

Die Rentabilitäten von Kunst und Kultur

Weite Bereiche des Kunst- und Kulturbetriebs arbeiten in sich selbst rentabel - oder mindestens kostendeckend. Dazu gehören die Baukunst und der ganze Design-Bereich, der ja nur so aufgeblüht ist und weiterwächst, weil man sich vom Design Rendite versprechen kann. Er genießt auch kaum öffentliche Förderung; und die Firmen, die Design-Aufträge vergeben oder eigene Design-Abteilungen im Haus führen, verstehen dies keineswegs als Sponsoring, sondern sie setzen die entsprechenden Kosten in die normale Berechnung der Produktionskosten ein, wie Material-, Transport- oder Verwaltungskosten. Auch das Management kostet und wird nicht gesponsert. Es soll ja einen Nutzen bringen - wie Design.

Auch die amerikanische Filmwirtschaft zum Beispiel arbeitet rentabel - die europäische weniger.

Ein Teil des Musik- und Theaterfestivalbetriebs arbeitet rentabel, weshalb einzelne Ökonomen unermüdlich empfehlen, den ständigen Betrieb von Theater- und Konzert- und Opernhäuser doch zugunsten eines intensiveren Festivalbetriebs aufzugeben - ich erinnere an die erfolgreichen Kultur-Kulinarik-Komfort-Kombiangebote der Tourismusindustrie.

Die immer wieder verbreitete Information, die Theater, Konzerthäuser und Museen der USA kämen ohne öffentliche Förderung aus, trifft übrigens nicht zu. Die Förderung geschieht indirekt, nach einem anderen System als bei uns, indem die privaten Donatoren ihr Sponsorgeld von der Steuer absetzen können. Dem Staat entgeht so das entsprechende Steuergeld. Er fördert auf diese Weise nach einer anderen Methode - aber ebenfalls mit Geld.

Auch Teile des Kunstbetriebs in der bildenden Kunst und in der Literatur arbeiten rentabel, aber eher nur kleinere Teile. Grössere Teile der sog. Trivialkultur im Bereich der Rock-, Pop-, Rap-, Techno- usw. -Musik arbeiten rentabel.

Aber das Thema ist nicht wegzureden, dass Kunst und Kultur in der Regel mehr Geld kosten, als sie direkt wieder einspielen, weshalb dann gefragt wird, ob die Kultur auf andere Weise als in der Buchhaltung rentiere oder nützlich sei - und die Antwort lautet natürlich "ja!". Nicht nur von denen, die von Anfang Partei sind, wie Herr Everding oder Herr Frauchiger oder auch wie ich selbst. Auch von Ökonomen zum Beispiel. Sie, die Ökonomen waren es, die - soweit ich sehe - die "Umwegrentabilität" und den "Multiplikatoreffekt" erfanden. Worum handelt es sich dabei?

Eine einfache, vielleicht zu einfache, aber anschauliche Erklärung liefert August Everding, wenn er erzählt, was er auf die Frage antwortet: „Warum kostet der Domingo soviel Geld?“ - "Ich sage, der kostet gar nicht viel Geld. ... Wohl ist die Gage sehr hoch. Aber erstens mal kann ich Eintrittspreise nehmen, die höher liegen, und die Leute bezahlen das gerne. Zweitens, was der an Steuern in der Stadt lässt, was der an der Maximilianstrasse im Hotel ausgibt, was der für seine Frau kauft an Geschenken - also volkswirtschaftlich gesehen ist Domingo doch direkt ein Gewinn, wenn man ihn engagieren kann."

Was die Domingos und Pavarottis oder auch Tina Turners und Elton Johns so nebenher wieder ausgeben, wo sie auftauchen, ist wohl eher eine marginale Umwegrentabilität im Vergleich zu der, welche die Besucher der entsprechenden Veranstaltungen erzeugen. Hierüber existieren die verschiedensten teilweise akribischen Untersuchungen, zum Beispiel über die Nebenausgaben der Besucher der vier österreichischen Bundestheater: Da wurde genau erhoben, was die Besucher über den

(Folie Abb. 25 oben)

Eintrittspreis hinaus noch für die Benutzung von Verkehrsmitteln - öffentlichen und privaten - sowie für Verköstigung in Cafés und Restaurants ausgelegt haben (Abele/Bauer). Oder eine Untersuchung über die Salzburger Festspiele von 1985 rechnet detailliert nach, wieviel Geld die Festspiel-Besucher von auswärts nach Salzburg getragen und dort für Übernachtung, Verpflegung, Transporte und Einkäufe ausgegeben haben (Kyrer) - wie diese Nachfrage dann wieder Zulieferern Brot und Arbeit verschafft hat - was wiederum Stadt und Staat Steuern eingebracht hat, welche die öffentliche Hand natürlich auch wieder ausgelegt hat, Aufträge vergebend, Gehälter ausschüttend usw. Das sind dann die sogenannten Multiplikatoreffekte.

