



DIPLOMARBEIT

Titel der Diplomarbeit

„Bestandsaufnahme der aktuellen Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten für Kunstschaffende in Hinblick auf Managementskills“

Verfasserin

Katharina Viola

Angestrebter akademischer Grad

**Magistra der Sozial- und Wirtschaftswissenschaften
(Mag. rer. soc. oec.)**

Wien, im Februar 2009

Studienkennzahl lt. Studienblatt:
Studienrichtung lt. Studienblatt:
Betreuerin:

157
Internationale Betriebswirtschaft
ao.Univ.-Prof. Dr. Christine Strauß

EIDESSTATTLICHE ERKLÄRUNG

„Ich erkläre hiermit an Eides Statt, dass ich die vorliegende Arbeit selbständig und ohne Benutzung anderer als der angegebenen Hilfsmittel angefertigt habe. Die aus fremden Quellen direkt oder indirekt übernommenen Gedanken sind als solche kenntlich gemacht. Die Arbeit wurde bisher in gleicher oder ähnlicher Form keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt und auch noch nicht veröffentlicht.“

DANKSAGUNG

An dieser Stelle möchte ich mich bei all jenen bedanken, die durch ihre fachliche und persönliche Unterstützung zum Gelingen dieser Diplomarbeit beigetragen haben.

Bei den Mitarbeiter/innen bzw. Leiter/innen der Universitäten, der Aus- und Weiterbildungsinstitute in Österreich, der Schweiz, Deutschland, Großbritannien und den USA möchte ich mich für die große Hilfe während der Datenrecherche zu den einzelnen Curricula bedanken.

Weiters möchte ich Mag. Christine Bauer für ihre engagierte Unterstützung und Betreuung während der gesamten Diplomarbeitszeit danken.

Mein größter Dank gilt meinen Eltern – für ihre Geduld und ihren Zuspruch während meines gesamten Studiums und dafür, dass sie mir dieses ermöglicht haben.

INHALTSVERZEICHNIS

1	Einleitung: Kunst vs. Wirtschaft ?	1
2	Kunst und Kultur	3
2.1	Definitionen	3
2.1.1	Kunst & Kultur	3
2.1.2	Kreativität & Künstler/innen	6
2.2	Autonomie der Kunst (?)	8
2.3	Kunst vs. Kommerz	9
2.3.1	Künstler/in und Finanzen	10
2.3.2	Erfolg	12
2.3.3	Kunst und Kunstmanagement	12
2.3.4	Wirtschaft und Kunstbetriebe	16
2.4	Wirtschaftliche Bedeutung von Kultur	18
2.5	Kulturpolitik	19
2.5.1	Europäische Union	19
2.5.2	Österreich	21
2.5.2.1	Kulturausgaben	21
2.5.2.2	Beschäftigungssituation	22
2.5.3	Vereinigte Staaten von Amerika	25
3	Creative Industries	27
3.1	Definition	27
3.2	Creative Industries vs. Cultural Industries	33
3.3	Kulturpolitik vs. Creative Industries	34
3.4	Wirtschaftliche Bedeutung	36
3.5	Länderübersicht	38
3.5.1	Kontinentaleuropa	38
3.5.1.1	Österreich	38
3.5.1.2	Wien	43
3.5.2	Angloamerikanische Länder	45
3.5.2.1	Großbritannien	45
3.5.2.2	USA	48
3.6	Fazit	49
4	Beruf „Kunst“	50
4.1	Lebenssituation der Kunstschaffenden	50
4.2	Selbständigkeit	51
4.3	Einkommen	53
4.4	Arbeitssituation	56
4.5	Fazit	57

5	Künstlerische Ausbildung	58
5.1	Künstler/innen und Hochschulen	60
5.1.1	Akkreditierung von Privatuniversitäten.....	62
5.1.2	Ausbildung vs. Beruf	63
5.1.3	Hochschulreform	64
5.1.4	Bologna Prozess	65
5.1.5	Abschlüsse in Deutschland und Österreich	66
5.1.6	Hochschulreife	67
5.2	Curricula im tertiärer Bildungssektor	68
5.2.1	Künstlerische Ausbildung mit Schwerpunkt auf Management Fähigkeiten	69
5.2.1.1	Analyse der künstlerischen Ausbildungslandschaft im deutschsprachigen Raum (Österreich, Deutschland, Schweiz)	70
5.2.1.2	Künstlerische Hochschulausbildung in angloamerikanischen Ländern	89
5.2.2	Fazit	95
6	Resümee und Ausblick	97
	Quellenverzeichnis	99
	Abbildungsverzeichnis	106
	Tabellenverzeichnis	107
	Anhang A:	
	Zusammenfassung	109
	Executive Summary.....	111
	Anhang B: Aus-/und Weiterbildungsmöglichkeiten	113
	Anhang C: Lebenslauf	127

1 Einleitung: Kunst vs. Wirtschaft ?

*„La culture et l'économie (ou l'entreprise) c'est le même [combat].“
(Die Kultur und die Wirtschaft (oder das Unternehmen) –
für beide ist es der gleiche Kampf).*

(Französischer Kulturminister Jacques Lang, 1987)

Kunstschaffende und Institutionen des Kunstbereichs sehen sich vor der Herausforderung, qualitative Kunstansprüche mit Wirtschaftlichkeit zu vereinbaren. Unternehmerisches Denken und Handeln wird eine immer stärkere Bedingung für das wirtschaftliche Überleben von Kunstbetrieben.

In den USA arbeiten heutzutage 200.000 Personen als Musiker. In Frankreich ist die Anzahl an Künstler(n)/innen um 98% (1982-1990), und in den USA um 78% (1980-2000) angestiegen (Ginsburgh, V. 2006, S.767, in Bezugnahme auf Zensus Daten). Nur durch Talent und Üben macht niemand Karriere. Künstler/innen müssen mittlerweile weit reichende betriebswirtschaftliche Kenntnisse haben. Sie müssen sich vermarkten können, wissen wie die Industrie funktioniert, und wissen wie sie ihre eigenen Fähigkeiten dementsprechend zuschneiden können. Den meisten Kunstschaffenden fällt es jedoch schwer, sich als Unternehmer und Teilnehmer am Markt zu sehen. Wirtschaftliches Denken ist allerdings unerlässlich, wenn man seine Leistung über einen längeren Zeithorizont einer breiten Öffentlichkeit zugänglich machen will.

In wie weit die künstlerische Ausbildung auf diese späteren berufspraktischen Anforderungen vorbereitet, war die Fragestellung der vorliegenden Diplomarbeit. Durch die (Internet-)Analyse des Aus- und Weiterbildungsangebotes im Schnittpunkt von Kunst und Wirtschaft im deutschsprachigen und angloamerikanischen Raum wird die momentane Ist-Situation dargestellt.

Neben den Kernbereichen kreativer und repräsentativer (hoch-)kultureller Tätigkeiten werden in den letzten Jahren verstärkt die wirtschaftlichen und beschäftigungspolitischen Aspekte der „Massenkultur“ und der Einbringung des „Kulturellen“ in marktwirtschaftliche Bereiche hervorgehoben. Kreativität wird als Schlüsselressource und -kompetenz angesehen. Diese Entwicklung lieferte den Fokus auf die Creative Industries, die von vielen als eine Hauptquelle zum Wachstum der New Economy angesehen wird.

Die Verbindung von Kunst und Kultur und Wirtschaft wird in den Creative Industries forciert. Neben Biotech und Informationstechnologien gelten sie seit einigen Jahren als das dritte Hoffnungsfeld der Wirtschaftspolitik. Beginnend mit Großbritannien (1998) bringt mittlerweile jedes Land und jede Region Creative Industries Berichte zur Potentialeinschätzung dieses Wirtschaftsfeldes heraus. China, Afrika, Asien, Australien, Russland, jedes Land entdeckt sein kreatives Potential.

Die vorliegende Diplomarbeit ist in zwei Hauptteile gegliedert. Der einführende Abschnitt beschäftigt sich zunächst mit der Definition der wichtigsten Begriffe im Zusammenhang mit Kunst und Kultur, denn besonders in diesem Bereich ist die Definitionslage sehr diffus und unterscheidet sich von Land zu Land. Im zweiten Teil des einführenden Abschnitts wird auf den Begriff der Creative Industries, und deren Bedeutung als Wirtschafts- und Beschäftigungsfaktor näher eingegangen. Im letzten Punkt des einführenden Abschnitts wird die Lebenssituation und v. a. die berufliche/Einkommenssituation von (freischaffenden) Künstler/innen beschrieben, und ist damit bereits die Einleitung zum zweiten und eigentlichen Hauptteil der vorliegenden Diplomarbeit, die Analyse der momentanen Curricular-Situation an v. a. europäischen und angloamerikanischen Kunstausbildungseinrichtungen. Der Schwerpunkt dieser Analyse des künstlerischen Bildungsbereichs liegt auf den aktuellen wirtschaftlichen bzw. unternehmerischen Ausbildungsmöglichkeiten für Künstler/innen. Wobei der Fokus auf den deutschsprachigen Raum (Österreich, Schweiz, Deutschland) gelegt wurde. Zum Vergleich wurden angloamerikanische Länder (Großbritannien, USA) herangezogen, die, so die Annahme, in der Verbindung von Kunst und Wirtschaft weiter fortgeschritten sind.

2 Kunst und Kultur

Künstler/innen standen Jahrhunderte lang in den Diensten der Kirche, des Hofes, und anderer reicher Mäzenen. In der zweiten Hälfte des 18. Jahrhunderts löste, laut Kunsthistoriker Oskar Bätschmann, der „Ausstellungskünstler“ den angestellten Hofkünstler ab. (Bätschmann, 1997) Wie der heutige Unternehmenskünstler arbeitet der Ausstellungskünstler eigenverantwortlich für unbestimmte Adressaten. Er muss das Interesse der Öffentlichkeit wecken und in den Medien präsent sein. In Europa wurde der Künstler für lange Zeit als Genie und Außenseiter stilisiert. Im Gegensatz dazu wurde in der erst kurzen Kunstgeschichte Nordamerikas das unternehmerische Künstlerbild geprägt, das bis heute wirkt. Diese Verbindung von Kunst und Wirtschaft wurde während der 1980er und der 1990er in Großbritannien, Europa und den USA vorangetrieben. So wurden Investitionen in den Kunstbereich häufig mit politischen Bemühungen um die Wirtschaft gerechtfertigt. Die kreative Stärke der Kunst-, Medien- und Unterhaltungs-Industrien wird als Symbol der Kreativität und Dynamik der gesamten Wirtschaft genutzt, und Regierungen schmücken sich mit dem Prädikat einer „kreativen und innovativen Wirtschaft, Region oder Stadt“.

2.1 Definitionen

Da im weiteren Verlauf der Diplomarbeit Begriffe verwendet werden, die eher vage sind, ist eine Definition dieser unerlässlich. So werden beispielsweise die Begriffe Kunst und Kultur selten getrennt von einander gebraucht und stellen doch unterschiedliche Bereiche dar.

2.1.1 Kunst & Kultur

Kultur wird im weitesten Rahmen als „*shared values and beliefs*“ (Ginsburgh, V., 2006. S.363) definiert. Enger gefasst kann die Kultur als die „[...] *Gesamtheit der Institutionen, Personen und ihrer Handlungen, die der Befriedigung der geistigen Bedürfnisse einer Gesellschaft gewidmet sind* [...]“ (Stadt Karlsruhe, 2002) umschrieben werden. Demnach teilt beispielsweise die Europäische Kommission dem Begriff „Kultur“ die Bereiche Kulturerbe, Literatur, Presse, Musik, Darstellende Kunst, Visuelle

und Audiovisuelle Medien, und soziokulturelle Aktivitäten zu (Europäische Kommission, 2007).

Nach Ginsburgh ergeben sich drei Hauptaspekte der Kultur: „*moralische Aspekte, technische Aspekte, und Formen der Expression, die die symbolischen und künstlerischen Aspekte der Kultur darstellen*“ (Ginsburgh, V., 2006. S.363).

Konzentriert man sich auf den dritten Hauptaspekt der Kultur nach Ginsburgh dann liegt der Schwerpunkt v. a. auf den „*Praktiken und Produkten der kulturellen Aktivität, inklusive der Künste*“ (Ginsburgh, V., 2006. S.363). Kunst ist demnach ein Teilbereich der Kultur. Wobei dieser Teilbereich wieder unterteilt werden kann – häufig in die vier Sparten (siehe Abb. 1: Kunstspartenunterteilung) Bildende Kunst, Darstellende Kunst, Musik und Literatur (Andreae, C.A, Wilflingseder, C., 1980, S.48).

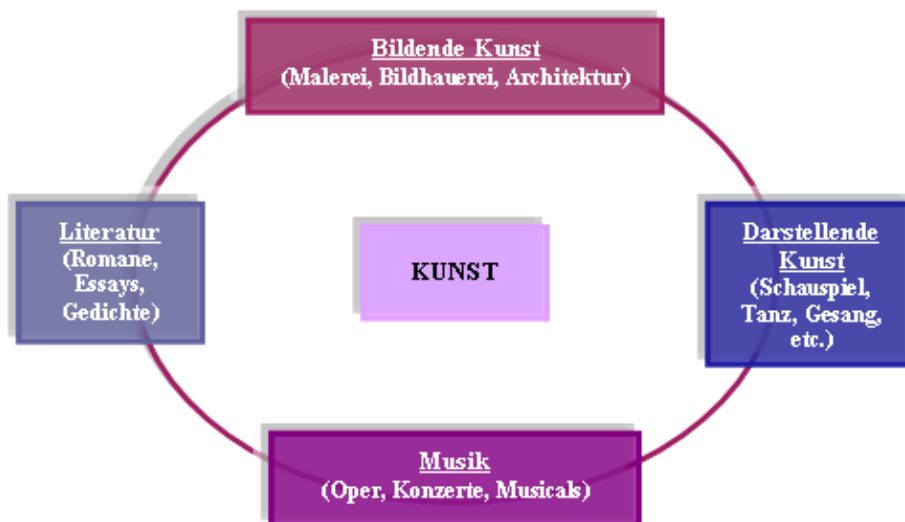


Abb. 1: Kunstspartenunterteilung

Q.: in Anlehnung an Andreae, C.A, Wilflingseder, C., 1980

Im Bereich der Produkte kann man ebenfalls zwischen kulturellen Produkten und Kunstgütern unterscheiden. Nach Ginsburgh weisen kulturelle Produkte folgende Charakteristika auf (Ginsburgh, V., 2006):

- Im Herstellungsprozess ist die menschliche Kreativität ein essentieller Input.
- Sie beinhalten geistiges Eigentum, das entweder einem Individuum oder einer Gruppe zugeschrieben werden kann.
- Sie stellen Werte dar, die nicht vollständig in monetären Werten ausgedrückt und nur schlecht auf dem Markt gehandelt werden können.

Nach McCain (Ginsburgh, V., 2006) unterscheiden sich Kunstgüter von kulturellen Produkten dadurch, dass die Charakteristika der Kunstgüter in den ästhetischen Eigenschaften und in der Kreativität der Herstellung liegen, wohingegen kulturelle Produkte nicht unbedingt über diese beiden Merkmale verfügen müssen. Da allerdings die Kunst als ein Teilbereich der Kultur definiert werden kann, können auch Kunstgüter als Untergruppe der breiteren Kategorie der kulturellen Produkte bezeichnet werden.

Was als Kunst empfunden wird, hat große regionale und historische Unterschiede. Jeder Kulturkreis weist eine eigene ästhetische Praxis auf. Kultur bildet somit den gesellschaftlichen Rahmen für die Künste (Bendixen, P., 2000, S.85). Dieser Rahmen kann allerdings sehr individuell gebildet werden. Die Definition des „Kultursektors“ wird daher durch die unterschiedliche Ziehung der Grenzen erschwert. In der heute üblichen (politischen) Verwendung des Kunstbegriffs werden, mit Vorbild der britischen Praxis, Beschäftigungsfelder einbezogen, in denen die künstlerische Produktion v. a. einem Erwerbszweck dient. Je nachdem wie weit man die Definition zieht, ergeben sich sehr unterschiedliche Statistiken im Bezug auf das momentan gepriesene, wirtschaftliche Potential des Kultursektors.

Verbindet man alle üblichen Definitionen des Kunst- und Kulturbereichs kann man folgende Unterscheidung treffen (siehe Abb. 2: Definitionsbild Kunst/Kultur). Den Kernbereich bildet die klassische Produktion (Bildende Kunst, Darstellende Kunst, Musik, Literatur, Film/Video, Neue Medien), wobei der Kernbereich vom Bereich der Massenkultur und den Creative Industries, und schließlich vom Bereich der kulturellen Produktionskette (von Ausbildung bis Verkauf) umgeben wird (Mayerhofer, E., Schiffbänker, H., 2003).



Abb. 2: Definitionsbild Kunst/Kultur
Q.: Towse (2001) nach Creigh-Tyte 1998

2.1.2 Kreativität & Künstler/innen

Kreativität spielt in all den genannten Kunstsparten eine entscheidende Rolle. Die üblichen Standarddefinitionen sehen in der Kreativität die Fähigkeit neue Produkte herzustellen oder neue Ansätze der Problemlösung zu finden, wobei innovative Mittel und Wege genutzt werden (Ginsburgh, V., 2006. S. 510). Kreativität ist somit in allen Lebensbereichen essentiell, wobei im Kulturumfeld von v. a. der künstlerischen Kreativität gesprochen wird, die dem Hauptprotagonisten der Kunst, dem/der Künstler/in zu Eigen ist. Die UNESCO definiert den/die Künstler/in sehr weit, in dem jede Person, die sich als Künstler/in begreift, ein/e solche/r ist.

“Artist’ is taken to mean any person who creates or gives creative expression to, or recreates works of art, who considers his artistic creation to be an essential part of his life, who contributes in this way to the development of art and culture and who is or asks to be recognized as an artist, whether or not he is bound by any relations of employment or association.” (UNESCO, 1980)

In einer Studie aus dem Jahr 2003 von Artworks in Zusammenarbeit mit der Joanneum Research Forschungsgesellschaft mbH („Künstlerische Dienstleistung im Dritten Sektor, Teil 1 Ausgangslage: Kunst – Kultur – Beschäftigung“) wurde versucht den Begriff

des/der Künstler(s)/in einzugrenzen (siehe Tab. 1: Definitionskriterien für Künstler/innen). Demnach sind vor allem ein Einkommen aus künstlerischer Tätigkeit, die künstlerische Ausbildung, und wie bei der UNESCO Definition die Selbstdefinition als Künstler/in ausschlaggebend.

