland	994	0,9	0,9
Sachsen	3.458	3,1	0,8
Sachsen-Anhalt	1.081	1,0	0,4
Schleswig-Holstein	2.621	2,4	0,9
Thüringen	1.291	1,2	0,5
<b>Deutschland</b>	<b>111.511</b>	<b>100,0</b>	<b>1,4</b>

Quelle: Künstlersozialkasse (KSK), Stand: Februar 2000.

<sup>79</sup> Nicht durch die Beschäftigtenstatistik erfasst werden Beamte, Selbständige und mithelfende Familienangehörige.

Wird der Anteil der selbständigen Künstler in Relation zur Einwohnerzahl gesetzt, so ergeben sich zwischen den einzelnen Ländern große Unterschiede. In den Stadtstaaten Hamburg und Berlin liegt der Anteil der selbständigen Künstler mit 4,7 bzw. 4,5 pro 1.000 Einwohner erwartungsgemäß höher als in den anderen Ländern. Die höchste Dichte an selbstständigen Künstlern in den Flächenländern weist das Land Bayern auf, gefolgt von Hessen, Baden-Württemberg und Nordrhein-Westfalen. Der Anteil der selbständigen Künstler in Hessen pro 1.000 Einwohner entspricht dabei dem Bundesdurchschnitt. Ein deutliches Gefälle ist ferner zwischen den alten und neuen Bundesländern erkennbar.

## 7.5 Die Teilmärkte der Kulturwirtschaft

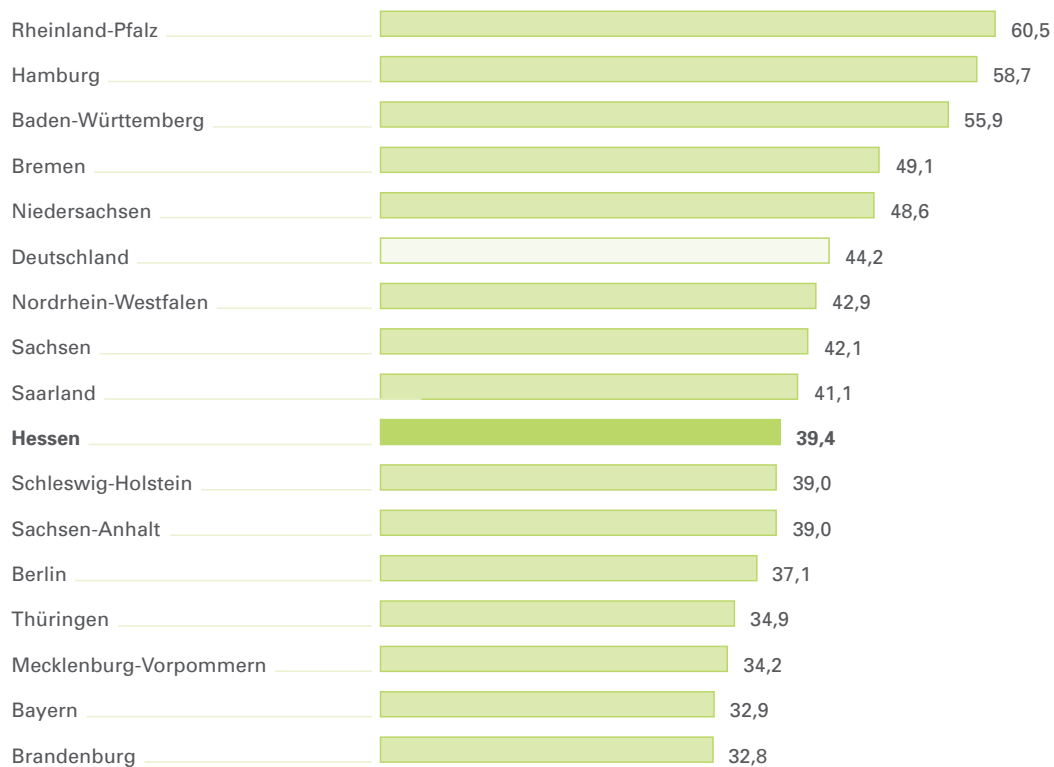
### 7.5.1 Literatur-, Buch- und Pressemarkt

Der Literatur-, Buch- und Pressemarkt ist mit einem Umsatz von über 90 Mrd. Euro im Jahr 2000 und mit seinen knapp 490.000 sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in Deutschland der bedeutendste Teilmarkt innerhalb der Kulturwirtschaft. Auf ihn entfallen 44% des Gesamtumsatzes und 36% der Beschäftigten der Kulturwirtschaft in Deutschland.

Die Länder Nordrhein-Westfalen, Bayern und Baden-Württemberg erwirtschafteten zusammen mehr als 60% der Umsätze in diesem Teilmarkt, Nordrhein-Westfalen hatte mit 25% den größten Anteil daran. Für das Jahr 2000 wurde in Hessen im Literatur-, Buch- und Pressemarkt ein Umsatz von rund 7,4 Mrd. Euro ausgewiesen. Während rund 9% aller Umsätze der Kulturwirtschaft Deutschlands auf Hessen entfallen, sind es im Literatur-, Buch- und Pressemarkt nur rund 8%.

Innerhalb der Kulturwirtschaft hat der Literatur-, Buch- und Pressemarkt in allen Ländern – gemessen am Umsatz – die größte Bedeutung. So vereint dieser Teilmarkt in den Ländern Rheinland-Pfalz, Hamburg und Baden-Württemberg mehr als die Hälfte aller Umsätze in der Kulturwirtschaft auf sich. In Hessen sind es knapp 40%. Die Abbildung 17 zeigt den Stellenwert dieses Teilmarktes – gemessen am Umsatz – innerhalb der Kulturwirtschaft der einzelnen Länder.

**Abbildung 17: Umsatzanteil im Teilmarkt Literatur-, Buch- und Pressemarkt  
am Gesamtumsatz der Kulturwirtschaft im Jahr 2000 (in %)**



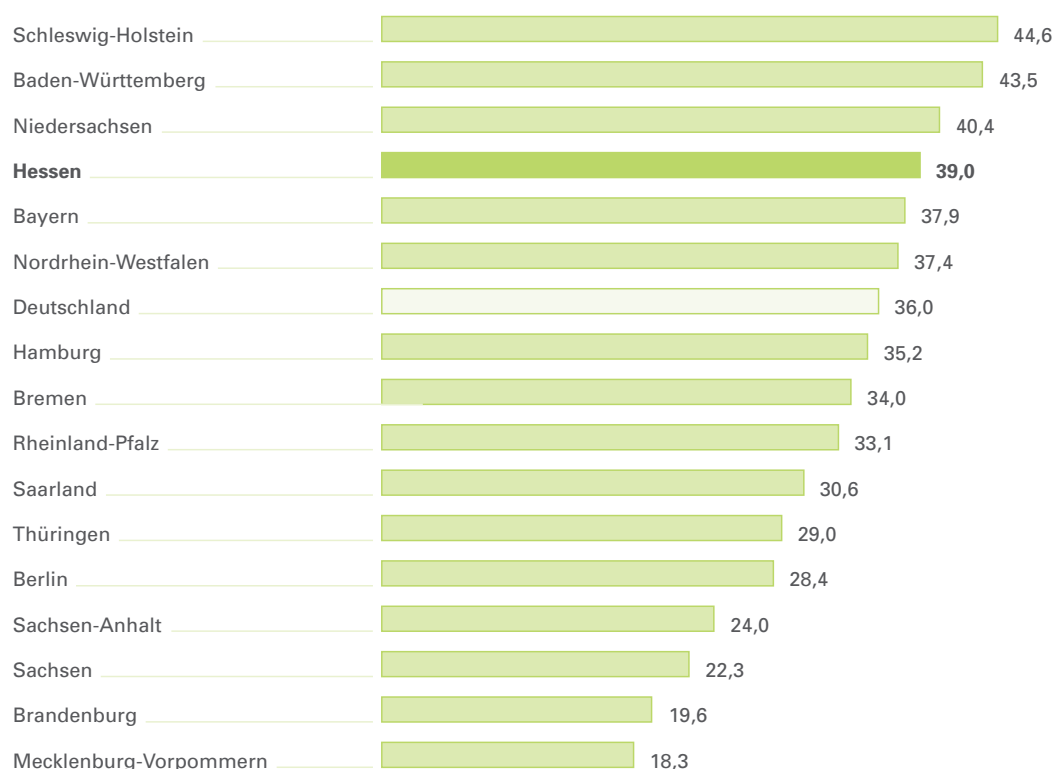
Quelle: Statistisches Bundesamt, Umsatzsteuerstatistik, eigene Darstellung.

Im Vergleich mit den sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in der Kulturwirtschaft des jeweiligen Landes weisen insbesondere die Länder Schleswig-Holstein und Baden-Württemberg mit knapp 44% einen überdurchschnittlich hohen Anteil an sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in diesem Teilmarkt auf. Im Bundesdurchschnitt arbeiten rund 36% der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten der Kulturwirtschaft im Literatur-, Buch- und Pressemarkt. Überdurchschnittlich hohe Anteile sind ebenso in Niedersachsen, Hessen, Bayern sowie Rheinland-Pfalz festzustellen. Demgegenüber ist der

Literatur-, Buch- und Pressemarkt, was den Anteil der Beschäftigten in der Kulturwirtschaft insgesamt betrifft, in den neuen Bundesländern von untergeordneter Bedeutung (vgl. Abbildung 18).

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass in Hessen der Literatur-, Buch- und Pressemarkt im Vergleich zum Bundesdurchschnitt gemessen am Umsatz eine geringere Bedeutung aufweist, als Beschäftigungsfaktor jedoch überdurchschnittliches Gewicht hat.

**Abbildung 18: Anteil der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten des Literatur-, Buch- und Pressemarktes an allen Beschäftigten der Kulturwirtschaft im Jahr 2000 (in %)**



Quelle: Bundesanstalt für Arbeit, Beschäftigtenstatistik, eigene Darstellung.

### 7.5.2 Kunstmarkt

Im Kunstmarkt wurden im Jahr 2000 insgesamt rund 44 Mrd. Euro umgesetzt, das sind knapp 22% des Gesamtumsatzes. Damit liegt dieser Teilmarkt – gemessen am Umsatzvolumen – in Deutschland an dritter Stelle nach dem Literatur-, Buch- und Pressemarkt und der Film-, TV- und Videowirtschaft. Beschäftigt waren im Kunstmarkt in Deutschland insgesamt rund 230.000 Personen, 17% der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten der Kulturwirtschaft in Deutschland.

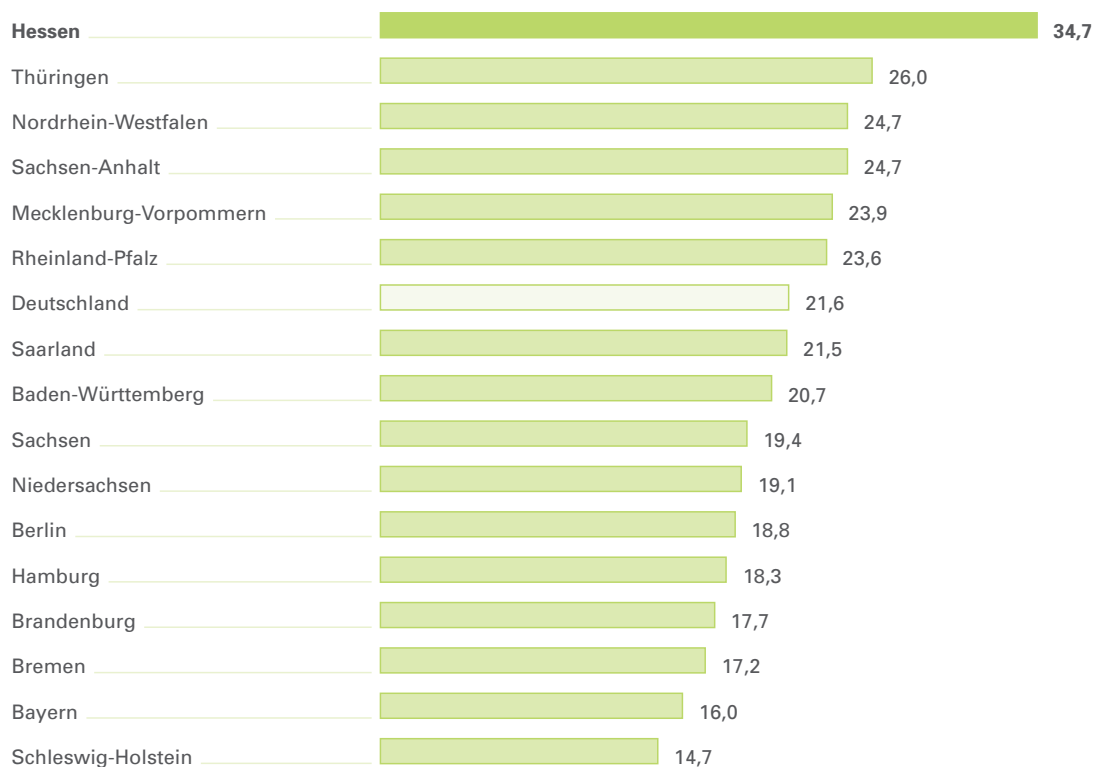
Bei der Umsatzverteilung in diesem Teilmarkt kann eine deutliche räumliche Konzentration festgestellt werden. So vereinen Nordrhein-Westfalen (29%), Bayern (16%), Hessen (15%) sowie Baden-Württemberg (14%) rund 75% aller Umsätze in diesem Teilmarkt auf sich. Auch die Beschäftigten im Kunstmarkt konzentrieren sich auf die bevölkerungsreichen Länder Nordrhein-Westfalen (19%), Bayern (18%), Baden-Württemberg (16%) und Hessen (9%).



