

«Die Kultursektoren sind komplex, sensibel und zerbrechlich und sollten deshalb mit höchster Aufmerksamkeit von den Verantwortlichen beobachtet und begleitet werden»

Musik- und Kulturwirtschaft – Schlüsselbranchen der Zukunft

Eine Analyse von Michael Söndermann

Die Förderung von einheimischer Kultur hat auch marktwirtschaftliche Aspekte. Die Schweizer Tonträgerindustrie bildet mit ihren rund 500 Millionen Franken Umsatz pro Jahr nur den Kern. Der ganze Wirtschaftsbereich, der von der Musik profitiert, ist um ein Vielfaches grösser. Der folgende Beitrag eines deutschen Experten zeigt Zusammenhänge und Perspektiven von Musik und Wirtschaft.

Für viele Zeitgenossen ist die «Informations- und Wissenschaftsgesellschaft» inzwischen Realität. Gute Zeiten also für die Anbieter solcherart gefragter Leistungen? Etwa für Musiker, Komponisten, Produzenten und sonstige Kreative der Musik- und Kulturwirtschaft, denn sie sollen ja den «Content» für die Medien- und Telekommunikationsindustrien liefern. Kultur- und Mediensektoren werden zu den Schlüsselbranchen gezählt. Die dort arbeitenden Menschen scheinen bereits auf dem Weg in die Zukunft. Musik und digitale Verwertung Kunst, Design und Multimedia, Literatur und Internet sind die Reizworte, die dabei fallen.

Keine Stadt, keine Region und kein Land sollte solchen Ergebnissen auf die Dauer gleichgültig gegenüber stehen. Deshalb wird es immer mehr darauf ankommen, wie die künstlerische Produktion, die kulturelle Vermittlung und die mediale Verbreitung, die die Künstler, Studios, Clubs und die vielen Mikrounternehmen der Musik- und Kulturwirtschaft leisten, unterstützt und gefördert werden.

Voraussetzung dafür ist eine erweiterte Sichtweise der Politik. Sie muss die historisch gewachsenen unterschiedlichen öffentlichen, intermediären und privatwirtschaftlichen Kulturstrukturen in der Schweiz neu verstehen und gleichwertig weiterentwickeln. Konkret würde dies zu einer integrierten Kultur-, Wirtschafts- und Beschäftigungspolitik führen. Dazu gehören standortbezogene Programme zur Entwicklung musik-/kultureller Gründerzentren, zur Qualifizierung, zum Marketing kulturwirtschaftlicher Leistungen etc., wie sie inzwischen in vielen urbanen Regionen Europas entstehen.

Rundfunk und TV als Geburtshelfer

Von grosser Bedeutung sind die Nachfrageleistungen von Rundfunk und TV, die in allen europäischen Ländern über Jahrzehnte zu den wichtigsten Nutzern von Leistungen der Musik- und Kulturwirtschaft gehörten. Z.B. wäre die künstlerische und eben auch wirtschaftliche Entwicklung der Musikszene im Jazz, in der Filmmusik, in der «Alten Musik» usw. ohne die lang anhaltende Nachfrage des Rundfunks undenkbar gewesen. So entstanden neue Werke, neue Produkte und in der Folge neue Märkte, die heute auf den Kulturmärkten alleine bestehen können, aber ohne die «Geburtshelferrolle» des Rundfunks nie entstanden wären. Die Rundfunk-Unternehmen konnten mit anspruchsvollen Produktionen eine ästhetisch-kulturelle Vermittlung in die Gesell-

schaft hinein leisten und zugleich eine langfristige Entwicklungsarbeit für die Musiker, Komponisten, darstellenden Künstler und die Studios bzw. Betriebe der sogenannten kleinen Musik- und Kulturwirtschaft garantieren, ohne die kurzfristigen Zwänge der Renditen und Quoten.