Tab. 1: Definitionskriterien für Künstler/innen

... nach Baler (1995)	... nach Pommerehne/Frey 1989
<ul style="list-style-type: none"> • Einkommen • Kontinuität der künstlerischen Arbeit • Künstlerische Ausbildung • Mitgliedschaft in einer spezifischen Interessensvertretung • Ausstellung oder Aufführung (i. e. Distribution durch andere Akteur(e)/innen des Kulturbetriebs) • Selbstdefinition 	<ul style="list-style-type: none"> • Einkommen aus künstlerischer Tätigkeit • Zeitaufwand für künstlerische Tätigkeit • Professionelle Ausbildung als Künstler/in • Mitgliedschaft in einer Künstler/innen-Vereinigung • Reputation als Künstler/in • Anerkennung von anderen Künstler/innen • Qualität der künstlerischen Tätigkeit • Subjektive Selbstdefinition
Q.: Mayerhofer, E., Schiffbänker, H. (2003)	

Der 2001 eingerichtete Künstler/innen-Sozialversicherungsfonds fasst den Begriff schon enger: *„Künstler/in ist, wer in den Bereichen der bildenden Kunst, der darstellenden Kunst, der Musik, der Literatur oder in einer ihrer zeitgenössischen Ausformungen (insbesondere Fotografie, Filmkunst, Multimedialkunst, literarische Übersetzung, Tonkunst) auf Grund einer künstlerischen Befähigung im Rahmen einer künstlerischen Tätigkeit Werke der Kunst schafft.“* (Österreichische Sozialversicherungsanstalt, 2003)

In der Vorstellung der breiten Mehrheit der Bevölkerung bezüglich des Begriffs „Künstler/in“ ist in erster Linie noch immer das Bild des weltfremden Künstlergenies, der sich für seine Kunst aufopfert, präsent. In zweiter Linie wird an Megastars der Musik- und Filmindustrie gedacht. Jedoch wird die Sparte des Künstlers als „Handwerker“ kaum beachtet. Allerdings betrifft gerade dieser Zugang zum Künstler-Begriff die meisten Kunstschaffenden. Denn viele Künstler/innen wollen von ihrer Kunst und ihrem Talent gut leben können, und sehen ihren Beruf eher als leidenschaftlich ausgeübtes „Handwerk“. Dies muss nicht bedeuten, dass die Kunst für kommerziellen Erfolg geopfert wird. Der/die Künstler/in als „Handwerker/in“ versucht vielmehr einen für ihn/sie lebbaren Kompromiss zwischen eigenem Kunstverständnis und wirtschaftlichem Erfolg zu verwirklichen.

2.2 *Autonomie der Kunst (?)*

„Der Zeit ihre Kunst, Der Kunst ihre Freiheit“
(Ludwig Hevesi, Wahlspruch der Wiener Secession)

Finanzielle Unterstützungen, zuerst durch Monarchien, die Kirche, und schließlich durch den Staat, machten die Kunst lange Zeit wirtschaftlich relativ autonom. Die Wirtschaft und die Kunst entwickelten sich daher getrennt von einander. Über die Jahrhunderte wurde diese Trennung und die „Andersartigkeit“ von beiden Seiten gepflegt. Vertreter der Kunst und v. a. Kunstschafter selbst sahen den Akt der Erschaffung eines Kunstwerkes als Werk Gottes und wollten sich nicht mit profanen Überlegungen wie der wirtschaftlichen Seite Ihrer Arbeit beschäftigen. Mitte des 20. Jahrhunderts begann sich in Deutschland und später auch in Österreich die Wirtschaft der Kunst zu öffnen. Der Ankauf von Kunst zu Repräsentationszwecken wurde modern bis schließlich heutzutage jedes größere Wirtschaftsunternehmen Kunstsponsoring betreibt. In einer Zeit der zurückgehenden staatlichen Kunst-Subventionierung wird der wirtschaftliche Aspekt von kulturellen Institutionen und Projekten bzw. deren wirtschaftliche Überlebensfähigkeit immer brisanter. Um diesem finanziellen Druck zu entgehen, sind bereits die meisten großen Kultureinrichtungen Kooperationen mit Wirtschaftsunternehmen eingegangen. Sponsoring-Vereinbarungen zwischen der Wiener Staatsoper und u. a. der Automarke Lexus, zwischen den Wiener Festwochen und Wirtschaftsunternehmen wie Rauch, Hewlett-Packard, Casinos Austria, etc., können hier als Wiener Sponsoring-Beispiel genannt werden.

Kunstschafter finden sich heutzutage trotz hoher Professionalisierung oft in der Rolle von Bittstellern wieder. Auf der Suche nach Subventionsgebern müssen Honorare, Jahresbudgets etc. immer wieder neu verhandelt und legitimiert werden. Denn Sponsoren sehen die Beteiligung an künstlerischen Projekten selten als Investition oder Leistungserwerb an, denn eher als Unterstützung bzw. Spende. Auch die ökonomische Wertschöpfung künstlerischer Tätigkeit lässt zu wünschen übrig. Werden die Preise für Kunstwerke meist akzeptiert, so wird die künstlerische Tätigkeit minder bewertet.

Die Autonomie der Kunst ist daher von jeher eher Schein, denn es bestanden und bestehen Abhängigkeiten – von Galerien, Sammlern, Museen und Ausstellungsinstitutionen, von Kuratoren, Subventionsgebern, Sponsoren, und von Medien. Um diese Abhängigkeiten etwas zu reduzieren, versuchen Künstlerinitiativen Impulse zur Selbstorganisation und zum Aufbau alternativer Produktions- und Ausstellungsstrukturen zu geben. Bereits im 19. Jahrhundert begann die Bildung von Künstlervereinigungen in Europa. In Wien wurden die beiden größten gegründet: die Gesellschaft der bildenden Künstler Österreichs (1861), und die Wiener Secession – Vereinigung bildender Künstler (1897). Beide Organisationen werden bis heute als unabhängige Künstlervereinigungen geführt, die auf demokratischer Partizipation der Künstlermitglieder basieren.

2.3 Kunst vs. Kommerz

Es „[...] kommt oft eine nicht zu unterschätzende Verehrungshaltung gegenüber dem Genialen hoher Kunst und eine manchmal geradezu abwertende Haltung gegenüber der Profanität des Kommerziellen.“

(Bendixen, P., 2000. S.83)

Wenn Inhalte so konzipiert werden, dass sie dem Durchschnittsgeschmack entgegenkommen, und das Profitstreben an erster Stelle steht, tritt generell Kommerzialisierung der Kunst ein. Ein Beispiel für die Opferung künstlerischer Inhalte zu kommerziellen Zwecken stellt das Erfolgsmusical „Gaudi“ Anfang des Jahres 1997 in Köln dar. Zwar hatte das Projekt einen Neubau im Wert von 32 Mio. Mark mit 200 Arbeitsplätzen geschaffen, jedoch für ein Musical, in dem kein einziger Musiker live mitwirkte. „Die gesamte Musik wird vom Band eingespielt“, hieß es in den Protesten der Musiker (Bendixen, P., 2000. S. 81).

Die Gradwanderung zwischen Kunst und Kommerz ist eine Herausforderung. Einerseits sträuben sich viele Künstler/innen die Freiheit der Kunst einzuschränken und ihre Kunst zu bewerten bzw. auf dem Markt als „Ware“ anzubieten, andererseits versuchen Vertreter der Wirtschaftsseite Kunst massentauglich zu produzieren und zu präsentieren, was oftmals zu Lasten der künstlerischen Freiheit geht. Daher müssen sich Künstler/innen in die Lage versetzen, selbst über ihre Gradwanderung zwischen Kunst und Kommerz zu entscheiden.

2.3.1 Künstler/in und Finanzen

Der Beruf des/der Künstler(s)/in lebt von der Einsatzbereitschaft (oft Aufopferung) für die Kunst. Viele Künstler/innen können jedoch den Wert ihrer eigenen Arbeitsleistung nicht einschätzen und vermeiden aus Scham und/oder mangelnder wirtschaftlicher Kompetenz einen realistischen Umgang mit ihrer „Ware“. Denn viele sind mit einem *„[...]Kunstbegriff aufgewachsen, der im Kunstwerk eine Edelware sieht, die sich nicht anpreisen darf.“* (Bendixen, P., 2000. S.32: Wüstenfeld, J.) Jedoch hat es jeder Kunstschaffende unweigerlich auch mit Wirtschaftsfragen zu tun.

Als Beispiel eines früh wirtschaftlich denken Künstlers kann Georg Philipp Telemann (1681-1767) herangezogen werden. Der deutsche Komponist des frühen 18. Jahrhunderts bewies unternehmerisches Geschick, indem er beispielsweise für den Zutritt zu seinen Musikkonzerten nicht Eintrittskarten als Bedingung machte sondern den Kauf seines teuren Textbuches (Bendixen, P., 2000). Auch Carl Philipp Emanuel Bach (1714-1788) passte sich an die Marktnachfrage an. So nahm er ab 1776 in seine Klavierwerke die beliebte Gattung des Instrumentalrondos auf. Seine Begründung lautete:

Die Liebhaberei zu den Rondos ist hier so groß als in London, und ich habe sie deswegen mit eingemischt, um meinen Verkauf zu befördern. Ich weiß aus Erfahrung, dass sehr viele meine Sammlungen bloß wegen der Rondos kaufen [...] (Bendixen, P., 2000, in Bezug auf Schleuning, 1989. S. 440).

Allerdings war er sich des Verlusts an künstlerischer Freiheit durch den kommerziellen Einfluss bewusst (Auszug aus einem Brief an Johann Nicolaus Forkel, 1775):

Weil ich meine meisten Arbeiten für gewisse Personen und fürs Publikum habe machen müssen, so bin ich dadurch allezeit mehr gebunden gewesen, als bey den wenigen Stücken, welche ich für mich verfertigt habe. (Bendixen, P., 2000, in Bezug auf Schleuning, 1989. S. 440)

Das Bild des unternehmerisch handelnden Künstlers findet sich in allen Epochen der Kunstgeschichte, wie bei Rembrandt van Rijn, Peter Paul Rubens, Hans Makart, Andy Warhol, oder bei Jeff Koons, und ist daher keine Erfindung des gegenwärtigen

Ökonomisierungsdruckes. Von der Gotik bis ins Barock waren Malerwerkstätten mittelständische Betriebe, in denen Werke arbeitsteilig entstanden sind und die nach erbrachter Leistungs- und Zeitaufwand vom Auftraggeber entlohnt wurden.

Albrecht Dürer (1471-1528) ist ein hervorragendes Beispiel eines selbstbewusst am Markt agierenden Künstlers. Entscheidend für seinen wirtschaftlichen Erfolg war die Tatsache, dass er den Geschmack einer breiten Masse von „Kunden“ traf, und dass er als einer der ersten bildenden Künstler (um 1498) seine Werke mit Initialen („AD“) versah. Geschickt platziert wurden diese Monogramme zu einer Handelsmarke und garantierte dem Kunden Autentität. Dürer verteidigte auch seine Rechte als Urheber. So brachte er einen venezianischen Graveur vor Gericht, der 1506 einige seiner Arbeiten kopierte und auf den Markt brachte. Dieser Vorfall veranlasste Dürer, jegliche Reproduktionen seiner Grafik-Serien zu verbieten, wozu ihn ein kaiserliches Urheberrecht, verliehen durch Maximilian den I., berechnigte. Auch die Produktion und Distribution war von Dürer unternehmerisch organisiert, so produzierte Dürer in seiner Werkstatt durchschnittliche 200-500 Kopien seiner Drucke, beschäftigte zahlreiche Gehilfen und reisende Vertreter waren vertraglich dazu verpflichtet, sein Werke von Stadt zu Stadt zu bringen. Dürer führte außerdem penibel Buch über seine erfolgten Verkäufe (North, M., 1996. S. 32 f).

Auch in Österreich lassen sich viele Beispiele wirtschaftlich denkender Künstler nennen, so zum Beispiel Johann Strauß Vater (1804-1849). An der Spitze seiner Popularität konnte Strauß expandieren und beschäftigte um 1830 300 Musiker, die in Gruppen von 25 Mann auf diversen Bällen aufspielten (Ginsburgh, V., 2006. S. 139). Ein Künstler, der die Gradwanderung zwischen Kunst und Kommerz am exzessivsten betrieben hat, ist sicherlich Andy Warhol (1928-1987). Seine Erfahrung als kommerzieller Designer machte es ihm möglich aus dem herkömmlichen Galeriebetrieb auszubrechen und experimentelle Kunst in ein kommerzielles Gut und umgekehrt zu transformieren.

Welche Künstler/innen mit welcher Strategie, Freiheit der Kunst vs. Kommerz, erfolgreicher sind, ist nicht immer leicht zu beantworten, denn wie soll Erfolg in der Kunstwelt bewertet werden?

2.3.2 Erfolg

Besonders im Kunstbereich kann der Erfolg einer Organisation oder eine(s)/r Künstler(s)/in nicht allein am finanziellen bzw. wirtschaftlichen Erfolg festgemacht werden. So muss man den Erfolg in diesem Bereich anders definieren (Konrad, 2006. S. 26):

$$\text{Erfolg} = \text{finanzieller Erfolg} + \text{Faktor „S“} + \text{Faktor „Z“}$$

Laut der oben angeführten Erfolgs-Definition nach Konrad, fließen neben dem finanziellen Erfolg, der für das individuelle Überleben entscheidend ist, auch subjektive nicht-monetäre Erfolgskriterien (Faktor „S“), wie Arbeitszufriedenheit oder Selbstverwirklichung, und die Überlebensdauer der kulturellen Unternehmung (Faktor „Z“) ein. Nach dieser Definition gibt es weit mehr erfolgreiche Kunst-Unternehmungen als nach rein marktwirtschaftlichen Gesichtspunkten, die allerdings für Finanzgeber und den Staat relevanter sind. Um zumindest den finanziellen Erfolg zu gewährleisten, sind u. a. betriebswirtschaftliche Managementfähigkeiten unerlässlich.

2.3.3 Kunst und Kunstmanagement

***„Gute Kulturmanager und Kulturmanagerinnen
Instrumentalisieren die Kultur also nicht, etwa im Sinne
der Ökonomisierung oder gar der Kommerzialisierung.
Kulturmanagement meint vielmehr die adäquate
Planung, Organisation, Steuerung und Evaluation
aller Vorkehrungen, [...] – wozu es nicht zuletzt einer
guten Prise Leidenschaft bedarf.“***

(Universität Basel, SKM - Studienzentrum Kulturmanagement)

Management ist in allen Lebens- und Berufsbereichen essentiell. Management ist nicht nur in der Wirtschaft von Bedeutung, sondern findet auch in der Organisation und Führung von Sportvereinen, Umweltschutzorganisationen und kirchlichen Organisationen Anwendung. Warum also nicht auch in Kunst- und Kulturorganisationen?

Der Begriff des Kulturmanagements taucht erstmals Mitte der 80er Jahre im deutschen Sprachraum auf.

„In den vergangenen Jahren sind zahlreiche Stellen in Kulturverwaltungen und Kultureinrichtungen geschaffen worden. [...] In diese Stellen sind aber häufig Beamte oder Angestellte aus der gehobenen Laufbahn aufgerückt. Es wäre nicht verkehr, würde man stattdessen Fachleute berufen, die von der Ausbildung her die Voraussetzung für den höheren Dienst mitbringen und die außerdem inhaltlich auf solche Aufgaben vorbereitet sind.“

(Türke, J., 1987. S.21).

Der Begriff Kulturmanagement ist also ein relativ junger, weshalb auch das Tätigkeits- bzw. Einsatzfeld noch nicht allgemein gültig definiert ist. Im heutigen Sprachgebrauch wird Kulturmanagement gleichbedeutend mit dem Begriff Kunstmanagement verwendet. Beide Begriffe umschreiben denselben, eher vagen Einsatzbereich, wobei, im weiteren Ablauf dieser Diplomarbeit eher vom Kunstmanagement-Begriff Gebrauch gemacht wird, da er den Fokus der Arbeit auf den Kunstbereich (als Teilbereich der Kultur) besser umschreibt.

Der Begriff „*Arts Management*“ hat sich im angelsächsischen Raum schon früher etabliert. Im Französischen wird dieser Management Bereich „*gestion culturelle*“ genannt, und beinhaltet schon die wichtigsten Aufgaben des Kulturmanagements: Geschäftsführung, Verwaltung, und Betriebswirtschaftslehre. Aus dem Verständnis der Betriebswirtschaft und des Managements streben Vertreter dieser beiden Lehren eine Kostenminimierung bzw. Gewinnmaximierung durch die Vervielfachung von Erzeugnissen an.

Die Schaffung von Kunst zeichnet sich allerdings durch einzigartige, nicht vervielfältigbare, kreative Vorgänge aus. Sie ist nicht (immer) beschreibbar, nicht quantifizierbar, nicht teilbar, nicht delegierbar, nicht planbar, und nicht austauschbar. Viele Kunstschaffende hinterfragen daher die Berechtigung des Managements in der Kunst und lehnen häufig jede Form der Ökonomisierung ab, aus Angst die Kunst würde in bestimmte Richtungen gedrängt und ihrer Freiheit beraubt werden. Nach dem Philosoph Theodor W. Adorno möchte die Kunst

„[...] das Höhere und Reinere sein, das, was nicht angetastet, nicht nach irgendwelchen taktischen oder technischen Erwägungen zurechtgestutzt ward. [...] Kultur sei die Manifestation reinen Menschenwesens, ohne Rücksicht auf Funktionszusammenhänge in der Gesellschaft.“

(Adorno, T.W., 1960. S. 101)

Häufig muss die Annäherung an die Wirtschaft verweigert werden, wollen Kunstschaaffende nicht die Anerkennung der eigenen Szene verlieren. So kommt es zu einem zweigleisigen Bestreben, einerseits versucht man sich diese Szenen-Anerkennung zu sichern, was oft mit prekären Erwerbssituationen und Selbstausbeutung verbunden ist, andererseits wird der Wunsch nach ökonomischer Lebensfähigkeit verfolgt. Allerdings ist gerade die ökonomische Lebensfähigkeit nicht mehr nur von der künstlerischen Qualität des Erzeugnisses abhängig, sondern ist immer öfter ein Resultat der professionellen Positionierung am Kunstmarkt. Oft müssen Kunstschaaffende 50-80% ihrer Arbeitszeit für organisatorische und Management-Tätigkeiten verwenden.

