

Unterrichtung
durch die Bundesregierung

Arbeitsdokument der Dienststellen der Kommission der Europäischen Gemeinschaften:

"Kultur, Kulturwirtschaft und Beschäftigung"

SEK(98) 837; Ratsdok. 8712/98

Übermittelt vom Bundesministerium für Wirtschaft am 4. Juni 1998 gemäß § 2 des Gesetzes über die Zusammenarbeit von Bund und Ländern in Angelegenheiten der Europäischen Union (BGBl. I 1993 S. 313 ff.).

Die Vorlage ist von der Kommission der Europäischen Gemeinschaften am 15. Mai 1998 dem Herrn Präsidenten des Rates der Europäischen Union übermittelt worden.

Hinweis: vgl. Drucksache 1000/96 = AE-Nr. 964147.

INHALTSVERZEICHNIS

1. Die kulturellen Gepflogenheiten in der europäischen Union und ihre Auswirkungen auf die Beschäftigung	5
1.1. Steigerung der Nachfrage nach kulturellen Leistungen - soziologische und wirtschaftliche Faktoren	5
1.2. Die kulturellen Gepflogenheiten	6
1.2.1. Der kollektive Kulturkonsum	6
1.2.2. Der individuelle Kulturkonsum	11
1.2.3. Individuell und kollektiv ausgeübte künstlerische und schöpferische Aktivitäten, Vermittlung von Kenntnissen	16
2. Schwerpunkte beim Ausbau der Arbeitsplätze im Kulturbereich	18
2.1. SCHAFFUNG VON ARBEITSPLÄTZEN IM KULTURBEREICH (INTERNE DYNAMIK)	19
2.1.1. Eigeninitiative und Unternehmergeist	19
2.1.2. Beschäftigungsfähigkeit	21
2.1.3. Anpassungsfähigkeit	23
2.1.4. Chancengleichheit	26
2.2. ENTWICKLUNG VON BESCHÄFTIGUNGSMÖGLICHKEITEN IN ANDEREN WIRTSCHAFTSZWEIGEN (EXTERNE DYNAMIK)	26
2.2.1. Die Kulturwirtschaft und die neuen Techniken	27
2.2.2. Ausbildung	28
2.2.3. Kultur und Entwicklung der lokalen Beschäftigung	29
2.2.4. Fremdenverkehr	30
3. SCHLUSSFOLGERUNGEN	31

EINLEITUNG

Der Kultursektor mit seinen verschiedenen Sparten spielt in der Europäischen Union **wirtschaftlich wie sozial eine bedeutende Rolle**. Er umfaßt die Bereiche kulturelles Erbe, Literatur, Printmedien, Musik, darstellende Kunst, Audio- und audiovisuelle Medien und soziokulturelle Aktivitäten. Es handelt sich dabei um überaus dynamische schöpferische Aktivitäten und Dienstleistungen, die für die Wettbewerbsfähigkeit der europäischen Unternehmen von außerordentlich wichtig sind. Einige Sektoren haben zum Teil hohe Zuwachsraten erzielt, beispielsweise die Bereiche **audiovisuelle Medien** (hier betrug der Umsatz der 100 größten Unternehmen 7 Milliarden ECU - gegenüber 1994 und 1995 eine Steigerung um 15 %) und Bereich **bespielte Tonträger** (der Umsatz von 8,8 Milliarden ECU im Jahre 1995 stieg im Vergleich zu 1994 um 9 %; drei europäische Konzerne beherrschen 40 % des Weltmarktes).

Die Vielfalt der **kulturellen Ausdrucksformen** und die zunehmende Verflechtung der verschiedenen Kultursparten erschweren die Erfassung der Kultur-Arbeitsplätze allein mit Hilfe von Statistiken. Nach den jüngsten Untersuchungen kann man jedoch für 1995 von rund 2,5 Millionen Beschäftigten im Kulturbereich in der EU ausgehen. Werden dazu die kunsthandwerklichen Berufe (s. Anhang¹) hinzugerechnet, beläuft sich die Zahl der Arbeitsplätze **in den verschiedenen Kultursparten und im Kunsthandwerk** auf mehr als **drei Millionen**, d.h. auf knapp über **2 % der Arbeitsplätze in der Union**².

Auch wenn die Grenze zwischen kulturellen und Freizeitaktivitäten bisweilen unscharf bleibt, lassen sich im direkten Umfeld der Kultur **zahlreiche Wirtschaftsaktivitäten** ausmachen, **die unmittelbar von Kunst und Kultur abhängen**. Kultur fungiert hier also gleichzeitig als **Ausgangspunkt und Verstärker**. Zu diesen Sektoren zählt beispielsweise die Herstellung von elektronischen Geräten (Fernseh- und Tonbandgeräte, Konsolen, Hi-Fi-Geräte) oder von Musikträgern (CDs) sowie der Verkauf von Kulturprodukten und -gütern). In anderen Bereichen wie dem Fremdenverkehr wirkt sich der Kulturreichtum ganz erheblich aus (Kulturerbe, Festivals usw.). Die **Arbeitsplätze in diesen Wirtschaftsbereichen** stehen **indirekt** mit dem Reichtum und der Verbreitung der Kultur in Zusammenhang³.

Hier ist eine positive Entwicklung festzustellen: Zum einen hat die **Beschäftigung im kulturellen Bereich in den letzten zehn Jahren stark zugenommen**, zum anderen fiel das Wachstum hier bezogen auf die Beschäftigung insgesamt erheblich größer aus. Für folgende Länder liegen dazu Zahlen vor:

¹ Bei den kunsthandwerklichen Berufen stellen sich Abgrenzungsprobleme: Dieser in Deutschland sehr weit gefaßte Begriff umfaßt in anderen Ländern lediglich die Berufe, die eine schöpferische Tätigkeit beinhalten oder eine hohe künstlerische Qualifikation erfordern.

² Zum Vergleich: 1995 waren in der Nahrungs- und Genußmittelindustrie drei Millionen Personen beschäftigt. In: Panorama of EU industry, 1997, S. 89.

³ Die Zahl der Arbeitsplätze in Hotellerie und Gastronomie hat in einem Jahrzehnt (1985-1995) um 870 000 zugenommen.

- Spanien: + 24 % zwischen 1987 und 1994⁴
- Frankreich: + 36,9 % zwischen 1982 und 1990⁵; im gleichen Zeitraum nahm die Zahl der Erwerbstätigen insgesamt zehnmal weniger zu
- Vereinigtes Königreich: + 34 % zwischen 1981 und 1991 für alle im Kulturbereich Beschäftigten, +14 % für die Beschäftigung in den Kulturberufen; demgegenüber stieg die Zahl der Beschäftigten insgesamt nicht nennenswert⁶.
- Deutschland: Zwischen 1980 und 1994⁷ nahm die Beschäftigung von Produzenten und Künstlern um 23 % zu; in Nordrhein-Westfalen⁸ stieg die Zahl der im Kulturbereich tätigen Unternehmen und der Kulturbereiche spektakulär an; letztere verzeichneten im Zeitraum 1980 bis 1992 einen Zuwachs von 161 %.

In einigen Teilsektoren der Kultur, die stark auf öffentliche Förderung angewiesen sind, verlangsamte sich diese Entwicklung Anfang der 90er Jahre infolge der allgemeinen Mittelknappheit.

Hinsichtlich der Beschäftigung sind die kulturellen Aktivitäten ohne Zweifel von Bedeutung, da sie eine wichtige Einkommensquelle der Kunst- und Kulturschaffenden darstellen. Dennoch sind **Kunst und Kultur mehr als nur ein wirtschaftlicher und/oder sozialer Faktor**. Damit sich zumindest ein Teil der kulturellen Aktivitäten zu marktbestimmten oder nichtmarktbestimmten Aktivitäten entwickeln und in Beschäftigung niederschlagen kann, müssen bestimmte Voraussetzungen erfüllt sein. Die erste und wichtigste betrifft die Phase des künstlerischen Schaffens, in der der einzelne Künstler tätig wird. Inwieweit die schaffenden Künstler von ihren Werken leben können, richtet sich weitgehend danach, welchen Wert die Gesellschaft ihrer Tätigkeit zumißt. Anerkennung finden die Künstler anfänglich zumeist im Rahmen nichtmarktbestimmter Aktivitäten (z.B. öffentliche Kulturpolitik, Mäzenatentum, in der Kulturförderung engagierte Verbände). Findet das Werk Eingang in den Wirtschaftskreislauf, kann der Künstler von den erzielten Einkünften leben.

Vor diesem Hintergrund untersucht das vorliegende Papier "Kultur, Kulturwirtschaft und Beschäftigung", wie der Kultursektor weiterentwickelt und die damit verbundene Beschäftigungsdynamik stimuliert werden kann. Das Dokument umfaßt zwei Teile:

I. Im ersten Teil wird die Entwicklung der kulturellen Gepflogenheiten in Europa analysiert und die Lage in den einzelnen Bereichen der Kultur unter Beschäftigungsaspekten dargestellt.

II. Im zweiten Teil werden zum einen die unterschiedlichen Faktoren der **Entwicklung der Beschäftigung in den unmittelbar mit Kultur zusammenhängenden Bereichen** (interne Dynamik) behandelt und im Kontext der

⁴ in: *Cultura en Cifras*, 1996.

⁵ in: INSEE-DEP.

⁶ in: Census of Employment, 1991.

⁷ in: Wiesand, S.2.

⁸ Bericht von 1992

beschäftigungspolitischen Entscheidungen betrachtet, die kürzlich auf europäischer Ebene getroffen wurden. Zum anderen werden Überlegungen zur Nutzung des in anderen Wirtschaftsbereichen vorhandenen **kulturellen Reichtums in Europa** angestellt (externe Dynamik).

1. DIE KULTURELLEN GEPFLOGENHEITEN IN DER EUROPÄISCHEN UNION UND IHRE AUSWIRKUNGEN AUF DIE BESCHÄFTIGUNG

Eine bessere Kenntnis der kulturellen Gepflogenheiten der Europäer ermöglicht es, ihre kulturell geprägte Verhaltensweisen zu verstehen.

Kultur ist nicht nur ein für den Konsum bestimmtes Gut, das wie Dienstleistungen oder Produkte "verbraucht" wird. Bei der Auseinandersetzung mit Kultur wird die Reflexion vertieft und der Weg zu anderen Quellen von Kunst und Kultur eröffnet. Somit erfolgt die kulturelle Auseinandersetzung häufig in einem kumulativen Prozeß. Auf dieser Grundlage können Strategien entwickelt werden, die den **Zugang zu kulturellen Leistungen erleichtern** und neben **Projekten mit kulturellem Inhalt** auch Projekte zur **Förderung der wirtschaftlichen und sozialen Entwicklung** auf den Weg bringen, die zur Beschäftigung beitragen und dadurch Soziabilität und Integration fördern.

1.1. Steigerung der Nachfrage nach kulturellen Leistungen - soziologische und wirtschaftliche Faktoren

Trotz ihrer unterschiedlichen Kulturen, Traditionen und Sprachen weisen die Mitgliedstaaten - die mit ihren 372 Millionen Bürgern einen riesigen Markt bilden - **bestimmte gemeinsame Merkmale** auf, die die **kulturellen Gepflogenheiten** beeinflussen. Bestimmte soziologische Faktoren spielen eine große Rolle:

- **Zunehmende Bedeutung des Dienstleistungssektors:** Hierdurch wurde ein gesellschaftlicher Wandel eingeleitet, der die Lebensweise tiefgreifend verändert und einen Anstieg der Einkommen bewirkt hat. Zwischen 1985 und 1994 hat sich der Anteil der Ausgaben der europäischen Haushalte für Freizeit, darstellende Kunst und kulturelle Leistungen leicht erhöht (1994: durchschnittlich 3 %);
- **höhere Lebenserwartung:** In der Europäischen Union beträgt die Lebenserwartung für Frauen heute 80,1 und für Männer 73,7 Jahre; diese demographische Entwicklung hat auch Auswirkungen auf die Nachfrage nach kulturellen Leistungen; die über 55jährigen, die mehr Freizeit und ein höheres verfügbares Einkommen haben, nehmen besonders aktiv am Kulturleben teil;
- **höheres Bildungsniveau:** Längerer Schulbesuch und höhere Studentenzahlen (1992: 10 Millionen; 1985: 7,2) haben unmittelbare Auswirkungen auf die Nachfrage nach kulturellen Leistungen. Mit der Erziehung in Elternhaus und Schule werden die Grundlagen für das spätere Kulturverhalten geschaffen. Die Schule eröffnet insofern den Zugang zu Kultur, als ein Großteil des dort vermittelten Wissens kulturelle Themen zum Inhalt hat. Während sich das Interesse an Kultur bei den Schülern, die einen Bildungsabschluß machen, mit der Zeit festigt, droht es sich bei Schulversagern zu verlieren, wie u.a. das große Problem des Analphabetismus zeigt;
- die freiwillige oder unfreiwillige **Zunahme der arbeitsfreien Zeit** als Folge von Arbeitslosigkeit oder kürzerer Arbeitszeit⁹;

⁹ Zwischen 1983 und 1995 in zwölf Ländern um mehr als 90 Minuten pro Woche reduziert (*Emploi en Europe*).

- die zunehmende **Verstädterung**¹⁰ und die Wechselwirkung zwischen dem Grad der Verstädterung und der Nutzung kultureller Angebote. Das mangelnde Kulturangebot im ländlichen Raum einerseits und das sozio-kulturelle Profil der Stadtbewohner andererseits führen zu einem Ungleichgewicht bei der Nachfrage nach kulturellen Leistungen: sie ist in den städtischen Gebieten, in denen die großen Kultureinrichtungen (Theater, Oper, Filmtheater, Bibliotheken, Konservatorien) konzentriert sind, größer als in den ländlichen Gebieten;
- unterschiedlichste Formen der **Beteiligung am Kulturleben**: Vereinigungen, Ehrenamt;

All diese Faktoren erzeugen eine **wachsende Nachfrage nach Freizeitaktivitäten**, bei denen die kulturelle Freizeitgestaltung einen großen Teil ausmacht. Insgesamt verweisen diese Indikatoren auf günstige Tendenzen für die Zunahme des **Kulturkonsums und die Nachfrage nach Kulturerzeugnissen und kulturellen Leistungen in Europa**.

1.2. Die kulturellen Gepflogenheiten

Kulturelle Aktivitäten werden in Gemeinschaft (kollektiv) oder individuell ausgeübt. Die Teilnahme der Europäer an kollektiven Kulturaktivitäten (z.B. Kulturerbe, Kino, Musikaufführungen, darstellende Kunst) stärkt den **sozialen Zusammenhalt** und hat Auswirkungen beispielsweise auf die Raumplanung, auf bestimmte kollektive Kulturentscheidungen und auf den sozialen Bereich. Häufig sind sie Teil von Strategien der öffentlichen Hand zur Förderung bestimmter Regionen, die vor allem der Verbesserung der Verkehrsinfrastruktur und der Erschließung dienen.

Individueller Kulturkonsum (Fernsehen, Radiohören, Lesen, Video, Multimedia) erfolgt normalerweise zu Hause und ist das Ergebnis einer Entscheidung des einzelnen. Seine Auswirkungen auf die Beschäftigung sind unterschiedlich.

1.2.1. Der kollektive Kulturkonsum

- **Großes Interesse der Öffentlichkeit am Kulturerbe**

In der Europäischen Union gibt es etwa **200 000 Gebäude**, die unter **Denkmalschutz stehen oder eingetragen sind**¹¹. Die Klassifizierungsverfahren sind sehr restriktiv, da bei denkmalgeschützten Gebäuden ggf. Anspruch auf öffentliche Gelder besteht und Auflagen zur Gebäudeerhaltung gemacht werden. Neben den Denkmälern im engeren Sinne gibt es schätzungsweise **2,5 Millionen Gebäude von großem historischen Interesse**. Das Konzept für die Erhaltung des Kulturerbes wurde somit auf andere Denkmäler¹² von geschichtlichem, gedenkenden und ästhetischem Wert ausgeweitet.

¹⁰ 71% im Jahr 1965, 82% im Jahr 1988 (*Lokale Initiativen für Beschäftigung und Entwicklung*, Europäische Kommission, 1995).