Die große Bedeutung des Kunstmarktes für Hessen wird in Abbildung 19 ersichtlich. Entfällt in Hessen mehr als ein Drittel aller Umsätze in der Kulturwirtschaft auf den Kunstmarkt, so sind dies in den anderen Bundesländern deutlich geringere Anteile. Dies ist in Hessen vor allem auf den Teilbereich Werbung zurückzuführen, der in der in diesem Bericht getroffenen Abgrenzung der Kulturwirtschaft zum Kunstmarkt zählt.

Auffallend ist bei diesem Teilmarkt auch, dass keine markanten Abweichungen zwischen der Gruppe der alten und neuen Bundesländer festzustellen sind. Insgesamt reicht die Spanne von knapp 35% Umsatzanteil in Hessen bis zu knapp 15% in Schleswig-Holstein.

**Abbildung 19: Umsatzanteil des Kunstmarktes am Gesamtumsatz der Kulturwirtschaft im Jahr 2000 (in %)**

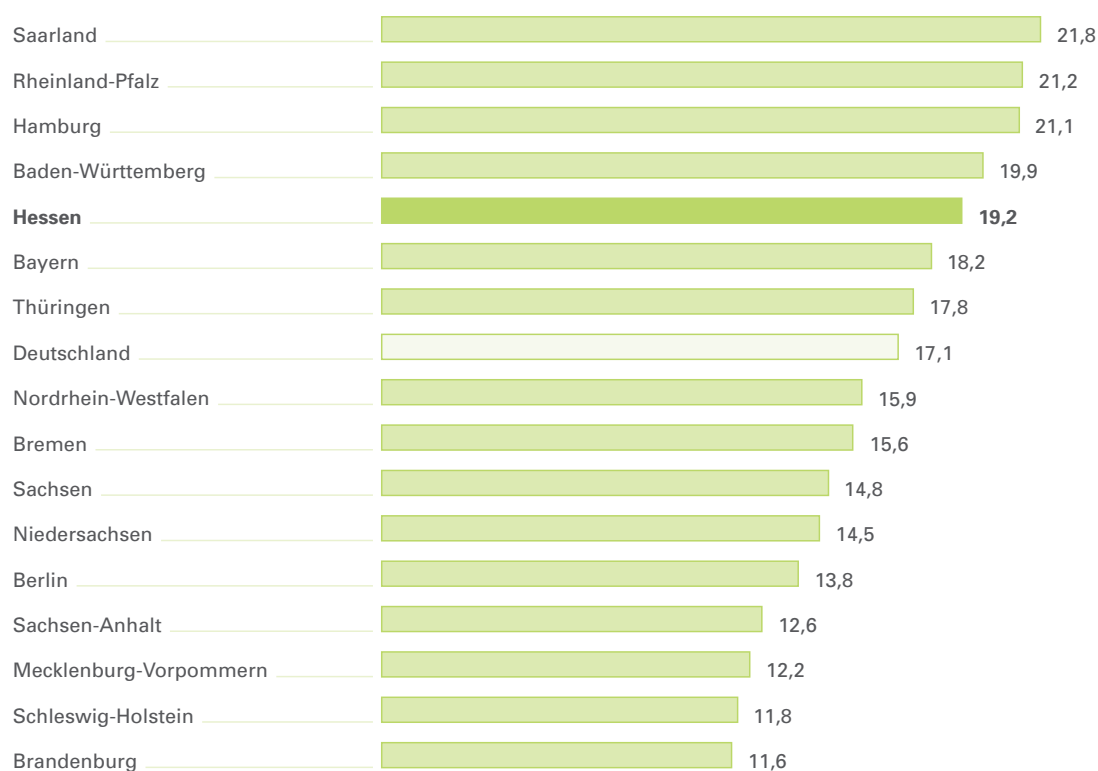


Quelle: Statistisches Bundesamt, Umsatzsteuerstatistik, eigene Darstellung.

Auch gemessen an der Verteilung der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in der Kulturwirtschaft des jeweiligen Landes sind zwischen den einzelnen Ländern zum Teil deutliche Abweichungen erkennbar.

Der Anteil der Beschäftigten des Kunstmarktes an allen Beschäftigten in der Kulturwirtschaft variiert von knapp 22% im Saarland bis hin zu rund 12% in Brandenburg. In Hessen waren im Jahr 2000 etwas über 19% aller sozialversicherungspflichtig Beschäftigten der Kulturwirtschaft im Kunstmarkt tätig (vgl. Abbildung 20).

**Abbildung 20: Anteil der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten im Kunstmarkt an allen Beschäftigten im Jahr 2000 (in %)**



Quelle: Bundesanstalt für Arbeit, Beschäftigtenstatistik, eigene Darstellung.

### 7.5.3 Film-, TV- und Videowirtschaft

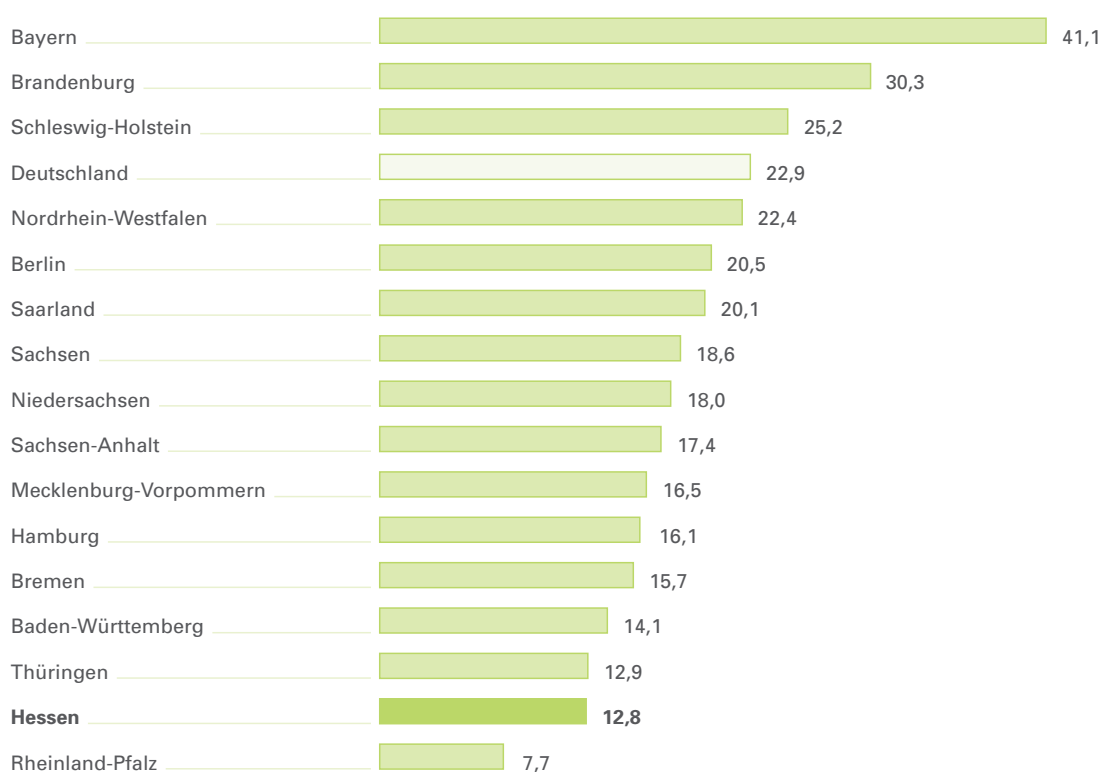
In der Film-, TV- und Videowirtschaft waren im Jahr 2000 insgesamt 270.000 sozialversicherungspflichtig Beschäftigten tätig. Dieser Teilmarkt erzielte in Deutschland einen Umsatz in Höhe von knapp 47 Mrd. Euro. Er hatte damit den zweithöchsten Umsatz innerhalb der Kulturwirtschaft in Deutschland. Rund 23% des Gesamtumsatzes und gut 20% aller sozialversicherungspflichtig Beschäftigten der Kulturwirtschaft in Deutschland entfallen auf diesen Teilmarkt. Zu berücksichtigen ist hierbei allerdings, dass in der Umsatzsteuerstatistik die öffentlich-rechtlichen Hörfunk- und Fernsehanstalten nicht berücksichtigt sind. Der Teilmarkt der Film-, TV- und Videowirtschaft ist also realiter noch bedeutender.

Der Schwerpunkt der Film-, TV- und Videowirtschaft liegt mit einem Anteil von knapp 40% an allen Umsätzen in Bayern. Ein Grund hierfür ist sicherlich die Konzentration von privaten Fernsehsendern und den damit eng verbundenen Dienstleistungsunternehmen im Großraum München. Für das Jahr 2000 wurde in Hessen in der Film-, TV- und Videowirtschaft ein Umsatz

von rund 2,4 Mrd. Euro ausgewiesen, was einem Umsatzanteil von rund 5% an den Umsätzen der Film-, TV- und Videowirtschaft in Deutschland entspricht, während der hessische Umsatzanteil an der gesamten Kulturwirtschaft Deutschlands 9% betrug.

Welche Bedeutung dieser Teilmarkt - gemessen am Umsatz - für die Kulturwirtschaft der einzelnen Länder hat, veranschaulicht Abbildung 21. Die große Bedeutung dieses Teilmarktes für die Kulturwirtschaft in Bayern ist klar ersichtlich, aber auch in Brandenburg werden knapp ein Drittel aller Umsätze innerhalb der Kulturwirtschaft im Teilmarkt Film-, TV- und Videowirtschaft erzielt. Eine merklich geringere Bedeutung hat dieser Teilmarkt dagegen in Baden-Württemberg, Thüringen und Rheinland-Pfalz, mit Umsatzanteilen von weniger als 15% am Gesamtumsatz in der Kulturwirtschaft des jeweiligen Landes. Auch das Land Hessen weist einen deutlich unterdurchschnittlichen Umsatzanteil innerhalb der Kulturwirtschaft in diesem Teilmarkt auf.

**Abbildung 21: Umsatzanteil der Film-, TV- und Videowirtschaft  
am Gesamtumsatz der Kulturwirtschaft im Jahr 2000 (in %)**

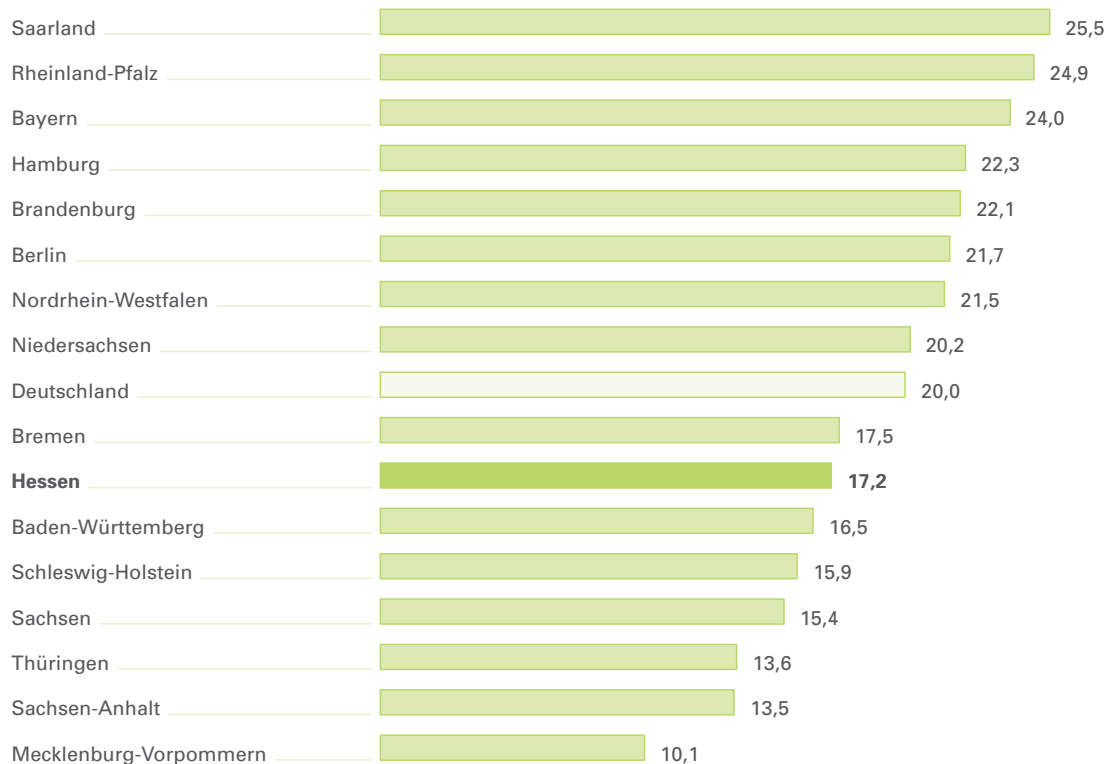


Quelle: Statistisches Bundesamt, Umsatzsteuerstatistik, eigene Darstellung.