„In these troubled times, arts organizations everywhere must learn new ways to attract the resources they need to sustain their mission and quality. Arts organizations must improve their skills in increasing and broadening their audience base, improving accessibility to various art forms, and learning how to better meet the needs of specific audience segments and contributors.“

(Kotler, P., 1997. S. 44)

Kunstmanagement nimmt in gewisser Weise die Sicht des Konsumenten ein, was von einigen Vertretern der hohen Kunst als Bedrohung angesehen wird. Management ist allerdings in der heutigen Zeit der finanziellen Nöte des Kunstsektors, schon aus Gründen der Geldbeschaffung, unerlässlich. So nehmen Fundraising Tätigkeiten einen Großteil der Arbeitszeit ein.

Die Hauptaufgabe von Management im Allgemeinen ist die Organisation von Menschen und Ressourcen, um einer Institution dabei zu helfen die anvisierten Ziele zu erreichen. In dieser Hinsicht sind Direktoren, Bühnenmanager, Lichtdesigner, Dirigenten, Choreographen und Kuratoren alle Manager. Im engeren Sinn des Kunstmanagements

sind Berufsfelder gemeint, die sich der Organisation, Planung, Vermarktung und Finanzierung von Kunst widmen. Kunstmanagement kann also als

„[...] ein Instrument für zielorientiertes Planen, Entscheiden und Handeln im Kulturbereich verstanden werden“ (Konrad, 2006).

Kunstmanagement ist selbst schon so alt wie die Kunst selbst, so waren bereits bei Festspielen der Griechen um 534 v.Ch. Managementfähigkeiten gefragt, wobei typischerweise ein eigenes Magistrat, die *archon eponymous*, diese Aufgabe übernahmen. Auch bei den Römern waren bei Kunstfestivals Stadtmagistrate für das gesamte Management zuständig. Diese damaligen Manager (*domini*) hatten die Obhut über u. a. die Künstler und die Finanzen (Byrnes, W. J., 2003). Heutzutage liegen, wie in Tab. 2 (Anforderungen an Kunstmanager/innen) ersichtlich, die Anforderungen an Kunstmanager/innen in vielfältigen Bereichen, wie PR, Führung, Marketing, Recht, Politik, etc. (Rich, J.D., Martin, D.J., 1997).

Tab. 2: Anforderungen an Kunstmanager/innen

<ul style="list-style-type: none"> • Führung • Finanzielles-Management • Kommunikations-Fähigkeiten • Publik Relations/Press Relations • Marketing/Audience Development • Team Building • Personal Beziehungen 	<ul style="list-style-type: none"> • Tarifverhandlungen • Strategisches Management • Ästhetisches/Kunst Verständnis • Politisches Verständnis • Rechtskenntnisse • Statistische Analysen • Computerkenntnisse
<p>Q.: Rich, J.D., Martin, D.J., 1997</p>	

Weltweit gibt es an heutigen Universitäten unzählige Studiengänge zum Thema Kultur-/Kunstmanager. Allerdings gaben in einer Studie von Paul DiMaggio von 1987 85% der befragten Kunstmanager(n)/innen in Theatern, Kunstmuseen, Orchestern und Kunstverbänden an, dass sie ihr Können vom „on-the-job“ Training gelernt hätten (DiMaggio, P., 1987. S.46). Wohingegen die akademisch ausgebildeten Kunstmanager/innen behaupteten die Ausbildung hätte sie nicht gut genug auf die Praxis vorbereitet. Generell muss also gesagt werden, dass trotz der seit 1987 verbesserten Ausbildungslage im Bereich des Kunstmanagements, wie in jedem anderen Berufsfeld auch Praxiserfahrung unerlässlich ist.

Gerade für selbständige Künstler/innen oder so genannte „Kultur-Unternehmer/innen“ sind heutzutage Kunstmanagement Kenntnisse unerlässlich. Künstler/innen gründen Organisationen hauptsächlich um eigene künstlerische Energien freizusetzen. Marktanalysen oder Marketing-/Finanzierungsstrategien bleiben daher im Vorfeld der Gründung eher im Hintergrund. Dabei ist das *„Wissen um die Eigenschaften des Kulturbereichs, kulturwirtschaftliche Kenntnisse sowie Fähigkeiten die Effizienz und Effektivität der eigenen Aktivitäten zu erhöhen“* (Konrad, 2006) für das Bestehen am Markt unerlässlich. Selbständige Künstler/innen müssen aktiv an der eigenen Karriere arbeiten, was neben Talent auch Mut erfordert, frei nach dem Motto *„Mitleid bekommt man geschenkt, Neid muss man sich erarbeiten.“* Oder mit den Worten des Schauspielers Curt Coetz: *„Man muss die Dinge so nehmen wie sie kommen. Aber man sollte dafür sorgen, dass sie so kommen, wie man sie nehmen möchte.“* (Coetz, C.) Kunstmanagement versteht sich heute als Mittel zur Ermöglichung von Kunst. Es sichert die Rahmenbedingungen innerhalb derer Kunst gedeihen und sich frei entfalten kann. So werden Abläufe, die sich im betrieblichen Umfeld bewährt haben, im Kunstbetrieb eingesetzt, um einen effizienten Einsatz knapper Ressourcen zu ermöglichen. Viele Elemente der Betriebswirtschaftslehre, wie etwa die Kostenberechnung, das Controlling, Marktanalyse-Techniken, und Techniken der Managementlehre wurden bereits auf den Kunstbereich übertragen. Inwieweit die Übertragung von betriebswirtschaftlichen Techniken vor sich geht, hängt allerdings von der Form des Kulturbetriebs ab.

2.3.4 Wirtschaft und Kunstbetriebe

Generell kann man Kunstbetriebe in drei Kategorien unterteilen. Den größten Teil machen sicherlich die privatwirtschaftlich-kommerziellen Kunstbetriebe aus. Schon im Jahr 1992 wurden laut einer Untersuchung des Münchner Ifo-Instituts zur volkswirtschaftlichen Bedeutung von Kunst und Kultur (Hummel, M., Berger, M., 1992) etwa 80% der Bruttowertschöpfung im Kunstbereich privatwirtschaftlich kommerziell erwirtschaftet. Betriebswirtschaftliche Techniken sind für all diese Betriebe eine Selbstverständlichkeit. Auch die freischaffenden Künstler und Publizisten gehören in diesen privatwirtschaftlich-kommerziellen Bereich, wobei durch die große Skepsis und Ablehnung vieler selbständiger Kunstschaffenden gegenüber der Betriebswirtschaft sich die Implementierung eines professionellen Kunstmanagements schwierig darstellt. Der zweite große Bereich der Kunstwirtschaft sind privatrechtlich-gemeinnützige

Kunstabetriebe. Gemeinnützige Vereine und privatrechtliche Stiftungen zählen unter dem Oberbegriff Nonprofit-Organisationen zu diesem Bereich, der sich gegenüber dem betriebswirtschaftlichen Kunstmanagement sehr offen zeigt. Der schwierigste Bereich für Kunstmanager ist der dritte Bereich der Kunstwirtschaft, der öffentlich-rechtliche Kunstbereich. Das hohe öffentliche Interesse an öffentlichen Kunstbetrieben, wie Staats- und Stadttheater, öffentliche Bibliotheken, Museen, etc., hat bisher eher auf Bestandssicherung abgezielt. Bis Ende der 1980er gab es daher keine Veranlassung, betriebswirtschaftliches Management in öffentlichen Kunstbetrieben zu installieren. Erst die Verminderung der finanziellen Unterstützung durch die öffentliche Hand hat einen Einstellungswandel verursacht. Seither werden vermehrt Management-Techniken eingeführt, um zu einem verbesserten Kostenbewusstsein zu gelangen und um alternative Finanzierungsmittel zu finden.

Kunst und Wirtschaft gehen also vermehrt Hand in Hand, bilden Kooperationen und lernen von einander. Dieser Brückenschlag wird in den seit einigen Jahren heiß diskutierten Creative Industries demonstriert, mit all seinen Vor- und Nachteilen.

2.4 Wirtschaftliche Bedeutung von Kultur

In Europa waren 2002 rund 2,9 Mio. Personen in kulturellen Berufen beschäftigt, was 1,5% der gesamten Beschäftigung in Europa ausmachte (siehe Abb. 3: Beschäftigung in kulturellen Tätigkeiten, Ginsburgh, V., 2006. S.1188). Wobei 2,5 Mio. Personen in kulturellen Berufen in den damaligen EU-15 arbeiteten. Besonders in Schweden war mit 2,3% der Anteil von kulturellen Berufen im Verhältnis der Gesamtbeschäftigung hoch, gefolgt von Spanien (2,2%), Finnland (2,1%), den Niederlanden (2,0%), Dänemark und Großbritannien (jeweils 1,9%). Österreich lag mit 1,3% knapp unter dem EU Durchschnitt von 1,5%. (Ginsburgh, V., 2006. S.1188)

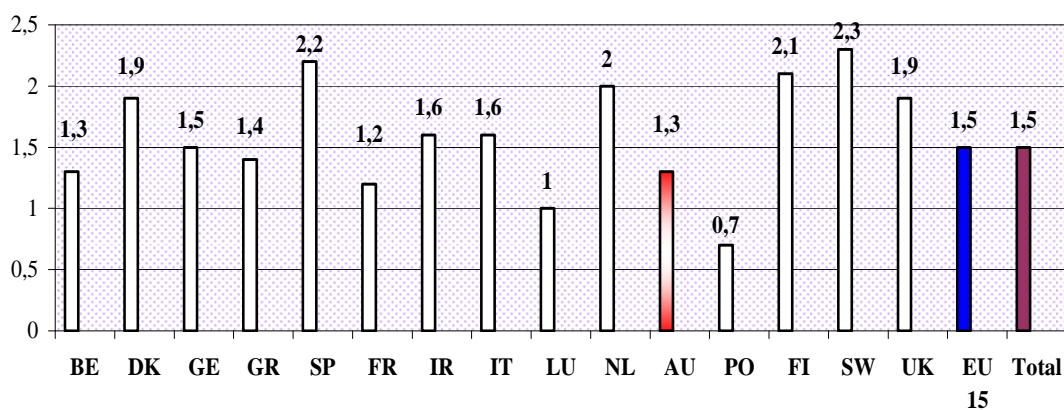


Abb. 3: Beschäftigung in kulturellen Tätigkeiten in Europa im Jahr 2002 (in % der gesamten arbeitenden Landesbevölkerung) Klassifizierung nach ISCO für kulturelle Berufe

Q.: Ginsburgh, V., Throsby, D., Handbook of the economics of art and culture, 2006. S. 1189

Bezüglich der Verteilung der Anteile der verschiedenen kulturellen Berufe gibt es innerhalb Europas hingegen kaum Unterschiede. Wobei die Fraktion an kulturellen Beschäftigten im kommerziellen Sektor sehr groß ist. Während der Periode 1981-1992 konnte vor allem in Frankreich und Großbritannien ein starkes Beschäftigungswachstum in der audiovisuellen- und der darstellenden Kunst beobachtet werden. Erklärungen liegen in der steigenden Anzahl an Beschäftigten in den Creative Industries und im Strukturwandel des Arbeitsmarktes. So wurde in Großbritannien die Unternehmensbildung forciert („*The Enterprise Allowance Scheme*“) und in Frankreich wurden die Sozialversicherungsleistungen für Künstler/innen angehoben (Benhamou, F., 2000. S. 301-319).

2.5 Kulturpolitik

Die staatliche Subventionierung kultureller Einrichtungen hat sich bisher an der Freiheit der Kunst(schaffenden) orientiert. Nach dem Motto „Welche Kultur ist gut für unsere Bürger?“ wurde die Nachfrageseite eher abschätzig behandelt. Privatwirtschaftlich-kommerzielle Kulturbetriebe andererseits handeln nachfrageorientiert, und erleben gerade deshalb einen enormen Boom. Die staatlichen Kulturausgaben machten 1994 ca. 0,2% des Bruttoinlandsprodukts der USA, 0,14% von Großbritannien, und 0,21% von Deutschland aus (Throsby, D., 1994. S.1-29). Innerhalb Europas bestehen die höchsten öffentlichen Kulturausgaben pro Kopf in Frankreich (180 Euro), gefolgt von Österreich (179 Euro) und den Niederlanden (174 Euro) (Throsby, D., 1994). Allerdings sind innereuropäische Vergleiche u. a. durch Klassifikationsunterschiede, schwer durchzuführen.

2.5.1 Europäische Union

Im Original Vertrag von Rom war keine spezifische Kulturpolitik der Europäischen Gemeinschaft, noch irgendwelche gemeinsamen Handlungen im Kulturbereich vorgesehen. Die Politik der EG konnte zu der Zeit nur indirekt in das Feld der Kultur eingreifen. Über wirtschaftliche, soziale, oder rechtliche Übereinkünfte konnte die Lage der Künstler/innen und Kulturunternehmen beeinflusst werden. Der Vertrag von Maastricht war der erste europäische Vertrag mit Kulturpolitikvorgaben. Der Artikel 151 des Amsterdamer Vertrages (vormals Art. 128 des Maastricht Vertrages) definiert die Haupthandlungsfelder im Kulturbereich (EU Präsidentschafts-Konferenz in Visby, Schweden, April 2001):

- *„Verbesserung des Wissens und der Verbreitung der Kultur und Geschichte der europäischen Völker“*,
- *„Erhaltung und Schutz des kulturellen Erbes“*,
- *„nicht-kommerzieller Kulturaustausch“*, und
- *„Stärkung der künstlerischen und literarischen Produktion, inkl. des audiovisuellen Bereichs“*.

Innerhalb Europas bestehen im Wesentlichen drei Subventions-Systeme im Kulturbereich. In Italien und Frankreich besteht ein staatliches „top-down“ System, in dem Beamte und Politiker über die Verteilung entscheiden. Fehlende Transparenz, Lobbying und Vetternwirtschaft sind die Hauptprobleme dieser Subventionspolitik (Ginsburgh, V., 2006. S. 1208). Auf der anderen Seite gibt es das britische System, in dem die Regierung ein Budget an „*Art Councils*“ verteilt, die als unabhängiger Kunstfonds agieren und über die weitere Verteilung entscheiden. Durch die unabhängige Arbeit der Art Councils ist in diesem System weniger Platz für politisches Lobbying (Ginsburgh, V., 2006. S. 1209). Die Niederlande machen von einem „Mischsystem“ Gebrauch, indem ein unabhängiger Art Council in Form eines Experten-Beirats Vorschläge und Ratschläge bezüglich der Budgetverteilung ausspricht. Allerdings entscheidet der Niederländische Kulturminister über die endgültige Budgetverteilung. (Ginsburgh, V., 2006. S. 1209)

Die meisten europäischen Länder bemühen sich internationale Kulturpolitiken zu entwickeln. Daher sind meist der Kulturminister (wenn vorhanden) sowie der Außenminister für die entsprechende Kulturpolitik zuständig. Für die Internationale Positionierung der Kultur sind häufig auch Ressorts für Medien und Sport (Großbritannien), für Unterricht (Finnland), Wissenschaften (Österreich), Sport und Tourismus (Irland), oder Kommunikation (Frankreich) involviert (Ginsburgh, V. 2006, S. 1215). Innerhalb Europas werden auch sehr verschiedene Definitionen der Kulturpolitik formuliert. Die meisten Länder (Dänemark, Finnland, Frankreich, Österreich, Großbritannien und Schweden) machen von einem sehr weit gefassten Konzept Gebrauch. Einige dieser Länder (Schweden, Dänemark und Finnland) binden die Kulturpolitik eng an die Entwicklungspolitik oder eng an Bemühungen Regionen wie den Balkan zu stabilisieren (Frankreich, Österreich, Großbritannien). In Dänemark, Finnland, Schweden und Großbritannien wird eine enge Verbindung zu den boomenden Creative Industries gepflegt, wohingegen v. a. Frankreich, Irland und Ungarn eher auf die herkömmlichen Künste, Kulturerbe und Bibliotheken fokussiert sind (Ginsburgh, V., 2006. S. 1215). Bisher scheint Großbritannien das größte wirtschaftliche Interesse an Kultur zu haben. Zusammen mit den Niederlanden versucht Großbritannien u. a. nationale Künstler/innen zu stärken, damit diese am internationalen Markt bestehen können. Andere Länder, angeführt von Frankreich, versuchen hingegen, mit dem Ziel der Erhaltung kultureller Diversität, den nationalen Markt abzugrenzen (Ginsburgh, V., 2006. S. 1216).

2.5.2 Österreich

Österreich mit seiner Jahrhunderte langen Tradition in Kunst und Kultur zeigt eine immer stärker werdende Tendenz in Richtung Verbindung von Kunst und Wirtschaft, hin zu den Creative Industries. Mit dem Vorbild Großbritanniens wird vor allem im Kunst- und Kulturzentrum Wien ein großer Fokus auf das wirtschaftliche und beschäftigungspolitische Potential der Creative Industries gelegt.

2.5.2.1 Kulturausgaben

Laut Statistik Austria beliefen sich die öffentlichen Kulturausgaben im Jahr 2006 auf ca. 2,11 Mrd. Euro (0,82% des BIP) (Statistik Austria, 2006 a, Kulturfinanzierung, LIKUS-Rahmenwert Erhebung). Pro Kopf ergaben sich damit 254 Euro Kulturausgaben (in Form von Steuern) pro Einwohner/in. Schwerpunkte bei der öffentlichen Unterstützung im Kultursektor lagen laut Statistik Austria 2006 (siehe Abb. 4) auf der Aus- und Weiterbildung (26% der Kulturausgaben), Darstellenden Kunst (24,7%), Museen, Archive, Wissenschaft (16,4%), und dem Baukulturellen Erbe mit 14% der öffentlichen Kulturausgaben. Zwischen 2005 und 2006 sind die Kulturausgaben durchschnittliche um 3,2% gestiegen (Statistik Austria, 2006).