¹¹ in: "Patrimoine bâti et emploi" Contribution du groupe européen du patrimoine – Oktober 1997. In Frankreich beispielsweise gibt es 40 000 unter Denkmalschutz stehende oder eingetragene Denkmale, in den Niederlanden 45 000 und in Österreich 80 000.

¹² ebd. Ziff. 11.

Die Zahl der Besucher von Museen, Denkmälern und archäologischen Ausgrabungsstätten hat sich in 20 Jahren verdoppelt. Daß sich **das Kulturerbe in der Öffentlichkeit größter Beliebtheit** erfreut, zeigt der Erfolg der sogenannten **Erlebnis-Ausstellungen**, für die in der Öffentlichkeit massiv geworben wird (23 % der Engländer¹³ und 28 % der Franzosen haben im vergangenen Jahr ein Denkmal besichtigt)¹⁴.

In ganz Europa geht die Tendenz dahin, **Baudenkmäler für unterschiedliche Zwecke zu nutzen**, z.B. als **Zentren für Begegnungen, für Austausch und für Aufführungen aller Art**. So werden beispielsweise in römischen Arenen (Orange, Verona) und romanischen Kirchen, Amphitheatern und fürstlichen Residenzen Konzerte und Theaterstücke aufgeführt oder Vorträge organisiert.

- Beschäftigung im Bereich des Kulturerbes

Die **Bewahrung des Kulturerbes** umfaßt die Verwaltung und Restaurierung von historischen Denkmälern, Museen, archäologischen Stätten und Archiven sowie von Galerien und Auktionshäusern¹⁵; hier sind rund 313 000 Menschen beschäftigt. Einige Länder rechnen allerdings nur den Teilbereich Verwaltung ein und ordnen die Arbeitsplätze in den Bereichen Restaurierung, Gebäude- und Landschaftspflege dem Bausektor zu.

Die **kunsthandwerklichen Berufe**, die mit der Erhaltung des Kulturerbes zusammenhängen, bieten etwa 850 000 Arbeitsplätze¹⁶.

- Analyse und Tendenzen

Es besteht kein unmittelbarer Zusammenhang zwischen Beschäftigung und Besucherzahl; die Zahl der **Arbeitsplätze** im Bereich Bewahrung des **Kulturerbes** ist in der Regel konstant. Um die Werke und Denkmale erhalten und das künstlerische und literarische Erbe Europas gewinnbringend nutzen zu können, müssen die erforderlichen Arbeitsplätze gesichert oder neue Arbeitsplätze geschaffen werden. In diesen überwiegend mit öffentlichen Geldern finanzierten Sektoren kann es jedoch infolge der Mittelkürzungen zu einer Reduzierung des Angebots an kulturellen Leistungen (z.B. Schließung von Sälen in Museen) und letztlich zum Abbau von Arbeitsplätzen kommen; auch das Kunsthandwerk¹⁷ wäre davon betroffen. Den Ausschlag für die Schaffung von

¹³ zum Vergleich: 25% der Engländer haben eine Sportveranstaltung, 9% ein klassisches Konzert besucht. ebd. Ziff.

¹⁴ Der Erfolg der „Offenen Tage des nationalen Erbes“ (Frankreich, Belgien) zeigt dies ebenso, ebd. Ziff

¹⁵ Einige Länder zählen auch die architektonischen Aktivitäten dazu. Als Beispiel sei hier der „National Trust“ UK angeführt, eine private Vereinigung im Vereinigten Königreich, die 230 geschützte und 1000 eingetragene Denkmäler, 114 Gärten, 62 Kulturlandschaften und 40.000 archäologische Stätten verwaltet, zu denen die Öffentlichkeit Zugang hat. Mit den Denkmälern und sonstigen Stätten sowie den über 630 Geschäften hat der National Trust 1995 einen Umsatz von 91,5 Millionen Pfund erzielt; die Zahl der Arbeitsplätze beträgt rund 5327.

¹⁶ s. Tabelle im Anhang. 1

¹⁷ 1996 hatte die Mittelkürzung in Frankreich (- 200 Mio. FF 1995 und 1996) Auswirkungen auf den Bereich Restaurierung des Kulturerbes; dabei könnten bis zu 2000 Arbeitsplätze (d.h. 20% der Arbeitsplätze dieser Unternehmen) verloren gegangen sein. In: « Cefrac » 1997-économie des filières de la production culturelle, effets sur la dynamique de l'emploi.

Arbeitsplätzen im Bereich der Wahrung des Kulturerbes geben daher zumindest teilweise die verfügbaren Haushaltsmittel und die jeweiligen kulturpolitischen Prioritäten.

Das zunehmende Interesse der Bevölkerung am Kulturerbe hat dagegen das Entstehen neuer Arbeitsplätze in den Bereichen **Verwaltung und Nutzung des Kulturerbes**¹⁸ (Geschäfte, Gastronomie, Hotellerie usw.) begünstigt, die einen großen Aufschwung genommen haben. Auf dem für die Verbreitung der Werke wichtigen **Kunstmarkt** (Kunstgalerien und einige künstlerische Berufe) ist die Zahl der Arbeitsplätze seit den 80er Jahren zurückgegangen, wenngleich die jüngsten Entwicklungstendenzen eine gewisse Verbesserung erkennen lassen.

- **Musikaufführungen (Konzerte)**

In allen EU-Ländern werden regelmäßig zahlreiche Konzerte veranstaltet, im Zeitraum 1994-1995 beispielsweise **85 000 Konzerte klassischer Musik**¹⁹. In einigen Ländern zeigt die gesamte Bevölkerung, also auch die Gruppe der Jugendlichen, großes Interesse²⁰. Es wurden etwa 305 000 **/Rock-/Pop- und Unterhaltungsmusik-Konzerte** aufgeführt (d.h. dreimal so viele wie die klassischen Konzerte), mit denen ein Umsatz von schätzungsweise 1,4 Milliarden ECU (1994-1995) erzielt wurde²¹. Die Besucherzahlen betrugen für Italien 5,5 Millionen und 9,9 Millionen für das Vereinigte Königreich. In Schweden und den Niederlanden haben mindestens 23 % der Bevölkerung über 12 Jahre wenigstens ein Konzert besucht. In der Europäischen Union gibt es 11 720 **Einrichtungen**, in denen Konzerte veranstaltet werden.

- **Beschäftigung**

Die Zahl der **Berufsmusiker** beträgt schätzungsweise **46 500 in der Sparte klassische Musik** und rund dreimal so viele, **185 000, in der Sparte Rock-/Pop- und Unterhaltungsmusik**; das entspricht 80 000 Vollzeitarbeitsplätzen (bei dieser Schätzung wurden nur die verfügbaren Angaben berücksichtigt; für Belgien, Deutschland, Finnland, Österreich und Schweden liegen keine Zahlen vor). Im Musiksektor gibt es neben den Arbeitsplätzen für Musiker eine beträchtliche Anzahl von Arbeitsplätzen für technisches Personal und für Personen, die mit der **Organisation von Konzerten** oder der **Künstlervermittlung** befaßt sind. In der Europäischen Union gibt es 3621 Konzert- oder Künstlervermittlungsagenturen, die durchschnittlich 6 Personen (insgesamt 22 000) beschäftigen.

¹⁸ Marketing (Werbung, Pressearbeit, Messen), Gesellschaften zur Organisation von Veranstaltungen und Ereignissen, technische Vorbereitung des Besucherempfangs; Einnahmen aus dem Besucheraufkommen (Kartenverkauf, Boutiquen, Gastronomie), pädagogische Aktivitäten (Fachpersonal, Bücher, CD-ROMs, Zielgruppen: Kinder u.a.); in: *Groupe européen du patrimoine : Contribution au Livre Vert*, Oktober 1997.

¹⁹ in: "La musique en Europe" - Studie im Auftrag der GD X, erstellt durch European Music Office, September 1996.

²⁰ Im vergangenen Jahr haben 35% der Bevölkerung über 10 Jahre in Deutschland ein klassisches Konzert besucht, in Dänemark 15%, in Schweden 12%. In Italien machten die Eintrittskarten für klassische Konzerte 40% der Eintrittskarten insgesamt aus (Besucherzahl: 4.913.922, Umsatz: 53,5 Mio. ECU).

²¹ s. Fußnote Nr. 19

Der Freizeitbereich ist nicht ohne weiteres von der Kultur abzugrenzen. Zu den Arbeitsplätzen in Einrichtungen, die Musik verbreiten, können aber auch die 64 000 Diskotheken gerechnet werden.

- Analyse und Tendenzen

Wahrscheinlich läge die Beschäftigtenzahl noch höher, wenn alle teilzeitbeschäftigten Musiker berücksichtigt würden. So gibt es in mehreren Ländern Rock- oder Popgruppen, die nur geringe Einkünfte erzielen, deshalb keiner Gewerkschaft beitreten können und deshalb nicht erfaßt sind. Darüber hinaus existieren - mitunter nur begrenzte Zeit - zahlreiche innovative Kleinunternehmen, die eng mit den Musikern zusammenarbeiten; sie spielen im Bereich der Popmusik eine nicht unerhebliche Rolle und bieten durchaus Beschäftigungspotential.

Die klassische Musik wird mit öffentlichen Mitteln gefördert, wobei das System je nach Tradition mehr oder weniger ausgefeilt ist; private Sponsoren beteiligen sich punktuell. Die Volksmusik erhält dagegen mehr Mittel von privaten Sponsoren und weniger öffentliche Unterstützung.

- Darstellende Kunst

Darstellende Kunst wird definiert als "die physische Begegnung zwischen Künstlern, einem Publikum und einem künstlerischen Werk". Sie umfaßt die Sparten Theater, Lyrik, Tanz, Instrumentalmusik, Rock, Variété und Zirkus²². Da der Bereich Musik bereits weiter oben behandelt wurde, geht es an dieser Stelle nur um Theater, Musiktheater und Tanz (öffentlich und privat). Wie kürzlich erschienene Veröffentlichungen gezeigt haben²³, ziehen diese Aufführungen ein großes Publikum an. In den bevölkerungsreichen Mitgliedstaaten sind die Besucherzahlen sehr hoch: 28,7 Millionen in Deutschland, 22,8 Millionen in Großbritannien, 27,1 Millionen in Italien, aber nur 8,3 Millionen in Frankreich. In den Mitgliedstaaten mit geringerer Bevölkerung ist das Publikum im Verhältnis viel größer, so zum Beispiel in den Niederlanden (14,1 Millionen), in Österreich (4,3 Millionen), in Finnland (2,4 Millionen), in Schweden (3,4 Millionen), in Dänemark (2,5 Millionen), in Griechenland (722 000), in Portugal (650 000) und in Belgien (740 000).

Festivals, bei denen innerhalb eines bestimmten Zeitraums Aufführungen der darstellenden Kunst dargeboten werden, erfreuen sich großer Beliebtheit. In Europa gibt es ungefähr 6000 Festivals.

- Beschäftigung

Infolge der Ausweitung und Differenzierung des Angebots an Aufführungen sind zusätzliche Arbeitsplätze entstanden. 1995 waren unionsweit annähernd 350 000 Personen in der darstellenden Kunst beschäftigt.

- Analyse und Tendenzen

²² in: "L'organisation du spectacle vivant en France, Conseil économique et social, 1992".

²³ in "Statistiques de la culture en Europe", ERIES - DAFSA, 1996.

Diese Arbeitsplätze sind teilweise Teilzeitarbeitsplätze. Mangels zuverlässiger Quellen läßt sich das Äquivalent an Vollzeitarbeitsplätzen nicht ermitteln²⁴. Die Beschäftigung im Bereich darstellende Kunst ist häufig nur auf eine bestimmte Produktion oder sogar nur auf eine einzige Vorstellung ausgerichtet²⁵; die Umrechnung in Dauerarbeitsplätze wird dadurch sehr erschwert. Eine weitere Schwierigkeit liegt darin, daß bei einem Stück unterschiedlichste Berufe vorkommen. Zahlen über die Beschäftigung im Theater liegen nur vor aus Spanien (1106) und Irland (2650); das entspricht 755 Vollzeitarbeitsplätzen.

- **Kino**

Das **Kino**, das Kulturgut der breiten Öffentlichkeit schlechthin, erlebt nach einer Zeit struktureller Schwierigkeiten einen Aufschwung und weist die gleichen Besucherzahlen auf wie 1985. Im Jahre 1996 waren es **702,4 Millionen Besucher** - ein durchschnittlicher Anstieg von 18 %²⁶ gegenüber 1990 (594,4 Millionen). Im Durchschnitt geht ein Zuschauer zweimal im Jahr ins Kino, sieht sich dagegen 50 Filme im Fernsehen an²⁷.

- **Schwerpunkte der Tätigkeit**

Daß statistische Daten zur Filmbranche (Unternehmen) verfügbar sind, ist darauf zurückzuführen, daß es sich um eine alteingesessene, mit öffentlichen Mitteln geförderte Branche mit homogenen Aktivitäten handelt. Es gibt zahlreiche Kleinunternehmen in der Filmindustrie: 1995 waren etwa **500 Unternehmen mit der Produktion** oder der Koproduktion programmfüllender Filme befaßt. Diese Zahl erfaßt nicht die Fernsehanstalten, die 1995 zwischen 440 und 530 programmfüllende Filme produziert haben²⁸. Viele Unternehmen produzieren nur einen oder zwei Filme pro Jahr. 1994-1995 gab es **600 bis 700 Verleihfirmen** (in den Vereinigten Staaten teilen sich acht Firmen 89 % des Marktes). Stichwort Filmverwertung: insgesamt gibt es 20 208 Kinosäle²⁹ (nach dem Entstehen der Multiplex-Kinos ist das Niveau von 1988 wieder erreicht).

- **Analyse und Tendenzen**

Unter den verschiedenen Aktivitäten, die die Filmwirtschaft in den Bereichen Produktion, Verleih und Verwertung³⁰ von Kinofilmen umfaßt, ist die **Produktion** der

²⁴ Laut dem Bericht *La musique en Europe* (European Music Office, GD X, 1996) gibt es im Musikbereich 600 000 Arbeitsplätze (Aufführungen und Tonträger); das entspricht 380 000 Vollzeitarbeitsplätzen.

²⁵ Deutschland: 58.870; Belgien: 3.307; Dänemark: 12.500; Griechenland: 2.120; Frankreich: 45.000; Italien: 116.174; Niederlande: 55.370; Österreich: 8.635; Portugal: 3.500; Finnland: 13.134; Schweden: 20.000; Großbritannien: 27.188.

²⁶ in: "L'industrie européenne du film", zweiter Bericht, GD X/C, Oktober 1997.

²⁷ in: "Panorama of the European Industry", 1997, OPEC.

²⁸ Quelle: Europäische audiovisuelle Informationsstelle, 1997.

²⁹ Die drei größten nationalen Kinoketten beherrschen einen Großteil der Kinoerlöse (25% bis 80%). Spanien: -23%, Dänemark: 41%, Schweden: 73,7%, Portugal und Niederlande: 70%, Frankreich: 38%, Belgien: 55%, Irland: 80%. In Deutschland, Dänemark und Spanien gehören die meisten Kinos selbständigen Kinobetreibern.

³⁰ Schätzungen zufolge wurden 1995 in der Europäischen Union 610 Filme produziert und 251 Filme von 450 Verleihfirmen verliehen. Es wird davon ausgegangen, daß es in den Ländern der EU 20 200 Leinwände gibt. See Fussnote 28 p42

Sektor mit den **meisten Arbeitsplätzen**. Das Arbeitsplatzverhältnis (Anzahl der Arbeitsplätze pro Million ECU Umsatz) zeigt, daß der Bereich **Spielfilmproduktion am arbeitsplatzintensivsten ist** (24,7 %); die restlichen Aktivitäten verteilen sich folgendermaßen: Kabelgesellschaften (22,6 %), konsolidierte Produktion (17,1 %); Rundfunk (5,7 %), Labors und Ausrüstung (3,3 %) ³¹.

Der Filmmarkt wird zu 78 % von amerikanischen Filmen beherrscht (ein Anstieg von 20 % zwischen 1985 und 1993); dadurch vergrößert sich das Handelsbilanzdefizit des europäischen Kinos gegenüber den Vereinigten Staaten: der Negativsaldo beläuft sich auf 4 Milliarden, den Gegenwert von rund 100 000 Arbeitsplätzen.