Die Studie des Deutschen Instituts für Wirtschaftsforschung über die Kulturwirtschaft Berlins kommt zum Ergebnis, dass die "kulturbedingten Touristenausgaben" gut 500 Mio. DM pro Jahr betragen - und für den Haushalt der Stadt "kulturinduzierte Mehreinnahmen" in der Größenordnung von 150 Mio. DM entstehen. "Die Zahl der durch den Kulturtourismus getragenen Arbeitsplätze ist auf gut 10'000 zu veranschlagen." (DWI 168, 169).

Es wimmelt beinahe von Studien zum Umwegrentabilitätsthema, seit der New York - New Jersey-Studie von 1980, Amsterdam, Zürich, Bremen, Lausanne, Genf, Berlin, Japan, Deutschland. Es liesse sich stundenlang referieren und vergleichen.

Gleichzeitig aber herrscht eine Methodendiskussion unter Ökonomen, und kommt auch von ihrer Seite die Warnung, man möge sich nicht einäugig aufs Rechnen verlegen. Die rein ökonomische Betrachtungsweise könnte zu Vergleichen veranlassen. Möglicherweise seien andere Bereiche umwegrentabler, z.B. das Gesundheitswesen, dessen Praxis und Praktiken ungeheuerer Geldflüsse in den Bereichen Chemie und Apparatebau auslöst, oder der Sport, der unvergleichlich viel mehr Menschen veranlasst, Flugzeuge, Bahnen und Autos zu besteigen, Hotelübernachtungen zu buchen, literweise Bier zu konsumieren und Würste zu verzehren. Ich vermute - es ist Zynismus, aber dennoch abschätzbar Wahrheit - dass die seit alters umwegrentabelste Tätigkeit der Menschen der Krieg war, erstens weil er ungeheuerlich viel kostet und zweitens weil er vernichtet und dadurch Raum und Notwendigkeit für neue Investitionen schafft. Die Kultur aber ist, wie der japanische

Botschafter in der Schweiz, Tasiti Cato, zur Eröffnung der Japan Kultur- und Kulinarikwochen in Zürich 1993 so schön gesagt hat, "das Haus des Friedens". Sobald die menschlichen Tätigkeiten und Gedanken "das Haus der Kultur verlassen, werden sie barbarisch".

Also suchen wir jenseits der Umwegrentabilitäten nach den Nutzen der Kultur. Eine ganze Serie ist aufzuzählen, denn die Kultur und die sie erzeugen sind grundsätzlich grosszügig. Sie lagern die Nutzen, die sie schaffen, aus, behalten sie nicht für sich. Die Ökonomen nennen dies "externe Effekte" oder "Externalitäten". Der Reihe nach:

Kultur dient der Bildung und Weiterbildung

Horaz bezeichnete als Aufgaben der Kunst: "docere, delectare et movere", "lehren, erfreuen und bewegen". Nach wie vor und weiterhin verstehen sich ein grosser Teil der kulturellen Institutionen - Museen, Theater, Medien - ebenfalls als pädagogische und sogar moralische Anstalten, schreiben sich einen aufklärerischen Auftrag zu und leben ihm auch nach. Viele Einzelne tun das ebenfalls aus eigenem Entscheid, Schriftsteller, Verleger, Künstler, Kunstvermittler. Sie haben eine "Botschaft" und verkünden sie. An vielen sind Lehrer verloren gegangen oder Pastoren. Manche sind gleichzeitig als Lehrer und Künstler tätig. Die Schweizer Dichterschaft z.B. besteht mindestens zur Hälfte aus Schulmeistern. Jedenfalls ist anerkanntermassen der Kulturbetrieb ein "Element der Bildung und Erziehung" und insofern ein Stück "Zukunftsvorsorge" wie das Bildungswesen selbst (DIW 24).