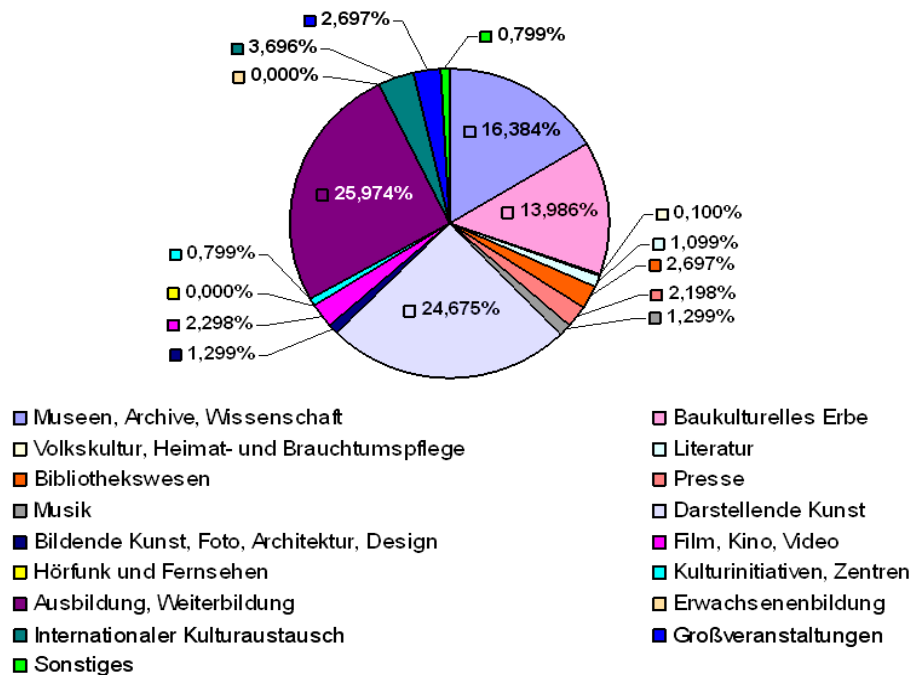


Abb. 4: Staatliche Unterstützung im Kultursektor (in %)

Q.: Statistik Austria, Erstellt am: 15.05.2008.

Wie sich die Ausgaben der privaten Haushalte in Bezug auf u. a. Kulturausgaben verhalten, ist aus Tab. 3 ersichtlich. Somit gab ein österreichischer Haushalt, laut der Konsumerhebung 2004/2005 (Statistik Austria, 2008), im Durchschnitt beispielsweise 34 Euro pro Monat für Kulturveranstaltungen aus.

Tab. 3: Monatliche Verbrauchsausgaben der privaten Haushalte in kulturbezogenen Ausgabengruppen 2004/05

	Gesamt Österreich (2004/05)
	Haushaltsausgaben aller Haushalte in Euro
Gesamtverbrauchsausgaben	2.535,7
Ausgabengruppen:	
Unterhaltungselektronik, Film-, Foto- und EDV	47,1
darunter z.B.:	
Musik-CD, Kassetten	4,9
Unbespielte Ton- und Bildträger	1,4
Sport-, Freizeit- und Kulturveranstaltungen	67,7
darunter z.B.:	
Kulturveranstaltungen	33,9
Kino, Theater, Konzert	9,3
Museum, Ausstellungen, Zoo	1,1
Radio- und Fernsehgebühren	19,4
Printmedien, Papier- und Schreibwaren	37,9
darunter z.B.:	
Bücher	10,9
Unterhaltungselektüre	3,6
Sachbücher	6,8
Zeitungen, Zeitschriften	18,8
Q: Statistik Austria, Konsumerhebung 2004/2005 (Erhebungszeitraum: Sept. 2004 bis Sept. 2005). Erstellt am: 15.05.2008.	

2.5.2.2 Beschäftigungssituation

Laut Statistik Austria (siehe Tab. 4: Erwerbstätige in Kulturberufen und ausgewählten Wirtschaftsklassen 1996-2006) arbeiteten 2006 im Jahresdurchschnitt 58.800 Erwerbstätige in Kulturberufen, was einem Anteil von 1,5% aller österreichischer Erwerbstätigen entspricht. Die größte Berufsgruppe bildeten dabei mit 31.800 Erwerbstätigen „Schriftsteller, Bildende und Darstellende Künstler“, darunter „Autoren, Journalisten und andere Schriftsteller“ mit 13.700 Erwerbstätigen. 16.300 Personen waren in den Berufen der Untergruppe „Künstlerische- und Unterhaltungsberufe (ohne

Sportberufe)“ tätig. Die Auswertung zeigt außerdem weitere interessante Aspekte (siehe Tab. 5: Erwerbstätige in Kulturberufen nach Berufsgruppe, Stellung im Beruf und Arbeitszeit, 2006). So ist mit knapp 22% selbständigen Erwerbstätigen unter „Kulturberufler/innen“, diese Berufsgruppe häufiger selbständig als die Erwerbstätigen insgesamt (14%). Außerdem verfügen Personen in Kulturberufen über eine bessere Ausbildung als die Erwerbstätigen insgesamt, so waren 39% der „Kulturberufler/innen“ im Jahr 2006 Akademiker/innen, im Gegensatz zu nur 13% der Erwerbstätigen insgesamt (Statistik Austria, 2007).

Tab. 4: Erwerbstätige in Kulturberufen und ausgewählten Wirtschaftsklassen (Klassifizierung nach ISCO-88(COM) 1996 bis 2006

ISCO-88(COM), ÖNACE	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
	In 1.000										
Erwerbstätige insgesamt	3.495,1	3.506,1	3.532,6	3.576,0	3.597,0	3.628,3	3.675,3	3.704,4	3.744,0	3.824,4	3.928,3
Erwerbstätige in Kultur- berufen zusammen	44,1	47,7	47,5	36,1	49,5	49,9	54,9	57,3	57,8	51,7	58,8
davon:											
Archiv-, Bibliotheks- und verwandte Informations- wissenschaftler	1,7	2,7	3,3	2,2	2,3	2,3	1,7	2,3	2,8	3,1	3,4
Schriftsteller, bildende oder darstellende Künstler	20,7	20,9	21,4	16,9	22,7	25,1	26,9	31,3	32,1	28,7	31,8
Bediener optischer und elektronischer Anlagen *	5,4	6,5	6,7	5,9	7,3	6,1	6,6	5,4	8,0	6,9	7,3
Künstlerische, Unterhaltungs- und Sportberufe **	16,2	17,7	16,0	11,0	17,2	16,4	19,6	18,3	14,9	13,1	16,3
	Anteil der Erwerbstätigen in Kulturberufen an allen Erwerbstätigen (in %):										
	1,26	1,36	1,34	1,01	1,38	1,37	1,49	1,55	1,54	1,35	1,50

Q: Mikrozensus Jahresdurchschnitt. - Erstellt am 18.12.2007

* Ab 2004 ohne ISCO-Berufsgattungen 3132 "Fernseh-, Rundfunk- und Telekommunikationsanlagenbediener" und 3133 Bediener medizinischer Geräte.

** Ab 2004 ohne ISCO-Berufsgattung 3475 "Athleten, Berufssportler und verwandte Fachkräfte".

Tab. 5: Erwerbstätige in Kulturberufen nach Berufsgruppe, Stellung im Beruf und Arbeitszeit, 2006

ISCO-88(COM)	Gesamt	Stellung im Beruf				Arbeitszeit		
		Selbstständig	Unselbstständig	darunter:		0-35 Stunden	36+ Stunden	stark schwankend
				unbefristet	befristet			
in 1.000								
Erwerbstätige insgesamt	3.928,3	531,5	3.396,7	3.089,9	306,8	892,4	2.995,4	40,4
darunter:								
Archiv- Bibliotheks- und verwandte								
Informationswissenschaftler	3,4	0,2	3,2	2,6	0,6	0,6	2,6	0,2
Schriftsteller, bildende und darstellende Künstler	31,8	13,0	18,8	15,5	3,4	8,8	20,9	2,1
Schriftsteller, bild. u. Darstell. Künstler	2,9	2,3	0,6	0,5	0,1	0,8	1,7	0,4
Autoren, Journalisten u. andere Schriftsteller	13,7	3,5	10,2	9,0	1,2	3,5	9,8	0,4
Bildhauer, Maler u. verw. Künstler	6,8	4,1	2,7	2,2	0,5	1,4	5,1	0,3
Komponisten, Musiker u. Sänger	6,1	2,3	3,8	3,1	0,8	3,0	2,7	0,4
Film-, Bühnen- u. sonst. Schauspieler, Regisseure, Choreographen u. Tänzer	2,3	0,8	1,5	0,6	0,9	0,1	1,6	0,6
Photographen u. Bediener von Bild- u. Tonaufzeichnungsanlagen	7,3	3,6	3,7	3,4	0,3	1,6	5,5	0,1
Künstlerische Unterhaltungsberufe *	16,3	4,9	11,4	10,8	0,6	3,7	12,3	0,3
Kulturberufe zusammen	58,8	21,6	37,2	32,4	4,8	14,8	41,3	2,7

Q: Mikrozensus Jahresdurchschnitt 2006. – Erstellt am 18.12.2007

* Ohne ISCO-Berufsgattung 3475 "Athleten, Berufssportler und verwandte Fachkräfte"

2.5.3 Vereinigte Staaten von Amerika

„In the United States art, mostly imported, never has become a central part of our social bond. Baseball is more like it [...]“

(Van den Haag, E., 1990. S.6)

„[...] weil Demokratie die religiöse und politische Patronage kulturellen Schaffens eliminiert und diese damit verstärkt dem Markt aussetzt. Diese Tendenz war in den USA angesichts eines tief verwurzelten Misstrauens gegenüber dem Staat von Anfang an stärker ausgeprägt als in anderen Ländern. [...] bis in die 1930er Jahre keinerlei staatliche Subventionen für kulturelle Institutionen gab und auch heute noch staatliche Zuschüsse für Kultur vergleichsweise gering sind. Das Resultat ist eine viel früher einsetzende und weiterreichende Kommerzialisierung der Kultur als in Europa.“

(Lösche, P., Von Loeffelholz, H.D., 2004. S.700)

In den USA gab es im Gegensatz zu Europa nie eine klar ausgesprochene Kulturpolitik und staatliche Unterstützungen wurden auch erst nach 1933 institutionalisiert. Statt einer einheitlichen Kulturpolitik besteht in den USA eine große Anzahl an kulturpolitischen Maßnahmen und Ansätzen, die u.a. oft widersprüchlich sind und schlecht artikuliert werden. Denn in Amerika ist die alleinige Verantwortung einer einzelnen Organisationseinheit für einen größeren Bereich des öffentlichen Lebens, von der Verteidigung bis zur Kultur, äußerst selten. So kamen 2001 von rund 17 verschiedenen Organisationseinheiten direkte finanzielle Unterstützungen für den Kultursektor. (Seaman, B.A., 2002. S.26) Trotz kaum definiertem Handlungskurs in der „Kulturpolitik“, blieb die „Kulturpolitik“ in den USA über das letzte Jahrhundert eher stabil. Wobei generell eher wenig direkte finanzielle Unterstützung der Kunst und Kultur durch den Staat besteht. So machte die direkte staatliche Unterstützung für Kunst und Kultur im Jahr 2000 ca. drei Mrd. US Dollar aus (Ginsburgh, V., 2006. S.1235). Wobei die Finanzierung der staatlichen Museen und des öffentlichen Rundfunks etwa 60% der gesamten staatlichen Unterstützung ausmachte. Hingegen fällt beispielsweise die staatliche Unterstützung in Bezug auf die künstlerische Ausbildung eher gering aus. Es gibt zwar einige staatliche Universitäten, die künstlerische Programme anbieten,

allerdings wird der Großteil dieser Ausbildungen an privaten Universitäten und Konservatorien angeboten (Ginsburgh, V., 2006. S.1237).

Den größten Teil staatlicher Unterstützung nimmt die indirekte Unterstützung durch das Steuersystem ein. Dieses System der Steuerbegünstigungen auf u. a. Einkommen und Eigentumstransfers stammt schon aus dem Jahr 1913, und ermöglicht u. a. einen günstigeren und unkomplizierten Handel mit (teuren) Kunst- und Kulturgütern. Die somit erzielten Einnahmen von Kunst und Kultur durch private Zuwendungen beliefen sich im Jahr 2001 auf ca. 12,14 Mrd. Dollar (AAFRC Trust for Philanthropy, 2002. S.11). Private Zuwendungen sind der Motor der US amerikanischen Kunst und Kulturlandschaft. Unter anderem deshalb hat sich in den USA bereits eine eigene Fundraising-Branche etabliert. 1960 wurde der Berufsverband Association of Fundraising Professionals mit über 20.000 Mitgliedern gegründet. Das gesamte Volumen an erworbenen Mitteln („*charitable money*“) beträgt mittlerweile etwa 212 Mrd. US Dollar (2001) (AAFRC, 2002).

Die US Amerikaner sehen die Entscheidungs-Verlagerung über die Verteilung der finanziellen Mittel auf die Öffentlichkeit als den einzig möglichen Weg, Bürokraten und Politiker außen vor zu lassen (Netzer, D., 1992). Allerdings ist bereits eine Abnahme der privaten Unterstützung für die Kunst und Kultur feststellbar, daher werden US amerikanische Kulturinstitutionen immer stärker auf ihre marktwirtschaftlich erzielten Einnahmen angewiesen sein (Ginsburgh, V., 2006. S.1309).

Immer mehr europäische Länder, vor allem Großbritannien, nehmen die USA in Sachen Kulturfinanzierung zum Vorbild, und treiben u. a. die Privatisierung kultureller Institutionen voran. Dabei nehmen die USA besonders im kulturellen Bereich eine Sonderstellung ein, denn ein großer Vorteil der amerikanischen Kultur im Wettkampf mit anderen Kulturen war, durch diverse Einwanderungswellen, schon immer ihre Multikulturalität. Daher war die amerikanische Kultur und v. a. Kunst schon immer „global“ (Lösche, P., 2004. S.749). Hinzu kommt, dass aufgrund der mangelnden staatlichen Unterstützung, US amerikanische Kunst- und Kulturbetriebe seit jeher marktabhängig agieren müssen, und die US amerikanische Kunstwirtschaft somit gegenüber der europäischen, trotz deren Jahrhunderte langen Kulturtradition, einen gewissen „Startvorteil“ in der Verbindung von Kunst und Wirtschaft und somit für die Forcierung der Creative Industries hat (Lösche, P., 2004. S. 758).

3 Creative Industries

Der Begriff der Creative Industries hat sich in den letzten Jahren auf die ganze Welt ausgebreitet. Kaum eine Nation preist nicht die Vorteile dieser neuen Verbindung von Kunst und Kultur und Wirtschaft an. Kaum eine Regierung verspricht sich nicht Wirtschafts- und Beschäftigungswachstum durch diesen boomenden Industriezweig. Aber nicht jeder sieht die Vorteile so uneingeschränkt, denn ein großes Manko dieses Wirtschaftsbereichs ist dessen mangelnde Definitionsmöglichkeit. Die sich daraus ergebenden Unterschiede in statistischen Erhebungen resultieren in einem möglicherweise überschätzten Wirtschaftspotential.

3.1 Definition

„The cultural or creative industries can be defined as industries that mass-produce goods and services with sufficient artistic content to be considered creative and culturally significant.“

(Ginsburgh, V., 2006. S.1086)

Politiker und Wirtschaftsvertreter in allen Teilen der Welt preisen seit einigen Jahren die Kreativität bzw. die Creative Industries als Brückenschlag zwischen Ökonomie und Kunst und Kultur, der für beide Seiten vorteilhaft wäre, an. Es wird behauptet, dass die heutigen Creative Industries einige der am schnellsten wachsenden Sektoren der Weltwirtschaft repräsentieren, im großen Ausmaß zu Exporteinnahmen und dem Bruttoinlandsprodukt beitragen, und eine Vielzahl ökonomischer und nicht ökonomischer Nutzen bringen würden. Allerdings haben all diese Behauptungen eines gemeinsam: es gibt kaum Beweise um sie zu unterstützen. Denn der Begriff Creative Industries erscheint dahingehend zu vage und übervereinfachend. Auch die Definition der Regierung Großbritanniens aus dem Jahr 1998 (DCMS, 1998) trägt nicht viel zur Klärung bei. So vage und breit formuliert, wird die Definition fast bedeutungslos. Denn kaum eine Industrie oder Arbeitnehmer fällt nicht in die Beschreibung, kaum ein Geschäft produziert nicht geistiges Eigentum.

“[The creative industries are] those industries which have their origin in individual creativity, skill and talent and which have a potential for wealth and job creation through the generation and exploitation of intellectual property.”

(Department for Culture, Media and Sport, DCMS, 1998)

Viele Regierungen haben diese Definition allerdings übernommen, darunter Taiwan, Singapur, Korea, Hongkong, Kanada, Australien und Neuseeland, mit dem Ziel den Status der Kunst und Kultur vom Bereich der Kulturpolitik in den Bereich der Wirtschaftsentwicklung zu bringen.

In den Creative Industries sind sehr heterogene Wirtschaftszweige integriert, bei denen die Kreativität ein essentieller Input Faktor bei der Produkt- und Dienstleistungserstellung ist. Somit gelten die Creative Industries als Überbegriff für alle oder einige Kunstbereiche, die Medien und Unterhaltungs-Industrien, und andere an der Wissensgesellschaft beteiligte Branchen. Es werden somit rein marktwirtschaftlich orientierte Teilbereiche bzw. auch Bereiche an der Schnittstelle zwischen Kunst und Wirtschaft umfasst. Der Begriff Creative Industries wurde gerade auch aus diesem Grund gewählt, denn Kreativität ist, im Gegensatz zu Kunst und Kultur, Bestandteil beider Welten, der Kunst- und der Wirtschaftswelt, und hebt somit die Trennung dieser beiden Bereiche auf.