Diese Angaben beziehen sich auf die Unternehmen der Filmwirtschaft. Ansonsten gibt es keine konsolidierten Zahlen, anhand derer sich die Gesamtzahl der Arbeitsplätze im Bereich Kino schätzen ließe. Wie in den Mitgliedstaaten werden diese Arbeitsplätze auch auf Unionsebene dem audiovisuellen Bereich zugerechnet. In Anhang 1 ist zu dem audiovisuellen Bereich eine Gesamtzahl von 950 000 Arbeitsplätzen genannt, das entspricht 0,7 % der **Erwerbsbevölkerung in der Europäischen Union im Jahre 1995** ³²; für 1985 und 1988 betrug diese Zahl 0,5 % bzw. 0,6 %. In dieser Zahl sind alle im Kinosektor tätigen Personen erfaßt, jedoch wurde die Beschäftigung nicht in Vollzeitarbeitsplätze umgerechnet. Anzumerken ist noch, daß in einigen Mitgliedstaaten die Printmedien in diesen Statistiken erscheinen.

1.2.2. *Der individuelle Kulturkonsum*

Vor dem Aufkommen von Fernsehen und Hi-Fi wurden kulturelle Aktivitäten zumeist in der Gruppe betrieben. Heute machen **individuelle Kulturaktivitäten, die zu Hause ausgeübt werden**, wie Fernsehen, Video, Musikhören, einen sehr großen Teil des Kulturkonsums aus.

• **Fernsehen**

Die Zahl der **Fernsehveranstalter** mit nationaler Reichweite ist um das Fünffache gestiegen: von 40 im Jahre 1981 auf 205 im Jahre 1995. Parallel dazu hat auch die Sendezeit von 205 000 Stunden (1985) auf 720 000 (1993) zugenommen ³³. Mit der Einführung der Digitaltechnik im Jahre 1996 konnte das Angebot der Fernsehsender um eine ganz neue Palette zielgruppenorientierter und thematischer audiovisueller Dienste erweitert werden. Die Zahl der digitalen Sender ist ebenfalls gestiegen: 1995 gab es 303 Sender, 1996 waren es 383, 1997 dürfte die Zahl bei 400 gelegen haben.

³¹ in: "London Economics Model of Audiovisual Employment in the European Union", März 1994.

³² In dem Weißbuch «Wachstum, Beschäftigung und Wettbewerbsfähigkeit» wird die Zahl der Arbeitsplätze in der Film- und Fernsehindustrie 1992 auf 1,8 Millionen geschätzt. Wie auch in diesem Grünbuch werden die direkten Arbeitsplätze enger definiert; indirekte Arbeitsplätze, z.B. im Videovertrieb, werden nicht berücksichtigt.

³³ 14 Millionen Haushalte sind Abonnenten von mindestens einem gebührenpflichtigen Kanal - in: "Etude annuelle de l'information et de la publicité", Frankreich, 1997.

Die Fernsehmonitore können auch für andere Zwecke, wie das Abspielen von Videokassetten und für Videospiele genutzt werden (der Verkaufs- und Verleihmarkt hat sich in 10 Jahren verzehnfacht und 5 Milliarden ECU (1995) erreicht und umfaßt 86 000 Verkaufsstellen).

Das stets größere Angebot der Programmanbieter hat einen höheren Fernsehkonsum zur Folge: im Vergleich zum Vorjahr **verbrachten die Europäer 1996 täglich durchschnittlich 200 Minuten, d.h. pro Tag vier Minuten mehr, vor dem Fernsehgerät³⁴**. In den Vereinigten Staaten war die Entwicklung gegenläufig: innerhalb eines Jahres ging der Fernsehkonsum um zwei Minuten zurück.

- **Beschäftigung**

1996 bot der Fernsehbereich in den Ländern der Europäischen Union ca. 220 000 Dauerarbeitsplätze.

- Seit 1990 wird im öffentlich-rechtlichen Rundfunk Personal abgebaut: von 110 233 Arbeitsplätzen im Jahr 1990 auf 103 039 Arbeitsplätze 1994. Im Zeitraum 1990 bis 1995 betraf dies alle Länder außer Deutschland und Irland³⁵.
- Obgleich die Beschäftigungsdaten derzeit nicht verfügbar sind, kann man annehmen, daß die Expansion der großen privaten Multimedia-Gruppen, einschließlich der Fernsehaktivitäten, ein Beschäftigungswachstum zwischen 1990 und 1996 (alle Sektoren zusammen) mitsichbrachte³⁶.

Wie die Statistiken zeigen, sind Dauerarbeitsplätze überwiegend im Rundfunk und in der Produktion zu finden³⁷ (Zahlen 1992 für 10 Mitgliedstaaten).

- Unionsweit arbeiten durchschnittlich 50 % beim Rundfunk; diese Zahlen beschreiben allerdings unterschiedliche Gegebenheiten (Frankreich und Niederlande: 50 %; Finnland, Griechenland, Portugal: 80 %); durchschnittlich 25 % der Arbeitsplätze hängen mit der audiovisuellen Produktion zusammen;
 - die Lohn- und Gehaltsmasse des audiovisuellen Sektors (8 Milliarden ECU) teilen sich wie folgt auf: 73 % Rundfunk, 20 % Produktion.
- **Analyse und Tendenzen**

³⁴ Mit 229 Minuten pro Tag haben die Briten den größten Fernsehkonsum.

³⁵ Deutschland: ARD +11,5%, ZDF +1,9%; Irland: RTE +20%; Portugal: RTP -40%, RDP -19,2%; Belgien: RTBF -17,9%, BRTN -24,6%; VK: BBB -18,3%; Frankreich: France 2-3 -5,6%; Italien: RAI -15,5%; Dänemark: DR -6,7%. Quelle: "Companies reports & EBU Statistics group" - s. vollständige Tabelle im Anhang.

³⁶ Zwischen 1990 und 1996 verzeichnen die Medienkonzerne einen beträchtlichen Wachstumsschub. Bertelsmann : + 28,5%; Canal+ : + 68,1 %; TF1 : +/ 34,3 %; Carlton Com : + 109,5; CLT : + 47,8 %, in : *IDATE/Europäische audiovisuelle Informationsstelle, 1997; s. Anhang.*

³⁷ in : „The impact on the job market“, *Europäische audiovisuelle Informationsstelle, 1997, S. 5* Quelle : Eurostat; s. auch <http://www.obs.c-strasbourg.fr>.

Mit dem unverschlüsselten Fernsehen erwirtschafteten die Anbieter audiovisueller Inhalte den Großteil ihrer Einkünfte: 1995 betrug der Anteil 85 % (8911 Millionen ECU), die restlichen 15 % entfielen auf andere Quellen (Multimedia, On- und Off-line, Transaktionsdienste, Bezahlfernsehen, Verkauf und Verleih von Videokassetten, Kino)³⁸.

Wie die Norcontel-Untersuchung³⁹ zeigt, werden die Einkünfte im Jahr 2005 zu 65 % im Bereich des unverschlüsselten Fernsehens und zu 35 % in anderen Bereichen erwirtschaftet. Die bereits verfügbaren Zahlen stützen diese Erwartungen: die Sektoren, in denen gleichzeitig der Umsatz gesteigert wurde und die Beschäftigung zugenommen hat, sind dieselben, in denen die neuen Dienste entwickelt wurden.

Der derzeitige audiovisuelle Markt (1995) hat ein Volumen von schätzungsweise 31 Milliarden ECU und setzt sich wie folgt zusammen: 33 % Verbrauch der Haushalte im audiovisuellen Bereich, 44 % Werbung und 23 % Gebühren. Untersuchungen zufolge dürfte der Anteil der privaten Haushalte im Jahr 2005 auf 48 % steigen, der audiovisuelle Markt selbst wird weiter stark expandieren und wird voraussichtlich ein Volumen von 53,8 Milliarden ECU⁴⁰ erreichen (+ 173 % im Zeitraum 1995-2005). Die Verbraucher werden somit ein noch größeres Gewicht als heute erlangen.

- **Hörfunk**

In der Europäischen Union gibt es ungefähr 8000 Hörfunksender; die Europäer hören täglich im Schnitt 3,5 Stunden Radio.

- **Beschäftigung**

Das Arbeitsplatzpotential dieses Sektors läßt sich nicht genau einschätzen, nur einige Mitgliedstaaten verfügen über zuverlässige Zahlen. In Spanien hängen 12 000 Arbeitsplätze mittelbar oder unmittelbar mit dem Hörfunk zusammen. In Italien sind im privaten Hörfunk 11 000 Personen beschäftigt, in Deutschland arbeiten für den öffentlich-rechtlichen Hörfunk an die 20 000 Personen (12 500 mittelbar und 6500 mittelbar mit dem Hörfunk verbundene Arbeitsplätze).

- **Analyse und Tendenzen**

Der Hörfunk ist ein im Wachstum begriffener Wirtschaftssektor. 1995 erreichte der Umsatz 6,7 Milliarden ECU⁴¹, die sich zu gleichen Teilen aus Werbeeinnahmen und Lizenzeinnahmen ergeben. Zwischen 1990 und 1995 stiegen die Ausgaben für Werbung um 41 % und beliefen sich auf 4,6 Milliarden ECU (23 % bei den anderen Medien). Mit der Digitalisierung ergeben sich für den Hörfunk neue Entwicklungsperspektiven (zusätzlich Text und Bild, Multimedia-Radio); künftig werden neuartige Arbeitsplätze entstehen.

- **Lesen und Bibliotheken**

³⁸ in: "Economic implications of new communication technologies on the audiovisual markets" Schlußbericht im Auftrag der GDX/D.3, erstellt von Norcontel, April 1997.

³⁹ s. Fußnote Nr. 38.

⁴⁰ s. Fußnote Nr. 38.

⁴¹ Studie "The European radio industry", D. Laing und B. Tyler.

Das **Lesen** ist nach wie vor ein wichtiges Mittel zur persönlichen Bildung. Infolge der demokratischen Gestaltung des Buchpreises, und insbesondere der Verbreitung der Taschenbücher zu erschwinglichen Preisen, hat sich die Nachfrage nach kulturellen Leistungen um ein Vielfaches erhöht. Bislang benachteiligte Bevölkerungsschichten haben jetzt Zugang zu einer Kulturtechnik, die lange Zeit Privileg einer kleinen Bildungsschicht war.

In der Europäischen Union wird je 1000 Einwohner im Jahr durchschnittlich ein Titel - neue Titel und Neuauflagen⁴⁰ - veröffentlicht. Diese Zahlen, die zwischen 0,5 und 2,3 Titeln liegen, zeigen, daß die Mitgliedstaaten eine relativ homogene Buchproduktionskultur haben. Einige Mitgliedstaaten erreichen allerdings deutlich höhere als die Durchschnittswerte, z.B. Finnland (2,1), Dänemark (2,3), Schweden (1,5) und Großbritannien (1,5). Im Durchschnittsbereich liegen beispielsweise die Niederlande (1,1), Österreich (1,2), Belgien (1), Deutschland (0,9) und Luxemburg (0,9). Unter dem Durchschnitt liegen Frankreich (0,7), Griechenland (0,5), Irland (0,7) und Italien (0,8).

Den verfügbaren Daten zufolge ist der Buchverkauf in Großbritannien in zehn Jahren stark gestiegen⁴¹. Auch Zeitschriften erfreuen sich europaweit großer Beliebtheit: an der Spitze stehen die Deutschen⁴² mit einer Lesebereitschaft von 3,52 Tagen pro Woche, gefolgt von den Franzosen mit 2,84, den Schweden mit 2,71 und den Belgiern mit 2,51. Deutlich geringer ist der Zeitschriftenkonsum in Italien mit 1,88, Großbritannien mit 1,62 und Dänemark mit 1,73.

Bei den Bibliotheken ist der Vergleich schwieriger, weil einige Mitgliedstaaten alle Bibliotheken zählen (15 661 in Deutschland), andere, z.B. Italien nur die öffentlichen (50)⁴³.

• Beschäftigung

Die Arbeitsplätze sind **zwei großen Bereichen** zugeordnet: **Literatur** (Verfassen, Übersetzung, Herausgabe und Vertrieb von Büchern und Veröffentlichungen) und **Printmedien** (Herausgabe von Zeitungen, Periodika und Zeitschriften). Die Daten zu den europäischen Verlagen werden mit den Daten zur Druckindustrie zusammengefaßt. Nachdem die Zahl der Arbeitsplätze in diesen Branchen zwischen 1986 und 1991 konstant gestiegen war, ging sie wieder leicht zurück und pendelte sich 1995 bei 657 300 Arbeitsplätzen ein; die Lohnkosten sind hoch⁴⁴. Im Bibliothekswesen gibt es rund 100 000 Arbeitsplätze⁴⁵.

Bespielte Tonträger⁴⁶

⁴² in "Statistiques de la culture en Europe", ERIES - DAFSA, 1996.

⁴³ 2.1 Mio. £ gegenüber 1 Mio. £ 1985, in: "The Publishers Association".

⁴⁴ ebd. Fußnote Nr. 43 - Deutschland: 1800 Titel; Frankreich: 800 Titel; Belgien: 360 Titel.

⁴⁵ ebd. Fußnote Nr. 44 - Belgien: 1656, Griechenland: 711, Frankreich: 2042, Irland: 31, Luxemburg: 11, Niederlande: 1800, Österreich: 2200, Portugal: 1500, Finnland: 1025, Schweden: 440, Großbritannien: 167.

⁴⁶ Quelle: Eurostat.

⁴⁷ ebd. Fußnote Nr. 42.

⁴⁸ ebd. Fußnote Nr. 24, S. 17ff.

Der Absatz bespielter Tonträger (935 Millionen Einheiten) stellt einen Markt von 8,8 Milliarden ECU dar, d.h. 50 % der Einkünfte der Musikindustrie. 60 % des Absatzes innerhalb der Europäischen Union sind europäische Erzeugnisse; 10 % entfallen auf die klassische Musik. Es gibt mehr als 3000 Schallplattenfirmen; neben den drei europäischen Multimediakonzernen, die einen Weltmarktanteil von 40 % haben, bestehen Hunderte von europäischen Labels.

- **Beschäftigung**

Mit der **Aufnahme von Tonträgern** sind ungefähr 45 000 Personen beschäftigt (direkte Arbeitsplätze).

Darüber hinaus gibt es eine Vielzahl **indirekter Arbeitsplätze** in der Tonträgerproduktion: etwa 10 000 im Bereich Herstellung der Trägermedien (80 Einheiten zur Herstellung von Compact Discs und Produktionszubehör; hier liegt Europa an der Spitze), 10 000 im Bereich Aufnahmestudios und 80 000 in den 7000 Verkaufsstellen, die die bespielten Tonträger im Einzelhandel vertreiben.

Neue Formen des Kulturkonsums im Zusammenhang mit der Informationsgesellschaft

Im Zuge der **Informationsgesellschaft** entwickeln sich in rasanter Geschwindigkeit ganz neue **Kulturpraktiken** (z.B. Multimedia- und Online-Dienste). Die Online-Dienste, insbesondere jene des Internet, sind dabei, die kulturellen Praktiken tiefgreifend zu verändern. Diese neuartigen Dienste bieten generell auch neue Formen des Zugangs zum Kulturerbe und zur Kultur. Beispielsweise entwickelt sich die virtuelle Besichtigung von Museen mit Hilfe von CD-ROMs oder Web-Seiten⁴⁹.

Neben diesen neuen Formen des Kulturkonsums⁵⁰, die sich nach und nach herausbilden, zeigen die steigenden Verkaufszahlen von Computern und Zubehör bereits heute, daß **eine neue Kundschaft im Entstehen ist**⁵¹. Der Verkauf von CD-ROMs hat sich in zwei Jahren verzehnfacht: von 4179 im Jahr 1994 auf 43 000 im Jahr 1996⁵². Die Zahl der verfügbaren Titel in Europa ist von 1024 (1993) auf 5106 (1996) gestiegen.

⁴⁹ Der virtuelle Besuch des Schlosses von Versailles beispielsweise erfreut sich großer Beliebtheit. Die Ermitage in St. Petersburg (Rußland) wird ab Herbst 1998 über Internet zugänglich sein. IBM hat 1,6 Mio. Dollar für die digitale Erfassung von 3000 Kunstwerken bereitgestellt.

⁵⁰ Auf der DVD (digital versatile disc) können mehrere Filme mit unterschiedlichen Sprachfassungen gespeichert werden.