Kultur macht Stadt- und Standortmarketing

Ein weiterer externer Effekt des Kulturbetriebs ist längst zur Selbstverständlichkeit geworden. Städte, Regionen, Länder werben mit den Angeboten ihrer Kulturmärkte. Das heisst, sie brauchen es nicht einmal aktiv zu tun. Die Kulturproduzenten betreiben aus eigenem Antrieb Marketing für ihre Standorte. Modern gesagt: Die Künstler liefern gratis einen Imagetransfer. Wer kennt schon in Paris zum Beispiel die Namen schweizerischer Bankpräsidenten und Konzernchefs? Von Tinguely,

Dürrenmatt, Liebermann oder Botta weiss man dort viel eher, wer sie sind, und dass sie Schweizer sind.

Der Verwaltungsdirektor des Zürcher Schauspielhauses, Marcel Müller, Ökonom, hat in einem Interview bedauert, dass sich Leistungen des Kulturbetriebs für die Qualität eines Standorts so schlecht messen lassen und "finanziell nicht so sichtbar zum Tragen kommen". Die Erkenntnis, dass die kulturelle Infrastruktur für die wirtschaftliche Attraktivität und internationale Konkurrenzfähigkeit einer Stadt oder eines Landes ebensoviel Bedeutung hat wie die technische oder medizinische Infrastruktur, ist alt und eigentlich ein Gemeinplatz.

Präzise Beobachtungen zur Aktualität dieses Themas hat der Soziologe Gerhard Schulze in seinem imposanten Werk "Die Erlebnisgesellschaft" angestellt. Die zunehmende Bedeutung der kulturellen Infrastruktur sieht er vor dem Hintergrund, dass sich der Kulturbetrieb mehr und mehr zum "Erlebnismarkt" entwickelt.

Schulze: "Ob es einer Kommune gelingt, zahlungskräftige Bürger anzuziehen und zu halten, hängt demzufolge auch von dem in Freizeitwert umgerechneten öffentlichen Erlebnisangebot ab, das die Kommune ihren Bürgern langfristig garantieren kann. Damit im Zusammenhang steht die Auffassung, dass in zunehmendem Masse Standortentscheidungen von Unternehmungen nicht nur etwa von Autobahnanbindungen einer Kommune beeinflusst werden, sondern auch von ihrer kulturellen Attraktivität." (Schulze, Erlebnisgesellschaft 500)

Die Attraktivität besteht dabei vor allem aus sog. Optionswerten. Vielfältige Möglichkeiten kultureller Betätigung sind per se attraktiv, auch wenn sie gar nicht wahrgenommen werden. Es genügt für ein "gutes Klima" einer Stadt oder Region, wenn die Bewohnerinnen und Bewohner wissen, dass ihnen ein reichhaltiges Erlebnisangebot zur Verfügung steht. Es tut ihnen gut, sie sind stolz darauf - auch wenn sie die Angebote nur spärlich bis nie nutzen.

Kultur dient der Systemstabilisierung

Hier sind wir teilweise beim "delectare" von Horaz, beim Erfreuen und Geniessen, das einen in Einklang mit der Welt fühlen lässt, bei dem man seine Sorgen und die der andern vergisst. Doch nur teilweise. Die Kunst hat immer wieder in der Geschichte, die Aufgabe übernommen - und auch direkt zugewiesen erhalten, die herrschende Herrschaft zu verklären, Identität zu stiften, zum Beispiel über die Kreation von Staatsmythen. Die grossen Mäzene der Geschichte, Maecenas selbst, Karl der Grosse, die Medici, die Esterházy, Gulbenkian und Rockefeller, die Päpste sowieso, sie gaben nicht nur, sie nahmen auch, festigten mit dem Mittel der Kunst ihr Image und ihre Macht - und erkaufte sich ein Stück Unsterblichkeit.

Der berühmte Maecenas, Gaius Cilnius Maecenas, geboren 70 vor Christus, war auch Politiker und Parteigänger von Augustus. Maecenas beschäftigte drei Staatsdichter, Vergil, Horaz und Properz und "bildete durch sie sozusagen eine offizielle Presse". Bei Vergil bestellte er die "Aeneis", den identitätsstiftenden Staatsmythos des römischen Reichs. Horaz hatte - ich zitiere Urs Frauchiger - "das mittelständische Behagen an der neuen Ordnung glaubwürdig zu artikulieren, den mass- und geistvollen Genuss erworbenen Wohlstands, die Freude an der Gunst des Augenblicks, welche unbequeme und staatsgefährdende Reflexion beiseite schiebt." Und Properz schliesslich deckte "in seinen Elegien und Liebesliedern ungefähr das Feld ab, das die europäischen Fernsehstationen auf Mitternacht zu mit kunsthandwerklich gebastelten erotischen Streifen besetzen." (Frauchiger 68)

Modern interpretiert: Die drei Poeten waren eingespannt in den Aufbau einer Kommunikationsstruktur, die Rom auf den Weg einer erfolgreichen und stabilen Macht führte, und auf diesem Weg hielt.