Die insgesamt 270.000 sozialversicherungspflichtig Beschäftigten der Film-, TV- und Videowirtschaft verteilen sich sehr unterschiedlich auf die einzelnen Länder. So variiert die Anzahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten von rund 60.000 in Nordrhein-Westfalen bis hin zu 2.400 in Mecklenburg-Vorpommern. Mit seinen etwas über 19.000 Beschäftigten in diesem Teilmarkt stellt Hessen rund 7% aller Beschäftigten der Film-, TV- und Videowirtschaft in Deutschland. Überdurchschnittliche Beschäftigtenanteile in diesem Teilmarkt sind vor allem in Bayern, Rheinland-Pfalz und dem Saarland auszumachen.

Knapp ein Viertel aller in der Kulturwirtschaft tätigen Personen ist in den Ländern Saarland, Rheinland-Pfalz und Bayern in diesem Teilmarkt beschäftigt, in Hessen sind es ca. 17%. Der Bundesdurchschnitt beträgt rund 20%. Auffallend ist des Weiteren, dass – mit Ausnahme von Brandenburg – in den neuen Bundesländern dieser Teilmarkt innerhalb der Kulturwirtschaft nur eine geringe Rolle einnimmt (vgl. Abbildung 22).

**Abbildung 22: Anteil der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in der Film-,  
TV- und Videowirtschaft an allen Beschäftigten im Jahr 2000 (in %)**



Quelle: Bundesanstalt für Arbeit, Beschäftigtenstatistik, eigene Darstellung.

#### 7.5.4 Kulturelles Erbe

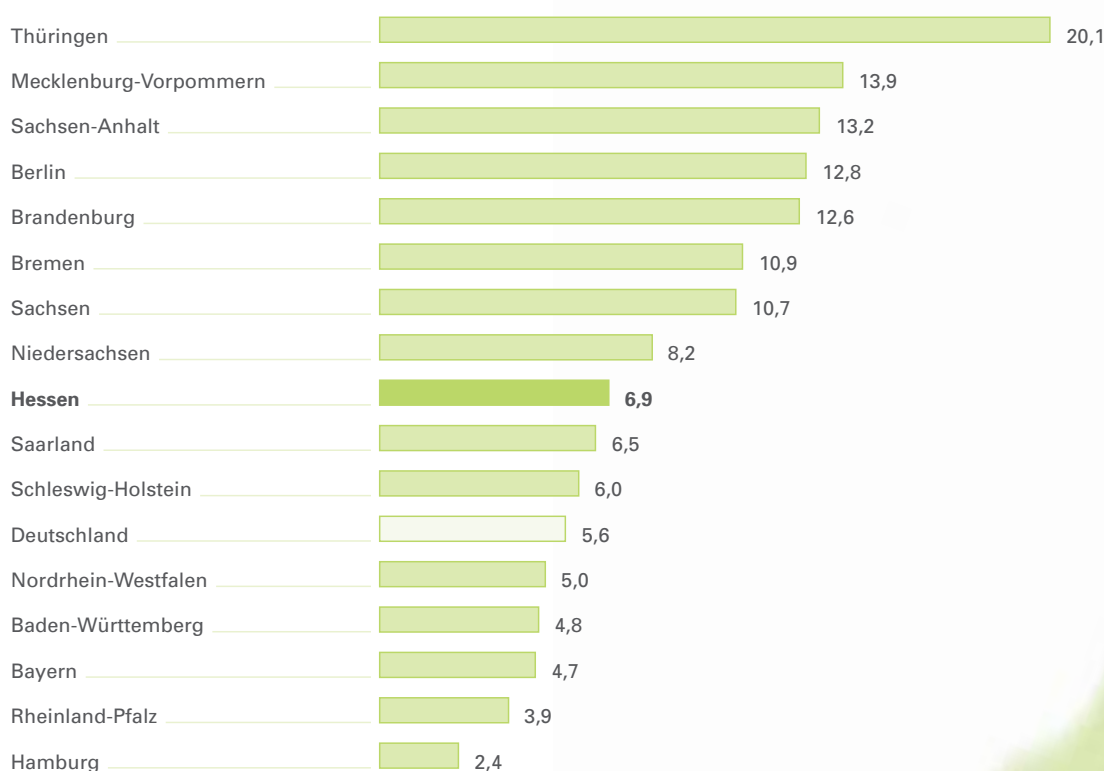
Die Unternehmen des Teilmarktes Kulturelles Erbe verzeichneten im Jahr 2000 einen Umsatz von rund 11 Mrd. Euro, insgesamt waren hier 255.000 Personen sozialversicherungspflichtig beschäftigt. Nur knapp 6% des Gesamtumsatzes, aber rund 19% aller sozialversicherungspflichtig Beschäftigten der Kulturwirtschaft in Deutschland entfallen damit auf diesem Teilmarkt. Obwohl der Teilmarkt Kulturelles Erbe – gemessen am Umsatzvolumen – zu den kleineren Teilmärkten der Kulturwirtschaft zählt, weist er einen vergleichsweise großen Stellenwert für den Arbeitsmarkt auf.

Die Umsätze werden schwerpunktmäßig in den Unternehmen der bevölkerungsreichen alten Bundesländer erwirtschaftet. So entfallen knapp zwei Drittel der Umsätze im Teilmarkt Kulturelles Erbe auf Nordrhein-Westfalen (22%), Bayern (18%), Baden-Württemberg (17%) sowie mit etwas größerem Abstand auf Hessen (11%). Diese Verteilung lässt sich auch bei den Beschäftigtenanteilen ablesen.

Auffallend ist, dass zwischen der Gruppe der alten und neuen Bundesländer klare Abweichungen zu erkennen sind. So weisen alle neuen Bundesländer einen überproportionalen Umsatzanteil im Teilmarkt Kulturelles Erbe auf. Als ein möglicher Grund für das unterschiedliche Verteilungsmuster zwischen den alten und neuen Bundesländern ist die nach wie vor umfangreiche und mit öffentlichen Mitteln unterstützte Sanierung historischer Bausubstanz in den neuen Bundesländern anzuführen.

In Hessen liegt der Umsatzanteil im Teilmarkt Kulturelles Erbe mit knapp 7% über dem Bundesdurchschnitt von 5,6% (vgl. Abbildung 23).

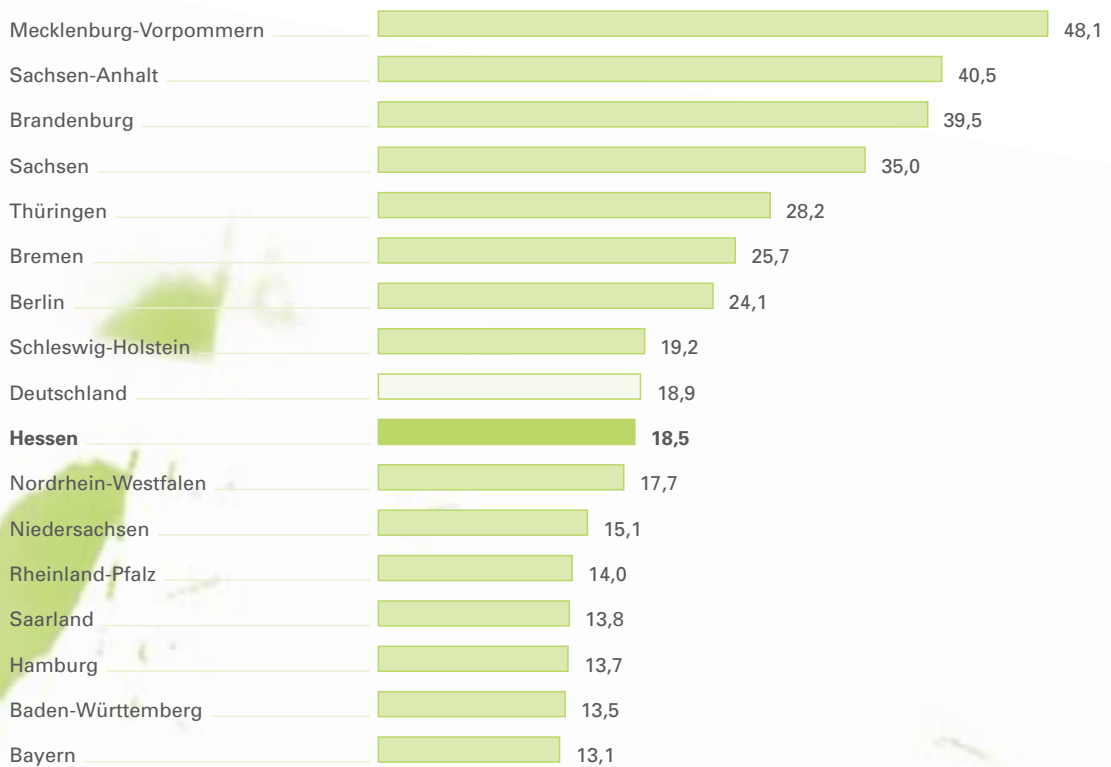
**Abbildung 23: Umsatzanteil des Teilmarktes Kulturelles Erbe am Gesamtumsatz der Kulturwirtschaft im Jahr 2000 (in %)**



Quelle: Statistisches Bundesamt, Umsatzsteuerstatistik, eigene Darstellung.

Der Teilmarkt Kulturelles Erbe vereint im Bundesdurchschnitt ca. 18% aller Beschäftigten in der Kulturwirtschaft auf sich. In einigen der neuen Bundesländer hat er die größte Bedeutung. Markantes Beispiel ist hier Mecklenburg-Vorpommern, in dem knapp die Hälfte aller Beschäftigten der Kulturwirtschaft im Teilmarkt Kulturelles Erbe tätig ist. Die Beschäftigtenanteile in diesem Teilmarkt in Hessen liegen nur unwesentlich unter dem Bundesdurchschnitt (vgl. Abbildung 24).

**Abbildung 24: Anteil der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten im Teilmarkt Kulturelles Erbe an allen Beschäftigten der Kulturwirtschaft im Jahr 2000 (in %)**



Quelle: Bundesanstalt für Arbeit, Beschäftigtenstatistik, eigene Darstellung.

### 7.5.5 Musikwirtschaft

Die Umsatzsteuerstatistik weist für den Teilmarkt Musikwirtschaft in Deutschland einen Umsatz in Höhe von 6,3 Mrd. Euro aus, das entspricht rund 3% des Umsatzes der Kulturwirtschaft in Deutschland. Beschäftigt waren in der Musikwirtschaft rund 24.000 Personen, das sind knapp 2% aller in der Kulturwirtschaft in Deutschland Beschäftigten. Insofern ist die Bedeutung dieses Teilmarktes sowohl bezüglich Umsatzgrößen als auch bezüglich Beschäftigung als eher gering einzustufen.

Auch in diesem Teilmarkt variiert das absolute Umsatzvolumen entsprechend der Größe der einzelnen Länder. Wie in den zuvor dargestellten Teilmärkten weisen jedoch einige Länder einen besonders unter- oder überdurchschnittlichen Anteil am Umsatz auf. So sind insbesondere in Schleswig-Holstein, Saarland, Mecklenburg-Vorpommern sowie in Hessen überdurchschnittliche Umsatzanteile festzustellen.