⁵¹ Die Zahl der Personal Computer mit CD-ROM-Laufwerk in den europäischen Haushalten ist von 3 Millionen 1994 auf 18 Millionen 1996 gestiegen (Schätzungen zufolge gibt es weltweit 100 Millionen Personal Computer). 1998 dürfte diese Zahl bei 40 Millionen liegen; s. Fußnote Nr. 27, S. 51.

⁵² Wie Untersuchungen zeigen, besitzen Personen, die seit mindestens zwei Jahren einen PC haben, durchschnittlich 12 CD-ROM-Titel; neuere PC-Besitzer verfügen über durchschnittlich 4,5 Titel. Die Zahl der videotauglichen Multimedia-CD-ROMs ist von 6% 1994 auf 17% 1996 gestiegen (+ 341% auf dem britischen Markt zwischen Juni 1995 und Juni 1996).

Thematisch verteilen sich die CD-ROMs folgendermaßen: 19 % Unterhaltung, 14 % **Kunst und Kultur**, 12 % **Bildung**⁵³.

- Beschäftigung

Der Markt für Multimediaproduktionen ist außerordentlich dynamisch⁵⁴. Davon zeugt unter anderem die Entstehung neuer Unternehmen: 1996 gab es 1106 europäische Verleger (+ 38 im Vergleich zu 1995)⁵⁵ gegenüber 1326 Verlegern in den Vereinigten Staaten (+ 49 im Vergleich zu 1995) und 124 Verlegern in Japan (+ 5 %). Der Anteil Europas an den weltweit verfügbaren Titeln hat sich von 28 % auf 39 % erhöht. **Mit Blick auf die Schaffung von Arbeitsplätzen zeichnet sich hier ein sehr positiver Trend ab.** Kleinunternehmen (durchschnittlich 4 bis 37 Beschäftigte), die Nischenprodukte vertreiben, koexistieren mit Multimediakonzernen (beispielsweise im Multimediabereich tätige Tochterfirmen großer Konzerne im Bereich Kommunikation, Verlagswesen oder audiovisuelle Medien), die Produkte in großem Umfang nach bestimmten Marketingstrategien absetzen, so daß sie ihre Werbemaßnahmen auf eine geringere Zahl von Titeln konzentrieren können.

1.2.3. Individuell und kollektiv ausgeübte künstlerische und schöpferische Aktivitäten, Vermittlung von Kenntnissen

Kunst und Kultur begleiten uns ein Leben lang. Fachleute vertreten die Ansicht, daß der Unterricht in den verschiedenen künstlerischen Disziplinen gefördert werden sollte, um bei **Kindern Kreativität und Freude an künstlerischem und schöpferischem Tun zu wecken** und um andere Formen der Intelligenz und andere Begabungen als die abstrakte Intelligenz zu entwickeln. Die Ausübung künstlerischer oder schöpferischer Tätigkeiten durch Menschen aller Bevölkerungsschichten - Erwerbstätige und Erwerbslose, Junge wie Alte - ist Teil des kulturellen und gesellschaftlichen Lebens.

In der Europäischen Union gibt es zahlreiche Laienmusiker, und -sänger (Deutschland: 500 000 Musiker, 20 000 Chöre ; Spanien: 50 000 Musiker, 1600 Chöre, 1200 Orchester; Finnland: 500 Chöre, 200 Musikvereinigungen). Nach eigenen Angaben spielen 10 % der Bürger über 12 Jahre ein Musikinstrument.

Diese Aktivitäten befriedigen das **Bedürfnis nach Gemeinschaft und sozialer Bindung**. Im Rahmen sozio-kultureller Maßnahmen können Aus- und Weiterbildungsangebote oder gemeinsame Aktivitäten angeboten und organisiert werden.

- Beschäftigung

Ein Großteil der zahlenmäßig erfaßbaren Arbeitsplätze liegt in der Aus- und Weiterbildung, d.h. im Erwerb von Fähigkeiten und Kenntnissen (Musik, Theater usw.); 23 % der Berufsmusiker beispielsweise sind als Musiklehrer tätig (43 000 in Großbritannien, 1400 in Finnland).

⁵³ s. Fußnote Nr. 27.

⁵⁴ Mit interaktiven Multimediaprodukten, einschließlich der Spiele für Konsolen und CDs, wurde 1995 ein Umsatz von 1,18 Milliarden Ecu erzielt, d.h. ein Anstieg von 46% im Vergleich zu 1994.

⁵⁵ Europäische audiovisuelle Informationsstelle, 1997, S. 116-119.

Der Bereich **Musikinstrumentenherstellung** erlebt infolge des steigenden Musikkonsums und der Zunahme der Laienmusiker einen Aufschwung und bietet 30 000 Personen einen Arbeitsplatz.

Die Analyse der kollektiven und individuellen Kulturpraktiken der Europäer zeigt, daß die Befriedigung kultureller Bedürfnisse von einem vielfältigen Angebot abgedeckt wird, das heute eine Gesamtheit von Wirtschaftszweigen bildet, dessen Bedeutung als Beschäftigungs- und Einkommensquelle alles andere als unbeachtlich ist.

Diese insgesamt optimistische Feststellung darf jedoch nicht die Probleme verdecken, denen die verschiedenen Kultursektoren heute gegenüberstehen, nämlich der Globalisierung der Wirtschaft und den Zwängen, die zu einer Standardisierung des Angebots führen.

2. SCHWERPUNKTE BEIM AUSBAU DER ARBEITSPLÄTZE IM KULTURBEREICH

Nach diesen positiven Feststellungen soll im zweiten Teil eingehender untersucht werden, welche Merkmale die mit dem Kulturbereich zusammenhängenden Arbeitsplätze aufweisen und wo Maßnahmen zur Beschäftigungsförderung ansetzen könnten.

Im Interesse der Kohärenz und Klarheit ist die Analyse in zwei Teile gegliedert. Zunächst wird die interne Dynamik, d.h. die Faktoren, die für das Wachstum innerhalb des Kultursektors bestimmend sind, untersucht. Im zweiten Teil (externe Dynamik) geht es um die Bereiche, die zwar nicht herkömmlicherweise zum Kulturbereich gerechnet werden, davon aber dennoch mehr oder weniger direkt beeinflusst sind, weil die Existenz dieses Bereiches ihrer eigenen Entwicklung förderlich ist, oder weil sie kulturelle Elemente in ihre Produkte oder Verfahren einbeziehen.

Die Analyse der internen Dynamik stützt sich auch auf die Schlußfolgerungen der Sondertagung des Europäischen Rates zur Beschäftigung (21. November 1997 in Luxemburg) und die Entschließung des Rates vom 15. Dezember 1997 zu den beschäftigungspolitischen Leitlinien für 1998.

• Die europäische Beschäftigungsstrategie

Das Thema Beschäftigung wurde als Angelegenheit von gemeinsamem Interesse in den Vertrag von Amsterdam aufgenommen. Auf dem Beschäftigungsgipfel vom 21. November wurde eine gemeinschaftliche **Gesamtstrategie** festgelegt, die sich auf eine **Mobilisierung** aller Gemeinschaftsmaßnahmen mit Blick auf die Beschäftigung stützt und der Mitwirkung aller Akteure bedarf. Die Strategie umfaßt beschäftigungspolitische **Leitlinien** mit konkreten Zielen, die in **nationale beschäftigungspolitische Aktionspläne** umgesetzt werden. Sie beruht auf folgenden Schwerpunkten:

- **Entwicklung des Unternehmergeistes** (Erleichterung der Gründung und Führung von Unternehmen, Entwicklung der Risikokapitalmärkte, steuerpolitische Maßnahmen zur Förderung der Beschäftigung);
- **Verbesserung der Beschäftigungsfähigkeit** (Bekämpfung der Jugend- und Langzeitarbeitslosigkeit, Erleichterung des Übergangs von der Schule in das Erwerbsleben, Übergang von passiven zu aktiven Maßnahmen, Förderung von Partnerschaften);
- **Förderung der Anpassungsfähigkeit** (Modernisierung der Arbeitsorganisation, Förderung der Anpassungsfähigkeit der Unternehmen);
- **Stärkung der Maßnahmen für Chancengleichheit** (Bekämpfung der Diskriminierung zwischen Frauen und Männern, Vereinbarkeit von Beruf und Familie, Erleichterung der Rückkehr in das Erwerbsleben).

2.1. SCHAFFUNG VON ARBEITSPLÄTZEN IM KULTURBEREICH (INTERNE DYNAMIK)

Die Vielgestaltigkeit der Arbeitsplätze im Kulturbereich wird deutlich, wenn man sich die Kette aus künstlerischem Schaffen, Kulturvermittlung und Kulturverbreitung vor Augen führt.

Im Mittelpunkt aller kulturellen Aktivitäten steht das **künstlerische Schaffen**, eine **Triebkraft**, die die **Gesellschaft befruchtet** und den Nährboden für die kulturellen Aktivitäten der Bürger darstellt. Durch ihre kritische Funktion entfacht sie Diskussionen und gibt den Anstoß zu zahlreichen Projekten. Die Vitalität und Dynamik einer Gesellschaft werden von ihrer Kreativität bestimmt. Der Prozeß des künstlerischen Schaffens muß sich stets erneuern und offen für neue Künstler und Zielgruppen sein. Aufgrund der **Vielfalt an Talenten und Kulturen**, aus denen sich das lokale künstlerische Schaffen speist, hat Europa im Bereich des künstlerischen Schaffens beträchtliche Stärken vorzuweisen.

Unter **Kulturvermittlung** fallen sämtliche Aktivitäten, die darauf zielen, ein Werk bekannt und nutzbar zu machen. Zu welcher künstlerischen Disziplin das Werk gehört, ist dabei unerheblich. Kulturvermittlung kann u.a. betrieben werden von Lehrkräften, Bibliothekaren, im Denkmalschutz Tätigen sowie von Ausstellungs- und Festival-Veranstaltern.

Die **Kulturverbreitung** umfaßt alle Aktivitäten, die die Vervielfältigung künstlerischer Werke zum Ziel haben (Tonträger, Verbreitung audiovisueller Medien).

Jede dieser Funktionen umfaßt unterschiedliche, einander ergänzende Aktivitäten. Schätzungsweise sind an einem Werk von seiner Herstellung bis zur Begegnung mit seinem Publikum etwa 700 Berufe beteiligt. Die Arbeitsplätze im Kulturbereich sind heterogen und atypisch. Zu ihnen zählen die künstlerischen und kunsthandwerklichen Berufe sowie alle Tätigkeiten, die in kulturellen Einrichtungen ausgeübt werden; dabei spielt es keine Rolle, ob es sich um künstlerische oder nichtkünstlerische Tätigkeiten, z.B. technische, Marketing- oder Verwaltungsberufe, handelt.

2.1.1. *Eigeninitiative und Unternehmergeist*

• **Vorwiegend freiberufliche Tätigkeit und Beschäftigung in KMU**

Für alle Länder der Europäischen Union gilt, daß die **Arbeitsplätze im Kulturbereich in sehr kleinen Unternehmen** angesiedelt sind bzw. die **Tätigkeit freischaffend** ausgeübt wird. Die Film- und Fernsehindustrie macht da keine Ausnahme. Obwohl sich der Umsatz dieser Kulturindustrie in zehn Jahren verdoppelt hat (1992: 55,3 Milliarden ECU) und Multimediakonzerne von Weltruf entstanden sind⁵⁶, wird das Bild dieser Branche nach wie vor von Kleinunternehmen bestimmt.

- In Italien sind 28,3 % der Erwerbsbevölkerung selbständig; für die darstellende Kunst beträgt der Anteil 45,6 %, für die Film- und Fernsehindustrie 38,6 % und für den

⁵⁶ Der Umsatz der 50 größten Medienunternehmen liegt 1994 bei 49 Milliarden Ecu (Eurostat).

Kunsthandel 71 %; lediglich im Bereich öffentliche Museen und Bibliotheken liegt diese Zahl bei 3 %.

- Im Vereinigten Königreich hat die Zahl der Selbständigen im Kulturbereich um 91 % zugenommen (53 % in der Wirtschaft insgesamt) - gegenüber einem Anstieg von 12 % bei den abhängig Beschäftigten⁵⁷. In 97 % der Kultureinrichtungen sind weniger als 9 Personen beschäftigt.

- In Frankreich sind 61 % der Restauratoren Handwerker.

Die Abhängigkeit des Kulturbereichs von der Politik und der öffentlichen Hand richtet sich sehr stark nach dem jeweiligen Sektor und wird häufig von nationalen Traditionen bestimmt. Dennoch ist insgesamt ein ausgeprägter **Unternehmergeist** festzustellen. So betrug in Frankreich 1993 für alle Wirtschaftssektoren zusammen der Anteil der Unternehmensgründungen durchschnittlich 7,5 %, für die verschiedenen künstlerischen Bereiche jedoch mehr als das Doppelte, d.h. 16,5 %.

Im Privatsektor (Kunsth Handwerk, audiovisuelle Medien, darstellende Kunst, Musik) werden die kulturellen Aktivitäten von der Dynamik der Kleinunternehmen getragen, auch wenn die großen Konzerne nach wie vor eine strukturierende Rolle spielen, insbesondere in Form von Lieferverträgen, die sie immer häufiger an Kleinunternehmen binden. Angesichts eines relativ hohen Prozentsatzes an Unternehmensschließungen, denen zwar ein noch höherer Prozentsatz an Unternehmensgründungen gegenübersteht, stellt sich die Frage, wie der Fortbestand der kulturellen Aktivitäten und der damit verbundenen Arbeitsplätze gewährleistet werden kann.

- Deshalb sollten Modalitäten der Zusammenarbeit zwischen den in demselben Sektor und in demselben Tätigkeitsbereich aktiven Kleinunternehmen gefördert werden. In diesem Zusammenhang könnte die Schaffung von Netzwerken den Unternehmen des gesamten Sektors einen europäischen Mehrwert erbringen.

- Ferner könnten Großunternehmen in „Inkubationsstätten“⁵⁸ oder Gründerzentren für kulturelle Unternehmen investieren. Dies ist eine neue Form von Sponsoring und Patenschaft, die entwickelt werden sollte. Indem sie den Wachstumsbedürfnissen der Großunternehmen entgegenkommen, können sie verschiedene Rollen spielen (Infrastrukturverfügbarkeit, Entscheidungshilfe für Investitionen, Expertisebeschaffung für Märkte, Mitfinanzierung, Ausbildungsbedarf, Marktzugang, ...). Derartige Einrichtungen würden die Entwicklung langfristiger Partnerschaften erlauben. Gleichzeitig kämen solche Aktionen dem Image großer Unternehmen zugute und wären auf diese Weise wie Werbe- und Marketingmaßnahmen. Ein europäisches Netzwerk von ausgezeichneten Zentren (centres d'excellence) könnten zur Ausbildung, zur Schaffung und zur Distribution von kulturellen Produkten beitragen.

- Wenn auch der Kultursektor eine bemerkenswerte Dynamik zeigt, ist die Schaffung neuer kultureller Initiativen – ob in Form von Unternehmen oder nicht

⁵⁷ in: "O'Brien & feist (1995) Employment in the arts and cultural industries - an analysis of the 1991 Census, London, Arts Council of England".

⁵⁸ ebd.

– durch den mangelnden Zugang zu den Finanzmärkten behindert. Deshalb sollten neben der öffentlichen Finanzierung, die für zahlreiche Teile der Kulturaktivität fundamental bleibt, die Entwicklung von Mäzenaten und neuer, den lokalen Bedürfnissen angepaßten Finanzierungsformen gefördert werden. Unter weiteren Beispielen ist der Triodos-Fonds für Künstler (NL) nennenswert: diese von der ethisch gesinnten Triodos-Bank geschaffene Institution vergibt Kredite für künstlerische Initiativen, die mangels unzureichender Sicherheiten keine Finanzierungsmöglichkeiten in den klassischen Finanzkreisen finden.

Im öffentlichen Sektor entstehen immer mehr Initiativen, die auf die Wünsche der Besucher von Museen oder Maßnahmen im Bereich des Kulturerbes ausgerichtet sind (Verkaufsstellen, abgeleitete Produkte, Kulturvermittlung, Online-Dienste). In diesem Zusammenhang ist erwähnenswert, daß die vor kurzem getroffene Entscheidung der italienischen Behörden, die Besuchszeiten der Museen zu verlängern, zu einer Besucherzunahme von 30% geführt hat.