Ein vergleichbares Projekt zu demjenigen von Maecenas entwickelten und realisierten teilweise auch die staatstragenden Kräfte der Schweiz des späten 19. Jahrhunderts. Die Erfindung nationaler Mythen, identitätsstiftende Selbstdarstellung, eine majestätische Selbstdarstellung des Staates (z.B. in der Architektur) waren starke Bedürfnisse im jungen, aus verschiedensten Sprachgruppen zusammengewürfelten Staat Schweiz. Der 1848 gegründete Bundesstaat war im

Grunde eine multikulturelle Interessensgemeinschaft. Wenn wir nachlesen, mit welchen Begründungen der Bund zwischen 1880 und 1900 kulturpolitisch aktiv wurde - vor allem in den Bereichen Denkmalschutz, Förderung der Bildenden Kunst, Museums- und Bibliothekswesen (vgl. Frauchiger 44) stossen wir immer wieder auf das Argument des nationalen Zusammenhalts, also auf eine zu erwartende stabilisierende Wirkung. Am Rande tauchen auch wirtschaftliche Aspekte auf; von der Kunstförderung sei auch eine Verbesserung der Qualität schweizerischer Industrieprodukte zu erwarten (Jost 19). Zentral aber war die Absicht nationaler Selbstdarstellung, die Stiftung von Identität. Die Hoffnung war, über die Kunstförderung eine Kommunikation zu initiieren, die Bürgerinnen und Bürger anhänglicher an den Staat macht. Bilder sollten sich einprägen, die eine "wertvolle Schweiz", die "Schweiz als Wert" bedeuten. Ferdinand Hodler wurde als eine Art "Staatsmaler" in die Pflicht genommen. Seine Helden galten als Verkörperung eidgenössischer Tugenden. Hodlers "Tell", "Mäher" und "Holzfäller" wurden zu Figuren auf Banknoten und Briefmarken - zu Identifikationsträgern des Schweizer Volkes (Rösli 98).

Kultur dient der sozialen Prävention

Urs Frauchiger, der Direktor von Pro Helvetia, versucht in seinem Buch "Entwurf Schweiz", seinem fiktiven Gesprächspartner, dem "Herrn Rat", plausibel zu machen, dass Kultur "das beste, vielleicht einzige wirksame Mittel zur Vorbeugung und Gesunderhaltung" sei. Alles was unter Kultur läuft, ist eigentlich unter Soziales zu rechnen: "Alle die jodeln, rocken, tanzen, malen, dichten und denken, lesen, hören, schauen, statt sich zu spritzen, sich volllaufen zu lassen, sich und andere umzubringen, statt zu überfallen, zu vergewaltigen, statt Ihnen Molotowcocktails an den Kopf zu schmeissen, statt zu randalieren, Amok zu laufen und Vandalismus zu betreiben, statt durchzudrehen und und und - sie alle laufen unter Kultur und wären eigentlich unter Soziales zu rechnen.

Rechnen Sie, Herr Rat, wie viele Gefängnisse mehr es bräuchte, wie viele Spitäler, wie viele Polizisten, wie viele Fürsorgebeamte, wie viele Tonnen Methadon und Valium, wie viele zusätzliche m2 Letten, wie viele m3 Tränengas und wie viele

Laufmeter Gummiknüppel mehr, wenn nicht so vieles - oder alles! -, was unter Kultur läuft, unter Soziales zu rechnen wäre.

Und was das Geldverdienen, also die Arbeitsplätze angeht: Ist es denn so schlimm, wenn viele Menschen sich ihre bescheidene Existenz dadurch verdienen, dass sie mit anderen musizieren, Theater spielen, dass sie die Wahrnehmung, die Differenzierungsfähigkeit, das Fühlen und Denken ausbilden? Dass sie Sinn und Identität stiften, integrieren und (Rösti-)Gräben überwinden?"