“Creative industries can be defined as the cycle of creation, production and commercialization of products and services that uses knowledge and intellectual capital as primary inputs. They deal with the interplay of various subsectors ranging from traditional crafts, books, and visual and performing arts, to more technology-intensive and services-oriented fields such as the music and film industries, television and radio broadcasting, new media and design.”

(UNCTAD, Januar 2008)

Die Konferenz der Vereinten Nationen für Handel und Entwicklung (UNCTAD) teilt die Creative Industries in die Bereiche Darstellende Kunst, audiovisueller Bereich, kreative Dienstleistungen (Architektur, Werbung, etc.), Neue Medien, Design, Verlags- und Druckwesen, Bildende Kunst, und kulturelles Erbe ein (siehe Abb. 5).

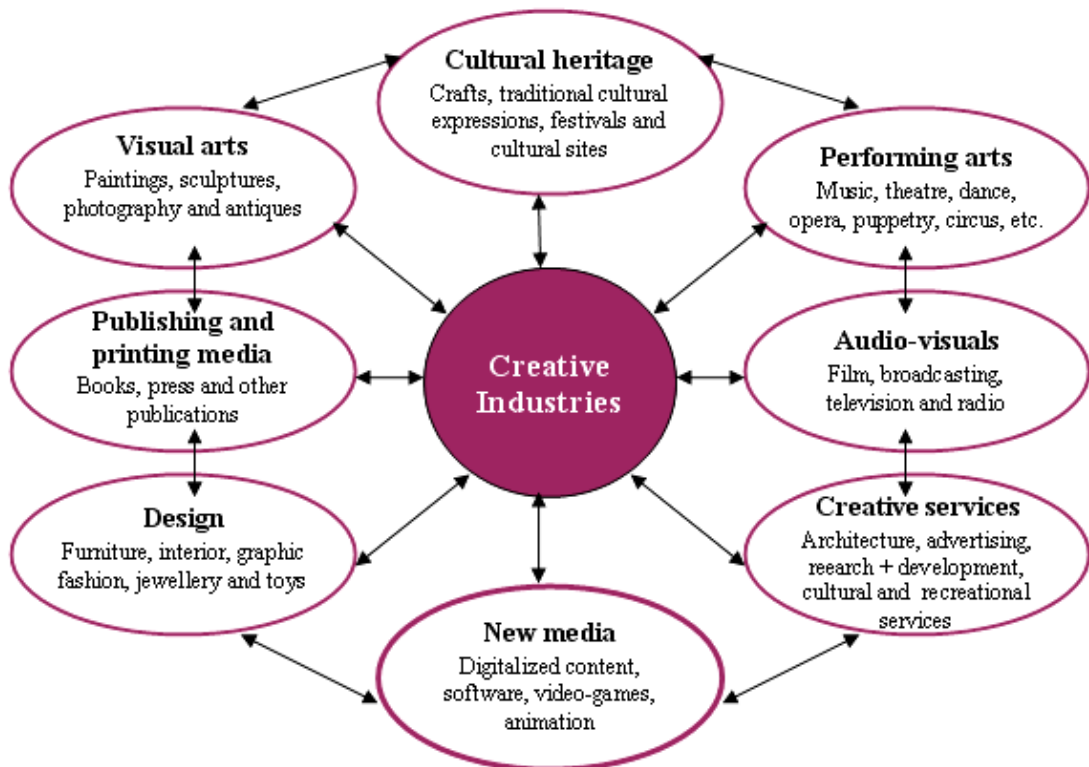


Abb. 5: Klassifizierung der Creative Industries (UNCTAD, 2008)
Q.: UNCTAD, 2008

Einer der Auslöser der weltweiten Politisierung der Creative Industries war das britische „Creative Industries Mapping Document“ das erstmals 1998 (DCMS, 1998) herausgegeben wurde.

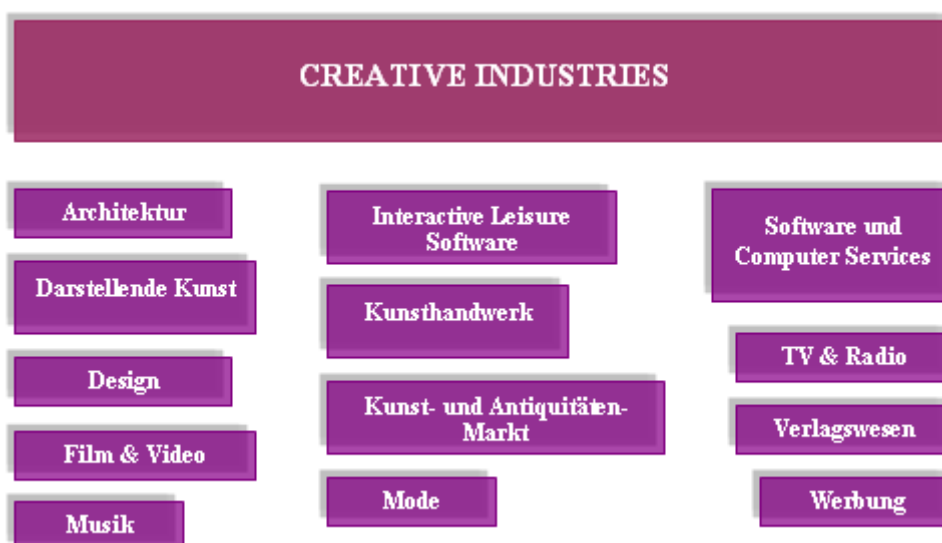


Abb. 6: Klassifizierung der Creative Industries (Großbritannien)
Q.: DCMS, 1998

Dem britischen Mapping Dokument zufolge werden in Großbritannien 13 Bereiche, *“advertising, architecture, the art and antiques market, crafts, design, designer fashion, film, interactive leisure software, music, the performing arts, publishing, software and computer services, television and radio”* zu den Creative Industries gezählt (siehe Abb. 6: Klassifizierung der Creative Industries (Großbritannien), DCMS, 1998; DCMS, 2008).

Da Großbritannien als Vorreiter in Sachen Creative Industries gilt, haben viele der restlichen europäischen Länder diese Definition und die Einteilung der Creative Industries (mit kleinen Abweichungen) übernommen. Auch in Österreich wird mit einer ähnlichen Einteilung der Creative Industries gearbeitet (WIFO, Juli 2006):

- Musikwirtschaft
- Architektur
- Literatur/Verlagswesen und Printmedien
- Audiovisueller Bereich
- Bildende Kunst und Kunstmarkt
- Grafik, Mode, Design
- Multimedia, Software, Spiele, Internet
- Darstellende- und Unterhaltungskunst
- Museen und Bibliotheken
- Werbung

Wie sich die Untergliederung der Creative Industries innerhalb der EU unterscheidet wird im Zweiten Österreichischen Kreativwirtschaftsbericht von 2006 (ARGE Creativ Wirtschaft Austria, 2006) dargestellt (siehe Tab. 6: Vergleichender Überblick über Definitionsansätze für die Kreativwirtschaft). Demnach ist ganz klar Großbritannien Vorbild für Definitions- bzw. Einteilungsbemühungen vieler europäischer Länder. Hervorstreichen ist allerdings, dass sich einige Länder (Deutschland, Frankreich, Spanien) bereits in der Bezeichnung gegen das britische „marktwirtschaftliche“ Modell stellen und bei kulturbehafteten Begriffen wie „Kulturwirtschaft“ bleiben.

Tab. 6: Vergleichender Überblick über Definitionsansätze für die Kreativwirtschaft

	UK	Österreich		Finnland	Deutschland	
Bezeichnung:	Creative Industries	Kreativwirtschaft Österreich/Wien		Creative Industries	Kulturwirtschaft	
Branchen:						
Architektur	x	Visuelle Kunst	x	x	x	
Archive	x	Kulturelles Erbe	x			
Audiovisueller Bereich (Film, TV, Radio)	x	x	x	x (Medien)	x	
Darstellende Kunst	x	x	x	x (Theater)	x	
Design	x	Visuelle Kunst	x (und Grafik)		x	
Kunsthandwerk	x			x	x	
Kunstmarkt	x	Visuelle Kunst	x		x	
Literatur-/Verlagswesen	x	x	x	x	x	
Mode	x		x	x		
Multimedia	Interaktive Computerservices	Visuelle Kunst	x		x	
Museen		Kulturelles Erbe	x		Kult. Erbe	
Musikwirtschaft	x	Darstellende Kunst	x	x	x	
Phonomarkt *					x	
Software	x		x	x	x	
Visuelle Kunst		+ Bild. Kunst	Bildende Kunst			
Werbung	x	x	x	x	x	
	Spanien	Frankreich		EU	Schweiz	Ungarn
Bezeichnung:	Industries culturelles	Industries Culturelles	Secteur culturel	Cultural-sector	Kultur- bzw. Kreativwirtschaft	Kultur- und Kreativwirtschaft oft als Synonym
Branchen:						
Architektur			x	x	x	x
Archive	x		x	x	Literatur/Verlagswesen	x (Kulturwirtschaft)
Audiovisueller Bereich (Film, TV, Radio)	x	x	x	x	x	x
Bibliotheken	x		x	x	Literatur/Verlagswesen	x (Kulturwirtschaft)
Darstellende Kunst	x		x	x	x	x
Design				x	x	x
Kunsthandwerk					x	x
Kunstmarkt					x (+ Bild. Kunst)	x
Literatur-/Verlagswesen	x	x	x	x	x	x
Mode						x
Multimedia	x	x		x		Interaktive Computerservices
Museen	x (+ Kult. Erbe)		x	Kult. Erbe	Kunstmarkt	x (Kulturwirtschaft)
Musikwirtschaft	x			x	x	x
Phonomarkt *		x	x		x	
Software						x
Visuelle Kunst	x			x		
Werbung				x	x (Zürich)	x
* Phonomarkt wird in manchen Studien als solches eigens ausgewiesen, während er in anderen Studien Teil der Musikwirtschaft ist.						
Q.: KMU Forschung Austria (ARGE Creativ Wirtschaft Austria, 2006)						

Das Urheberrecht (engl. *copyright*) spielt in den angeführten Bereichen der Creative Industries eine zentrale Rolle, weshalb der Begriff „*Copyright geschützte Industrien*“ auch als Synonym für die Creative Industries genutzt wird. Allgemein lässt sich die Kreativindustrie von herkömmlichen Kulturbetrieben durch den rechtlichen Status und die Größe der integrierten Betriebe unterscheiden. Die Creative Industries beinhalten alle Prozesse der üblichen Kulturbetriebe (siehe Abb. 7) vom Entwurf bis zur Distribution, nur wird der Schwerpunkt auf den ökonomischen Hintergrund bzw. auf die Marktorientierung dieser Abläufe und der „Produkte“ gelegt (siehe Abb. 8). Die sonst im Kulturbetrieb übliche Einmaligkeit des Produkts („Produktperspektive“) wird hier zu Gunsten der Wirtschaftlichkeit geschwächt.

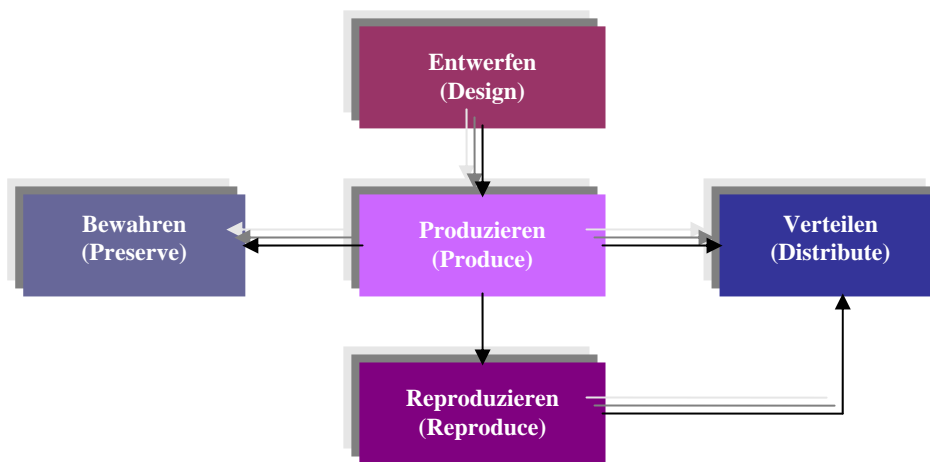


Abb. 7: Die Funktionen von Kulturbetrieben
Q.: Klein, A., 2004

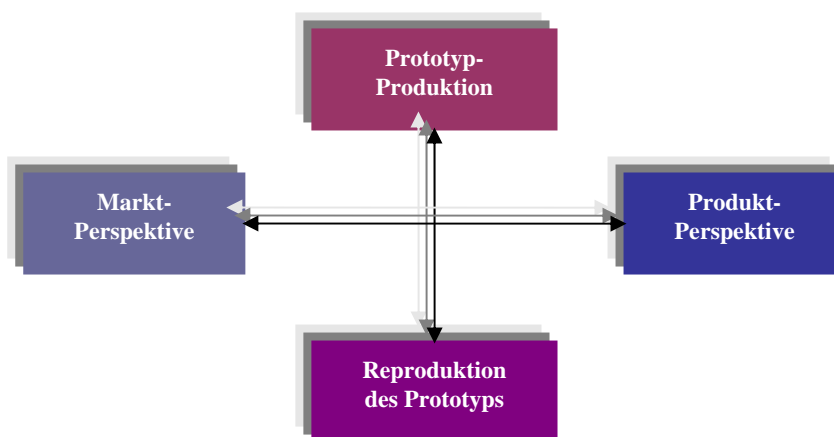


Abb. 8: Kriterien für die Unterscheidung zwischen Organisationen im Kunstsektor und Kulturbetrieb
Q.: Klein, A., 2004

Diese wirtschaftliche Ausrichtung des Denkens zeigt sich auch in der Ausrichtung hin zum Markt bzw. hin zum Kunden. So kann in den Creative Industries seit jeher eine gewisse Agglomeration bzw. Clusterbildung beobachtet werden. Erklärungen dieses Phänomens liegen in der gesteigerten Kundenanziehung (u. a. Minimierung der Reisezeit der Kunden, und Steigerung der Vielfalt auf engem Raum), und in der Erzielung von Economies of scale und -scope auf der Anbieterseite. Ein weiterer wichtiger Effekt der Clusterbildung ist das größere Angebot an künstlerischen Arbeitnehmern (z.B. New York, Film Industrie in Los Angeles), die durch das große Angebot an möglichen Arbeitgebern angezogen werden.

Im Gegensatz zu beispielsweise den darstellenden Künsten sind andere Kunstbereiche nicht von der Nähe zu ihren Konsumenten oder anderer (intermediärer) Produzenten abhängig. Schriftsteller, Maler, Komponisten bilden selten Cluster aus, und wenn dann häufig nur wegen der gegenseitigen Inspiration („*creative spillovers*“) (Ginsburgh, V., 2006. S. 1090). Als Beispiele für Clusterbildungen im Bereich der Creative Industries, können London, New York, Los Angeles, oder auch Wien genannt werden.

3.2 Creative Industries vs. Cultural Industries

Als eines der ersten Länder verwendete Großbritannien den Begriff der Creative Industries im Jahr 1997, und ersetzte den weit verbreiteten Begriff der Cultural Industries, der jedoch in einzelnen europäischen Ländern weiterhin als Standard gilt.

Der Begriff der Cultural Industries zeigt an, dass die Kreativität aus einem spezifischen kulturellen Kontext und kulturellem Schwerpunkt von Ideen, Werten und Traditionen entsteht. Wohingegen der Begriff der Creative Industries die Neuheit von Ideen und Produkten betont und die Kreativität in den Kontext von individuellem Talent, Innovation und Produktivität stellt (Bilton, C., 2007).

Länder wie Großbritannien, Taiwan, Singapur und China sind auf den neuen Begriff „Creative Industries“ umgestiegen. Australien, Kanada, Neuseeland und Korea haben zwar „*creativity*“ in ihre Rhetorik aufgenommen, den Begriff der Creative Industries jedoch noch nicht durchgängig akzeptiert. Manche europäische Länder wie Frankreich bevorzugen nach wie vor den Begriff der Cultural Industries, wie auch die UNESCO. Denn Europa zögert, industrielle Einsatzfelder der Kunst und Kultur in seinem kulturellen Verständnis zu berücksichtigen. Europa, und hier vor allem Frankreich,

meiden bisher den Versuch Kultur wie jede andere Ware zu behandeln (frz. „*exception culturelle*“) und weigern sich neo-liberalen Bemühungen nachzugeben, die staatliche Instrumente zum Schutz kultureller Produkte vor dem Markt (Subventionen, Quoten, etc.) aufzuheben versuchen. In diesen Ländern wird meist von der Kulturindustrie im engeren Sinn, die sich noch stärker auf das künstlerische Schaffen und dessen Besonderheiten konzentriert, (Musik-, Theaterwirtschaft, Museen, Buch- und Literaturmarkt, Kunstmarkt, Filmwirtschaft, Rundfunkwirtschaft, Architektur, Designwirtschaft, Darstellende Kunst) und von Kulturindustrie im weiteren Sinn bzw. Creative Industries, die den Fokus auf Wirtschaftlichkeit und Gewinn richten, (Kulturindustrie i. e. S. und Medienwirtschaft, inkl. Werbung, Software- und Computerspiel-Industrie) gesprochen (Weckerle, C., Söndermann, M., 2003; Enquete-Kommission, 2007).

Der sich verbreiternde Begriff der Creative Industries beinhaltet u. a. die Fokussierung auf das Individuum. Er stellt Kreativität mit Innovativität, und Wert mit Profit gleich. Der kollektive Prozess und die Traditionen, durch die Talente, Ideen und Werte erworben werden, werden hingegen heruntergespielt. Genau diese kollektiven Werte und Systeme wurden und werden jedoch vom Begriff der Cultural Industries vertreten.

Mit den jeweiligen Unterschieden in der Bezeichnung für den Wirtschaftsbereich Kunst und Kultur, unterscheiden sich auch die Ausmaße der staatlichen finanziellen Unterstützung für diesen Bereich.