Hier kommt dem **nichtmarktbestimmten Dienstleistungssektor** eine wichtige, vielfach strukturierende Rolle zu (in Frankreich sind mehr als 40 % der Arbeitsplätze im nichtmarktbestimmten Dienstleistungssektor und 25 % in den Vereinigungen der Sozialwirtschaft angesiedelt). Durch ihre weniger direkten Bindung an die Marktzwänge erlaubt es die Sozialwirtschaft, zahlreiche Aktivitäten im Bereich der Kreation, Vermittlung und Verbreitung zu entwickeln, die nicht in anderen Zusammenhängen stattfinden könnten. Die zunehmende Zusammenarbeit zwischen den öffentlichen und privaten Sektoren sowie den Organisationen der Sozialwirtschaft führt zu innovativen Initiativen, in deren Rahmen gemeinsame Projekte entwickelt werden können.

In diesem Zusammenhang stellen kulturelle Veranstaltungen wie Festivals interessante Beispiele für Partnerschaften dar. Sie haben stärkere Nebenwirkungen in dem Maße, in dem sie **weitere schöpferischen Aktivitäten anregen**⁵⁹. So führt beispielsweise ein bereits etabliertes Festival zur Einrichtung einer gleichartigen Veranstaltung (Alljährlich bietet das Internationale Festival Edinburgh während seiner Laufzeit von 20 Tagen ungefähr 120 verschiedene Vorführungen an. Während der offizielle Teil des Festivals 320.000 Besucher empfängt, erreicht der „Fringe-Teil“ eine Besucherzahl von mehr als 680.000.

2.1.2. *Beschäftigungsfähigkeit*

Die herkömmliche Funktion des Arbeitsmarktes, der Ausgleich von Nachfrage und Angebot an Arbeitsleistungen, greift nicht im Kulturbereich. Die **Entwicklung von Aktivitäten** bietet häufig die größten Chancen, eine Beschäftigung zu finden; die **Investition des Künstlers in sein Werk** stellt gleichzeitig seine größte Arbeitsplatzgarantie dar. Dieses Konzept gilt sowohl für den individuell arbeitenden Künstler als auch für gemeinsame Kulturprojekte, bei denen der einzelne eine wichtige Rolle für die wirtschaftliche Umsetzung des Projekts und die Schaffung von Beschäftigungsmöglichkeiten spielt. Der Markt für Arbeitsplätze im Kulturbereich ist in erster Linie ein Markt für die Entwicklung neuer Aktivitäten, Erzeugnisse oder Dienstleistungen, die im allgemeinen hohe Qualifikationen erfordern.

⁵⁹ „L'impact économique de dix festivals en Europe“, Europäische Kommission, GD V, 1996

Damit sich der Kultursektor weiterentwickeln kann, sind verstärkt **Investitionen** in die **Aus- und Fortbildung der Kulturschaffenden** erforderlich.

Aufgrund der zahlreichen Ausprägungen der kulturbezogenen Berufe, sind diese Berufe heterogen und atypisch. Die Vielfalt stellt einen großen Reichtum dar, wirft aber hinsichtlich der verlangten Fähigkeiten und Qualifikationen durchaus Probleme auf. Da die Beschäftigung vielfach unsicher ist und gute Fähigkeiten im Bereich der neuen Technologien verlangt werden, sind Anstrengungen zur Sicherung der Beschäftigungsfähigkeit unerlässlich.

Zu diesem Zweck wurde beispielsweise in den Niederlanden das Projekt LBK (Landelijk Bureau Kunsten & Media) für Künstler und Techniker (darstellende Kunst und audiovisuelle Medien) ins Leben gerufen. Neben Arbeitsplätzen bietet die Agentur folgende Dienstleistungen an:

- Vorbereitung von Künstlern auf eine Tätigkeit als Freischaffender
- Programme zum Erwerb berufsbezogener Fähigkeiten
- Datenbank mit Informationen zu den Marktchancen der Erzeugnisse und Dienstleistungen.

- Neben der künstlerischen Aus- und Weiterbildung sollten vor allem Maßnahmen zur Vorbereitung auf neue Tätigkeiten beispielsweise in Verwaltung und Management im weitesten Sinne angeboten werden. Dies wäre insofern nützlich, als in der Erstausbildung normalerweise kaum auf Themen wie Produktivität und effiziente Arbeitsorganisation eingegangen wird.

- Angesichts der raschen technischen Entwicklungen sollte die Fortbildung in technischen Berufen, wie in den Bereichen Ton- und Bildtechnik sowie Bühnentechnik, in denen die neuen Technologien eine große Rolle spielen, verstärkt werden.

- Für das Gelingen eines Wirtschaftsprojekts in diesen Bereichen sind Informationen zu den rechtlichen, sozialen und wirtschaftlichen Aspekten (insbesondere öffentliche und private Finanzierungsquellen) hilfreich.

- Ein Erfahrungsaustausch ermöglicht den Mitgliedstaaten, ihre Maßnahmen zu vergleichen und auf besonders erfolgreiche Konzepte aufmerksam zu machen. Diesem Ziel dienen Maßnahmen, die die Kommission bereits seit einigen Jahren durchführt und die es den Kulturschaffenden ermöglichen sollen, ihre Erfahrungen mit Blick auf die Schaffung weiterer Arbeitsplätze zu überdenken.

• **Soziale und berufliche Eingliederung**

Die Ausbildung und die Teilnahme an einer Vielzahl kultureller Aktivitäten erweisen sich zunehmend als wirkungsvolles Mittel der Qualifizierung bzw. Neuqualifizierung der Humanressourcen und fördern somit die **soziale Eingliederung**.

Die **Anforderungen der Arbeitswelt** haben sich tiefgreifend verändert: Eine umfassende Teilhabe am sozialen und beruflichen Leben setzt voraus, daß die Menschen **berufliche Fähigkeiten, die mehr personenspezifisch sind, entwickeln** (Kreativität, Eigeninitiative, Anpassungsfähigkeit, Fähigkeiten im Umgang mit anderen). Die Arbeitgeber erwarten neben beruflicher Eignung zunehmend die Bereitschaft zu

persönlicher Entfaltung und Weiterentwicklung; die Teilnahme an künstlerischen oder kulturellen Aktivitäten (z.B. Ausstellungen und Theateraufführungen) kann hierbei wichtig sein.

So können mit den Initiativen zur Erhaltung des Kulturerbes Ziele erreicht werden, die nicht unmittelbar zusammenhängen: Erwerb einer praktisch verwertbaren Berufsausbildung, die daneben zur Selbstverwirklichung beiträgt, Stärkung der sozialen Integration bei gleichzeitiger Aufwertung der manuellen Arbeit. Die aus dem Europäischen Sozialfonds kofinanzierten Lehrwerkstätten in Spanien sind ein gutes Beispiel für Programme zur beruflichen Eingliederung arbeitsloser Jugendlicher:

- Die Teilnehmer werden in Berufen ausgebildet, die mit der Bewahrung des künstlerischen, kulturellen, historischen und städtischen Erbes zusammenhängen (z.B. Sanierung von Stadtkernen).
- 1995 bestanden 1795 Lehrwerkstätten, in denen 136 385 Jugendliche ausgebildet wurden. Dank der Verknüpfung von Eingliederungs- bzw. Qualifizierungsprogrammen und Programmen zur Erhaltung des Kulturerbes konnten die Jugendlichen sozial integriert und zu qualifizierten Kunsthandwerkern ausgebildet werden.
- Berufe im Bereich der Bewahrung des Kulturerbes erfordern eine hohe Qualifikation, die auch in anderen Bereichen nutzbar ist.
- Die Ausbildung verhilft den Jugendlichen zu einem positiven Selbstbild und ermöglicht ihnen wichtige soziale Erfahrungen.

Kulturelle Leistungen geben den Jugendlichen die Möglichkeit, ihren Platz in Gesellschaft und Arbeitswelt neu zu definieren; durch die Beschäftigung mit dem Kulturerbe erhalten sie außerdem Zugang zu der Geschichte ihrer Kultur.

Andere europäische Erfahrungen zeigen, daß kulturelle Aktivitäten Eigeninitiative und Anpassungsfähigkeit fördern und das Selbstvertrauen stärken können; Entwicklungen in diese Richtungen können gefördert werden. Mit neuen Formen der Solidarität und neuen Ausdrucksformen bieten Kunst und Kultur einen Weg zur Bekämpfung der sozialen Ausgrenzung. Besonders jungen Menschen können kulturelle Aktivitäten und gezielte lokale Programme neue Sozialisierungsperspektiven bieten und ein eigenständiges Leben ermöglichen.

2.1.3. Anpassungsfähigkeit

• Unterschiedlicher Status

Bei den Berufen im öffentlichen Kultursektor (Kulturerbe, Museen, Bibliotheken), der übrigens die Folgen der Mittelknappheit zu spüren bekommt, in bestimmten Teilen der Verlagsbranche und in der Künstlerausbildung überwiegen zwar feste Beschäftigungsverhältnisse (Vollzeit). Doch bei den meisten Berufen im Kulturbereich handelt es sich allerdings um freiberufliche Tätigkeiten⁶⁰, deren Entwicklung häufig nicht

⁶⁰ In Frankreich, dem Vereinigten Königreich, Italien und Deutschland können Künstler zwischen dem Status "abhängig beschäftigt" und "selbständig beschäftigt" wählen.

vorhersehbar ist. Die Grenzen zwischen Abhängigen und Selbständigen verschwimmen zunehmend⁶¹.

Phasen der Arbeitslosigkeit wechseln immer wieder mit Phasen der Erwerbstätigkeit ab, ebenso kommt es häufig zu einem Wechsel zwischen verschiedenen Sektoren⁶². Aufgrund der Bedingungen, unter denen die Kulturberufe vielfach ausgeübt werden - zeitliche Begrenzung der Kulturprojekte und unregelmäßige Beschäftigung -, ist eine abhängige Beschäftigung nicht ohne weiteres gegeben. So setzt beispielsweise eine Beschäftigung im Bereich der Filmproduktion voraus, daß ein bestimmtes Filmprojekt realisiert wird. Obgleich das Wachstum kultureller Aktivitäten außer Frage steht, steht diesem eine noch größere Anzahl von Personen gegenüber, die in diesem Bereich tätig werden möchten. Dies führt zu unsicheren Beschäftigungsverhältnissen infolge kürzerer Arbeitsverträge. Die Arbeitslosenquote in den künstlerischen Berufen liegt höher als die Arbeitslosenquote insgesamt⁶³; dies wiegt um so schwerer, als das Ausmaß der Arbeitslosigkeit vor allem bei Künstlern häufig unterschätzt wird.

Zudem ist die künstlerische Tätigkeit häufig unabhängig vom Vorhandensein oder Nichtvorhandensein eines Arbeitsvertrags. Mangels eines angepaßten Statuts unterliegen die Künstler oft denselben Bestimmungen wie andere Arbeitnehmer, was beispielsweise die Arbeitslosenunterstützung anbetrifft.⁶⁴

Einige Mitgliedstaaten haben einen Status entwickelt⁶⁵, der der Besonderheit dieser Berufe - **hohe Qualifikationsanforderungen**⁶⁶, **geringe Beschäftigungssicherheit und eine Konzentration der Tätigkeit auf einen bestimmten Teil des Jahres** - Rechnung trägt. Damit soll der Nachfrage nach Arbeit und der Beweglichkeit der Arbeitskräfte entsprochen werden.

- In Frankreich sind **64 % der Arbeitsplätze im audiovisuellen Sektor und in der darstellenden Kunst nichtständige Arbeitsplätze**; das betrifft die künstlerischen und technischen Berufe ebenso wie Verwaltungstätigkeiten⁶⁷.

⁶¹ Der Status « selbständig beschäftigt » ist immer häufiger zu finden.

⁶² Schauspieler und Musiker bessern ihr Einkommen durch die Teilnahme an Fernsehproduktionen auf.

⁶³ Im Vereinigten Königreich ist die Arbeitslosenrate im Kulturbereich von 8% 1991 auf 11% 1994 angestiegen (=63.000 Personen) gegenüber einer Arbeitslosenrate von 9,5% in den restlichen Wirtschaftszweigen. Die tatsächliche Arbeitslosenrate liegt Schätzungen zufolge bei 16%. In Schweden ist sie zwischen 1981 und 1987 von 6,1% auf 12,6% gestiegen (Cultural Trends, 1995; La politique culturelle de la Suède, Europarat, 1992).

⁶⁴ Diese Situation verursacht zahlreiche Probleme, wie beispielsweise die in gewissen Mitgliedstaaten gegen arbeitslose Künstler eingeleiteten juristischen Verfahren zeigen.

⁶⁵ In Frankreich gibt es den Status des «emploi intermittent», d.h. eine unregelmäßige Beschäftigung, bei der das Gehalt wöchentlich festgelegt wird. In den Niederlanden besteht ein System, das finanzielle Unterstützung und Teilnahme an einer Ausbildungsmaßnahme verknüpft und neben Niederländern auch Bürgern aus anderen EU-Ländern zugutekommt. In Spanien, Italien, Finnland und anderen Ländern ist nichts entsprechendes vorgesehen; in: Bericht "Benhamou".

⁶⁶ In Spanien haben 20,9% der im Kulturbereich Beschäftigten eine höhere Schulbildung (gegenüber 7,2% der Erwerbsbevölkerung). Dieses Phänomen ist überall in Europa anzutreffen (Cultura en Cifras, 1996).

⁶⁷ Quelle: GRISS.

- Im Vereinigten Königreich sind 13 % der Arbeitsplätze im Kulturbereich, d.h. doppelt so viele wie in der Wirtschaft insgesamt, befristete Beschäftigungsverhältnisse, 24 % sind Teilzeitarbeitsplätze.

In bestimmten Bereichen, wie der Produktion audiovisueller Medien oder der Produktion von Aufführungen der darstellenden Kunst, werden **Aufgaben nach außen verlagert**; in diesen Sektoren gibt es nur eine geringe Zahl abhängig Beschäftigter. Je nach Produktionsbedarf greifen die Unternehmen auf diese Beschäftigten oder aber auf Zeitarbeitskräfte zurück; letztere haben den Status abhängig Beschäftigter, doch wird von ihnen zusätzlich **eigenverantwortliches, fachkundiges Handeln** erwartet.

Beruf und Berufung

Immer mehr Menschen, vor allem junge Leute, fühlen sich zur Ausübung einer künstlerischen oder kulturellen Tätigkeit berufen. Die künstlerische Berufung bedeutet ein lebenslanges persönliches Engagement; die Aussichten auf einen Arbeitsplatz sind aber oft schlecht, zumal die Zahl der Interessenten die Möglichkeiten bei weitem übersteigt. Daher müssen die Betroffenen ihren Lebensunterhalt durch anderweitige Arbeiten sichern.

Wer schöpferisch tätig sein will, braucht unbedingt einen Zweitberuf. Viele Künstler können sich ihrer künstlerischen Aufgabe widmen, weil sie über ein festes Einkommen aus einer Lehrtätigkeit oder einer abhängigen Beschäftigung verfügen. Von 250 000 Personen, die in der Europäischen Union als Komponisten tätig sind, haben lediglich 10 % Einkünfte, die einem Mindestgehalt entsprechen, und können somit ihren Lebensunterhalt aus der Komponistentätigkeit bestreiten.

Mobilität

Die **berufliche und geographische Mobilität** ist ein wesentlicher Faktor für die Weiterentwicklung von Aktivitäten, die im Rahmen des Binnenmarktes eine europäische Dimension gewinnen. Dabei kommt es bezüglich der **Freizügigkeit**⁶⁸ noch zu gewissen Problemen (rechtliche Stellung, Sozialschutz, Marktzugang, Anerkennung von Fähigkeiten und Abschlüssen). In diesem Zusammenhang stellt sich die Frage, inwieweit Informationen über Beschäftigungsmöglichkeiten in anderen Mitgliedstaaten und darüber hinaus an die entsprechenden Stellen gelangen. Um die Informationsverbreitung zu fördern, hat die Kommission das Projekt für einen einschlägigen Leitfaden des französischen Verbandes *Emplois culturels internationaux* unterstützt, der bei der Arbeitsuche und der Gründung von kulturbezogenen Unternehmen behilflich ist. Mit der Förderung der grenzüberschreitenden Mobilität soll dabei gleichzeitig das Entstehen neuer Kooperationen in der EU begünstigt werden.