Kultur dient der Innovation

Nun kommen wir noch zu Horazens "Movere". "Die Dichter fühlen vor", behauptete Goethe, und meinte damit, dass sie neue Welten erschliessen, Lebensmöglichkeiten erkunden, Modelle entwerfen. Damit ist auch das Unruh-Stiftende von Kunst und Kultur angesprochen, ihre dynamische Seite, die Überraschungen, die sie offerieren, das Hirnrissige und Irritierende - eben das "Bewegende".

Nach der Theorie des sozialen Wandels bedarf es einer Fülle von Entwürfen und Suchbewegungen, damit eine Gesellschaft zukunftsfähige Innovationen entwickeln kann, die ihre Wohlfahrt festigen und fördern. Ein unaufhörliches Erkunden ist notwendig. Kunst und Kultur bilden gleichsam das Labor der Gesellschaft, in dem Zukunftsbilder und Handlungsoptionen ausprobiert werden - ganz einfach das, was man Ideen nennt.

★

Alle diese Nützlichkeiten der Kultur - Bildungsbeitrag, Standortmarketing, Systemstabilisierung, Prävention und Innovation - lassen sich schwer quantifizieren oder überhaupt nicht. Frauchiger macht einen kecken Versuch:

"Nun rechnen wir einmal, was eine in Kultur investierte Million erbringt:

Steuer-, Gebührenrückfluss an Staat	330 000
Personalsteuern	200 000
Umwegrentabilität	3'000 000
Prophylaxe	10'000 000
Innovation	<u>10'000 000</u>
	23'530 000

Nun sind wir wieder bei der Ökonomie angekommen, aber auch beim Theatermann August Everding: "Kultur ist eine Investition ins Leben."

Nun wissen Sie, wo Sie eine Million oder auch nur einen Tausender am besten anlegen. Rendite 2'353%!

Literatur

Hanns Abele, Hannes Bauer: Die Bundestheater in der österreichischen Wirtschaft, Wien 1984

Arbeitsgemeinschaft Kulturwirtschaftsbericht NRW: Dynamik der Kulturwirtschaft Nordrhein-Westfalen im Vergleich, Bonn 1991

Bretschger Lucas u.a.: Wirtschaftsstandort Zürich. Schriftenreihe Wirtschaft und Gesellschaft der Zürcher Kantonalbank, Zürich 1995

Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung (DWI) Berlin: Kultur als Wirtschaftsfaktor in Berlin. Berlin 1992

August Everding: Ist Theater-Subvention eine Investition? Publikation der Bank Hofmann AG, Zürich. Zürich 1994

Urs Frauchiger: Entwurf Schweiz. Zürich 1995

Marlies Hummel, Cornelia Waldkircher: Wirtschaftliche Entwicklungstrends von Kunst und Kultur. Schriftenreihe des Ifo-Instituts für Wirtschaftsforschung Nr. 132, Berlin 1992

Marlies Hummel, Karl-Heinz Brodbeck: Längerfristige Wechselwirkungen zwischen kultureller und wirtschaftlicher Entwicklung. Schriftenreihe des Ifo-Instituts für Wirtschaftsforschung Nr. 128, Berlin 1991

Hans Ulrich Jost: Das "Nötige" und das "Schöne". In: Bundesamt für Kulturspflege: Der Bund fördert, der Bund sammelt. Bern 1988

Christian Kracht: Faserland, Köln 1995

Alfred Kyrer: Der wirtschaftliche Nutzen von Festspielen, Fachmessen und Flughäfen am Beispiel der Region Salzburg, Regensburg 1987

Christian Lutz: Leben und arbeiten in der Zukunft, München 1995

Elisabeth Rösli Zingg: Schweizerdämmerung. Lizentiatsarbeit. Forschungsstelle für Sozial- und Wirtschaftsgeschichte der Universität Zürich 1993

Gerhard Schulze: Gehen ohne Grund. In: A. Kuhlmann (Hrsg.): Philosophische Ansichten der Kultur der Moderne. Frankfurt a.M. 1994

Gerhard Schulze: Die Erlebnisgesellschaft. Frankfurt a.M. 1992

Peter Strasser: Geborgenheit im Schlechten. Wien 1993

Alain Thierstein, Ina Christou: "Design Preis Schweiz", Eine Evaluation. Schweiz. Institut für Aussenwirtschafts-, Struktur- und Regionalforschung an der Hochschule St. Gallen. St. Gallen 1994