

Kulturförderung in Zeiten der Krise – Statusbericht über die jüngsten Entwicklungen

Von Prof. Maurice Lausberg und Antonia Wach, Mai 2010



Wie stark sind die Auswirkungen der Finanzmarkt- und Wirtschaftskrise auf die Kulturlandschaft in Deutschland wirklich? Sind bereits Kürzungen in der Kulturförderung erfolgt? Wie haben Besucher und auch Sponsoren auf die Entwicklungen des letzten Jahres reagiert? Alles „Angstmacherei“ oder begründete Sorge? Und vor allem: Was können die Kulturinstitutionen tun? actori ist den Fragen nachgegangen und hat Ende 2009 rund 200 Kultureinrichtungen in Deutschland befragt – ein Stimmungsbild der deutschen Kulturlandschaft.

Nach neuesten Prognosen zur Haushaltslage der Kommunen wird das Finanzierungsdefizit von 4,5 Milliarden Euro in 2009 auf 12,0 Milliarden Euro in 2010 ansteigen¹. Haushaltskürzungen in den Kommunen von bis zu 10% sind zu befürchten. Gespart werden kann jedoch nur bei den so genannten freiwilligen Aufgaben, also bei Leistungen, zu denen die Kommunen nicht gesetzlich verpflichtet sind – die Kultur gehört dazu. Betrachtet man allerdings den Anteil des Kulturhaushaltes am Gesamthaushalt von 1,6%², so wird schnell deutlich, dass die Kultur nicht für die Sanierung der Haushalte geeignet ist. Vielmehr besteht die Gefahr, dass

über „Schnellspar-Maßnahmen“ Kulturwerte unwiederbringlich zerstört werden, die nur mit viel Geld und Zeit wieder aufgebaut werden können.

Um zu erfahren, welche Auswirkungen eineinhalb Jahre nach Beginn der Wirtschaftskrise auf die deutsche Kulturlandschaft erkennbar sind, hat actori insgesamt 215 Opernhäuser, Theater, Orchester, Museen, Ausstellungshäuser und Festivals in Deutschland schriftlich befragt³.

Auswirkungen der Wirtschaftskrise bereits bei öffentlicher Förderung und Sponsoring spürbar – allerdings konstante Besucherzahlen

Viele der befragten Institutionen befürchten mittelfristig eine Reduzierung der öffentlichen Förderung. 55% der Antwortenden gehen dabei davon aus, dass sich die Einbußen gleichmäßig auf alle Empfänger von Kulturförderung verteilen werden und somit zumindest die „breite“ deutsche Kulturlandschaft erhalten bleibt. 29% sehen dagegen die Gefahr, dass nicht nur die Höhe der

einzelnen Kulturförderungen zurückgehen wird, sondern auch die Anzahl der geförderten Institutionen.

Aktuell haben bereits 41% der Kultureinrichtungen Kenntnis von Kürzungen ihrer öffentlichen Zuwendungen für die Jahre 2010 und 2011. 26% aller Antwortgeber sind sogar mit drastischen Kürzungen in Höhe von 10% konfrontiert, 15% in der Größenordnung von 5%.

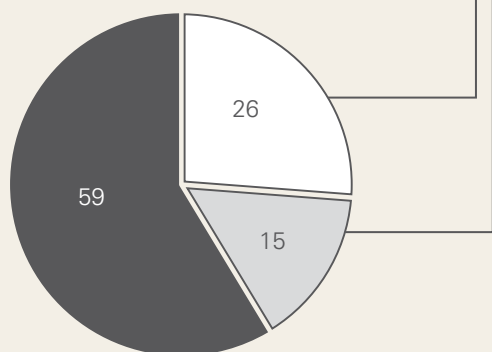
Abbildung 1: Anteil Kulturinstitutionen mit Anhaltspunkten zum Rückgang der öffentlichen Mittel

41% der Antwortenden befürchten einen Rückgang der öffentlichen Mittel

„Haben Sie bereits Anhaltspunkte, dass die öffentlichen Mittel für Ihre Kultureinrichtung in den Jahren 2010 und 2011 zurückgehen werden bzw. wenn ja, um wie viel?“ [Anteil Antworten in %]