Der freie Verkehr von Werken und Aufführungen muß erleichtert und Aktivitäten, die auf dem Know-how von Künstlern gründen (z.B. Design), müssen gefördert werden.

⁶⁸ s. den aussagekräftigen Bericht zum Thema Freizügigkeit, den die hochrangige Sachverständigengruppe unter dem Vorsitz von Frau Veil ausgearbeitet und der Kommission am 18. März 1997 vorgelegt hat (in Kapitel V.II "Recht auf Zugang zur Kultur").

Für die Verbreitung künstlerischer Werke sind Netzwerke erforderlich, da sie diese Märkte erschließen helfen und Chancen zur Förderung des Neuen bieten.

2.1.4. Chancengleichheit

Der Begriff Chancengleichheit meint in diesem Zusammenhang sowohl das Verhältnis zwischen Frauen und Männern als auch die Teilhabe der einzelnen Bevölkerungsgruppen und Regionen am kulturellen Leben.

• Männer und Frauen – eine relativ ausgewogene Situation

Im Gegensatz zu anderen Wirtschaftszweigen sind Frauen und Männer in allen Branchen des Kultursektors gleich stark vertreten. Allerdings sind mehrheitlich Männer in Leitungsfunktionen und in der Produktion beschäftigt. Bemerkenswert ist, daß im Vereinigten Königreich, wo die Anzahl der im Museumsbereich Beschäftigten relativ hoch ist, der Prozentsatz der Männer relativ niedrig ist (32% gegenüber 68% Frauen). Doch sind 88% der Männer vollzeitbeschäftigt gegenüber lediglich 51% Frauen.⁶⁹

Die Frage der Chancengleichheit stellt sich übrigens sowohl hinsichtlich des Verhältnisses Männer/Frauen als auch hinsichtlich des Zugangs zur Kultur der verschiedenen Bevölkerungsschichten und auch der verschiedenen Regionen.

- Dazu ist zu sagen, daß das Angebot an kulturellen Leistungen innerhalb der Mitgliedstaaten und auch zwischen ihnen ungleich verteilt ist und sich auf die Groß- und Hauptstädte konzentriert⁷⁰. Das verhindert die gleichwertige Teilhabe aller Bürger am kulturellen Leben; diese Ineffizienz bedeutet auch eine Begrenzung der Nachfrage, die Standardisierung der Erzeugnisse und - anstelle einer Ausweitung - eine Konzentration der Arbeitsplätze.

- Die bessere Verbreitung des Kulturangebots in der Europäischen Union könnte sich auf die Demokratisierung des Zugangs zum Kulturschaffen durch die Stärkung der individuellen kulturellen Praktiken erreichen. Dabei könnte der Einsatz der neuen Kommunikationstechnologien von Nutzen sein.

2.2. ENTWICKLUNG VON BESCHÄFTIGUNGSMÖGLICHKEITEN IN ANDEREN WIRTSCHAFTSZWEIGEN (EXTERNE DYNAMIK)

Nicht nur im Kultursektor, sondern auch in **zahlreichen anderen Wirtschaftszweigen** gibt es **Arbeitsplätze mit einem Bezug zur Kultur**: Designer in Mode, Werbung oder sonstigen Industriezweigen wie Automobil- oder Möbelindustrie: es handelt sich hier um

⁶⁹ „Proposte per l'occupazione nel settore dei Musei nell'Unione europea“, Ricerca-azione NEMUS, Commissione Europea, DG V, 1996

⁷⁰ Im Vereinigten Königreich befindet sich ein Drittel der Arbeitsplätze im Kulturbereich in London (13% der Erwerbsbevölkerung arbeitet - alle Wirtschaftszweige zusammen genommen - in London); dieser Anteil ist allem Anschein nach seit 1981 unverändert. Italien: 33,1% der Erwerbsbevölkerung, doch lediglich 15,7% der Arbeitsplätze im Kulturbereich befinden sich im Süden. Frankreich: 1990 sind trotz beträchtlicher Aufstockungen der öffentlichen Kulturausgaben seitens der Gebietskörperschaften 47,2% der Arbeitsplätze im Kulturbereich in der Ile de France angesiedelt - (Census of employment, 1991, Le potentiel..., vorg., Observatoire de l'emploi culturel, 1995).

kulturnahe oder kunsthandwerkliche Berufe. Die kulturbezogenen Berufe können dabei einen beträchtlichen Anteil haben (so arbeiten im Vereinigten Königreich 35 % der in einem Kulturberuf tätigen Personen nicht im Kulturbereich).

Die Unternehmen haben zunehmend Bedarf an **Kommunikationsdiensten zu Marketing-, Prestige- oder sonstigen PR-Zwecken** und greifen daher immer häufiger auf Kulturschaffende zurück. Mehr als ein Drittel der französischen Unternehmen, die für derartige Vorhaben Künstler der darstellenden Kunst beschäftigt haben, gehören nicht zu den Bereichen Kultur, Unterhaltung oder Sport

Für ein Unternehmen liegt der Mehrwert eines Produkts weniger im Wert seines Basisprodukts, als vielmehr darin, wie es unter ästhetischen, qualitativen und sonstigen Gesichtspunkten wahrgenommen wird⁷¹. Die Entwicklung der Industrieästhetik und die zunehmende Bedeutung immaterieller Investitionen machen die **Kreativität zunehmend zu einem Erfolgsfaktor**, da sie eine größere Produktdifferenzierung ermöglicht⁷².

Diese Beispiele zeigen, daß sich einige Wirtschaftszweige und -aktivitäten zwar außerhalb des Kulturbereichs befinden, aber dennoch in hohem Maße von Kultur abhängig sind. Arbeitsplätze in diesen Branchen, die unmittelbar von kulturellen Aktivitäten abhängen, werden als "indirekte" Arbeitsplätze bezeichnet, als "zugehörig" gelten sie, wenn nur mittelbar ein Bezug zur kulturellen Aktivität besteht, dieser aber durch kulturelle Veranstaltungen oder die Existenz eines bedeutenden Teils des Kulturerbes zustande kommt.

2.2.1. Die Kulturwirtschaft und die neuen Techniken

Das Konzept der Kulturwirtschaft umfaßt hier einen Unternehmensbereich, der sich an einer wenig definierten Grenze, die den Kultursektor und die anderen Wirtschaftsbereiche trennt, befindet. Die Kulturberufe im Bereich künstlerisches Schaffen wie auch die im Verlagssektor haben sich durch die Auswirkungen der neuen Techniken tiefgreifend verändert. Das Know-how auf dem Gebiet der Produktion und Herausgabe neuer Online- oder Multimedia-Inhalte entwickelt sich ständig weiter. Es entstehen neue Berufe und neuartige Fähigkeiten, die in allen Wirtschaftsbereichen Eingang finden⁷³. Die neuen Techniken bereichern auch die herkömmlichen Berufe und fördern das Entstehen von Berufsprofilen, bei denen mehr Flexibilität und Vielseitigkeit verlangt wird.

Das Wachstum bei den innovativsten Produkten und Dienstleistungen dürfte der *audiovisuellen Industrie* zugute kommen, der für den Zeitraum 1995-2005 ein starker Wachstumsschub vorhergesagt wird. Bis 2005 wird ein Anwachsen des audiovisuellen

⁷¹ Quinn, 1988, S. 340 - in: *Panorama de l'industrie communautaire*, Europäische Kommission, Eurostat, 1997.

⁷² Der Erfolg der Geschäfte für Design und Inneneinrichtung bestätigt diesen Trend. Gleiches gilt für die Neugestaltung klassischer Produkte oder Luxusartikel, die zu reinen Konsum- und Modegegenständen geworden sind.

⁷³ Mediengestalter setzen Text-, Ton- und Bilddokumente zusammen. Interface-Designer konzipieren und realisieren die Werkzeuge (Bildschirme, Bedienungselemente und Peripheriegeräte), die der Benutzer für den Dialog mit dem Multimediaprodukt benötigt. Durch Übertragung in ein digitales Format, Erstellung von Hypertext und Entwicklung entsprechender Software entsteht dann zunächst ein Prototyp des Produkts, das anschließend fertiggestellt bzw. verbreitet wird.

Marktes um 70 % erwartet; die Einkünfte der europäischen Inhalteindustrie dürften um 55 % ansteigen. In diesem Zusammenhang folgt das Wachstum des audiovisuellen Sektors im wesentlichen einer wirtschaftlichen Wachstumslogik. Der Beschäftigungszuwachs im audiovisuellen Sektor ist beträchtlich und man kann einen Vergleich mit der amerikanischen Situation ziehen, wo beispielsweise fast 10% der Erwerbstätigen in Kalifornien in der audiovisuellen Industrie beschäftigt sind.

In der *Multimedia-Industrie* – in den Tochterunternehmen der Multimedia-Konzene oder in partnerschaftlich zusammenarbeitenden Kleinunternehmen⁷⁴ – dürften unionsweit viele Arbeitsplätze entstehen (dies wird ohne Zweifel Arbeitsplätze in der Druckindustrie kosten, doch in geringerer Anzahl). Überdies ist die Entwicklung des elektronischen Bildes mit dem Entstehen einer neuen Kulturindustrie vergleichbar. Europa verfügt hier über einen beträchtlichen Bestand an "Rohstoffen" wie Texte, Musikpartituren, Filme, Kunstwerke.

Diese neuen Märkte bieten Chancen für Wachstum und Beschäftigung, wenngleich sich ihre Beschäftigungswirkung nicht ohne weiteres ermessen läßt, was mit der hohen Produktivität infolge des Einsatzes neuer Technologien, der Verlagerung von Tätigkeiten und Arbeitsplätzen von einem traditionellen Sektor zum anderen sowie der Globalisierung der Unternehmensstrategien zusammenhängt.

Neue Arbeitsplätze können auf diesem in der Entwicklung befindlichen Markt vor allem dann entstehen, wenn die besonders im Bereich Multimedia und neue interaktive Dienste innovativ tätigen KMU sich ohne Schwierigkeiten Finanzierungsquellen erschließen und vor allem Zugang zu Risikokapital erlangen können, damit sie ihre Wettbewerbsposition behaupten können.

2.2.2. *Ausbildung*

Die Anpassung der Fähigkeiten an die Arbeitsplatzanforderungen, die Zusammenarbeit zwischen den Ausbildungsträgern und regionalen und lokalen Wirtschaftsstrukturen würden eine wirksame Wiedereingliederung in sehr unterschiedliche Berufsbereiche, die mit dem Kunst- und Handwerkssektor in Verbindung stehen, ermöglichen.

In Europa besteht weiterhin ein großer Bedarf an einschlägiger Ausbildung, doch entspricht das Lehrangebot noch unzureichend den Anforderungen der kulturellen und audiovisuellen Wirtschaft infolge mangelnder Partnerschaften zwischen Unternehmen und Hochschule. Bildung im weiten Sinne als lebensbegleitendes Lernen könnte für kulturbezogene audiovisuelle Produkte und Multimedia Wege eröffnen, wie beispielsweise Berufsausbildungs- und Weiterbildungsprogramme für die neuen kreativen Berufsprofile.

Bildung im weiten Sinne als lebensbegleitendes Lernen wird von der Mehrheit der Akteure der audiovisuellen und Multimedia-Industrie als ein zukunftsträglicher Markt betrachtet.⁷⁵

⁷⁴ Electronic Publishing, vorg.

⁷⁵ Diese Perspektive hat Reed Midem dazu veranlaßt, im Mai 2000 den ersten Weltmarkt neuer Produkte für Bildung, Ausbildung, Wissen und Erforschung zu organisieren. Dies erschließt neue Perspektiven

2.2.3. *Kultur und Entwicklung der lokalen Beschäftigung*

Heutzutage ist die Kultur eine **Antriebskraft** in der europäischen Gesellschaft und Wirtschaft. Sie stellt einen **Identitätsfaktor** dar, **schaftt Vertrauen** und **stärkt den sozialen Zusammenhalt zwischen Bürgern und Regionen**⁷⁶.

Zur Förderung der **wirtschaftlichen Entwicklung** in den Regionen werden zunehmend die vorhandenen kulturellen Ressourcen (z.B. das Kulturerbe, historische Stätten, regional geprägte Stile, Kochkunst) und das kulturelle Angebot (Theatersaisons, Festivals usw.) genutzt. Aufgrund ihrer Vorzüge und Leistungen können die Regionen sich als dynamisch präsentieren und so vermehrt Menschen und Investitionen anziehen sowie eine zusätzliche Entwicklung erzeugen. Wie wichtig das kulturelle Image einer Region in der Öffentlichkeit ist, zeigen Untersuchungen⁷⁷, wonach 30 % der Leiter von Industrieunternehmen und 50 % der Leiter von Dienstleistungsunternehmen bei ihren Standortentscheidungen auch das Vorhandensein kultureller Ressourcen berücksichtigen.

- **Beträchtliche Schubwirkung der kulturellen Aktivitäten**

Auf der lokalen Ebene entwickeln sich - häufig aus der Initiative von einzelnen oder kleineren Gruppen - zahlreiche kulturelle Aktivitäten, die Anknüpfungspunkte für die Zusammenarbeit mit dem öffentlichen und privaten Sektor darstellen und **neue Formen des Ausdrucks der Bürgergesellschaft und neue Maßnahmen zur örtlichen Entwicklung**⁷⁸ ermöglichen. Die Kultur bildet einen bedeutenden Bereich der territorialen und lokalen Beschäftigungsbündnisse, die derzeit von der Kommission entwickelt werden. Sie wurde gewählt sowohl dank ihres direkten Beschäftigungseffekts als auch für ihr Potential zur Dynamisierung der Wirtschaft. Mit Hilfe lokal orientierter Strategien, die vielfach von öffentlichen Stellen und privaten Partnern unterstützt werden, lassen sich beispielsweise Arbeitsplätze sichern und Ressourcen erhalten.

Hierzu ein Beispiel aus der französischen Stadt Angoulême: Seit 25 Jahren werden dort regelmäßig Ausstellungen über Cartoons gezeigt. Zunächst wurde daraufhin der Bereich Cartoon in den Lehrplan der Kunstschule aufgenommen, später folgte die Eröffnung des französischen Zentrums für Cartoons. Die Stadt will diesen Bereich in Form eines „pôle d'image“ ausbauen und schafft zu diesem Zweck die Rahmenbedingungen für die Ansiedlung entsprechend spezialisierter Unternehmen. Ergänzend dazu werden spezielle Ausbildungsmaßnahmen entwickelt, die in einem "Centre permanent de formation aux métiers de l'image" durchgeführt werden sollen.

Immer mehr Städte, die einst bedeutende Industriestandorte waren, beziehen jetzt auch die Kultur in ihre Umstellungspolitik ein; in allen Ländern der Union sind frühere Industriebrachen in **alternative kulturelle Begegnungsstätten** umgewandelt worden.

für die Multimedia-Verlage und Teledistribution in Europa, Nordamerika, Australien, Japan und in den schnellwachsenden Märkten Asiens, Lateinamerikas, Afrikas sowie des Mittleren Ostens.

⁷⁶ s. Mitteilung der Kommission "*Kohäsionspolitik und Kultur*" KOM(96)512 endg. vom 20.11.1996.

⁷⁷ ebd. Fußnote Nr. 76; s. auch "Leda circuit on new opportunities for employment creation through the cultural sector, resource pack (1995).

⁷⁸ s. Zweiter Bericht der ILDE (SEK(98)25).

Vielfach bietet sich hier das industrielle Architekturerbe als beste und kostengünstigste Lösung zur Sanierung verlassener Gebäude an, die sodann von Nachwuchskünstlern für Proben, Aufführungen und Ausstellungen genutzt werden können. Die Stadt Glasgow hat aus Anlaß ihrer Ernennung zur Kulturhauptstadt Europas hierzu eine besondere Strategie erarbeitet. Die Maßnahmen, die vielfach aus den Strukturfonds der Gemeinschaft unterstützt werden, haben in den letzten Jahren zur Entwicklung von Stadtteilen (vor allem im Norden des Vereinigten Königreichs) geführt, in denen sich alles um künstlerisches Schaffen, Kulturverbreitung und Kulturvermittlung dreht, in denen die Avantgarde der Kulturindustrie eine Heimat gefunden hat (Merseyside, Sheffield, Nottingham usw.)