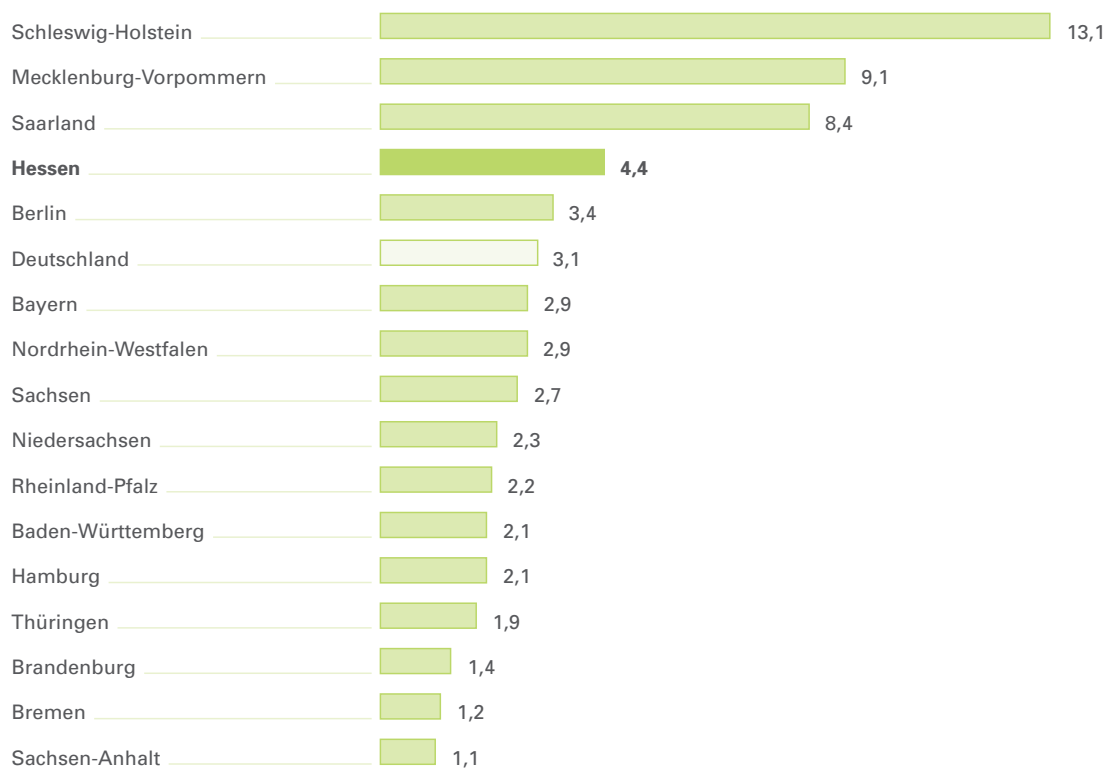
Beschäftigungsschwerpunkte sind – in Relation zu dem Anteil an allen Beschäftigten in der Kulturwirtschaft des jeweiligen Landes – insbesondere Niedersachsen, Schleswig-Holstein und Mecklenburg-Vorpommern.

Für das Jahr 2000 wurde in Hessen in der Musikwirtschaft ein Umsatz von rund 0,8 Mrd. Euro ausgewiesen, was immerhin einem Umsatzanteil von rund 13% an allen Umsätzen der Musikwirtschaft in Deutschland entspricht, während der hessische Umsatzanteil an der Kulturwirtschaft Deutschlands nur bei etwa 9% liegt. Der Anteil Hessens an Beschäftigten in der deutschen Musikwirtschaft beträgt nur rund 7%, während der Anteil Hessens an Beschäftigten in der gesamten deutschen Kulturwirtschaft rund 8% ausmacht.

Innerhalb der Kulturwirtschaft ist der Stellenwert der Musikwirtschaft sehr unterschiedlich ausgeprägt. So reicht die Bandbreite der Umsatzanteile dieses Teilmarktes an der Kulturwirtschaft in den Ländern von über 13% in Schleswig-Holstein – in dem dieser Teilmarkt eine besondere Bedeutung hat - bis zu knapp 1% in Sachsen-Anhalt. Die Musikwirtschaft hat innerhalb der hessischen Kulturwirtschaft einen relativ hohen Umsatzanteil von 4,4% (vgl. Abbildung 25).



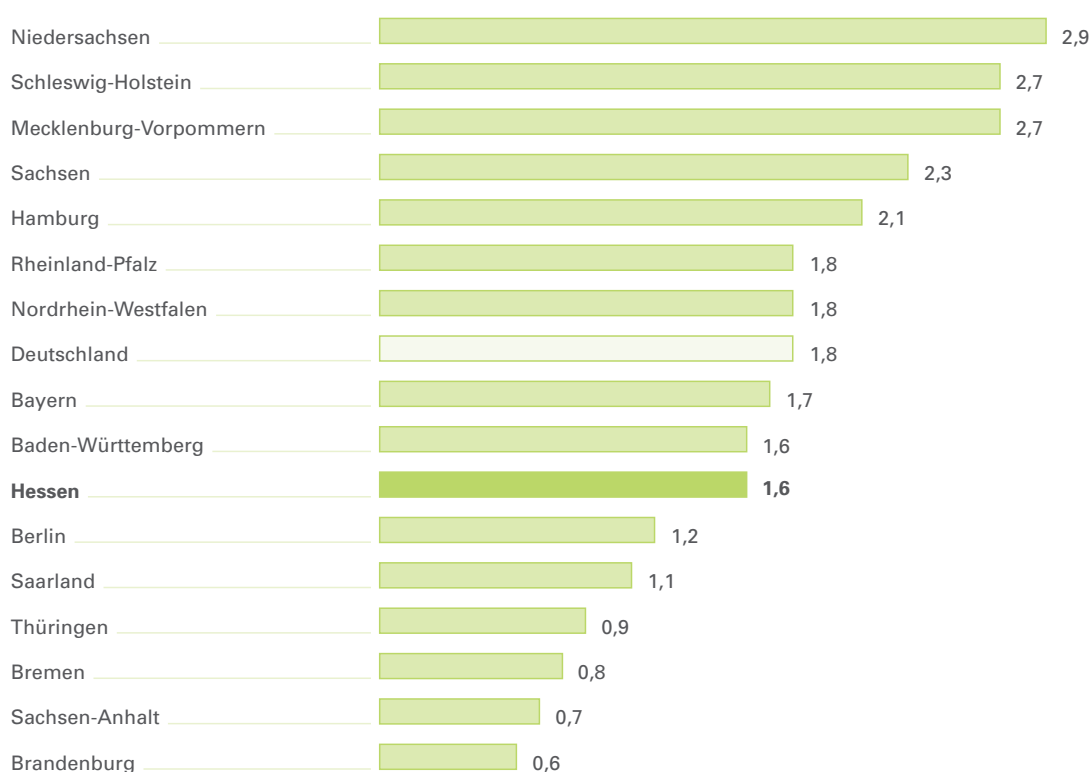
**Abbildung 25: Umsatzanteil des Teilmarktes Musikwirtschaft  
am Gesamtumsatz der Kulturwirtschaft (in %)**



Quelle: Statistisches Bundesamt, Umsatzsteuerstatistik, eigene Darstellung.

Welchen Anteil die sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in der Musikwirtschaft an allen Beschäftigten in der Kulturwirtschaft in den einzelnen Bundesländern einnehmen, zeigt Abbildung 26. Festzuhalten bleibt, dass dieser Teilmarkt innerhalb der Kulturwirtschaft nur zwischen knapp 3% und 0,5% aller Beschäftigten auf sich vereint. Hessen liegt mit einem Beschäftigtenanteil von 1,6% in der Musikwirtschaft geringfügig unter dem Bundesdurchschnitt.

**Abbildung 26: Anteil der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in der Musikwirtschaft an allen Beschäftigten der Kulturwirtschaft im Jahr 2000 (in%)**



Quelle: Bundesanstalt für Arbeit, Beschäftigtenstatistik, eigene Darstellung.

### 7.5.6 Darstellende Kunst

Mit einem Umsatzvolumen von etwas über 5 Mrd. Euro – das entspricht einem Anteil von 2,5% - weist der Teilmarkt Darstellende Kunst den niedrigsten Umsatz in der Kulturwirtschaft Deutschlands auf. Beschäftigt waren hier im Jahr 2000 insgesamt rund 84.000 Personen, das sind nur gut 6% aller in der Kulturwirtschaft Deutschlands Beschäftigten. Als Arbeitsmarkt ist dieser Teilmarkt in Deutschland von geringer Relevanz.

Die Umsatzverteilung ist mit der in anderen Teilmärkten der Kulturwirtschaft nur bedingt vergleichbar. Zwar vereinen, wie in den anderen Teilmärkten, die bevölkerungsstarken Flächenländer Nordrhein-Westfalen, Bayern und Baden-Württemberg "naturgemäß" die größten absoluten Umsätze in diesem Teilmarkt auf sich. Allerdings zeigt sich bei näherer Betrachtung, dass auch in Berlin, in Sachsen sowie in Brandenburg deutlich überdurchschnittliche Umsatzanteile festgestellt werden können.

Klare Unterschiede zwischen den alten und den neuen Bundesländern bzw. systematische Abweichungen zwischen den Stadtstaaten und den

Flächenländern sind nicht zu erkennen. Der hohe Umsatzanteil von Berlin ist vermutlich auf die Vielzahl der kulturellen Unternehmen und Institutionen in der Bundeshauptstadt nach der Wiedervereinigung der beiden für sich bereits bedeutenden Bühnenstandorte in Ost und West zurückzuführen.

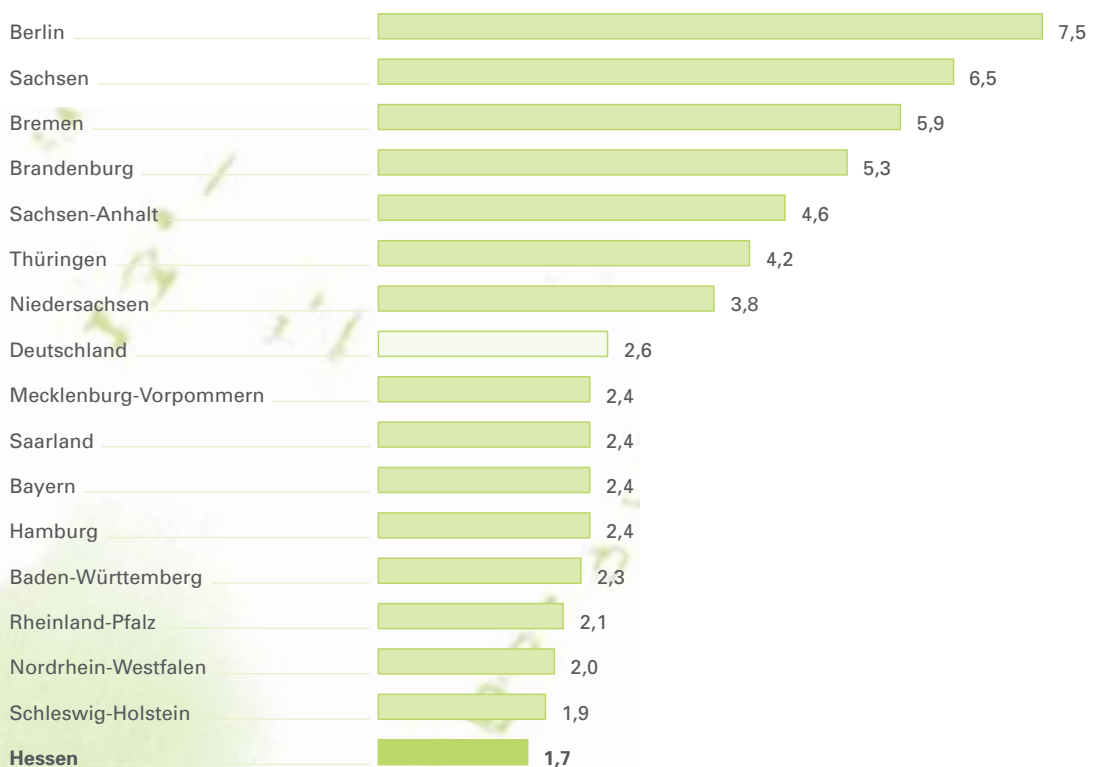
Während Hessens Kulturwirtschaft insgesamt einen Umsatzanteil von etwas über 9% an der Kulturwirtschaft in Deutschland aufweist, haben die hessischen Unternehmen nur einen Umsatzanteil von 6% am Teilmarkt Darstellende Kunst auf Bundesebene. Einem Beschäftigtenanteil der hessischen Kulturwirtschaft insgesamt von 8% an der Kulturwirtschaft in Deutschland steht ein Anteil von 6% im Teilmarkt Darstellende Kunst gegenüber. Mit seinen etwas über 5.000

Beschäftigten hat dieser Teilmarkt in Hessen als Arbeitsmarkt ein eher geringes Gewicht.