3.3 Kulturpolitik vs. Creative Industries

In Europa bestehen zwischen den Ländern immense Unterschiede in Bezug auf das Ausmaß öffentlicher Ressourcen, die für Kunst und Kultur zur Verfügung gestellt werden, und in Bezug auf die Art und Weise wie diese Ressourcen eingesetzt werden. Administrative Strukturen variieren stark, von Kunstbeiräten bis zu eigenen Kulturministerien. Außerdem bestehen in Europa subregionale und supregionale Interessen in der Kulturpolitik, wobei die Europäische Union ein Interesse daran hat in einzelnen Bereichen eine paneuropäische Kulturpolitik zu entwickeln.

Im Gegensatz dazu haben die Vereinigten Staaten von Amerika noch nie ein besonderes Interesse an der Formulierung spezifischer Kulturpolitiken auf zentralem

Regierungsniveau gehabt. In den USA werden Kunst und Kultur eher indirekt, durch Steuerzugeständnisse u. a. an Privatsammler und Privatbesitzer von kulturell wertvollen Stätten, unterstützt. Diese indirekte Finanzierung der Kultur durch den Staat überwiegt mit ca. 1,7 Mrd. Dollar (1999), bei weitem die direkte Staatliche Unterstützung, ca. im Verhältnis 16 zu 1 (Ginsburgh, V., 2006, in Bezugnahme auf: National Endowment for the Arts allocations, www.arts.endow.gov). Steueranreize und vor allem der „philanthropische Charakter“ (Ginsburgh, V., 2006) der Amerikaner stimulieren hier Kulturspenden.

Je nach dem ob Kreativität als individuelle Eigenheit (angloamerikanische Ansicht) oder als auf kollektive Traditionen aufbauend (traditionell europäische Ansicht) angesehen wird, führt dies zu unterschiedlichen Kulturpolitiken.

Wird das Englische Model der Creative Industries herangezogen, das Kreativität durch individuelle Fähigkeiten, Innovation und Produktivität definiert, wird eher eine neo-liberale Politik vertreten, die keinerlei Unterstützung zulässt und den Markt vollkommen öffnet. In abgeschwächter Form unterstützen Talentbasierende Kulturpolitiken die Entwicklung des individuellen Talents, als Schlüssel einer erfolgreichen Kreativwirtschaft. Diese Form der Kulturpolitik kann momentan in Singapur beobachtet werden, wo Kunstförderunterricht an Schulen entwickelt wird, um begabte Kinder zu fördern. Die geförderten Kreativen werden, so ist die Hoffnung, ohne weiteren Schutz am Markt bestehen können (Bilton, C., 2007). In Großbritannien werden Start-up Unternehmen im Kreativbereich staatlich unterstützt, allerdings sind spätere staatliche Unterstützungen limitiert.

Als weitere Abweichung einer neo-liberalen Kulturpolitik gilt die Orientierung auf die nationale Entwicklung. Hier wird der offene Markt vermieden, indem nationale Kreative mit Subventionen und durch Importquoten geschützt werden. Als Beispiel dieser Kulturpolitik kann Irland angesehen werden. Hier versucht die Regierung Investitionen in die heimische Film- und Musikindustrie, durch das Angebot von Steuererleichterungen für Filmschaffende, die heimisches Talent, Einrichtungen und Produktionsorte nutzen, zu fördern (Bilton, C., 2007).

Wird Kreativität jedoch eher unter einem systemischen Gesichtspunkt gesehen, versucht die daraus resultierende Kulturpolitik die Infrastruktur, Netzwerke und Kollaborationen

zu unterstützen. Der Schwerpunkt liegt so auf der Entwicklungsphase der Kreativität. Im Rahmen dieser Kulturpolitik werden die Rahmenbedingungen kreativer Prozesse sichergestellt. So haben Schwedische Lokalregierungen in den Aufbau einer lokalen Infrastruktur für Musiker investiert (Bilton, C., 2007), und Frankreich unterstützt im Rahmen seiner Kulturpolitik nicht nur die französische Filmproduktion sondern auch die Filmdistribution und –Vorführung.

Die systemorientierte Kulturpolitik kann allerdings auch den Effekt der Instrumentalisierung der Kunst für politische- oder kollektive Zwecke haben, wie in drastischer Weise während des Kommunismus in osteuropäischen Ländern beobachtet werden konnte. Die meisten heutigen Kulturpolitiken integrieren jedoch eine Bandbreite an Mechanismen all der genannten Kulturpolitik-Schwerpunkte.

Im Gegensatz zu der bisher üblichen Kulturpolitik werden allerdings die heutigen Creative Industries nicht von nationalen Regierungen, sondern von einigen wenigen transnationalen Unternehmen gelenkt, die das Ziel des freien Handels mit kulturellen Gütern verfolgen. Allgemein kann gesagt werden: der Fokus auf Kultur stärkt nationale Grenzen, während individuelle Kreativität (Creative Industries) diese Grenzen auflöst, mit all seinen Vor- und Nachteilen. Einige Regierungen schwenken momentan vom Kultur-Schwerpunkt zu jenem auf die Creative Industries um. So hat Korea in der Vergangenheit seine nationale Filmindustrie unter der Verwendung von Quoten und Subventionen, aggressiv verteidigt. Seit einiger Zeit hat Korea allerdings begonnen seine Märkte zu öffnen und etablierte Handelsvereinbarungen mit einigen seiner Nachbarländer. Korea profitiert nun von beiden „Welten“, einerseits konnte die heimische Filmwirtschaft durch den staatlichen Schutz gedeihen und andererseits kann nun vom Vorteil eines globalen Marktes profitiert werden.

3.4 Wirtschaftliche Bedeutung

In den meisten Ländern, die Studien bezüglich der Creative Industries vorweisen können, beträgt der Anteil der Creative Industries am Bruttoinlandsprodukt ca. 5%, wobei auch ein jährliches Wachstum von ca. 5% angenommen werden darf (Towse, R., 2003). In Dänemark machten die Creative Industries in den letzten Jahren ca. 5,3%, in Großbritannien ca. 8%, in Schweden ca. 9%, in den USA ca. 7,8%, in Neuseeland ca.

3,1% und in Norwegen ca. 3,5% des Bruttoinlandsprodukts aus (Haraldsen, T., Flygind, S.K., Overvag, K., Pover, D., 2004).

Die Einschätzung der wirtschaftlichen Bedeutung bzw. des Potentials der Creative Industries wird jedoch durch das weit umfasste Spektrum an Organisationen der Creative Industries (kommerzielle Unternehmen, unterstützte Kultureinrichtungen, und Non-Profit Organisationen) erschwert. Noch dazu sind unterschiedliche Kultursparten mit unterschiedlichen Strukturen, Wirtschafts- und Entwicklungspotential eingeschlossen.

Die wesentlichen angepriesenen Potentiale der Creative Industries liegen allerdings u. a. in

- ihrer Bedeutung als Quelle für Innovation und Wachstum für die New Economy,
- ihrem Einfluss auf die Handelspolitik,
- der Möglichkeit der public-private Partnerschaften zur Erhaltung des Kulturerbes,
- ihrer Rolle im Beschäftigungs- und Einnahmenwachstum (Ersatz für industrielle Produktion), und
- ihrer Auswirkung auf die rechtliche und wirtschaftliche Lage des geistigen Eigentums.

(Geldner, N., 2000; WIFO, 2004)

Der Nutzen der Creative Industries wird von vielen nicht in ihrer eigentlichen wirtschaftlichen Bedeutung, sondern eher in der Form ihrer Organisation gesehen. Die Komplexität der Creative Industries, deren Netzwerke und unvorhersehbaren, asymmetrischen Beziehungen zwischen Produzenten, Konsumenten und Zwischenhändlern, und die dadurch entstandenen neuen Wege zur Geschäftsabwicklung, machen diesen Wirtschaftssektor als Model für andere herkömmliche Industrien so interessant (Lash, S., Urry, J., 1994. S.123).

3.5 Länderübersicht

Wie sich die Lage der Creative Industries in den einzelnen Ländern darstellt, wird im folgenden Unterabschnitt näher beschrieben, wobei besonders auf die Situation in Österreich und v. a. in Wien, als größter Creative Industries Cluster Österreichs, eingegangen wird. Die Situation und Entwicklung der Creative Industries in den USA und Großbritannien, als Auslöser für die europäische Diskussion zum Thema Creative Industries, werden in einem kurzen Vergleich dargestellt.

3.5.1 Kontinentaleuropa

Zahlen bezüglich der Beschäftigung und Einkommen in den Creative Industries auf einem europäischen Niveau sind bisher auf einer systematischen Basis nicht vorhanden, daher sind Vergleichsstudien bezüglich des Ausmaßes des Kultursektors oder der Creative Industries in Europa schwer durchzuführen. Zwei unabhängige Berechnungen bezüglich der Größe der Creative Industries zeigen folgendes Bild für Großbritannien und Spanien.

Laut einer Studie des Department of Culture, Media and Sport (DCMS, 2001) macht der Anteil der Creative Industries des britischen Bruttoinlandsprodukts ungefähr 5% aus, wobei 1,3 Mio. Menschen in diesem Sektor beschäftigt werden.

Eine spanische Studie aus dem Jahr 2003 (García, M.I., et al., 2003. S. 9-30) zeigt, dass die „*cultural industries*“ und „*leisure industries*“ etwa 4,5% zum Bruttoinlandsprodukt beitragen, und etwa 7,8% der spanischen Arbeitnehmer beschäftigen. Wobei die kulturelle Tätigkeit auf Zentren wie Madrid und Katalonien konzentriert ist.

Auch in Österreich ist die kulturelle Tätigkeit auf das Hauptzentrum Wien konzentriert (neben Subzentren wie Salzburg oder Graz). Allerdings hat Wien bzw. Österreich im Gegensatz zu Spanien, Deutschland, oder Frankreich eine stärker werdende Tendenz in Richtung Creative Industries und ihren Fokus auf die Wirtschaftsseite der Kunst.

3.5.1.1 Österreich

Mit der größten Anzahl an Komponisten/Musikern pro Mio. Einwohner war Österreich in der Vergangenheit führend. Österreich brachte auch, relativ zur Größe der Population, die größte Anzahl an Komponisten hervor. (Ginsburgh, V., 2006. S.124) Trotzdem wurde die Freiheit der Kunst erst spät, 1982, verfassungsrechtlich verankert.

Seit dem Zweiten Weltkrieg hatte die Kultur meist ein eigenes Ministerium. In den 90er Jahren kam es zu Umschichtungen und Aufteilungen des Kulturressorts. Bis schließlich Anfang 1997 die Kunst, unter starkem Protest der Kunstschaffenden, zur direkten Zuständigkeit des Bundeskanzlers („Chefsache“) wurde. Seither wird die Kunst von einem Staatssekretariat für Kunst, Sport und EU betreut.

Die Österreichische Kunst und Kultur ist von einem sehr traditionalistischen Kunstverständnis und der Wahrung des kulturellen Erbes, aber auch von einer sozialen Absicherung künstlerischer Tätigkeit durch den Staat und durch die Selbstorganisation der Künstler geprägt. Anfang der 70er Jahre wurde die österreichische Künstler-Union (ÖKU), bestehend aus Interessensvertretungen freischaffender Künstler sowie Verwertungsgesellschaften, gegründet, mit dem Ziel der Etablierung einer Kulturpartnerschaft mit Politik und Wirtschaft. Aufgrund von Interessensgegensätzen wurde die ÖKU 1982 aufgelöst. Seither gibt es zahlreiche Interessensgemeinschaften, u.a. die IG Autoren, die IG Kultur, die IG Bildende Kunst, die IG Galerien für zeitgenössische Kunst, die IG Freie Theaterarbeit, die IG Architektur, und die Design Austria.

Im Jahr 2000 wurde Franz Morak Staatssekretär für Kunst, der für eine Neuausrichtung der Kulturpolitik und für eine Orientierung an der Kreativwirtschaft eingetreten ist. Wie 20 Jahre zuvor in Großbritannien, kritisierte Herr Morak die herrschende, sozialdemokratisch bestimmte Kulturpolitik. Ein Kreativwirtschaftskonzept sollte hier neue Perspektiven bringen.

„[...] Der wirtschaftliche Wettbewerb wird daher immer mehr auf der kulturellen, kreativen Eben geführt werden müssen [...]. [...] den Wirtschaftsstandort Österreich durch gezielte Investitionen in die Kreativwirtschaft stärken.“

(Ausschnitt aus dem Positionspapier der ÖVP, erstellt am Bundeskongress 2001 in Alpbach)

Finanziert durch Wirtschaftsministerium, Bildungsministerium, Kunststaatssekretariat und der Wirtschaftskammer Österreich wurde im Sommer 2003 der „Erste österreichische Kreativwirtschaftsbericht“ (ARGE Creativ Wirtschaft Austria, 2003) präsentiert, gefolgt von einer „Untersuchung des ökonomischen Potenzials der Creative

Industries in Wien“, beauftragt von der Stadt Wien, der Wirtschaftskammer Wien, und dem Filmfonds Wien (WIFO, 2004).

Beide Studien unterstreichen das ökonomische-, und Wachstums-Potenzial des österreichischen Kreativsektors, und schreiben dem Sektor die Lösung von Standortproblemen zu. Die Untersuchungen zeigten allerdings auch, dass in diesem Wirtschaftsbereich hohe Fluktuationen bestehen und, dass der Anteil an Freelancern, nicht-angestellten-, Teilzeit arbeitenden Arbeitskräften sehr hoch ist, was die statistische Erhebung problematisch macht und die Aussagekraft über das Wachstum beeinträchtigt. Ein Vergleichsproblem ergibt sich außerdem durch unterschiedliche Bereichsunterteilungen. (ARGE Creativ Wirtschaft Austria, 2003; WIFO, 2004)

Im Jahr 2000 wurden 20.866 privatwirtschaftliche Kreativunternehmen in Österreich gezählt (siehe Tab. 7), was einem Anstieg von 33,3% zwischen 1995 und 2000 entspricht. Kreativunternehmen stellten im Jahr 2000 9% aller österreichischer Unternehmen dar bzw. beschäftigen 5% aller Beschäftigten in Österreich. (ARGE Creativ Wirtschaft Austria, 2003)

Laut dem ersten österreichischen Kreativwirtschaftsberichts erwirtschafteten die Kreativunternehmen in Österreich im Jahr 2000 ca. 20,2 Mrd. Euro Erlöse (siehe Tab. 7) und trugen mit ca. 6,6 Mrd. Euro zur Bruttowertschöpfung Österreichs bei. Der Kreativwirtschaftsbericht kommt zum Resultat, dass die österreichische Kreativwirtschaft größer sei als die anderer europäischer Länder. Allerdings sei durch u. a. die unterschiedliche Definitionslage der Kreativwirtschaft innerhalb Europas, ein Beleg schwer möglich. (ARGE Creativ Wirtschaft Austria, 2003)

Im zweiten herausgegebenen Bericht zur Lage der Kreativwirtschaft in Österreich (ARGE Creativ Wirtschaft Austria, 2006) zeigt sich ein ständiger Aufwärtstrend der Creative Industries in Österreich (siehe Tab. 8: Anzahl der Unternehmen, unselbständig Beschäftigten sowie Erlöse und Erträge und Bruttowertschöpfung, 2002-2004, in der Kreativwirtschaft). Demnach trugen die Creative Industries im Jahr 2004 bereits knapp 7,2 Mrd. Euro zur Bruttowertschöpfung Österreichs bei und es konnten knapp 28.700 Unternehmen in diesem Wirtschaftszweig gezählt werden. (ARGE Creativ Wirtschaft Austria, 2006)

Tab. 7: Anzahl der Unternehmen, Beschäftigten sowie Erlöse und Erträge und Bruttowertschöpfung, 1995-2000, in der Kreativwirtschaft

	1995	2000	Veränd. in %
Unternehmen	15.652	20.866	33,3
Beschäftigte*	100.156	129.520	29,3
unselbständige Beschäftigte*	87.343	110.274	26,3
durchschnittliche Unternehmensgröße**	6,4	6,2	-3,0
Erlöse und Erträge in €Mio.	13,537	20,191	49,2
Erlöse und Erträge je Beschäftigten in €1.000	135	156	15,3
Bruttowertschöpfung*** zu Faktorkosten in €Mio.	4,644	6,568	41,4
Bruttowertschöpfung*** zu Faktorkosten je Beschäftigten in €1.000	46	51	9,4
* Im Jahr 1995 waren keine geringfügig Beschäftigten in der Statistik enthalten.			
** Beschäftigte je Unternehmen			
*** Zur Darstellung des Beitrags der Kreativwirtschaft zur Gesamtwirtschaft wird auf die Bruttowertschöpfung zurückgegriffen, da diese, im Vergleich zu anderen vergleichbaren Indikatoren (z.B. Bruttoinlandsprodukt), u.a. die Vorleistungen nicht enthält, und somit eine Mehrfacheinrechnung bestimmter Leistungen vermieden wird.			
Q.: KMU Forschung Austria, Statistik Austria, Hauptverband der österreichischen Sozialversicherungsträger; aus dem „Ersten Österreichischer Kreativwirtschaftsbericht 2003“			

Tab. 8: Anzahl der Unternehmen, unselbständig Beschäftigten sowie Erlöse und Erträge und Bruttowertschöpfung, 2002-2004, in der Kreativwirtschaft

	2002	2003	2004	Veränd. in %
Unternehmen	27.183	28.820	28.681	5,5
unselbständig Beschäftigte	103.680	100.886	101.644	-2,0
durchschnittliche Unternehmensgröße*	3,8	3,4	3,5	-9,3
Erlöse und Erträge in €Mio.	17,719	17,767	18,276	3,1
Erlöse und Erträge je unselbständig Beschäftigten in €1.000	171	176	180	5,2
Bruttowertschöpfung zu Faktorkosten in €Mio.	6,890	6,889	7,152	3,8
Bruttowertschöpfung zu Faktorkosten je unselbständig Beschäftigten in €1.000	66	68	70	5,9
* unselbständig Beschäftigte je Unternehmen				
Q.: KMU Forschung Austria, Statistik Austria, Hauptverband der österreichischen Sozialversicherungsträger; aus dem „Zweiten Österreichischen Kreativwirtschaftsbericht 2006“				

Der Bericht zum ökonomischen Potenzial der Creative Industries in Wien (WIFO, 2004) spricht von 120.000 Beschäftigten im Wiener Kreativbereich (2002), was nur knapp weniger sind als in ganz Österreich, und 14% aller in Wien Beschäftigten. Der Bericht hat ein durchschnittliches Wachstum von 6% zwischen 1998 und 2002 gemessen, was um 4% über dem Beschäftigungswachstum der Wiener Gesamtwirtschaft liegt. (WIFO, 2004)