In den ländlichen Gebieten wird das Kulturerbe zur Unterstützung der **wirtschaftlichen und sozialen Wiederbelebung der Regionen** genutzt; **volkstümliche Kunst und Traditionen** werden dabei zu Instrumenten der Entwicklung. Die kulturelle Identität bringt somit eine neue Modernität zum Ausdruck; ihre Erneuerung gibt Anstöße für innovative Produktions- und Absatzmethoden - ein Beitrag zu mehr Dynamik in den ländlichen Randgebieten. Die innovativen Projekte, die im Rahmen der Gemeinschaftsinitiativen LEADER I und II durchgeführt wurden, zeigen eindrucksvoll, über welches Beschäftigungspotential die ländlichen Gebiete Europas verfügen und wie groß dort die Nachfrage nach kulturspezifischen Diensten möglicherweise ist⁷⁹.

Insgesamt ist mit Hilfe von Impaktstudien feststellbar, wie sich Investitionen im Kulturbereich auf die anderen Wirtschaftszweige auswirken. Dabei werden externe Wirkungen auf drei Ebenen unterschieden: direkte Arbeitsplätze, indirekte Arbeitsplätze (Hotellerie, Gastronomie, Fremdenverkehr im weitesten Sinne und die damit zusammenhängenden Wirtschaftszweige) und abgeleitete Arbeitsplätze (z.B. Image-„Verwertung“ im Anschluß an eine kulturelle Veranstaltung). Die Multiplikatorwirkung insgesamt wird im allgemeinen auf mindestens 1 geschätzt (d.h. ein direkter Arbeitsplatz ermöglicht die Schaffung von mindestens einem zusätzlichen indirekten oder abgeleiteten Arbeitsplatz). So hat beispielsweise die von kulturellen Aktivitäten abhängige Beschäftigung einen Anteil von schätzungsweise 6-8 % an der Beschäftigung im Großraum Barcelona, d.h. rund 8500 Unternehmen sind mit über 6 % beteiligt.

2.2.4. *Fremdenverkehr*

Der Fremdenverkehr hat sich zu dem weltweit bedeutendsten Wirtschaftszweig entwickelt, und Europa ist ein besonders häufig gewähltes Reiseziel. Die Beschäftigung in dieser Branche beträgt etwa 6 % der Beschäftigung insgesamt. Schätzungen zufolge könnten bis zum Ende des Jahrhunderts noch weitere zwei Millionen Arbeitsplätze geschaffen werden. Bis zu **30 % des gesamten Fremdenverkehrs hängen mit dem kulturellen Erbe zusammen**⁸⁰. 80 % der Personen, die Urlaub auf dem Lande machen, wählen ihren Ferienort danach aus, ob sich in der näheren Umgebung ein Bau- oder Naturdenkmal⁸¹ befindet. Einige besonders attraktive Denkmale ziehen so große Besucherströme an, daß dadurch die Bauwerke gefährdet sind (Beschädigungen,

⁷⁹ Innovation und lokale Entwicklung - Dossier der europäischen Beobachtungsstelle LEADER-Magazin Nr.2 - 1997 und "Kultur und ländliche Entwicklung", LEADER-Magazin Nr. 8, 1994.

⁸⁰ Angaben der *European Heritage Group*, September 1997.

⁸¹ Nach Schätzungen der Welttouristikorganisation haben 37% der Auslandsreisen eine kulturelle Zielsetzung -ebd. s.14.

Umweltprobleme usw.). Außerdem ergibt sich dadurch eine ungleiche Verteilung der Gewinne.

Gleichwohl wirkt sich der *Fremdenverkehr* positiv auf das Kulturerbe aus (Besucher, Werbung, höhere Einnahmen). Da Denkmäler oder sonstige bedeutende Stätten eine Nachfrage im Fremdenverkehr schaffen, engagieren sich die Kommunalbehörden vielfach bei Restaurierung oder Erhaltung, was wiederum der örtlichen bzw. regionalen Wirtschaft zugute kommt⁸². Innerhalb von zehn Jahren wurden in den Branchen Hotellerie und Gastronomie unionsweit 870 000 Arbeitsplätze geschaffen. Diese Zunahme dürfte besonders mit der Erschließung und Nutzung des Kulturerbes und dem Ausbau der kulturellen Aktivitäten zusammenhängen. Häufig sind dabei Mikrounternehmen beteiligt, die überall in der EU angesiedelt sind und jungen Menschen ihren ersten Arbeitsplatz bieten. Diese teilweise vom Rhythmus der Kultursaison abhängigen Arbeitsplätze erscheinen nicht in den Kulturstatistiken.

3. SCHLUSSFOLGERUNGEN

Wie unsere Analysen und die einschlägigen Trends zeigen, stellen Kunst und Kultur nebst den direkt oder indirekt damit zusammenhängenden Aktivitäten **in puncto Beschäftigung einen zukunftssträchtigen Bereich dar**. Die Untersuchung⁸³ über die wirtschaftlichen Auswirkungen von zehn Festivals in Europa auf die Beschäftigung hat deutlich gemacht, daß öffentlich oder privat bereitgestellte Mittel für kulturelle Zwecke mehr sind als bloße Ausgaben; es sind **rentable mittel- und langfristige Investitionen, die vor allem der öffentlichen Hand in Form von Steuereinnahmen wieder zufließen**. Aus solchen Investitionen entstehen außerdem häufig dauerhafte Arbeitsplätze, was zur Lebensfähigkeit eines Gemeinwesens oder einer Region beiträgt.

Ein Vergleich mit den übrigen Wirtschaftszweigen könnte allzu vereinfachend oder mißverständlich sein. Dennoch ist unbestritten, daß die **verschiedenen Sektoren von Kunst und Kultur als Labor zur Erprobung neuer Methoden fungieren, bei denen Polyvalenz, berufliche und geographische Mobilität eine Projektkultur begünstigen, in der neue und beschäftigungswirksame Initiativen gedeihen**.

Diese Projektkultur stellt oft für die Künstler und den Kulturschaffenden im allgemeinen die einzige echte Möglichkeit dar, neue Aktivitäten und neue Arbeitsplätze zu schaffen. Um lebensfähig zu bleiben, sollten diese Unternehmerinitiativen jedoch günstige Rahmenbedingungen haben, nämlich die Entwicklung von Partnerschaften mit anderen Gesellschaftsbereichen. Die Entwicklung von europäischen Netzwerken kultureller Akteure, Kulturschaffender und Kulturinstitutionen kann ebenfalls zur Erreichung dieser Zielsetzung beitragen.

⁸² Im Umkreis einiger Baudenkmäler werden beeindruckende Umsätze erzielt: Beim Mont St Michel (F) macht der Kulturtourismus 90% der lokalen Wirtschaftsaktivität aus. Die in der näheren Umgebung des Mont St. Michel erzielten Umsätze liegen bei 26,5 Mio. Ecu - gegenüber Ausgaben von 300 000 Ecu für die Denkmalerhaltung. Die Multiplikatorwirkung beträgt hier 80. Studien zufolge gibt ein Tourist in Frankreich oder Deutschland im Schnitt 35 Ecu pro Tag aus; ebd. Fußnote s. 14.

⁸³ Die Auswirkungen von zehn europäischen Festivals auf die Beschäftigung; Cefrac - im Auftrag der Europäischen Kommission, 1996.

Eine besondere Aufmerksamkeit sollte der kreativen Phasen und der Vermittlung geschenkt werden, für die die Finanzierungsmittel oft schwer zu erhalten sind. Es handelt sich hier doch um unentbehrliche Elemente – nicht nur für die Kulturförderung sondern auch für die Förderung neuer Initiativen, die sich in neue Produkte und Arbeitsplätze verwandeln. Ohne diese unabdinglichen Voraussetzungen droht die Quelle für die natürlichen Distributionskanäle des Marktes zu versiegen. Die Beihilfe zur Entwicklung im Inneren und Äußeren des Sektors sollte allen Ebenen Rechnung tragen. In diesem Zusammenhang erscheint die Suche nach der besten Form, den Phänomenen der Prekarisierung des Status zu vieler Kulturschaffender entgegenzutreten, dringend.

Wenngleich die Analyse zeigt, daß das kulturelle Unternehmertum eine dynamische Realität darstellt, so ist dieser Bereich auch einem tiefgreifenden Wandel unterzogen. Gewisse Teilbereiche, insbesondere der audiovisuelle Sektor, folgen einer globalen Wirtschaftslogik, während andere eine Dynamik vollziehen, die lokalen Realitäten und lokalen Bedürfnissen entspricht. Diese grundsätzlich verschiedenen Logiken erfordern unterschiedliche klare Antworten. Alle Bereiche bedürfen aber einer Begleitung, um dem Verhältnis zwischen kultureller Praktiken und Beschäftigung besser Rechnung zu tragen und so die beiden Faktoren zu integrieren.

Hier bildet der neue Beschäftigungstitel des Amsterdamer Vertrags eine neue Gelegenheit, gemäß Artikel 127 die beste Modalität zu erwägen, in der die Dimension Beschäftigung in anderen Politiken der Union und der Mitgliedstaaten - in diesem konkreten Fall in der Kulturpolitik – berücksichtigt werden könnte.

Dieser Weg bedeutet, die kulturellen und Beschäftigungsproblematiken mit den Dimensionen der Aspekte der Entwicklung und der wirtschaftlichen und sozialen Kohäsion sowie der Aktion der gemeinschaftlichen Strukturfonds zu bereichern. So könnten neue Entwicklungsmöglichkeiten für die Bekundung der kulturellen Identität der Bürger der Union erschlossen werden.

ANHANG 1: TABELLE: Anzahl der Arbeitsplätze im kulturellen Bereich in den EU-Mitgliedstaaten (1995)

Land	Insgesamt	Darstell. Kunst	Kult. Erbe, Lehre	Kino und audiovis. Medien	Verlagswesen, Besp. Tonträger	Print- medien	Kunst- handwerk
Deutschland	1.000.760	100.000	80.000	200.760	170.000	nc	450.000
Österreich	3.681			3.681		nc	
Belgien	57.653	12.400	10.970	20.889	6.485	nc	6.909
Dänemark	17.599		2.900	14.699		nc	
Spanien (1)	257.113	42.400	21.930 (2)	88.523	32.260	nc	72.000
Finnland	33.566	9.060	8.560	7.025	1.971	nc	6.950
Frankreich (3)	745.158	160.000	96.400	177.108	95.180	66.470	150.000
Griechenland	10.134			10.134		nc	
Irland	31.536	6.150	1.500	6.086	1.800	nc	16.000
Italien (3)	495.583	104.000	36.413 (2)	144.023	64.201	63.946	83.000
Luxemburg	2.320			2.320		nc	
Niederlande	151.647	35.000	15.961	57.186	22.500	nc	21.000
Portugal	35.918	12.000	4.000	8.918	2.500	nc	8.500
Vereinigtes Königreich (3)	511.743	90.100	71.600	198.543	25.400	101.100	25.000
Schweden	60.907	33.000	3.500	10.907	3.500	nc	10.000
Insgesamt	3.415.318	604.110	353.734	950.802	425.797	231.516	849.359

(1) In Spanien werden folgende Bereiche einbezogen: grafische Künste und verwandte Tätigkeiten, audiovisuelle Materialien, Instrumentenherstellung, Tätigkeit der Foto- und Filmabors (87.970 Arbeitsplätze insgesamt). Die Gesamtzahl beläuft sich damit auf 204.315.

(2) Ohne die Künstlerausbildung, Architektur jedoch eingeschlossen.

(3) Einschließlich Printmedien.

(4) Angaben Künstler und Schriftsteller.

Hinweis: Es handelt sich um Anhaltswerte auf der Grundlage von verschiedenen uneinheitlichen Quellen. Die Angaben beziehen sich auf die Anzahl der im kulturellen Bereich tätigen Personen, ungeachtet der Art der Beschäftigung (Vollzeit/Teilzeit).

ANHANG 2

DIE INSTRUMENTE DER EUROPÄISCHEN GEMEINSCHAFT

VORWORT

* Die Statistiken der Mitgliedstaaten für den Kulturbereich sind in Nomenklatur und Methodik sehr unterschiedlich, was die Nutzung und den Vergleich erschwert. Die Kommission hat daher in Zusammenarbeit mit den Mitgliedstaaten ein Pilotvorhaben über die *Kulturstatistiken der Europäischen Union* gestartet, das bis Ende 1999 befristet ist. Außerdem hat sie eine **Arbeitsgruppe für Beschäftigung im Kultursektor** eingesetzt. Mit Hilfe der Mitgliedstaaten hat die Kommission bereits Materialsammlungen zu folgenden Themen erstellt: *„Quellen der Kulturstatistiken in Europa“* und *„Kulturstatistiken in Europa (Erste Elemente)“*. Für den audiovisuellen Sektor bereitet die Kommission zur Zeit einen Entschließungsentwurf des Rates hinsichtlich der Harmonisierung und Sammlung von statistischen Daten der Märkte des audiovisuellen Sektors und nahestehender Sektoren vor.

DIE AKTION IM KULTURELLEN BEREICH

Gegenwärtig beruht die kulturelle Aktion der Gemeinschaft im wesentlichen auf drei Programmen, an denen über **dreitausend im Kulturbereich tätige Einrichtungen** (Organe, Behörden, NGOs, Netzwerke usw.) beteiligt sind und die unmittelbare Auswirkungen für Wirtschaft und Beschäftigung haben:

KALEIDOSKOP 1996-1998: Programm zur **Förderung des zeitgenössischen künstlerischen und kulturellen Schaffens** (angenommen 1996; Budget: 26,5 Mio. ECU);

ARIANE 1997-1998: Förderprogramm im **Bereich Buch und Lesen**, das zur Verbreitung der europäischen Literatur beitragen und den Bürgern den Zugang zu europäischen Werken erleichtern soll (angenommen 1997; Budget: 7 Mio. ECU);

RAPHAEL 1997-2000: Aktionsprogramm zur **Erhaltung des kulturellen Erbes in Europa** durch Förderung der Zusammenarbeit auf europäischer Ebene in den Bereichen Erhaltung, Restaurierung und Sensibilisierung (angenommen 1997; Budget: 30 Mio. ECU).

Der Rat hat die Kommission ersucht, ihm ein **Rahmenprogramm für den kulturellen Bereich** zu unterbreiten. Sie wird dabei von den Mitgliedstaaten, verschiedenen NGOs und einigen europäischen Intellektuellen unterstützt. Mit dem Programm soll ein Signal gesetzt werden: Mit Blick auf die Jahrhundertwende will die Union den Reichtum und die Vielfalt der europäischen Kultur als Antriebskraft für das Zusammenwachsen Europas, das kulturelle Schaffen und die Wirtschaft nutzen. Es ist geplant, die wirtschafts- und beschäftigungspolitischen Auswirkungen der Aktion der Gemeinschaft im kulturellen Bereich systematisch zu bewerten und die Ergebnisse in das Rahmenprogramm aufzunehmen.

2. DIE POLITIK IM AUDIOVISUELLEN BEREICH

2.1 MEDIA II

Das Programm **MEDIA II**, das am 1. Januar 1996 angelaufen und auf fünf Jahre angelegt ist, wurde durch zwei Beschlüsse des Rates (MEDIA II-Fortbildung und MEDIA II-Projektentwicklung/Vertrieb¹⁾ eingeführt.

Programmziele sind die **Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit der europäischen audiovisuellen Industrie und die Schaffung eines günstigen Umfelds für die in diesem Sektor tätigen Unternehmen**.

Im Mittelpunkt stehen drei für die Beschäftigung außerordentlich wichtige Bereiche: berufliche Bildung (Erstausbildung und Fortbildung), Entwicklung (Produktionsprojekte, Unternehmen) und Vertrieb der Werke.

Im Rahmen von **MEDIA II-Fortbildung** werden Initiativen unterstützt, die es den teilnehmenden Fachleuten ermöglichen, ihre Fähigkeiten auf drei Gebieten auszubauen und auf den neuesten Stand zu bringen: Verwaltung (einschließlich rechtlicher Fragen), Einsatz der neuen Techniken in der Produktion und Drehbuchgestaltung.