Abbildung 27 verdeutlicht die großen Differenzen zwischen den Umsatzanteilen dieses Teilmarktes am Gesamtumsatz der Kulturwirtschaft des jeweiligen Landes. Die Bandbreite der Umsatzanteile des Teilmarktes Darstellende Kunst reicht dabei von 7,5% in Berlin bis hinunter zu Hessen, das mit nur etwas über 1,7% den geringsten Umsatzanteil aufweist.

Betrachtet man die Verteilung der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten, so zeigt sich, dass mehr als 10.000 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte allein in Nordrhein-Westfalen und Bayern ausgewiesen sind.

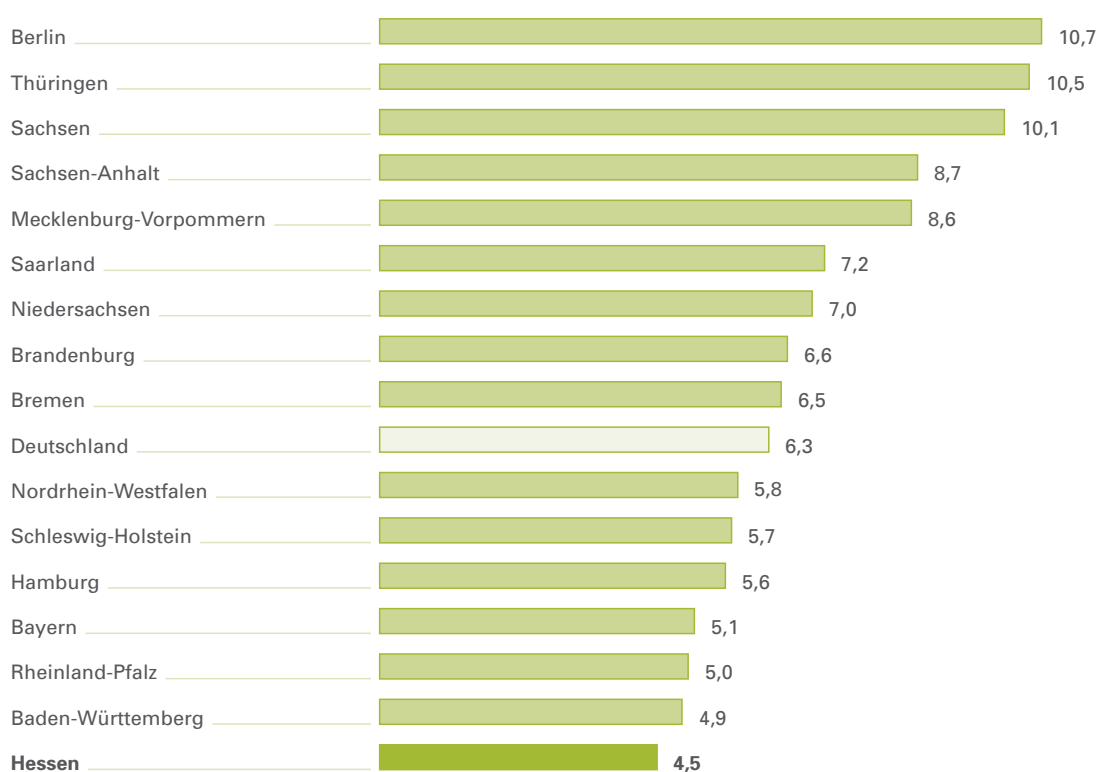
**Abbildung 27: Umsatzanteil des Teilmarktes Darstellende Kunst  
am Gesamtumsatz der Kulturwirtschaft im Jahr 2000(in %)**



Quelle: Statistisches Bundesamt, Umsatzsteuerstatistik, eigene Darstellung.

Der Anteil der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten im Teilmarkt Darstellende Kunst an allen Beschäftigten in der Kulturwirtschaft variiert zwischen ca. 11% in Berlin und 4,5% in Hessen (vgl. Abbildung 28). Mit Ausnahme der Länder Bremen und Saarland ist bei den Beschäftigtenanteilen dieses Teilmarktes ein deutlicher Unterschied zwischen den alten und neuen Bundesländern ersichtlich. In den letztgenannten Ländern hat dieser Teilmarkt als Beschäftigungsfaktor ein größeres Gewicht in der Kulturwirtschaft des Landes.

**Abbildung 28: Anteil der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten im Teilmarkt Darstellende Kunst an allen Beschäftigten der Kulturwirtschaft im Jahr 2000 (in%)**



Quelle: Statistisches Bundesamt, Umsatzsteuerstatistik, eigene Darstellung.

# Anhang

## Anhang 1

### Liste der Gesprächspartner

	Institution	Gesprächspartner
	<b>Allgemein</b>	
1.	Landesarbeitsgemeinschaft der Kulturinitiativen und soziokulturellen Zentren in Hessen e.V. / Kulturzentrum Schlachthof Wiesbaden	Herr Bernd Hesse Herr Gerhard Schulz
2.	Sparkassen Kulturstiftung Hessen Thüringen	Herr Dr. Thomas Wurzel
3.	Landesamt für Denkmalpflege Hessen Wiesbaden	Herr Dr. Viehbrock
4.	RKW (Rationalisierungskuratorium der Deutschen Wirtschaft)	Frau Ardelt
5.	Freie Unternehmensberatung (ehemaliger Berater im Projektbüro der Initiative Start ART. in NRW)	Herr Bertram Abel
	<b>Musikwirtschaft</b>	
6.	Landesmusikrat Hessen e.V.	Herr Gerhard Becker, Präsident
7.	Verband Deutscher Musikschulen Landesverband Hessen	Herr GF Rieß
8.	Leiter des Jazzinstituts Darmstadt	Herr Dr. Wolfram Knauer
9.	Peters-Verlag Frankfurt / Weilburger Schlosskonzerte	Herr GF Rarichs
10.	Vizepräsident des Hessischen Sängerbundes e.V.	Herr Klaus-Peter Blaschke
11.	Deutscher Rock- und Popmusikverband Landesverband Hessen	Herr GF Heinz Mahr
12.	Archiv Frau und Musik	Frau Constanze Holze
	<b>Literatur- Buch- und Pressemarkt</b>	
13.	Hessisches Literaturforum e.V.	Herr GF Werner Söllner
14.	Hessischer Verleger- und Buchhändler-Verband e. V.	Herr GF Klaus Feld
15.	Deutsche Akademie für Sprache und Dichtung	Herr Dr. Gerhard Dette
	<b>Kunstmarkt</b>	
16.	Hessischer Museumsverband	Herr Dr. Thomas Wurzel
17.	Landesarbeitsgemeinschaft d. Jugendkunstschulen u. Kulturpädagogischen Einrichtungen in Hessen	Herr Egner
18.	Landesverband der Galerien in Hessen und Rheinland-Pfalz e.V.	Herr Erhard Witzel
19.	Gesamthochschule Universität Kassel / Begleitforschung documenta	Herr Prof. Dr. Hellstern
	<b>Film-, TV- und Videowirtschaft</b>	
20.	Spitzenorganisation der Filmwirtschaft	Herr GF Helmut Poßmann
21.	Hessische Filmförderung	Frau GF Maria Wismeth
22.	Film- und Kinobüro Hessen e.V.	Herr Paul-Rainer Wicke

### Liste der Gesprächspartner

	Institution	Gesprächspartner
	<b>Darstellende Kunst</b>	
23.	Landesverband Professionelles Freies Theater / Pegasus Theater	Herr Bernhard Mohr
24.	Freies Theaterhaus	Herr Gordon Vajen
25.	Staatstheater Wiesbaden	Herr Verwaltungsdirektor Joachim Bauscher
26.	Bundesverband Bildender Künstler Landesverband Hessen	Herr Bernhard Meyer Herr Wladimir Olenburg
	<b>Kulturelles Erbe</b>	
27.	Hessische Vereinigung für Tanz- und Trachtenpflege	Frau Evelyn Leukel
28.	Beratungszentrum Handwerk und Denkmalpflege / Propstei Johannesberg	Herr Prof. Manfred Gerner
29.	Landesdenkmalrat	Herr Wolfram Nicol
30.	Verwaltung staatlicher Schlösser und Gärten	Herr Direktor Dr. Kai Matthieu
31.	Haus und Grundeigentümer Verband Kassel e.V./ Mitglied Denkmalrat	Herr Wolfram Kieselbach
	<b>Fallbeispiele</b>	
32.	Förderverein Kloster Haydau	Herr Rohde (Verwaltung) Herr Bgm. Wohlgemuth
33.	Rheingau Musik Festival Konzertgesellschaft mbH	Herr Heiner Louis
34.	documenta und Museum Fridericianum Veranstaltungs-GmbH	Herr GF Bernd Leifeld
35.	Kultursommer Mittelhessen	Frau Sybille Atzbach
36.	Stiftung Hessischer Jägerhof Jagdschloss Kranichstein	Frau Kessler

## Anhang 2

### Abgrenzung der Kulturwirtschaft anhand der Wirtschaftszweigsystematik

In der hier verwendeten Definition von "Kulturwirtschaft im weiteren Sinne" zählen 104 Klassen der Wirtschaftszweigsystematik 93, zur "Kulturwirtschaft im engeren Sinne" noch 56 Klassen, also gut die Hälfte. Letztere sind in den nachfolgenden Tabellen fett gedruckt.

**Tabelle 48: Abgrenzung der Kulturwirtschaft anhand der Wirtschaftszweigsystematik 93**

WZ Code			Teilmarkt / Wirtschaftszweig
			<b>Musikwirtschaft</b>
22	11	3	<b>Musikverlag</b>
22	14	0	<b>Verlag von bespielten Tonträgern</b>
36	30	0	<b>Herstellung von Musikinstrumenten</b>
51	18	3	Handelsvermittlung von Spielwaren und Musikinstrumenten
51	47	2	Großhandel mit Spielwaren und Musikinstrumenten
52	45	3	<b>Einzelhandel mit Musikinstrumenten und Musikalien</b>
92	31	5	<b>Selbständige Komponisten und Musikbearbeiter</b>
92	32	4	<b>Tonstudios</b>
22	31	0	Vervielfältigung von bespielten Tonträgern

WZ Code			Teilmarkt / Wirtschaftszweig
			<b>Literatur- Buch- und Pressemarkt</b>
22	11	1	<b>Buchverlag (ohne Adressbuchverlag)</b>
22	12	1	Verlag von Tageszeitungen
22	12	2	Verlag von Wochen- und Sonntagszeitungen
22	13	1	Verlag von Fachzeitschriften
22	13	2	Verlag von allgemeinen Zeitschriften
22	13	3	Verlag von sonstigen Zeitschriften
22	15	0	Sonstiges Verlagsgewerbe
22	21	0	Zeitungsdruckerei
22	22	0	Druckerei
22	23	0	Druckweiterverarbeitung
22	24	0	Satzherstellung und Reproduktion
22	25	0	Sonstiges Druckgewerbe
51	18	8	Handelsvermittlung von Büchern, Zeitschriften, Zeitungen, Musikalien und sonstigen Druckerzeugnissen
51	47	8	Großhandel mit Papier, Pappe, Schul- und Büroartikeln, Büchern, Zeitschriften und Zeitungen
52	47	2	<b>Einzelhandel mit Büchern und Fachzeitschriften</b>
52	47	3	<b>Einzelhandel mit Unterhaltungszeitschriften und Zeitungen</b>
52	50	2	<b>Antiquariate</b>
71	40	3	<b>Leihbüchereien und Lesezirkel</b>
74	83	2	Übersetzungsbüros und Dolmetscher
92	31	6	<b>Selbständige Schriftsteller</b>
92	40	1	Korrespondenz- und Nachrichtenbüros
92	40	2	<b>Selbständige Journalisten und Pressefotografen</b>
92	51	0	<b>Bibliotheken und Archive</b>