Die Stärken der österreichischen Creative Industries liegen vor allem in der Content-Produktion und in der hohen Innovationsneigung. Die Schwächen liegen allerdings in der mangelnden internationalen Vermarktung. (WIFO, 2004) Auch die geringe Unternehmensgröße innerhalb der Kreativwirtschaft (bundesweit im Durchschnitt 6,2 Personen, in Wien im Durchschnitt 6,7 Personen pro Kreativunternehmen), und die dadurch bedingt geringe Internationalisierung, werden als Gründe für die beschränkten Wachstumsaussichten des Sektors angesehen (WIFO, 2004; ARGE Creativ Wirtschaft Austria, 2003). Im Versuch diese Branchenmängel zu beheben laufen seit kurzer Zeit einige Förderprogramme. Unter dem Namen „departure“ läuft seit Sommer 2004 das Wiener Förderprogramm für die Kreativwirtschaft. Die 100%ige Tochter des Wiener Wirtschaftsförderungs fonds unterstützt, ausgerichtet auf die Bereiche Mode, Multimedia, Musik, und Design, die wirtschaftliche Verwertung des kreativen Schaffens in Wien (Gesamtfördersumme seit 2004: 11,5 Mio. Euro) (Departure, 2008). Die 2003 gegründete, und in der Wirtschaftskammer Österreich angesiedelte Arbeitsgemeinschaft „creativ wirtschaft austria“ versucht Bewusstseinsarbeit und Lobbying für die Etablierung Österreichs als Kreativstandort zu machen. Zusammen mit der Wirtschaftskammer Österreich und der Austria Wirtschaftsservice Gesellschaft, hat die ARGE „creativ wirtschaft austria“ im Herbst 2004 die Förderstelle „Impuls-Programm creativwirtschaft“ eingerichtet, die kleine und mittlere Unternehmen sowie freiberuflich Tätige in den Kreativbranchen unterstützt. (ARGE Creativ Wirtschaft Austria, 2004; Austria Wirtschaftsservice GmbH, 2004)

Auch die Gründung der eigenen New Design Universität – Privatuniversität für Kreativwirtschaft (Studiengebühren: 2.450 Euro pro Semester; Studiengänge: siehe Tab. 9) in St. Pölten soll die Entwicklung der österreichischen Creative Industries fördern. Mit der Akkreditierung der Privatuniversität für Kreativwirtschaft im Dezember 2004

strebt die Eigentümerin, WKNÖ, für Niederösterreich die Bildung eines „Hotspots“ der Kreativwirtschaft an. (Privatuniversität für Kreativwirtschaft, 2008)

Tab. 9: Privatuniversität der Kreativwirtschaft, Studiengänge 2008

Studiengang	Dauer in Semester	ECTS	akademischer Grad
Innenarchitektur & 3-dimensionale Gestaltung	6	180	Bachelor of Arts
Grafikdesign & mediale Gestaltung	6	180	Bachelor of Arts
Innenarchitektur & 3-dimensionale Gestaltung	4	120	Master of Arts
Illustration & Printmedien	4	120	Master of Arts
Design & Architektur Technologie	6	180	Bachelor of Engineering
Event Engineering	6	180	Bachelor of Engineering
Innovations- & Gestaltungsprozesse	4	120	Master of Design
Q.: Privatuniversität der Kreativwirtschaft, 2008			

Das Kunst und Kulturzentrum Österreichs lag und liegt allerdings nach wie vor in Wien. Als DER Creative Industries Cluster Österreichs kommt der Wiener Kreativwirtschaft demnach eine besondere Bedeutung zu.

3.5.1.2 Wien

Aus der Studie „Wirtschaftsbereich Kultur und Unterhaltung, und seine Rolle im Wiener Arbeitsmarkt“ (Geldner, N., 2000) vom November 2000, geht hervor, dass neben Tätigkeiten im Betreuungs-, Bildungs- und Pflegebereich, auch wesentliche Teile von Kultur und Unterhaltung an Bedeutung gewinnen werden. Diese Studie geht für das Jahr 2000 von einer Beschäftigung von 140.000 Arbeitskräften bzw. 4% der Gesamtwirtschaft im „Wirtschaftsbereich Kultur und Unterhaltung“ aus (Geldner, N., 2000).

Innerhalb der Wiener Creative Industries weisen die Bereiche Software, Multimedia, Internet, Spiel, und Grafik, Mode, Design, sowie der audiovisuelle Bereich (Film, Video, Fernsehen, Radio), mit mehr als der Hälfte (55,9%) aller in Wien beschäftigter Personen, die höchsten Beschäftigungsanteil auf. Die geringsten Beschäftigungszahlen

machen die Bereiche der bildenden Kunst, Darstellenden Kunst, Museen und Bibliotheken aus, gemeinsam 10,3% (WIFO, Juli 2006). Bezüglich des Beschäftigungswachstums der Wiener Creative Industries, weisen besonders die Bereiche „Werbung“ (+ 41%) und „Software, Multimedia, Internet, Spiele“ (+ 32%) die größten Zuwächse an Beschäftigten zwischen 1998 und 2002 auf (siehe Tab. 10: Beschäftigungswachstum in den Creative Industries Wiens zwischen 1998-2002).

Tab. 10: Beschäftigungswachstum in den Creative Industries Wiens zwischen 1998-2002

	Beschäftigungswachstum 1998-2002
Museen und Bibliotheken	+ 218,0 %
Werbung	+ 41,4 %
Software, Multimedia, Internet, Spiele	+ 32,2 %
Bildende Kunst	+ 19,2 %
Darstellende- und Unterhaltungskunst	+ 12,8 %
Architektur	+ 1,6 %
Literatur & Verlagswesen und Printmedien	+ 0,4 %
Musikwirtschaft	- 11,4 %
Grafik, Mode, Design	- 8,6 %
Audiovisueller Sektor (Film, Video, Fernsehen, Radio)	- 4,3 %

Q: WIFO, 2004: Untersuchung des ökonomischen Potentials der "Creative Industries" in Wien, Juli 2006

Bezüglich der Definition der Creative Industries, setzt die Studie zur Rolle des Wirtschaftsbereichs Kultur und Unterhaltung im Wiener Arbeitsmarkt (Geldner, N., 2000) den Begriff „Kulturwirtschaft“ mit dem Begriff der „Creative Industries“ gleich und versteht darunter „den privatwirtschaftlich organisierten Teil des Kulturbereichs“. Dem Bericht zufolge liegt die wahre Bedeutung des Kultursektors nicht in seiner Wertschöpfung sondern in seinem Potential als Katalysator für die restliche Wirtschaft. Kulturelle Infrastruktur schafft ein kreatives Umfeld, was sich u. a. im Tourismus und der allgemeinen Lebensqualität positiv auswirkt. Der Bericht setzt den Kulturbereich mit Grundlagenforschung gleich und verlangt tief greifende öffentliche Finanzierung, und die Verbesserung der Rahmenbedingungen im Kreativbereich, durch „breitere Existenzsicherung, die Stärkung des Ausbildungssegments, Förderung von Aktivitäten im Nahbereich des Berufszugangs, sowie Professionalisierung der investiven Verwendung“ (Geldner, N., 2000).

Um den Kreativsektor zu stärken sieht die Wiener Regierung vier Handlungsmaßnahmen vor.

- (1) **Wachstum**: Rahmenbedingungen schaffen, die u. a. den Zugang zu Finanzierungsquellen, und die Informationsstruktur verbessern.
- (2) **Internationalisierung**: Die Auslandspräsenz erhöhen und die Integration in internationale Vertriebswege forcieren.
- (3) **Clusterorientierung**: Die Kommunikation zwischen den Teilnehmern des Kreativsektors verbessern (Plattformförderung, Interaktionsintensivierung).
- (4) **Governancestrukturen entwickeln**: Die Kooperation zwischen dem Wirtschafts- und dem Kultursektor fördern, und das Wien-Image um die Creative Industries erweitern.

(WIFO, 2004)

Diese Maßnahmen sollten laut der Wiener Regierung (WIFO, 2004) v. a. dazu beitragen, mit Vorbild der angelsächsischen Länder, die Verbindung von Kultur und Wirtschaft zu stärken.

3.5.2 Angloamerikanische Länder

Da die USA und Großbritannien Vorreiter in der Verbindung von Wirtschaft und dem Kunst- und Kulturbereich sind, wird im folgenden kurzen Abschnitt besonders auf die Lage der Creative Industries in diesen beiden Ländern eingegangen.

3.5.2.1 Großbritannien

In England wurde versucht der Wirtschaftskrise seit dem Niedergang der Schwerindustrie durch die Zuwendung zu den Dienstleistungsindustrien entgegenzuwirken. So wurde in den 90er Jahren massiv auf die Medienindustrie gesetzt. Auch die kunstnahen Bereiche Design, Mode, Musik und Architektur wurden für den Imagewechsel entdeckt. Unter dem Begriff „Cultural Industries“ wurden sie zum politischen Thema. (Rothauer, D., 2005. S. 160 ff)

Bis in die späten 70er Jahre des 20. Jahrhunderts gab es staatliche Subventionen für Kunst und Kultur. In den 80er Jahren kam die Wende unter der Regierung Margaret

Thatchers, die die Ideologie einer Unternehmergeellschaft vertrat. Neben der Reduktion der öffentlichen Ausgaben und einer Neuausrichtung der Kulturpolitik wurden Initiativen gesetzt, um das Interesse der Privatwirtschaft an der Kunst zu wecken bzw. um Business Sponsorships zu bewerben. Es wurden Bücher wie „*Better Business in the Arts*“ (1988) herausgegeben und Statistiken veröffentlicht, die die Bedeutung der Kultur für die Wirtschaft betonen. Kunstsubventionierung erfolgte nur mehr in Krisenregionen und Städten, in denen Beschäftigungs- und Investitionssteigerungen erzielt werden konnten. (Rothauer, D., 2005)

Als im Jahr 1997 die Labour Party mit Tony Blair die Regierung bildete, wurde das Ziel der Modernisierung Großbritanniens angepeilt. Die Kunst und Kultur spielten hier wieder eine große Rolle. So wurde das Department of National Heritage, das Ministerium zur Wahrung des kulturellen Erbes, in Department for Culture, Media and Sports (DCMS) umbenannt. Weiters verfolgte die Subventionspolitik zwei Strategien, einerseits die Forcierung der Public-Private-Partnerships und die Förderung bzw. Entwicklung der Creative Industries. (Rothauer, D., 2005)

Eine „Creative Industries Task Force“ wurde zur strategischen Unterstützung eingesetzt (1997 bis 2000). Diese Task Force erstellte 1998 das „*Creative Industries Mapping Document*“, in dem das Volumen und der Anteil der Kreativwirtschaftsbereiche an der Gesamtwirtschaft erstmals statistisch errechnet wurden. Wobei die Bereiche in die Branchen Advertising, Antiques, Architecture, Crafts, Design, Fashion, Film, Leisure Software, Music, performing Arts, Publishing, Software und TV und Radio aufgliedert wurden. (Rothauer, D., 2005; DCMS, 1998)

Die amtlichen Statistiken des DCMS aus 2001 (Rothauer, D., 2005. S. 162) zeigen folgendes Bild. Demnach haben die Creative Industries 8,2% zum Bruttoinlandsprodukt Großbritanniens beigetragen, und sind zwischen 1997 und 2001 um durchschnittlich 8% im Jahr gewachsen. Dem DCMS zufolge wurden im Juni 2002 1,9 Mio. Jobs und 122.000 eingetragene Firmen in den Creative Industries gezählt (Rothauer, D., 2005). Die Londoner Stadtregierung hat 2004 die Creative Industries mit 525.000 Beschäftigten zum drittgrößten Beschäftigungssektor Londons ernannt. Im aktuellsten Report des DCMS (DCMS, 2008) brachten die Creative Industries 2007 zwei Mio. Jobs, und trugen 60 Mrd. Pfund, bzw. 7,3% zur britischen Wirtschaft bei, und sind damit mittlerweile in der Bedeutung und im Umfang mit dem Finanzdienstleistungsbereich vergleichbar. Dem

Bericht zufolge ist der kreative Sektor doppelt so stark gewachsen wie der Rest der britischen Wirtschaft. (DCMS, 2008)

Neben der Arbeit innerhalb Großbritanniens wurde durch starke Auslandstätigkeiten des „British Councils“ die Marke „*Creative Britain*“ zu einem erfolgreichen Exportgut. Durch den Export von kreativwirtschaftlichem Know-how wird das Ziel verfolgt England als Vorreiter zu positionieren. Marion von Osten bezeichnet diesen Weg kritisch als „soften Kulturkolonialismus“ (Von Osten, M., 2004).

Unter der Ministerpräsidentschaft von Gordon Brown soll die Kreativwirtschaft Großbritanniens weiter gestärkt werden. So wurden u. a. 12 Mio. Pfund in das „Creative Economy Programme“ (seit 2005) der Regierung investiert, in dem sieben Maßnahmeschritte zur Sektor-Entwicklung festgelegt wurden (DCMS, 2005):

- „Education and skills“,
- „Competition and intellectual property“,
- “Technology”,
- “Diversity”,
- “Business support and access to finance”,
- “Infrastructure”, und
- “Evidence and analysis”

Das Programm „*seeks to create the best framework to support the innovation, growth and productivity of the creative industries*“ (DCMS, 2007). Wobei dieses Ziel, der Schaffung der nötigen Rahmenbedingungen für die Creative Industries, durch eine enge Zusammenarbeit von Regierung, Ministerien und Wirtschaftsverbänden erreicht werden soll.

3.5.2.2 Vereinigte Staaten von Amerika

Während der Periode 1940-2000 konnte ein extremer Anstieg der Beschäftigten im Kunstbereich verzeichnet werden (Ginsburgh, V., 2006. S. 767 ff., in Bezug auf US Zensus Daten von 1940-2000). So waren 1940 386.000 Personen als „*artist*“ tätig (0,7% aller Beschäftigten in den USA), während 2000 schon 1.913.000 Künstler/innen verzeichnet werden konnten (1,4% aller Beschäftigten in den USA).

Wobei zwischen 1980 und 2000 die Beschäftigtenzahl im Kulturbereich um 77% anstieg. (Ginsburgh, V., 2006) Anzumerken ist allerdings, dass es im Laufe der jährlichen Erhebungen zu Definitionsänderungen innerhalb des Kulturbereichs kam, wodurch die Vergleichbarkeit der erhobenen Daten erschwert wurde.

Während der gleichen Periode (1940-2000) konnte jedoch auch festgestellt werden, dass bis 1960 die Arbeitslosenrate unter Künstler(n)/innen mindestens dreimal höher war als jene anderer Arbeitnehmer, und nach 1960 war sie ständig zwischen zwei bis dreimal höher. (Ginsburgh, V., 2006)

In einer nationalen Studie bezüglich der Creative Industries in den USA (Americans for the Arts, 2007) wurden auf Basis der Anzahl der Institutionen und Organisationen im Kulturbereich, die Hauptzentren der Creative Industries sichtbar (siehe Tab. 11: Hauptzentren der Creative Industries 2007). Demnach liegen die Hauptcluster der amerikanischen Creative Industries in New York (Broadway, Mode, etc.) und Los Angeles (Film, etc.) mit jeweils 23.394 bzw. 15.454 Kunstbetrieben und 195.223 bzw. 95.090 Angestellten im Kunstbereich (2007).

Tab. 11: Hauptzentren der Creative Industries 2007

RANK	City	Population (est. 2006)	Arts Businesses 2006	Arts Businesses 2007	Arts Businesses (per 1,000 Residents) 2007	Percent Change in Arts Businesses 2006-2007	Arts Employees 2006	Arts Employees 2007	Arts Employees (per 1,000 Residents) 2007	Percent Change in Arts Employees 2006-2007
1	New York, NY	8,214,426	23,807	23,394	2.85	-1.73%	229,562	195,223	23.77	-14.96%
2	Los Angeles, CA	3,849,378	15,511	15,454	4.01	-0.37%	126,308	95,090	24.70	-24.72%
3	Chicago, IL	2,833,321	5,107	5,342	1.89	4.60%	53,811	48,142	16.99	-10.54%
4	Houston, TX	2,144,491	4,904	4,791	2.23	-2.30%	23,985	23,468	10.94	-2.16%
5	Phoenix, AZ	1,512,986	2,488	2,407	1.59	-3.26%	14,007	13,634	9.01	-2.66%
6	Philadelphia, PA	1,448,394	2,239	2,195	1.52	-1.97%	40,315	17,389	12.01	-56.87%
7	San Antonio, TX	1,296,682	1,957	1,995	1.54	1.94%	10,312	10,968	8.46	6.36%
8	San Diego, CA	1,256,951	3,421	3,452	2.75	0.91%	18,815	19,871	15.81	5.61%
9	Dallas, TX	1,232,940	3,763	3,720	3.02	-1.14%	26,301	22,868	18.55	-13.05%

Q.: American for the Arts, 2007

3.6 Fazit

Zehn Jahre nach dem „Start“ der Creative Industries in Großbritannien muss eine nüchterne Zwischenbilanz gezogen werden. So haben sich die Beschäftigungs- und Wachstumsvorhersagen als zu optimistisch herausgestellt, da u. a. die Charakterisierung des Sektors durch Selbstbeschäftigung und Kleinstunternehmen übersehen wurde. Die Hoffnung, die Creative Industries könnten die traditionellen verarbeitenden Industrien, als Garant für Massenbeschäftigung ersetzen, erscheint im Nachhinein eher naiv (Bilton, C., 2007).

Ideen und Produkte in den Creative Industries sind selten spontane Ergebnisse eines begabten Individuums, sondern durchlaufen eine komplexe Entwicklung durch Interaktion und Anpassung. Wird auf individuelles Talent und offene Märkte gesetzt, wird die Politik möglicherweise eher einseitig und ineffektiv sein. Die Kreativwirtschaft kann nur florieren, wenn Politiker, Firmen und Individuen in die Prozesse und die dahinter stehenden Systeme investieren (Bilton, C., 2007).