Sechs Schlussfolgerungen

In verschiedenen europäischen Kulturwirtschaftsregionen tauchen immer wieder Themen auf, die auch für die schweizerische Musik- und Kulturwirtschaft herauszustellen sind:

1 Die Kulturwirtschaft wird dann Erfolg haben, wenn sie originäre und unverwechselbare, nicht kopierbare, künstlerische und kulturelle Produkte und Dienstleistungen anbietet, die einer regionalen Infrastruktursprechen und in ihr verwurzelt sind.

2 Die Kulturwirtschaft entwickelt sich in milieu- und infrastrukturbezogenen Dimensionen. Damit entsteht aus dem Zusammenspiel ähnlicher und verwandter Branchen, Produzenten und Dienstleister ein regionaler Wirtschaftsverbund.

3 Kulturwirtschaftliche Betriebe sind in der Regel kleinräumig mit anderen Daseinsfunktionen kompatibel. Sie stehen für neue Formen der räumlichen, sozialen und funktionalen Verflechtung von Arbeit und Freizeit.

4 Die Kulturbetriebe zählen überdurchschnittlich zu den klein- und mittelständischen Unternehmen, die eine besonders hohe Arbeitsplatzintensität aufweisen.

5 Die Kulturwirtschaft schafft ein Gegengewicht zu den traditionellen, aber aufgrund des Strukturwandels schrumpfenden Branchen.

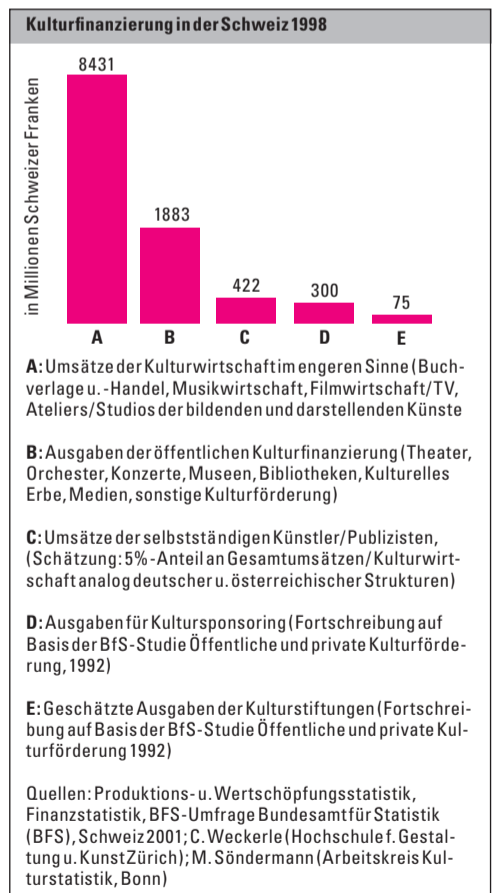
6 Die neu entstehenden Betriebe in der Kulturwirtschaft sind personalintensiv und erfordern überdurchschnittlich hohe und zudem aktuelle Qualifikationen und Qualitäten.

Eine kluge kulturelle Politik und eine zukunftsweisende Programmarbeit der Rundfunk-Unternehmen zählen ohne Zweifel zu jenen Motoren, die eine regional bedeutsame Musik- und Kulturwirtschaft mit- befördern können. Die Kultursektoren sind komplex, sensibel und zerbrechlich und sollten deshalb mit höchster Aufmerksamkeit von den Verantwortlichen beobachtet und begleitet werden.

Erste aktuelle empirische Befunde eines Forscherteams an der HGK Zürich*, die sich mit der Kulturwirtschaft Schweiz im europäischen Vergleich beschäftigen, zeigen, dass die Musik- und Kulturbranchen inzwischen beachtliche wirtschaftliche Leistungserzielen. Mit Umsätzen von rund 8,4 Milliarden Franken erreicht die schweizerische Kulturwirtschaft mehr als das Vierfache der öffentlichen Kulturförderung mit 1,9 Milliarden Franken.