## Anhang

WZ Code			Teilmarkt / Wirtschaftszweig
			<b>Kunstmarkt</b>
26	21	1	Herstellung von Haushaltswaren und Ziergegenständen aus Porzellan
26	21	2	Herstellung von Haushaltswaren und Ziergegenständen aus Steingut, Steinzeug und Feinsteinzeug
26	21	3	Herstellung von Haushaltswaren und Ziergegenständen aus Ton sowie von Töpferwaren
26	70	1	<b>Steinbildhauerei und Steinmetzerei</b>
36	22	1	<b>Bearbeitung von Edelsteinen, Schmucksteinen und Perlen</b>
36	22	2	<b>Herstellung von Schmuck aus Edelmetallen und Edelmetallplattierungen</b>
36	22	3	<b>Herstellung von Gold- und Silberschmiedewaren (ohne Tafelgeräte und Bestecke)</b>
51	18	2	Handelsvermittlung von Uhren, Edelmetallwaren und Schmuck
51	47	4	Großhandel mit Uhren, Edelmetallwaren und Schmuck
52	48	2	<b>Einzelhandel mit Kunstgegenständen, Bildern, kunstgewerblichen Erzeugnissen, Briefmarken, Münzen und Geschenkartikeln</b>
52	48	5	Einzelhandel mit Uhren, Edelmetallwaren und Schmuck
52	50	1	<b>Einzelhandel mit Antiquitäten und antiken Teppichen</b>
52	73	0	Reparatur von Uhren und Schmuck
74	20	6	<b>Büros für Industrie-Design</b>
74	40	1	<b>Werbegestaltung</b>
74	40	2	Werbemittelverbreitung und Werbemittlung
74	84	4	<b>Ateliers für Textil-, Schmuck-, Möbel- u.ä. Design</b>
92	52	1	<b>Museen und Kunstaustellungen, Galerien</b>
74	84	3	Versteigerungsgewerbe
80	30	2	<b>Kunsthochschulen</b>

WZ Code			Teilmarkt / Wirtschaftszweig
			<b>Film-, TV- und Videowirtschaft</b>
24	64	0	Herstellung von fotochemischen Erzeugnissen
24	65	0	Herstellung von unbespielten Ton-, Bild- und Datenträgern
32	30	0	Herstellung von Rundfunk- und Fernsehgeräten sowie phono- und videotechnischen Geräten
<b>33</b>	<b>40</b>	<b>3</b>	<b>Herstellung von Foto-, Projektions- und Kinogeräten</b>
51	14	4	Handelsvermittlung von Rundfunk-, Fernseh- und phonotechnischen Erzeugnissen
51	18	1	Handelsvermittlung von feinmechanischen, Foto- und optischen Erzeugnissen
51	43	3	Großhandel mit Rundfunk-, Fernseh- und phonotechnischen Geräten und Zubehör
51	47	7	Großhandel mit feinmechanischen, Foto- und optischen Erzeugnissen
52	45	2	Einzelhandel mit elektrischen Haushalts-, Rundfunk- und Fernsehgeräten sowie Musikinstrumenten
71	40	4	Videotheken
<b>74</b>	<b>81</b>	<b>1</b>	<b>Fotografisches Gewerbe, Fotoateliers</b>
<b>74</b>	<b>81</b>	<b>2</b>	<b>Fotografische Laboratorien</b>
<b>92</b>	<b>11</b>	<b>1</b>	<b>Herstellung von Kinofilmen</b>
<b>92</b>	<b>11</b>	<b>2</b>	<b>Herstellung von Fernsehfilmen</b>
<b>92</b>	<b>11</b>	<b>3</b>	<b>Herstellung von Industrie-, Wirtschafts- und Werbefilmen</b>
<b>92</b>	<b>11</b>	<b>4</b>	<b>Sonstige Filmherstellung</b>
<b>92</b>	<b>11</b>	<b>5</b>	<b>Filmtechnik</b>
<b>92</b>	<b>12</b>	<b>1</b>	<b>Filmverleih</b>
<b>92</b>	<b>12</b>	<b>2</b>	<b>Videoprogrammanbieter</b>
<b>92</b>	<b>12</b>	<b>3</b>	<b>Filmvertrieb</b>
<b>92</b>	<b>13</b>	<b>0</b>	<b>Filmtheater</b>
<b>92</b>	<b>20</b>	<b>1</b>	<b>Hörfunk- und Fernsehanstalten</b>
<b>92</b>	<b>20</b>	<b>2</b>	<b>Herstellung von Hörfunk- und Fernsehprogrammen</b>
22	32	0	Vervielfältigung von bespielten Bildträgern
22	33	0	Vervielfältigung von bespielten Datenträgern
52	72	2	Reparatur von Rundfunk-, Fernseh- und phonotechnischen Geräten

WZ Code			Teilmarkt / Wirtschaftszweig
			<b>Darstellende Kunst und unterhaltungsbezogene Kunst</b>
55	40	3	Diskotheken und Tanzlokale
92	31	1	Theaterensembles
92	31	2	Ballettgruppen, Orchester, Kapellen und Chöre
92	31	3	Selbständige bildende Künstler
92	31	7	Selbständige Bühnen-, Film-, Hörfunk- und Fernsehkünstler
92	31	8	Selbständige Artisten
92	32	1	Theater- und Konzertveranstalter
92	32	2	Opern- und Schauspielhäuser, Konzerthallen und ähnliche Einrichtungen
92	32	3	Varietés und Kleinkunstabühnen
92	34	2	Erbringung von sonstigen kulturellen und unterhaltenden Leistungen (Puppentheater, Wanderzirkus, Zirkusbetriebe, Schaustellung)
92	32	5	Technische Hilfsdienste für kulturelle und unterhaltende Leistungen (Vorverkauf, Theaterkassen)
92	33	0	Schaustellergewerbe und Vergnügungsparks
92	34	1	Tanzschulen
92	72	2	Erbringung von sonstigen Dienstleistungen für Unterhaltung, Erholung und Freizeit (Besetzung von Rollen in Film- und Theaterproduktionen, Künstleragentur, Abrichtung Haustiere)

WZ Code			Teilmarkt / Wirtschaftszweig
			<b>Kulturelles Erbe</b>
28	52	3	Beschlag- und Kunstschmieden
<b>36</b>	<b>61</b>	<b>0</b>	<b>Herstellung von Phantasieschmuck</b>
36	63	7	Herstellung von Weihnachtsschmuck
<b>73</b>	<b>20</b>	<b>2</b>	<b>Forschung und Entwicklung im Bereich Sprach-, Kultur- und Kunstwissenschaften</b>
74	20	1	Architekturbüros für Hochbau und für Innenarchitektur
74	20	2	Architekturbüros für Orts-, Regional- und Landesplanung
74	20	3	Architekturbüros für Garten- und Landschaftsgestaltung
75	12	2	Öffentliche Verwaltung auf dem Gebiet der Bildung und Kultur
80	42	3	Selbständige Lehrer
91	33	1	Organisationen der Bildung, Wissenschaft, Forschung und Kultur
<b>92</b>	<b>31</b>	<b>4</b>	<b>Selbständige Restauratoren</b>
<b>92</b>	<b>52</b>	<b>2</b>	<b>Denkmalschutz</b>

## Anhang 3

### Abgrenzung der Kulturwirtschaft auf internationaler und nationaler Ebene

Schon für den Begriff "Kultur" hat sich bisher in der wissenschaftlichen Literatur noch keine einheitliche Definition durchgesetzt. Ein Grund hierfür kann in der breiten Palette von Tätigkeiten liegen, die prinzipiell diesem Sektor zugeordnet werden können. Folgendes Zitat kann beispielhaft die Verwirrung über den Begriff der "Kultur" illustrieren: "Es gehört fast schon zur akademischen Übung, sich in einer Abhandlung über Kultur ausführlich Gedanken über die Fassung dieses Begriffs zu machen, und diese Übung endet ebenso oft in der ambivalenten Entscheidung für diese oder jene Definition aus dem reichen Angebot der Fachliteratur, ohne dass die Wahl wirklich befriedigen kann."<sup>80</sup>

Wenn schon der Begriff der Kultur sich nicht eindeutig definieren lässt und je nach Untersuchungsgegenstand variiert, dann ist zu erwarten, dass die Bestimmung des Begriffs "Kulturwirtschaft" und die Abgrenzung der damit verbundenen wirtschaftlichen Aktivitäten sich ebenfalls schwierig gestaltet. Im Folgenden werden zunächst verschiedene Abgrenzungen kurz vorgestellt, bevor die in dieser Untersuchung zugrunde liegende Abgrenzung der Kulturwirtschaft erläutert wird.

Die UNESCO lieferte 1986 eine Definition kultureller Aktivitäten, die mit der Unterscheidung von zehn kulturellen Bereichen den weitesten Rahmen absteckt, unabhängig davon, ob die Leistungserstellung öffentlich oder privatwirtschaftlich erfolgt (vgl. Tabelle 49).<sup>81</sup> Die Bereiche wurden nach sachlicher Zugehörigkeit verwandter Aktivitäten gebildet, wobei die beiden letzten Untergruppen sicher kontrovers diskutiert werden können.

**Tabelle 49: Abgrenzung kultureller Aktivitäten nach UNESCO**

0	Kulturelles Erbe
1	Druckerzeugnisse und Literatur
2	Musik
3	Darstellende Kunst
4	Bildende Kunst
5	Film
6	Hörfunk und Fernsehen
7	Soziokulturelle Aktivitäten
8	Sport und Spiele
9	Umwelt und Natur

<sup>80</sup> Bendixen, Peter (2001), S. 54.

<sup>81</sup> UNESCO (1986).

Quelle: UNESCO, (1986).

Die Europäische Union benennt in ihren Arbeitspapieren<sup>82</sup> ebenfalls Funktionsbereiche der Kulturwirtschaft, die neben dem kreativen Akt, der Herstellung und Verbreitung von kulturellen Gütern und Leistungen auch die Bewahrung von Kulturgütern sowie den Bereich der Bildung einschließen. Im Einzelnen sind dies:

- Preservation: all acts of heritage protection, restauration and upkeep
- Creation: invention of original work, usually conferring entitlement to royalties
- Production: the action by which the original work is made available to the public
- Dissemination: (including events organisation, promotion)
- Trade / sales
- Education

Davon abweichend definieren die Statistischen Ämter des Bundes und der Länder den öffentlich finanzierten Kulturbereich. Nach der Revidierung der Haushaltssystematiken, die die Basis für die Gliederung der Finanzstatistiken sind, zählen im Kulturfinanzbericht gemäß dem ab dem Jahr 2001 geltenden Funktionenplan der staatlichen Haushalte die in Tabelle 50 aufgeführten Sparten zum Kulturbereich.

**Tabelle 50: Definition des öffentlichen Kulturbereichs in der Haushaltssystematik des Bundes ab 2001**

18	Kultureinrichtungen
181	Theater
182	Einrichtungen der Musikpflege
183	Museen, Sammlungen, Ausstellungen
184	Zoologische und botanische Gärten
185	Musikschulen
186	Nichtwissenschaftliche Bibliotheken
187	Sonstige Kultureinrichtungen
188	Verwaltung für kulturelle Angelegenheiten
191	Einzelmaßnahmen im Bereich Theater und Musikpflege
192	Einzelmaßnahmen im Bereich Museen und Ausstellungen
193	Andere Einzelmaßnahmen der Kulturpflege
195	Denkmalschutz und -pflege

<sup>82</sup> Eurostat (2000), S. 25 f.

Quelle: Statistische Ämter des Bundes und der Länder, (2000).

Bei der Suche nach einer inhaltlichen Begriffsbestimmung für die Kulturwirtschaft ist ferner der zu Beginn der 90er Jahre in Nordrhein-Westfalen in drei Kulturwirtschaftsberichten erarbeitete Ansatz zu nennen.<sup>83</sup> Dieser umfasst alle Wirtschaftsbetriebe und Selbständigen, die für die Vorbereitung, Schaffung, Erhaltung und Sicherung von künstlerischer Produktion, Kulturvermittlung und/oder medialer Verbreitung Leistungen erbringen oder dafür Produkte herstellen oder veräußern.

Basis dieser Abgrenzung war wiederum der Ansatz, der im Rahmen einer Ifo-Studie aus dem Jahr 1988 über die volkswirtschaftliche Bedeutung von Kunst und Kultur angewandt wurde. Nach diesem Ansatz orientiert sich die Abgrenzung des Kunst- und Kulturbereichs vor allem an "der Schaffung, der Verbreitung und der Erhaltung von künstlerischen Werken". Folgende Bereiche wurden einer tieferen Analyse unterzogen (vgl. Tabelle 51):

**Tabelle 51: Kunst- und Kulturbereiche nach Ifo-Studie, 1988**

Selbständige Künstler
Verlage
Theater und Orchester
Herstellung bespielter Tonträger
Filmwirtschaft
Hörfunk und Fernsehen
Museen
Denkmalschutz

<sup>83</sup> Vgl. Arbeitsgemeinschaft Kulturwirtschaft Nordrhein-Westfalen (1992), (1995), (1998).

Quelle: Hummel, Marlies/ Berger, Manfred, (1988).