Rückgang öffentliche Mittelgesamt: 41%

Rückgang in %	gesamt in %
Theater ¹⁾ 25 16	41
Orchester 27	27
Museum 29	58
Festival 22 11	33



n=66
 1) unter Theater zusammengefasst: Opernhäuser, Mehrspartenhäuser, Schauspielhäuser

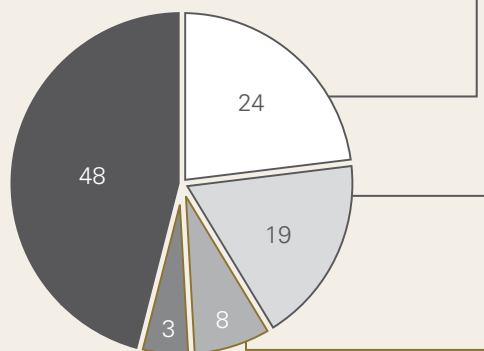
Abbildung 2: Entwicklung der Sponsoringeinnahmen

Im Sponsoring hat sich die Finanzkrise schon niedergeschlagen – Rückgang bei 43% der Antwortenden

„Wie hat sich die Finanzkrise in den vergangenen 12 Monaten auf die Erlöse Ihrer Einrichtung durch Sponsoring ausgewirkt?“ [Anteil Antworten in %]

Sponsoringrückgang gesamt: 43%

Rückgang in %	gesamt in %
Theater ¹⁾ 24 20	44
Orchester 17 33	50
Museum 31	31
Festival 18 27	45



Sponsoringzuwachs gesamt: 11%

Zuwachs in %	gesamt in %
Theater ¹⁾ 7 2	9
Orchester 8	8
Museum 6	6
Festival 9 9	18

n=80
 1) unter Theater zusammengefasst: Opernhäuser, Mehrspartenhäuser, Schauspielhäuser

Während die Auswirkungen der Wirtschaftskrise in Bezug auf die öffentliche Förderung zeitverzögert eintreten, hat das Sponsoring-Engagement von Unternehmen schon in 2009 deutlich nachgelassen. 43% der Kultureinrichtungen berichten von einem Rückgang der Einnahmen durch Sponsoring. Auch sehen die Institutionen diesem Bereich mit wenig Optimismus entgegen. 64% der Antwortenden gehen von einer Abnahme der Kulturförderung durch Unternehmen in den nächsten 5 Jahren aus, 34% von einer Abnahme der Kulturförderung durch Privatpersonen und Stiftungen⁴.

Nur geringfügige Auswirkungen zeigt die Wirtschaftskrise bislang dagegen auf die Besucherzahlen. 57% der Kulturbetriebe erlebten das gleiche Publikumsinteresse wie im Vorjahr, 22% der Kultureinrichtungen konnten sogar eine Steigerung der Besucherzahlen vermelden und nur 21% mussten rückläufige Besucherzahlen in Kauf nehmen.

Wie wollen die Kultureinrichtungen auf eine potenzielle Reduktion der öffentlichen Mittel reagieren?