Im Jahr 2000 stieg die Zahl der Erwerbstätigen im Kultursektor auf rund 55 000 Erwerbstätige. Die Entwicklungen in der Schweiz werden im Übrigen durch europäische Studien bestätigt, die den kulturellen Sektoren grosse Wachstumspotenziale zuschreiben.

* Der Forschergruppe gehören zur Zeit an: Michael Söndermann (arkstat@kulturpolitik.de), Franz-Otto Hofecker (Zentrum für Kulturforschung, Wien), Christoph Weckerle (Hochschule für Gestaltung und Kunst Zürich, christoph.weckerle@hgkz.ch)



Mit welcher Konsequenz die dem Einheitsbrei verfallenden Hit-Format-Radios die Schweizer Musikkultur an ihrer Entwicklung hindern, ist beängstigend.

Roman Camenzind, Subzonic

Steuergelder für ein staatliches, einem Kulturauftrag verpflichtetes Radio, wo einem die ohnehin schon bekannten Gassenhauer noch und noch um die Ohren geschlagen werden? Ein Radio, worin Computer-Zufallsprogramme eine limitierte Art Musik auswählen und phantasielose DJs nur noch eine Orientierung haben – Einschaltquoten? Es gibt tolle Schweizer Musik in allen Sparten – wann hören wir sie endlich wieder?

Hans Kennel, Musiker

Besondes Newcomer in unserem Land sind umso mehr auf angemessene Radiopräsenz angewiesen, als unsere Schweizer Schallplattenfirmen nicht in der Lage sind, diese über längere Zeit aufzubauen, wie es etwa im Ausland geschieht.

Peter Reber, Musiker

Dass die Musikschaffenden sich erst heute zur Wehr setzen, ist eigentlich erstaunlich. Schweizer Musik hat immer eine eigene Identität und trägt zur internationalen Vielfalt bei. Deshalb ist sie wie Film und Literatur zu fördern, auch wenn dazu gesetzliche Grundlagen nötig sind.

Rosmarie Zapfl, Nationalrätin

Ich bin der Überzeugung, dass unseren Radios mehr einheimische Musik gut tun würde. Ein Radio muss im Kontext zum umliegenden Musikschaffenden stehen und zur Musikentwicklung beitragen. Gleichzeitig bin ich der Ansicht, dass dies durchaus unter dem Aspekt der Wirtschaftsförderung betrachtet werden kann.

Dieter Burkhalter, Musiker

Generell ist wohl nicht nur die fehlende Quote, sondern das mangelnde Selbstverständnis für das nationale Schaffen das Problem. Wenn CH-Musik von den Radios endlich als gleichwertiges Produkt akzeptiert und präsentiert wird, wird sie vom Publikum wahrgenommen und goutiert. Deshalb: Öffnet Eure Ohren und höret, denn da ist genug, das zu hören sich lohnt!

Francis Etique, Sweet & Sour

Viva/Swizz bietet ein hervorragendes, positives Forum für Schweizer Musik-Acts und beweist, dass sich Schweizer Musikschaffenden nicht vor internationalen Signings verstecken muss. Format Radio sucks. FM4, unsere österreichischen Nachbarn, zeigen mit Bravour, wie angesagt und erfolgreich alternative Musikkultur auch übers Radio sein kann.

Can Isik, Mizan

Wenn es so weitergeht, wird die Schweizer Musikindustrie in Zukunft beim Signen von nationalen Künstlern noch vorsichtiger sein müssen als bisher.

Bruno Huber, BMG Schweiz, im Home Electronic 4/02

Ein Volk ohne (Volks-)Kultur wäre ein Volk ohne Seele. Das Radio hat dazu beizutragen, dass dieses Volk kulturell nicht verarmt. Das ist ein fester Bestandteil seines Service public. Berücksichtigt das nationale Radio die Volks-Kultur nur spärlich, verliert es den Anspruch, ein nationales Radio zu sein.

Hanspeter Seiler, Nationalrat