Tabelle 52: Abgrenzung der Kulturwirtschaft auf EU-Ebene

Cultural activities		Corresponding NACE classes
<b>Cultural heritage</b>		
Activities for the protection of monuments	Teil von	92.52
Museum activities	Teil von	92.52
Archaeological activities	Teil von	92.52
Other heritage-related activities	Teil von	74.84
Event organising and awareness-raising (inc. amateur training)	Teil von	91.33
Educational activities	Teil von	80.30 und 80.42
<b>Archives</b>		
General and specialised archives activities	Teil von	92.51
Event organising and awareness-raising (inc. amateur training)	Teil von	91.33
Educational activities	Teil von	80.30 und 80.42
<b>Libraries</b>		
Conservation and reading libraries	Teil von	92.51
Event organising and awareness-raising (inc. amateur training)	Teil von	91.33
Educational activities	Teil von	80.30 und 80.42
<b>Books and press</b>		
Creation of literary works (activities of authors)	Teil von	92.31
Drafting of articles for newspapers and periodicals (activities of journalists)	Teil von	92.40
Book production	Teil von	22.11
Newspaper and periodical production		22.12 und 22.13
Activities of press agencies	Teil von	92.40
Activities of literary agents	Teil von	74.84
Organisation of book/reading festivals and fairs	Teil von	74.84
Event organising and awareness-raising (inc. amateur training)	Teil von	91.33
Trade/sales in books	Teil von	51.47 und 52.47
Trade/sales in press publications	Teil von	51.47 und 52.47
Educational activities	Teil von	80.30 und 80.42

Quelle: Eurostat, (2000), S. 29 ff.



<b>Cultural activities</b>		<b>Corresponding NACE classes</b>
<b>Visual arts</b>		
Restoration	Teil von	92.31
Creation of visual works	Teil von	92.31 und 74.84
Production of visual works (publication of printed reproductions, production of casts)	Teil von	22.15
Exhibitions of visual works	Teil von	74.84
Organisation of festivals	Teil von	74.84
Event organising and awareness-raising (inc. amateur training)	Teil von	91.33
Trade/sales in visual works (art galleries)	Teil von	52.48
Trade/sales in reproductions and casts	Teil von	?
Educational activities	Teil von	80.30 und 80.42
<b>Architecture</b>		
Architectural creation (activities of firms of architects)	Teil von	74.20
Educational activities	Teil von	80.30 und 80.42
<b>Performing arts</b>		
Creation of musical, choreographic, operatic, theatrical works	Teil von	92.31
Activities of orchestras, companies (dance, theatre, etc.)	Teil von	92.31 und 92.34
Production of live entertainment (dance, music, theatre..)	Teil von	92.31
Services relating to the production of live entertainment (inc. artistic agents)	Teil von	92.72 und 92.32 und 74.84
Dissemination activities of concert halls, dance theatres, drama theatres, etc.	Teil von	92.32
Organisation of festivals (dance, music, theatre, etc.) Event organising and awareness-raising (inc. amateur training)	Teil von	74.84 und 91.33
Educational activities	Teil von	80.30 und 80.42

Cultural activities		Corresponding NACE classes
Audio, audiovisual and multimedia		
Creation of cinematographic works and audio-visual (non-cinema) works	Teil von	92.31
Creation of multimedia works	Teil von	92.11
Production of films for the cinema	Teil von	92.11
Production of films (non-cinema)	Teil von	92.20
Production of radio programmes	Teil von	92.20
Production of television programmes	Teil von	92.20
Production of sound and audio-visual recordings		22.14
Production of multimedia works	Teil von	?
Film distribution		92.12
Cinema management		92.13
Organisation of festivals	Teil von	74.84
Radio broadcasting	Teil von	92.20
Television broadcasting	Teil von	92.20
Trade/sales in sound and audio-visual recordings	Teil von	52.45 and 51.43
Trade/sales in multimedia works	Teil von	?
Educational activities	Teil von	80.30 und 80.42

Quelle: Eurostat, (2000), S. 29 ff.

## Tabellenverzeichnis

<b>Tabelle 1:</b> Beschäftigte und Umsatz ausgewählter Branchen bzw. Arbeitsstätten in Hessen im Jahr 2000 (gerundete Werte)	<b>36</b>	<b>Tabelle 13:</b> Besucher und Ausstellungen in hessischen Museen im Jahr 2000	<b>56</b>
<b>Tabelle 2:</b> Regionale Verteilung der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in der Kulturwirtschaft im Jahr 2000	<b>36</b>	<b>Tabelle 14:</b> Statistische Abgrenzung der Film-, TV- und Videowirtschaft	<b>61</b>
<b>Tabelle 3:</b> Unternehmen und Umsätze der Kulturwirtschaft und ihrer Teilmärkte im Vergleich zur Gesamtwirtschaft in Hessen im Jahr 2000	<b>39</b>	<b>Tabelle 15:</b> Unternehmen und Umsätze der einzelnen Branchen in der Film-, TV- und Videowirtschaft im Jahr 2000	<b>63</b>
<b>Tabelle 4:</b> Beschäftigte in den Teilmärkten der Kulturwirtschaft in Hessen im Jahr 2000	<b>40</b>	<b>Tabelle 16:</b> Filmfestivals in Hessen	<b>65</b>
<b>Tabelle 5:</b> Selbständige Künstler in den Teilbereichen der KSK in Hessen im Jahr 2000	<b>41</b>	<b>Tabelle 17:</b> Kinoangebot in den Bundesländern im Jahr 2000	<b>68</b>
<b>Tabelle 6:</b> Übersicht über die Teilmärkte der Kulturwirtschaft und ihre Bedeutung für die Gesamtwirtschaft in Hessen im Jahr 2000	<b>43</b>	<b>Tabelle 18:</b> Statistische Abgrenzung des Kulturellen Erbes	<b>72</b>
<b>Tabelle 7:</b> Statistische Abgrenzung des Literatur-, Buch- und Pressemarktes	<b>44</b>	<b>Tabelle 19:</b> Unternehmen und Umsätze der einzelnen Sparten im Teilmarkt Kulturelles Erbe in Hessen im Jahr 2000	<b>74</b>
<b>Tabelle 8:</b> Unternehmen und Umsätze der einzelnen Sparten im Literatur-, Buch- und Pressemarkt in Hessen im Jahr 2000	<b>44</b>	<b>Tabelle 20:</b> Anstoßeffekte der öffentlichen Förderung im Bereich der Stadtsanierung	<b>77</b>
<b>Tabelle 9:</b> Verlage und Buchhandlungen in den Bundesländern im Jahr 2000	<b>46</b>	<b>Tabelle 21:</b> Statistische Abgrenzung der Musikwirtschaft	<b>81</b>
<b>Tabelle 10:</b> Statistische Abgrenzung des Kunstmarktes	<b>51</b>	<b>Tabelle 22:</b> Unternehmen und Umsätze der einzelnen Sparten in der Musikwirtschaft im Jahr 2000	<b>83</b>
<b>Tabelle 11:</b> Unternehmen und Umsätze der einzelnen Sparten im Kunstmarkt im Jahr 2000	<b>48</b>	<b>Tabelle 23:</b> Statistische Abgrenzung der Darstellenden und unterhaltungsbezogenen Kunst	<b>88</b>
<b>Tabelle 12:</b> Museen in den Bundesländern im Jahr 2000	<b>51</b>	<b>Tabelle 24:</b> Unternehmen und Umsätze der einzelnen Sparten in der Darstellenden Kunst im Jahr 2000	<b>89</b>
	<b>52</b>	<b>Tabelle 25:</b> Öffentliche Theater in Hessen im Jahr 2000	<b>90</b>
	<b>54</b>	<b>Tabelle 26:</b> Plätze, Veranstaltungen, Besucher und Personal in öffentlichen Theatern im Jahr 2000	<b>92</b>

<b>Tabelle 27:</b> Einnahmestruktur der hessischen Theater im Jahr 2000	<b>93</b>	<b>Tabelle 40:</b> Entwicklung der Übernachtungen in Kassel in den letzten drei documenta-Jahren	<b>130</b>
<b>Tabelle 28:</b> Ausgabestruktur der hessischen Theater im Jahr 2000	<b>94</b>	<b>Tabelle 41:</b> Veranstaltungen im Kloster Haydau im Jahr 2002	<b>140</b>
<b>Tabelle 29:</b> Plätze, Veranstaltungen, Besucher und Personal in privaten Theatern im Jahr 2000	<b>96</b>	<b>Tabelle 42:</b> Umsatz pro steuerpflichtigen Unternehmen in der Kulturwirtschaft nach Bundesländern im Jahr 2000	<b>156</b>
<b>Tabelle 30:</b> Festspiele in Hessen (selbständige Festspielunternehmen) im Jahr 2000	<b>97</b>	<b>Tabelle 43:</b> Umsätze in Kulturwirtschaft nach Bundesländern im Jahr 2000	<b>157</b>
<b>Tabelle 31:</b> Soziokulturelle Zentren in Deutschland im Jahr 2000	<b>103</b>	<b>Tabelle 44:</b> Gründungsdatum der Unternehmen in der Kultur- wirtschaft im Bundesländervergleich (Anteile in %)	<b>160</b>
<b>Tabelle 32:</b> Soziokulturelle Einrichtungen und Initiativen in Hessen (Mitglieder der LAKS) im Jahr 2003	<b>104</b>	<b>Tabelle 45:</b> Größenklassen der Unternehmen der Kulturwirt- schaft im Bundesländervergleich im Jahr 2000 (in %)	<b>161</b>
<b>Tabelle 33:</b> Veranstaltungen in soziokulturellen Zentren im Jahr 2000	<b>105</b>	<b>Tabelle 46:</b> Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte in der Kulturwirtschaft im Jahr 2000	<b>162</b>
<b>Tabelle 34:</b> Soziokulturelle Zentren in Deutschland und in Hessen – Eckdaten im Jahr 2000	<b>107</b>	<b>Tabelle 47:</b> Selbständige Künstler im Bundesländervergleich im Jahr 2000	<b>164</b>
<b>Tabelle 35:</b> Kulturförderung der Kommunen und Landkreise nach Sparten im Jahr 2000	<b>113</b>	<b>Tabelle 48:</b> Abgrenzung der Kulturwirtschaft anhand der Wirtschaftszweigsystematik 93	<b>182</b>
<b>Tabelle 36:</b> Kulturausgaben des Landes Hessen im Jahr 2000	<b>116</b>	<b>Tabelle 49:</b> Abgrenzung kultureller Aktivitäten nach UNESCO	<b>188</b>
<b>Tabelle 37:</b> Direkte und indirekte Kulturförderung des Landes Hessen im Jahr 2000	<b>118</b>	<b>Tabelle 50:</b> Definition des öffentlichen Kulturbereichs in der Haushaltssystematik des Bundes ab 2001	<b>189</b>
<b>Tabelle 38:</b> Besucher und Ausgaben der documenta-Ausstellungen seit 1955	<b>127</b>	<b>Tabelle 51:</b> Kunst- und Kulturbereiche nach Ifo-Studie, 1988	<b>190</b>
<b>Tabelle 39:</b> Entwicklung des Bettenangebots in Hessen und in Kassel in den letzten drei documenta-Jahren	<b>129</b>	<b>Tabelle 52:</b> Abgrenzung der Kulturwirtschaft auf EU-Ebene	<b>191</b>