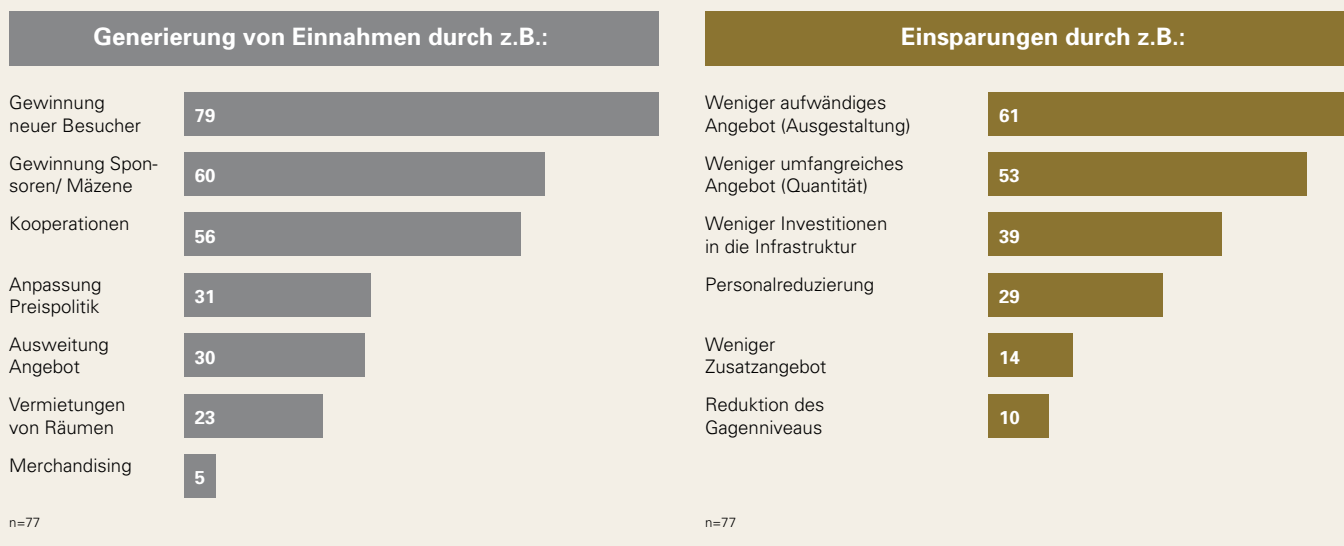
Die antwortenden Kulturinstitutionen haben verschiedene Stellhebel zur Generierung von zusätzlichen Einnahmen bzw. zur Reduktion der Ausgaben angegeben, woraus sich ein „Ranking“ der Reaktionsmöglichkeiten ergibt. (siehe Abb. 3: Mögliche Maßnahmen)

Als Maßnahmen auf der Einnahmenseite haben 79% der Antwortenden die Gewinnung neuer Besucher als erste Möglichkeit genannt. Eine Hochrechnung beispielsweise im Bereich der Opern- und Theaterhäuser zeigt jedoch, dass dies nicht oder nur sehr schwer den Rückgang der öffentlichen Fördermittel

Abbildung 3: Mögliche Maßnahmen

Die meisten Kultureinrichtungen sehen die Gewinnung neuer Besucher und die Reduzierung des Aufwands beim Angebot als größte Stellhebel

„Wo sehen Sie Möglichkeiten für Ihre Einrichtung, auf eine potenzielle Reduktion der öffentlichen Mittel zu reagieren?“
 [Mehrfachnennungen möglich, Anteil der Antworten in %]



auffangen kann. Rechnet man in diesem Bereich z.B. mit einem Rückgang der Kulturförderung um 5% ausgehend von 2 Mrd. Euro Zuweisungen und Zuschüssen in der Spielzeit 2007/2008, so müssten Mehreinnahmen von 100 Mio. Euro durch den Verkauf von Opern- und Theaterkarten erwirtschaftet werden. Das hieße, dass bei einem durchschnittlichen Kartenpreis von 16,70 Euro rund 6 Mio. Opern- und Theaterkarten mehr verkauft werden müssten. Bei einer Gesamtzahl von insg. 21 Mio. Besuchen würde dies eine Steigerung von rund 29% bedeuten.⁵

Eine weitere Möglichkeit zur Verbesserung der Eigeneinnahmen wird von über der Hälfte der Institutionen im Sponsoring gesehen. 64% der Antwortenden glauben jedoch auch, dass die Bereitschaft der Firmen, Kultursponsoring zu betreiben, sinken wird. Daher haben vor allem die Institutionen, die ihre Sponsoringaktivitäten bereits professionell betreiben oder sich für die Zukunft besser aufstellen, eine Chance, einen Teil dieser tendenziell abnehmenden Sponsorengelder zu akquirieren. Attraktive Leistungsangebote, ausreichende Personalressourcen für Akquisition und Betreuung, möglichst lange Sponsoringvertragslaufzeiten und ein breiter Branchenmix der Sponsoren sind dabei wichtige Erfolgsfaktoren.

Die Möglichkeiten der Kultureinrichtungen, sich durch Erwirtschaftung von höheren Eigeneinnahmen selbst aus der Gefahrenzone zu bringen und ggf. sinkende Zuschüsse auszugleichen, wird aus den erwähnten Gründen nicht ausreichen.