¹ Angaben folgen

Durch die ständige Anpassung der **Fortbildungsgänge** an die Erfordernisse der Industrie ist es möglich, den Fachkräften die zur Sicherung bzw. Verbesserung ihrer Wettbewerbsfähigkeit in diesem wachstumsstarken Sektor unerläßlichen Möglichkeiten zu bieten. Die Beschäftigten können so ihre Fähigkeiten erweitern; das Potential der Unternehmen wird gestärkt und die Lebensfähigkeit der Projekte gesichert.

Die Fortbildung im Rahmen von MEDIA II beruht auf dem Konzept der projektgebundenen Ausbildung und der Schaffung von Zentren, die Know how auf höchstem Niveau vermitteln. Die FILM BUSINESS SCHOOL (Management-Intensivausbildung), SOURCES (Workshops für Drehbuchautoren) und ARTEC (Workshops zur Entwicklung von Multimedia-Programmen) sind Beispiele für diese Kombination von Ausbildung und Entwicklung, die dem Bereich «Forschung und Entwicklung» in anderen Branchen entspricht.

Bei der **Erstausbildung** stehen europäisch ausgerichtete Initiativen im Vordergrund, die in Zusammenarbeit mit der Industrie (u.a. Betriebspraktika) entwickelt werden und jungen Fachkräften bessere Beschäftigungsmöglichkeiten eröffnen.

Die Initiativen im Rahmen des Programms **MEDIA II - Projektentwicklung/Vertrieb** stärken die audiovisuelle Industrie, tragen so zur Sicherung der Beschäftigung bei und verbessern die Aussichten auf eine Beschäftigung. Die Unterstützung, die für **Projektentwicklung** in Form technischer und finanzieller Hilfe geleistet wird, trägt zur Stärkung der Produktionsgesellschaften bei. Sie werden dadurch in die Lage versetzt, *Geschäftspläne* aufzustellen sowie Partnerschaften und Netzwerke aufzubauen. Mit den Maßnahmen zur Unternehmensförderung hat MEDIA Entwicklung unmittelbar zur Schaffung von 179 Arbeitsplätzen beigetragen. Für **Projektentwicklung** wurden außerdem rund 11 Millionen Ecu zur Kofinanzierung der Beschäftigungskosten von kleinen und mittleren Produktionsgesellschaften bereitgestellt.

Der dritte Teilbereich von MEDIA zielt auf die Förderung des grenzübergreifenden **Vertriebs** europäischer Werke zum Abspiel in Kinos, auf Videokassetten und Multimedia-Trägern sowie zur Ausstrahlung im Fernsehen. Zu diesem Zweck werden Zusammenschlüsse von Vertriebsunternehmen, Koproduktionen für das Fernsehen und der Zugang der Unternehmen zu den großen internationalen Märkten erleichtert.

2.2. Die neue Richtlinie "Fernsehen ohne Grenzen"²

Mit der neuen **Richtlinie** wurde der Rechtsrahmen der Gemeinschaft mit Blick auf das digitale Zeitalter an die neuen Entwicklungen angepaßt.

3. DIE EUROPÄISCHE MULTIMEDIA-POLITIK

Ziele des Programms **Info 2000**³ sind die Entwicklung einer europäischen Inhalte-Industrie und die intensivere Nutzung von Multimedia-Inhalten in der Informationsgesellschaft. Das Programm ist für den Zeitraum 1996-1999 mit 65 Millionen ECU ausgestattet. Es ist auf vier Aktionsfelder ausgerichtet: Ankerbelung der Nachfrage und Bewußtseinserschaffung, bessere Nutzung der Informationen des öffentlichen Sektors, Stimulierung des europäischen Multimedia-Potentials sowie Organisation von Unterstützungsaktionen und Ausschreibungen zur Einreichung von Vorschlägen.

Am 9. Dezember 1996 wurden 80 Vorhaben, an denen 400 Organisationen beteiligt sind, von der Kommission gebilligt. Zwei Drittel der Organisationen sind kleine oder mittelgroße Unternehmen mit weniger als 50 Beschäftigten. 35 der 80 Vorhaben betreffen das Kulturerbe in Europa (Beispiel: das Vorhaben "Champollion" über die ägyptischen Sammlungen in europäischen Museen). Häufigste Ablehnungsgründe waren: mangelnde Zusammenarbeit zwischen dem öffentlichen und dem privaten Sektor, ungenügende geographische Reichweite, fehlende «business plans», unzureichende Konzepte für Vermarktung und Vertrieb der Produkte.

In diesem Zusammenhang ist auch MoU (Memorandum of Understanding) für den Zugang der Multimedia zum Kulturerbe zu nennen.

4. ERÜCKSICHTIGUNG DER KULTURELLEN ASPEKTE IN DER TÄTIGKEIT DER EUROPÄISCHEN GEMEINSCHAFT

Wie im ersten Bericht über die **Berücksichtigung der kulturellen Aspekte in der Tätigkeit der Europäischen Gemeinschaft**⁴ deutlich wird, weisen die meisten gemeinschaftlichen Politiken und Maßnahmen heute eine kulturelle Dimension auf oder haben wirtschaftliche und soziale Auswirkungen auf bestimmte Kulturbereiche in einem genau bestimmten räumlichen Gebiet.

Bei verschiedenen, mit beträchtlichen Mitteln ausgestatteten Fördermaßnahmen der Gemeinschaft spielen eine Reihe sehr unterschiedlicher kultureller Aspekte eine Rolle. Die meisten Gemeinschaftspolitiken weisen eine kulturelle Dimension auf, stehen in Wechselwirkung mit dem Kulturbereich und mobilisieren die Kulturschaffenden.

Die kulturelle Dimension hat mit jeder neuen Etappe der **Vollendung des Binnenmarktes** auf den Gebieten Freizügigkeit, geistiges Eigentum, illegale Ausfuhr von und illegaler Handel mit Kulturgütern sowie Finanzwesen an Bedeutung gewonnen.

3 Beschluß des Rates vom 20.05.1996 ABl. Nr. L 129 vom 30.05.0996, S. 24
4 KOM(96) 160.

Auch die flankierenden Binnenmarktmaßnahmen weisen in einigen Bereichen kulturelle Aspekte auf:

- wirtschaftlicher, sozialer und territorialer Zusammenhalt - auf der Grundlage der Strukturfonds für die regionale, städtische und ländliche Entwicklung;
- berufliche Bildung und Beschäftigung sowie Sozialwirtschaft (Verbände, Stiftungen, Genossenschaften usw.);
- Innovation sowie Informations- und Kommunikationsgesellschaft - auf der Grundlage von Forschung, fortgeschrittenen Technologien, Kulturwirtschaft und Umweltschutz im Zusammenhang mit den Forschungsprogrammen im Bereich Forschung und technologische Entwicklung;
- Kleinst- sowie kleine und mittlere Unternehmen, die besonders in den Bereichen kulturelles Erbe und Kunsthandwerk tätig sind;
- Tourismus, und vor allem kulturell orientierter Tourismus, der in Europa von größter Bedeutung ist.

5. DIE WICHTIGSTEN POLITIKEN UND MASSNAHMEN DER GEMEINSCHAFT IM ZUSAMMENHANG MIT BESCHÄFTIGUNG UND KULTUR

Die Gemeinschaftspolitiken, deren Ziele teilweise durch kulturbezogene Einzelmaßnahmen umgesetzt werden, haben beträchtliche Auswirkungen auf die Beschäftigung. Besonders gilt dies für folgende Bereiche:

5.1. Wirtschaftlicher und sozialer Zusammenhalt

Die Politik zur Stärkung des wirtschaftlichen und sozialen Zusammenhalts (Artikel 130a ff. EG-Vertrag), die auf eine ausgewogene Entwicklung innerhalb des europäischen Binnenmarktes zielt, hat inzwischen einen Anteil von über 30% am Gemeinschaftshaushalt und zählt somit zu den wichtigsten Politikbereichen in der Europäischen Union. Mit Hilfe der **Strukturfonds** finanziert die Gemeinschaft Maßnahmen, die den benachteiligten Regionen helfen, ihren Entwicklungsrückstand gegenüber den entwickelten Regionen zu verringern.

Die Programme der Kohäsionspolitik umfassen verschiedene kulturelle Maßnahmen, darunter die Restaurierung und Sanierung der Bausubstanz, den Erhalt des ländlichen Erbes, die Bereitstellung von Infrastrukturen für den kulturell orientierten Tourismus, die Förderung des Kunsthandwerks und den Aufbau von kulturellen Einrichtungen in den Regionen. Die Unterstützung richtet sich schwerpunktmäßig auf sechs Ziele und drei große Arten von Interventionen (operative Programme der Mitgliedstaaten, Gemeinschaftsinitiativen, innovative Aktionen).

In diesem Rahmen finanziert der **Europäische Fonds für regionale Entwicklung (EFRE)** gemäß Artikel 10 Studien und innovative Vorhaben mit einem unmittelbaren Kulturbezug. Im Zeitraum 1995 bis 1999 werden dafür 15 Millionen Ecu bereitgestellt.

Auch der Europäische Sozialfonds (ESF) spielt eine Rolle in der Umsetzung der Kohäsionspolitik: Neben den Interventionen unter den Zielen 1, 2 und 5b (Finanzierung von Maßnahmen auf dem Gebiet der Kultur) erfolgen auch Interventionen im Rahmen der Ziele 3 und 4 (dafür wurden im Zeitraum 1994-1999 14 Milliarden ECU zur Verfügung gestellt). Diese Interventionen werden durch die Gemeinschaftsinitiativen EMPLOI (Beschäftigung) und ADAPT (Anpassung) ergänzt. Bei den innovativen Aktionen lag der Schwerpunkt 1997 nach Artikel 6 der ESF-Verordnung auf den neuen Beschäftigungschancen, unter anderem im Kulturbereich.

In ihrer Mitteilung „Kohäsionspolitik und Kultur ein Beitrag zur Beschäftigung“⁵ geht die Kommission davon aus, daß dem Kulturbereich im Rahmen der Strukturfondsprogramme für den Zeitraum 1989-1993 rund 400 Millionen ECU direkt zugeflossen sind.

Nach Schätzungen wird dieser Betrag im aktuellen Zeitraum 1994-1999 (Gesamtaufwand der Strukturfonds 165 Milliarden ECU) übertroffen werden. Die kulturellen Aktionen werden im Rahmen der Strukturfonds in Betracht gezogen, wenn sie zu Arbeitsbeschaffungs- und Regionalentwicklungsstrategien beitragen.

5.2. Beschäftigungspolitik

Für die Beschäftigungspolitik ist der Kultursektor, dem ein beträchtliches Beschäftigungspotential zuerkannt wird, von großer Bedeutung. Dies wurde besonders im Zuge der Arbeiten im Zusammenhang mit den lokalen Initiativen für Beschäftigung und Entwicklung (ILDE) deutlich. Die Aktionen werden durch Studien und Forschungsaktionen durchgeführt, die einen methodischen Ansatz bieten, der die Analyse der Gegebenheiten mit der Demonstration der vorgegebenen Hypothesen vor Ort verbindet. Als Beispiele im Zusammenhang mit Beschäftigung seien folgende Arbeitsbereiche genannt: *Festivals in Europa, Museen, Kulturproduktionen - Theater, kulturelles Erbe, Verlagswesen, Musik, audiovisuelle Medien - KMU und Kunsthandwerk*.

Auf Initiative des Europäischen Parlaments wurde in den Haushaltsplan 1997 eine Haushaltslinie aufgenommen, die mit 10 Millionen Ecu dotiert ist. Diese Mittel sind bestimmt für die Erforschung und Förderung des Beschäftigungspotentials, den der «dritte Sektor» (Genossenschaften, Krankenkassen, Verbände, Stiftungen) auf den Gebieten Verbesserung der Lebensqualität, Kultur und Freizeitgestaltung bietet.

⁵ KOM (96) 512

553/98

5.3. Rahmenprogramme für Forschung und technologische Entwicklung

Einige Programme, in dessen Rahmen Vorhaben kulturellen Inhalts oder Vorhaben mit kulturellen Auswirkungen finanziert werden, seien hier besonders genannt: ESPRIT⁶ - Informationstechnologien; TAP - Telematikanwendungen; TEN - Anwendungen im Bereich der transeuropäischen Netze und INFO 2000.

Ferner ist zu nennen das Programm „Umwelt und Klima“ im Technologiebereich zum Schutz des kulturellen Erbes sowie das Programm „Normen, Maße und Versuche“⁷.

1997 wurden rund 100 Vorhaben für den Kulturbereich geprüft, für die Mittel zu je 50% aus öffentlichen und privaten Quellen bereitgestellt wurden. Die Vorhaben bieten Möglichkeiten auf folgenden Gebieten: Zusammenarbeit auf europäischer Ebene, Erleichterung des Zugangs zum kulturellen Erbe in Europa, Marktchancen inner- und außerhalb Europas, Schaffung von Arbeitsplätzen, Erhaltung und Verbreitung von europäischen Kulturgütern. Das geplante Fünfte Rahmenprogramm im Bereich Forschung und technologische Entwicklung enthält einen neuen Ansatz für die Forschungstätigkeit in der Gemeinschaft. So sollen die themenbezogenen Programme, insbesondere „Informationsgesellschaft“ und „Nachhaltiges Wachstum und Wettbewerbsfähigkeit“ sowie eine der Schlüsselaktionen mit der Bezeichnung *«Die Stadt von morgen»* Materialforschung sowie Forschung über neue Technologien und die Erhaltung im Zusammenhang mit dem beweglichen und unbeweglichen Erbe umfassen.

Quelle: G.E.P. auf der Grundlage von Daten des Europarates, der Mitgliedstaaten und von Nichtregierungsorganisationen (uneinheitliche Bezugsdaten 1982-1997)

⁶ Beispiele: die Projekte MUSE (Kryptographierung und Kontrollsysteme in der Musik/intellektuelle Eigentumsrechte), MENHIR (Digitale Bildaufzeichnung).
⁷ KOM (96) 160.

16.10.98**Beschluß
des Bundesrates**

Arbeitsdokument der Dienststellen der Kommission der Europäischen Gemeinschaften: "Kultur, Kulturwirtschaft und Beschäftigung"

SEK (98) 837; Ratsdok. 8712/98

Der Bundesrat hat in seiner 730. Sitzung am 16. Oktober 1998 gemäß §§ 3 und 5 EUZBLG die folgende Stellungnahme beschlossen:

1. Der Bundesrat begrüßt die Initiative, den Dienststellen der Kommission der Europäischen Gemeinschaften die Ergebnisse einer Untersuchung zur Problemstellung, wie der Kultursektor weiterentwickelt und die damit verbundene Beschäftigungsdynamik stimuliert werden kann, zugänglich zu machen.
2. Der Bundesrat betont erneut, daß die Zielrichtung der ESF-Förderung auf die Arbeitsmarktpolitik ausgerichtet bleiben muß. Dies schließt nicht aus, daß einzelne Maßnahmen auch den Kultursektor betreffen und sich positiv auf diesen Sektor auswirken können.
3. Der Bundesrat vermißt jedoch konkrete Handlungsoptionen zur weiteren Ausprägung einer Chancengleichheit zwischen Männern und Frauen und bittet die Bundesregierung, insofern für eine Konkretisierung und Präzisierung einzutreten.

Insbesondere geht es nicht darum festzustellen, ob das Verhältnis der im Kulturbereich Beschäftigten numerisch ausgewogen ist, sondern zu analysieren, wie die Qualität der Beschäftigung in allen Sparten des Kulturbereichs zwischen Männern und Frauen verteilt ist.

Die Frage des geschlechtsspezifischen Zugangs zum Kultursektor ist aus der Graphik im Anhang 1 nicht erkennbar, da die Daten nicht geschlechtsspezifisch erhoben wurden.

Das Arbeitsdokument beschreibt eine europäische Beschäftigungsstrategie, zu der als Schwerpunkt auch die Stärkung der Maßnahmen für Chancengleichheit, d.h. Bekämpfung der Diskriminierung zwischen Frauen und Männern, Vereinbarkeit von Beruf und Familie, Erleichterung der Rückkehr in das Erwerbsleben gehören. Leider bleibt offen, mit und in welchen konkreten Maßnahmen eine Stärkung der Chancengleichheit zwischen Männern und Frauen erfolgen soll. Auch legt das Arbeitsdokument eine nähere Präzisierung des Zieles "Chancengleichheit" nicht fest.