## Abbildungsverzeichnis

<b>Abbildung 1</b> Zusammenhang zwischen dem Kultursektor, Wirtschaft und Staat	<b>26</b>	<b>Abbildung 12</b> Umsatzanteile der hessischen Teilmärkte am Bundeswert im Jahr 2000	<b>152</b>
<b>Abbildung 2</b> Umsätze der Kulturwirtschaft in Hessen im Jahr 2000 nach Teilmärkten	<b>37</b>	<b>Abbildung 13</b> Beschäftigtenstatistik der hessischen Teilmärkte am Bundeswert im Jahr 2000	<b>153</b>
<b>Abbildung 3</b> Umsätze der Kulturwirtschaft in Hessen im Jahr 2000 nach Teilmärkten in Mio. Euro	<b>38</b>	<b>Abbildung 14</b> Anteil der steuerpflichtigen Unternehmen in der Kulturwirtschaft an allen steuerpflichtigen Unternehmen	<b>155</b>
<b>Abbildung 4</b> Anzahl der Museen pro 100.000 Einwohner nach Bundesländern im Jahr 2000	<b>55</b>	<b>Abbildung 15</b> Umsatzanteil der Kulturwirtschaft am Gesamtumsatz im Jahr 2000	<b>158</b>
<b>Abbildung 5</b> Museumsbesuche in 1.000 pro Museum nach Bundesländern im Jahr 2000	<b>57</b>	<b>Abbildung 16</b> Anteil der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in der Kulturwirtschaft an allen sozialversicherungspflichtig Beschäftigten	<b>163</b>
<b>Abbildung 6</b> Kinoumsätze pro Platz nach Bundesländern im Jahr 2000	<b>69</b>	<b>Abbildung 17</b> Umsatzanteil im Teilmarkt Literatur-, Buch- und Pressemarkt am Gesamtumsatz der Kulturwirtschaft im Jahr 2000	<b>166</b>
<b>Abbildung 7</b> Beschäftigtenstruktur der LAKS-Mitglieder in Hessen im Jahr 2000	<b>106</b>	<b>Abbildung 18</b> Anteil der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten des Literatur-, Buch- und Pressemarktes an allen Beschäftigten der Kulturwirtschaft im Jahr 2000	<b>167</b>
<b>Abbildung 8</b> Einnahmestruktur der LAKS-Mitglieder in Hessen im Jahr 2000 (Basis: 26 Einrichtungen)	<b>108</b>	<b>Abbildung 19</b> Umsatzanteil des Kunstmarktes am Gesamtumsatz der Kulturwirtschaft im Jahr 2000	<b>168</b>
<b>Abbildung 9</b> Regionale Verteilung der Ausgaben der hessischen Landkreise und Kommunen für Kultur im Jahr 2000	<b>112</b>	<b>Abbildung 20</b> Anteil der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten im Kunstmarkt an allen Beschäftigten der Kulturwirtschaft im Jahr 2000	<b>169</b>
<b>Abbildung 10</b> Kulturausgaben der öffentlichen Haushalte im Jahr 2000	<b>114</b>		
<b>Abbildung 11</b> Kulturförderung der öffentlichen Haushalte im Bundesländervergleich im Jahr 2000	<b>123</b>		

**Abbildung 21**

Umsatzanteil der Film-, TV- und Videowirtschaft am Gesamtumsatz der Kulturwirtschaft im Jahr 2000 **171**

**Abbildung 22**

Anteil der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in der Film-, TV- und Videowirtschaft an allen Beschäftigten der Kulturwirtschaft im Jahr 2000 **172**

**Abbildung 23**

Umsatzanteil des Teilmarktes Kulturelles Erbe am Gesamtumsatz der Kulturwirtschaft im Jahr 2000 **173**

**Abbildung 24**

Anteil der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten im Teilmarkt Kulturelles Erbe an allen Beschäftigten der Kulturwirtschaft im Jahr 2000 **174**

**Abbildung 25**

Umsatzanteil des Teilmarktes Musikwirtschaft am Gesamtumsatz der Kulturwirtschaft **176**

**Abbildung 26**

Anteil der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in der Musikwirtschaft an allen Beschäftigten der Kulturwirtschaft im Jahr 2000 **177**

**Abbildung 27**

Umsatzanteil des Teilmarktes Darstellende Kunst am Gesamtumsatz der Kulturwirtschaft im Jahr 2000 **178**

**Abbildung 28**

Anteil der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten im Teilmarkt Darstellende Kunst an allen Beschäftigten der Kulturwirtschaft im Jahr 2000 **179**

## Literaturverzeichnis

**Anheier; Helmut K. (1997):**

Der Dritte Sektor in Deutschland, Organisationen zwischen Staat und Markt im gesellschaftlichen Wandel, Berlin.

**Arbeitsgemeinschaft Kulturwirtschaft**

**Nordrhein-Westfalen (1991):**

Dynamik der Kulturwirtschaft: Nordrhein-Westfalen im Vergleich – 1. Kulturwirtschaftsbericht NRW, Gutachten im Auftrag des Ministeriums für Wirtschaft, Mittelstand und Technologie des Landes Nordrhein-Westfalen (Hrsg.), Düsseldorf.

**Arbeitsgemeinschaft Kulturwirtschaft**

**Nordrhein-Westfalen (1995):**

Kultur- und Medienwirtschaft in den Regionen Nordrhein-Westfalens - 2. Kulturwirtschaftsbericht NRW, Gutachten im Auftrag des Ministeriums für Wirtschaft, Mittelstand, Technologie und Verkehr des Landes Nordrhein-Westfalen (Hrsg.), Düsseldorf.

**Arbeitsgemeinschaft Kulturwirtschaft**

**Nordrhein-Westfalen (1998):**

Kulturwirtschaft in Nordrhein-Westfalen: Kultureller Arbeitsmarkt und Verflechtungen - 3. Kulturwirtschaftsbericht NRW, Gutachten im Auftrag des Ministeriums für Wirtschaft, Mittelstand, Technologie und Verkehr des Landes Nordrhein-Westfalen (Hrsg.), Düsseldorf.

**Arbeitsgemeinschaft Kulturwirtschaft**

**Nordrhein-Westfalen (2001):**

Kulturwirtschaft im Netz der Branchen – 4. Kulturwirtschaftsbericht NRW, Gutachten im Auftrag des Ministeriums für Wirtschaft, Mittelstand, Energie und Verkehr des Landes Nordrhein-Westfalen (Hrsg.), Düsseldorf.

**Arbeitsgemeinschaft Kulturwirtschaft**

**Sachsen-Anhalt (2001):**

1. Kulturwirtschaftsbericht Sachsen-Anhalt, Bonn/Magdeburg.

**Beek, Gregor van der: Kulturfinanzen (2002):**

Ein volkswirtschaftlicher Beitrag zur Reform der öffentlichen Museen und Theater in Deutschland, Berlin.

**Behr, Adalbert (2000):**

Wirtschaftliche und strukturelle Wirkungen der Städtebaulichen Denkmalpflege, in: Denkmalpflege und Beschäftigung, Schriftenreihe des Deutschen Nationalkomitees für Denkmalschutz, Band 62, Bonn.

**Bendixen, Peter (2001):**

Einführung in die Kultur- und Kunstökonomie, 2. Erweiterte Auflage, Wiesbaden.

**Blumenreich, Ulrike; Braach, Gero; Wagner, Bernd (2002):**

10 Jahre Landesförderung Soziokultur in Hessen, Institut für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft, Materialien, Heft 10, Bonn.

**Börsenverein des deutschen Buchhandels e.V. (2000):**

Buch und Buchhandel in Zahlen, Ausgabe 2000, Frankfurt am Main.

**Börsenverein des deutschen Buchhandels e.V. (2001):**

Buch und Buchhandel in Zahlen, Ausgabe 2001, Frankfurt am Main.

**Braun, Günther E. / Gallus, Thomas / Scheytt, Oliver (1996):**

Kultur- Sponsoring für die kommunale Kulturarbeit, Grundlagen, Praxisbeispiele, Handlungsempfehlungen für Kulturmanagement und -verwaltung, Köln.

**Deschka-Hoeck, Katharina (2003):**

Buchmesse/Von einer Krise wollen die Verlage nichts wissen, in: FAZ vom 23.9.2003.

**Deutscher Bühnenverein –**

**Bundesverband Deutsche Theater (2001):**

Theaterstatistik 2000/2001, Heft 36, Köln.

**Deutscher Phonoverband (2001),**

Jahreswirtschaftsbericht 2001, abrufbar unter: <http://www.ifpi.de>.

**Ertel, Rainer, u.a. (2002) :**

Kulturwirtschaft in Niedersachsen – Quantitativer Befund und Schlussfolgerungen für die wirtschaftspolitische Diskussion, Gutachten im Auftrag des Niedersächsischen

Ministeriums für Wirtschaft, Technologie und Verkehr, Hannover.

**Europäische Kommission (1998):**

Kultur, Kulturwirtschaft und Beschäftigung, Generaldirektionen X und V, Arbeitsunterlage der Kommissionsdienststellen.

**Eurostat:**

Cultural statistics in the EU: Final report of the LEG (2000): Eurostat working papers, Luxembourg.

**Filmförderungsanstalt,**

Marktdaten – Kinoergebnisse, abrufbar unter: <http://www.ffa.de>.

**Gauler, Anja / Trabert, Lioba / Piesk, Susanne (2001):**

Medien- und Kommunikationswirtschaft in Hessen, FEH-Report Nr. 618, Wiesbaden.

**Gerecht, Cerstin / Haselback, Dieter /**

**Mackscheidt, Nikolai (2001):**

Profilierung der Kulturregion Frankfurt Rhein-Main, Krefeld.

**Gesamtverband der Kommunikationsagenturen (2003):**

Punktuelle Lichtblicke im Werbemarkt, Nach Stagnation (2001) und Werberezession (2002), Pressemitteilung vom 27.5.2003, abrufbar unter: [www.gwa.de](http://www.gwa.de)

**Heinrichs, Werner (1999):**

Kulturmanagement, Eine praxisorientierte Einführung, Darmstadt.

**Hummel, Marlies/ Berger, Manfred (1988):**

Die volkswirtschaftliche Bedeutung von Kunst und Kultur – Gutachten im Auftrag des Bundesministers des Innern, Schriftenreihe des Ifo-Instituts für Wirtschaftsforschung, Nr. 122, Berlin/ München.

**Institut für Museumskunde (2000),**

Statistische Gesamterhebung an den Museen der Bundesrepublik Deutschland für das Jahr 2000, Materialien aus dem Institut für Museumskunde, Heft 54, Berlin.

**Institut für Museumskunde (2001),**

Statistische Gesamterhebung an den Museen der Bundesrepublik Deutschland für das Jahr 2001, Materialien aus dem Institut für Museumskunde, Heft 55, Berlin.

**Kunzmann, Klaus R. (1995):**

Strategien zur Förderung regionaler Kulturwirtschaft, in: Thomas Heinze (Hrsg.), Kultur und Wirtschaft – Perspektiven gemeinsamer Innovation.

**LAKS Hessen e.V. (2002):**

Soziokultur in Hessen – Entwicklungskonzept 2002-2006, Vorlage der LAKS Hessen e.V. für die interministerielle Arbeitsgruppe Soziokultur, Kassel.

**Möhrle, Wilfried/ Piesk, Susanne (2001):**

Unternehmensbezogene Dienstleistungen im Rhein-Main-Gebiet, FEH-Report Nr. 628, Wiesbaden.

**Molck, Thomas (2001):**

Soziokulturelle Zentren in Zahlen im Jahr 2000 und in den 90er Jahren, Ergebnisse der Umfrage der Bundesvereinigung Soziokultureller Zentren, abrufbar unter: <http://www.soziokultur.de/>.

**Projektgruppe Kulturwirtschaft in**

**Mecklenburg-Vorpommern (1997):**

Kulturwirtschaft in Mecklenburg-Vorpommern, Wirtschaftsministerium Mecklenburg-Vorpommern (Hrsg.), Schwerin.

**Sirrenberg, Felix (1998):**

Kundenzufriedenheitsanalyse bei einem Unternehmen der Kulturbranche am Beispiel der Rheingau Musik Festival Konzertgesellschaft mbH, unveröffentlichte Diplomarbeit an der Fachhochschule Koblenz.

**Statistische Ämter des Bundes und der Länder (2001):**

Kulturfinanzbericht 2000, Stuttgart.

**UNESCO (1986):**

Framework for Cultural Statistics (FCS), New York.

**Wildmann, Stefanie (2003):**

Die Theater der Region in Zahlen, in: Allgemeine Zeitung Mainz, 4. Juni 2003, S. 4.



Diese Druckschrift wird im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit der Hessischen Landesregierung herausgegeben. Sie darf weder von Parteien noch von Wahlbewerberinnen und Wahlbewerbern, Wahlhelferinnen und Wahlhelfern während eines Wahlkampfes zum Zweck der Wahlwerbung verwendet werden. Dies gilt für Europa-, Bundestags-, Landtags- und Kommunalwahlen.

Missbräuchlich ist insbesondere die Verteilung auf Wahlveranstaltungen, an Informationsständen der Parteien sowie das Einlegen, Aufdrucken oder Aufkleben parteipolitischer Informationen oder Werbemittel. Untersagt ist gleichfalls die Weitergabe an Dritte zum Zwecke der Wahlwerbung. Auch ohne zeitlichen Bezug zu einer bevorstehenden Wahl darf die Druckschrift nicht in einer Weise verwendet werden, die als Parteinahme der Landesregierung zu Gunsten einzelner politischer Gruppen verstanden werden könnte.

Die genannten Beschränkungen gelten unabhängig davon, wann, auf welchem Weg und in welcher Anzahl diese Druckschrift dem Empfänger zugegangen ist. Den Parteien ist es jedoch gestattet, die Druckschrift zur Unterrichtung ihrer eigenen Mitglieder zu verwenden.