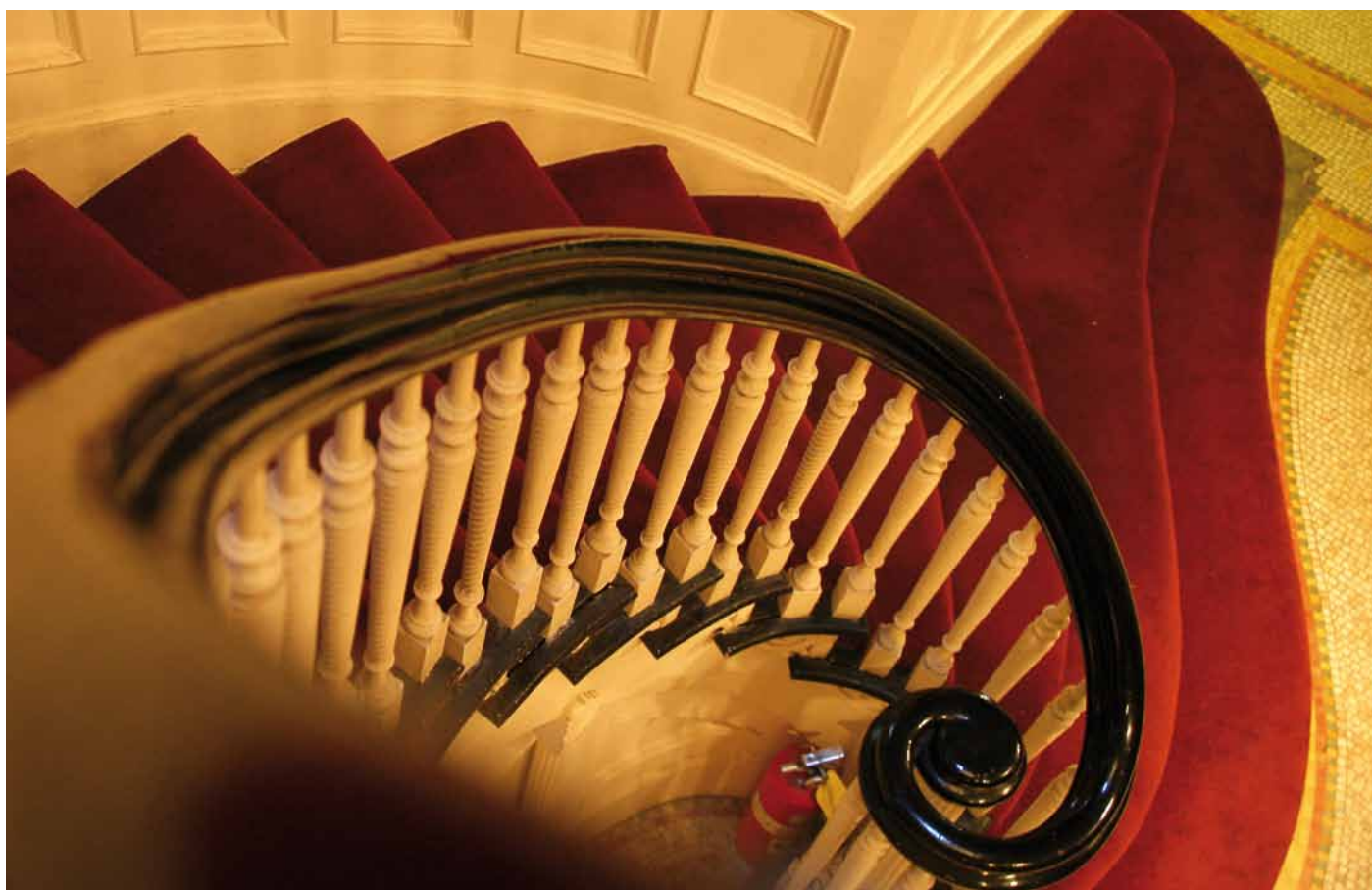
Für den Fall, dass Kosten reduziert werden müssten, sehen 53% der Kultureinrichtungen keine Alternative mehr zur Reduktion der Quantität ihres künstlerischen Angebots, z.B. weniger Vorstellungen oder Ausstellungen. Als weiteren Schritt würden 61% der Antwortenden die Reduzierung des Aufwands bei der

Ausgestaltung des künstlerischen Angebots (z.B. Aufwand Bühnenbild, Ausstattung Ausstellungen) in Betracht ziehen. 10% der Antwortenden sähen sich sogar gezwungen, bei der Qualität der engagierten Künstler Abstriche machen zu müssen. Nicht nur die Ausgaben für das laufende Kulturangebot könnten zukünftig geringer ausfallen. Ebenfalls Anlass zur Sorge gibt die Tatsache, dass etliche Kultureinrichtungen ihre betriebliche und strukturelle Substanz angreifen müssten, um die Finanzlücke auszugleichen. 39% der Kultureinrichtungen berichten, dann an Investitionen in die Infrastruktur sparen zu müssen, während 29% weiteren Personalabbau für unumgänglich halten.

In vielen Sparszenarien würde sich der „Wirkungsgrad“ der Kulturinstitutionen deutlich verschlechtern. Der Kürzung des öffentlichen Zuschusses stehen überproportional große „Output-Einbrüche“ des künstlerischen Angebots gegenüber.

Die Krise als Chance – aktiver Diskurs mit Politik und Öffentlichkeit

Kulturstaatsminister Bernd Neumann hat ausdrücklich davor gewarnt, bei Kultur und Bildung zu sparen. „Kulturförderung ist keine Subvention, sondern eine unverzichtbare Investition in die Zukunft unserer Gesellschaft.“⁶ Dies spiegelt auch den Wunsch von 79% der Antwortenden wider, dass der Wert von Kultur in der öffentlichen Diskussion stärker betont und somit die Legitimation der Kulturförderung durch die öffentliche Hand gestärkt wird. 46% erwarten in Zukunft darüber hinaus auch von den einzelnen Bürgern, dass sie Verantwortung für den Erhalt der kulturellen Infrastruktur übernehmen.⁷ Voraussetzung dafür ist allerdings, dass die Kulturbetriebe Lobbyarbeit betreiben und selbst ihren



künstlerischen Wert und den Nutzen für die Gesellschaft aktiv an die Politik und die Bürger kommunizieren.

Zielsetzung bei der notwendigen Diskussion mit Politik und Öffentlichkeit sollte sein, nicht über kurzfristige Sparmaßnahmen zu debattieren, sondern die Chance zu nutzen, langfristige kulturpolitische Strategien zu erarbeiten.

- 1) Deutscher Städte- und Gemeindebund, Februar 2010
- 2) Kulturfinanzbericht 2008: Anteil Bund, Länder, Gemeinden
- 3) Rücklaufquote von 38%; im Folgenden beziehen sich die Prozentangaben auf die antwortenden Kulturinstitutionen, es sei denn es ist anders vermerkt
- 4) Mehrfachnennungen möglich
- 5) Quelle: Deutscher Bühnenverein, Theaterstatistik 2007/ 2008
- 6) Süddeutsche Zeitung vom 21.1.2010
- 7) Mehrfachnennungen möglich

Prof. Maurice Lausberg ist Geschäftsführer der actori GmbH

Antonia Wach ist Projektleiterin bei actori. Neben verschiedenen Projekten im Bereich Marketing und Vertrieb sowie Sponsoring- und Fundraising hat sie mit mehreren deutschsprachigen Theatern und Opernhäusern strategische Neuausrichtungen erarbeitet.

Die vollständige Auswertung der Befragung kann über info@actori.de angefragt werden. Zudem können unter www.actori.de zwei vertiefende Artikel zu diesem Thema abgerufen werden:

- „Kulturmanagement in und nach der Krise – Herausforderungen für Kultureinrichtungen und ihre öffentlichen Träger“
- „Return-on-cultural-investment klar herausarbeiten – Die actori-Performance-Matrix als hilfreiches Tool zur Sicherung öffentlicher Zuschüsse“

Herausgeber: actori GmbH; Geschäftsführer Prof. Maurice Lausberg, Dr. Stefan Mohr

actori

actori GmbH Amalienstraße 62 80799 München Fon + 49-[89]-28 67 47 0 Fax + 49-[89]-28 67 47 27 insight@actori.de www.actori.de