Es kann gesagt werden, dass die ökonomische Bedeutung der Creative Industries fraglich ist. Viele Kritiker gehen davon aus, dass die Förderung anderer Wirtschaftssektoren ähnliche Ergebnisse u. a. im Standortwettbewerb bringen würden. Von Seiten der Künstler/innen ist die positive Auswirkung ebenso fraglich, denn in Bezug auf das Einkommen und die soziale Sicherheit, bringen die Creative Industries bisher keine Vorteile. Kunstverwerter/innen, wie Kurator(en)/innen oder Werbeagenturen, sind womöglich die einzigen „kunstnahen“ Berufe, die im Einkommen von den Creative Industries profitieren könnten. (Rothauer, D., 2005)

4 Beruf „Kunst“

Momentan wird das enorme Wachstums(potential) der Kreativwirtschaft gepriesen. Wie andere Kritiker auch, steht die englische Kulturwissenschaftlerin Angela McRobbie diesem Wachstum jedoch kritischer gegenüber, so sei der Bereich der Kreativwirtschaft ein Bereich mit niedrigem Kapitalrückfluss und Niedrigstlöhnen. „Kreativarbeiter“, nicht „Kulturunternehmer“ seien die Schlüsselfiguren dieses Bereichs, die abhängig von größeren Unternehmen arbeiten würden (McRobbie, A., 2002). Durch die „Ökonomisierung der Kunst“ versuchen Kunstinstitutionen durch Outsourcing und Personalabbau ihre Wettbewerbsfähigkeit zu steigern, wodurch sich die Arbeitsmarktsituation und –Verhältnisse für Kunstschaffende massiv ändern.

4.1 Lebenssituation der Kunstschaffenden

„[...] entry into these fields is like lottery where players overestimate their chances [...]“

(Ginsburgh, V., 2006. S. 777,
in Bezug auf Alfred Marschall, 1947)

Im Bewusstsein etwas Einzigartiges und Großartiges zu machen, ertragen Künstler/innen ihre materielle Situation, und gehen meist, um sich ihre „eigentliche“ Arbeit finanzieren zu können, anderen besser bezahlten Berufen nach. Sie unterrichten an Kunsthochschulen, haben Berufe im Umfeld des Kulturbetriebs wie dem Dekorations- oder Designbereich, nehmen Künstlerassistenzen oder kuratorische Tätigkeiten an, oder gehen vollkommen artfremden Berufen nach (z.B. Kellner, Taxifahrer). Daher sehen Kritiker Kunstschaffende eher als *„[...] negative Vorbilder für eine neue Generation von unterbezahlten, aber hochmotivierten Freelancern“* (Rothauer, D., 2005).

Alle im Kulturbereich Tätigen verfolgen mehrere Jobs und Projekte gleichzeitig, und sind sozial kaum abgesichert. Die Grenzen zwischen Arbeit und Freizeit, zwischen Erwerbsarbeit und Nicht-Erwerbsarbeit verschwimmen. Und dem symbolischen Erfolg wird oft mehr Bedeutung beigemessen als dem finanziellen.

Andererseits pflegen Kunstschaaffende auch ihren Mythos, sie grenzen sich bewusst vom Rest der Arbeitstätigen ab und verstehen ihren Beruf eher als Berufung. Durch dieses Streben nach Individualität und aufgrund der Heterogenität der Tätigkeiten und Interessen wird auch die Bildung von Interessensvertretungen erschwert, was wiederum die politische Lobbying-Arbeit verhindert, wodurch sich die Arbeits- und Lebensbedingungen nicht allzu bald ändern werden. So gibt es keine klaren Berufsbezeichnungen die gesetzlich verankert wären, oder allgemein akzeptierte Honorar- und Stundensätze (Rothauer, D., 2005).

„Mein Selbstverständnis ist situativ variabel: Mal bezeichne ich mich als Künstler, mal als Theoretiker, mal als Kunsthistoriker oder auch als Kunstkritiker. Meine jeweilige Definition entwickle ich auf die Funktion bezogen, zu der ich eingeladen werde oder die ich mir selbst verschaffe.“ (Rothauer, D., 2005, in Anlehnung an Römer, 2003, S.244)

Viele Begriffe gibt es für die Arbeit in der autonomen Kunst- und Kulturarbeit, wie Künstler/in, Kunstschaaffende, Kulturschaaffende, Kulturarbeiter/in, Kulturproduzent/in, oder den jungen Begriff des/der „Kulturunternehmer(s)/in“ bzw. „culturepreneurs“, der unmittelbar mit der Kreativwirtschaft verbunden ist. War bisher der hedonistische Künstler, der eher als Lebenskünstler denn als Erwerbskünstler in Erscheinung trat, das Vorbild von Künstlergenerationen, entwickelt sich zur Zeit ein neuer Künstlertypus mit dem Unternehmer als Symbolfigur (Rothauer, D., 2005).

4.2 Selbständigkeit

Kunstschaaffende sind im Vergleich zu anderen Berufsfeldern mit einem extrem hohen Anteil an atypischen Arbeitsverhältnissen konfrontiert. So reicht der Beschäftigungsbogen von der *„klassischen unselbständigen Anstellung bis zur gewerblichen Tätigkeit, von der geringfügigen Anstellung bis zur Kurz- und Kürzestanzstellung, von Auftragsarbeiten auf Honorarbasis bis zur unentlohnten freischaffenden Tätigkeit oder Tätigkeiten gegen Aufwandsentschädigungen“* (Schelepa, S., Wetzel, P., Wohlfahrt, G., 2008)

Das wohl markanteste Merkmal der Beschäftigung im Kulturbereich ist die hohe Zahl an Selbständigen bzw. Ein-Personen-Unternehmen. In Deutschland war der Anteil an

Selbständigen unter den Kunstschaffenden 1998 fast viermal so hoch wie der unter anderen Erwerbstätigen. Vor allem Schriftsteller/innen, bildende Künstler/innen, Komponist/innen und die Mehrzahl jener, die in der „Freien Szene“ ansässig sind, wie Tanz, Performance oder freies Theater, werden hier genannt. (Haak, C., Schmid, G., 1998) Für Österreich ergibt sich im Jahr 2001 ein ähnlich drastisches Bild (siehe Tab. 12: Anzahl Erwerbstätiger im Kulturbereich). Wobei hier besonders unter bildenden Künstler(n)/innen der Anteil an Selbständigen sehr hoch ist (5.500 Selbständige, 2.100 Unselbständige) (Mayerhofer, E., Schiffbänker, H., 2003).

Tab. 12: Anzahl Erwerbstätiger im Kulturbereich

	Gesamt	Insgesamt		Selbständige		Unselbständig	
		Männer	Frauen	Männer	Frauen	Männer	Frauen
bildende Künstler/innen u. verwandte Berufe	7.800	4.100	3.500*	3.300	2.200	800	1.300
Darstellende Künstler/innen, Musiker/innen	10.400	6.700	3.700	4.500	2.800	2.200	900
Schriftsteller/innen, Journalist/innen, Dolmetscher/innen	15.000	8.100*	6.900	3.700	2.600	4.300	4.300
Übrige Unterhaltungsberufe	300	100	200	100	200	-	-
* Differenzen ergeben sich durch Rundungen							
Q: Mikrozensus 2001 (in Mayerhofer, E., Schiffbänker, H., 2003)							

Knapp fünf Jahre später waren laut Statistik Austria Berufstätige in Kulturberufen, mit knapp 37 %, wesentlich häufiger selbständig als die Erwerbstätigen insgesamt (14 %) (Statistik Austria, 2006 b). In der aktuellen Erhebung (2008) des Bundesministeriums für Unterricht, Kunst und Kultur zur sozialen Lage von Künstler(n)/innen zeigt sich, dass im Rahmen der künstlerischen Tätigkeit die überwältigende Mehrheit (knapp 80%) der befragten Kunstschaffenden ausschließlich selbständig und nur knapp 5 % ausschließlich unselbständig beschäftigt sind. Wobei selbständige Tätigkeiten v. a. in der bildenden Kunst und der Literatur den Normalfall bilden, wohingegen unselbständige Anstellungsverhältnisse v. a. bei Darstellenden Künstler(n)/innen, und Film- und Musikschaaffenden eine größere Rolle spielen (siehe Abb. 9).

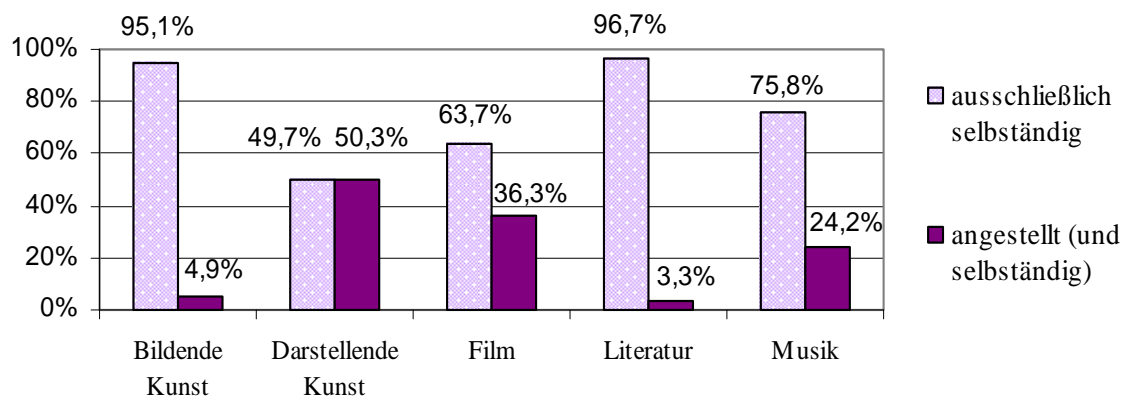


Abb. 9: Beschäftigungsform in der künstlerischen Tätigkeit nach Sparschwerpunkt
 Q.: L&R Datafile, Soziale Lage Kuntschaffende, (n = 1.798) (Schelepa, S., et al., 2008)

4.3 Einkommen

„Künstlerinnen verdienen weniger als Künstler und Jüngere weniger als Ältere“

(Schelepa, S., Wetzel, P., Wohlfahrt, G., 2008)

Im Jahre 1995 hat Schulz eine Studie zur Lebenssituation von bildenden Künstler(n)/innen durchgeführt. Demnach verfügten knapp 42% der Befragten über einen Hochschulabschluss, wobei weitere 16% das Kunststudium abgebrochen haben (Schulz, W., et al., 1997). Laut Statistik Austria ergibt sich für 2001 ein ähnliches Bild, wonach der Akademiker/innen Anteil unter Beschäftigten im Kulturbereich knapp 40% ausmacht, wohingegen dieser Anteil unter den österreichischen Erwerbspersonen insgesamt nur knapp 7% beträgt (Mayerhofer, E.; Schiffbänker, H., 2003. S. 35)

Gemessen an diesem hohen Ausbildungsgrad der Kulturschaffenden verdienen diese im Durchschnitt deutlich weniger als die Durchschnittsbevölkerung. Laut einer Studie (Baier, B., 1995) in der Absolvent(en)/innen der Studiengänge 1991/92 und 1992/93 der Wiener Kunsthochschulen befragt wurden, konnte ca. die Hälfte der befragten Künstler/innen nur über ein monatliches Nettoeinkommen von unter 726 Euro verfügen. Im Jahr 1998 hat nur ein Anteil von 2,3% der Künstler/innen mehr als durchschnittlich 4.360 Euro pro Monat verdient (Mayerhofer, E., Schiffbänker, H., 2003). Aus der neuesten Studie zur sozialen Lage der Künstler/innen in Österreich geht hervor, dass das Einkommen aus künstlerischer Arbeit nicht nur gering sondern auch sehr unregelmäßig

ist (für ca. 81% der Kunstschaftenden). Demnach verfügen nur rund 19% der Kunstschaftenden über ein regelmäßiges Einkommen. (Schelepa, S., Wetzels, P., Wohlfahrt, G., 2008)

Im Durchschnitt beträgt das jährliche Einkommen eine(s)/r Kunstschaftenden aus künstlerischer Tätigkeit ca. 4.500 Euro netto, wobei auch in diesem Berufsfeld Frauen im Mittel um 35% weniger verdienen. (Schelepa, S., Wetzels, P., Wohlfahrt, G., 2008)

Generell ist die Armutsgefährdungsquote unter Kunstschaftenden sehr hoch. Zieht man die aktuelle Armutsgefährdungsgrenze in Österreich (2006), 893 Euro monatlich heran, so zeigt sich, dass bereits 37% der Kunstschaftenden unter dieser Einkommensgrenze leben. Im Vergleich dazu leben nur knapp 12,6% der Gesamtbevölkerung mit einem Einkommen unter der Armutsgefährdungsgrenze (Schelepa, S., Wetzels, P., Wohlfahrt, G., 2008). Betrachtet man das mittlere Äquivalenzeinkommen bzw. das auf Basis der Anzahl und des Alters der Haushaltsmitglieder gewichtete Pro-Kopf-Einkommen, wird deutlich, dass jenes der Kunstschaftenden (1.000 Euro monatlich) sehr viel geringer ausfällt als jenes der österreichischen Gesamtbevölkerung (2006) (1.488 Euro monatlich). (Schelepa, S., Wetzels, P., Wohlfahrt, G., 2008) Auch unter Einbeziehung aller Einkommen eines Kunstschaftenden ist das mittlere persönliche Gesamtjahreseinkommen von 12.400 Euro netto, deutlich geringer als das mittlere jährliche Nettoeinkommen von selbständig Erwerbstätigen in Österreich (2005: 18.900 Euro) und von unselbständig Erwerbstätigen in Österreich (2006: 17.100 Euro). (Schelepa, S., Wetzels, P., Wohlfahrt, G., 2008)

Betrachtet man die einzelnen Kunstsparten, so zeigen sich bezüglich der Einkommenssituation der Künstlergruppen große Unterschiede. In Tab. 13 (Einkommenssituation in den einzelnen Kunstsparten)) ist ersichtlich, dass die Einkommenssituation besonders für bildende Künstler/innen und Literat(en)/innen prekär ist (Jahreseinkommen aus künstlerischer Tätigkeit: 3.000 Euro netto). (Schelepa, S., Wetzels, P., Wohlfahrt, G., 2008)

Tab. 13: Einkommenssituation in den einzelnen Kunstsparten

	Jahreseinkommen aus künstlerischer Tätigkeit	Gesamtjahreseinkommen (inkl. Einkommen aus kunstnahen/-fernen Tätigkeiten)
Kunstschaffende im Durchschnitt	ca. 4.500 €Netto (ausschließlich selbständig erwerbstätige Künstler/innen im Mittel ca. 6.700 €)	ca. 12.400 €Netto
Darstellende Künstler/innen und Filmschaffende	ca. 8.000 €Netto (Anstellungsverhältnisse sind häufiger)	keine Angaben
Musiker/innen	Mittelmäßiges Einkommen (keine näheren Angaben)	ca. 19.000 €Netto (Eink. aus kunstnahen und -fernen Tätigkeiten: ca. 15.000 € Netto)
Bildende Künstler/innen und Literat(en)/innen	ca. 3.000 €Netto	Literat(en)innen: ca. 13.100 € Netto Bildende Künstler/innen: ca. 10.600 €Netto
Q.: in Anlehnung an die Künstlersozialstudie, 2008 (Schelepa, S., Wetzel, P., Wohlfahrt, G., 2008)		

Unterhalb der 726 Euro Grenze leben von den Darstellenden Künstler/innen (wegen der vielfältigen Institutionen häufiger in Normalarbeitsverhältnissen zu finden) nur 17%, von den bildenden Künstler/innen knapp 46%, und von den Musiker/innen knapp 30% (Almhofer, Edith et al., 2000). Daher ist der Anteil an nicht-künstlerischer Nebenbeschäftigung, besonders bei der bildenden Kunst, extrem hoch (siehe Tab. 13; Schelepa, S., Wetzel, P., Wohlfahrt, G., 2008).

Bei all den statistischen Erhebungen zum Einkommen von Künstler(n)/innen muss allerdings beachtet werden, dass meist auch Amateure, also Personen, die zwar Einkünfte aus künstlerischen Tätigkeiten haben, aber mit dieser Tätigkeit nicht ihren Unterhalt verdienen (wollen), mit einbezogen werden. Wodurch der Einkommensschnitt entsprechend nach unten gedrückt wird.

4.4 Arbeitssituation

Die mangelnde ökonomische Anerkennung der künstlerischen Arbeit und auch das unklare öffentliche Bild des Berufsstandes von Kunstschaaffenden zeigen sich in den Arbeitsverhältnissen im Kulturbereich. Ehrenamtliche Tätigkeiten charakterisieren den Bereich mittlerweile. Nur langlebig Kulturorganisationen, wie Orchester, Opernhäuser und Kunst- bzw. Musikakademien sind in der Lage einen Großteil ihres künstlerischen Personals auf Basis langfristiger Verträge anzustellen (Towse, R., 1996).

Der darstellende Bereich der Kunst, wie Theater, Tanz und Performance ist in Österreich neben der Freien Szene großteils in Institutionen, wie Bundestheater, Großbühnen, Stadt- und Landestheater, Mittel- und Kleinbühnen, gegliedert. Diese langlebigen Institutionen beschäftigen ihr künstlerisches Personal oft auf Basis langfristiger Verträge. Die so beschäftigten Musiker/innen machen meist Karrieren, die im Vergleich zu anderen Künstlerberufen einen geradlinigen Verlauf haben. Gerade in permanenten Orchestern sind diese Karrieren schon fast bürokratisch.

Allerdings sind die langfristigen Anstellungen mit geradlinigen Laufbahnen die Ausnahme in der Kunstwelt, denn die Anforderung nach Flexibilität ist ein Kernmerkmal der künstlerischen Arbeit. Daher ist u. a. die Erfassung von Angehörigen der freien Szene ungleich schwerer. Anhaltspunkte liefern Studien wie die Studie zur Lage der freien Theaterschaaffenden in Österreich aus dem Jahr 1989 (Harauer, R., 1989). Laut dieser Studie arbeiten Österreichweit 630 bis 840 Personen in der freien Theaterwelt, wobei knapp 43% einen Nebenberuf ausübten. Ein besonderes Merkmal der freien Theaterschaaffenden ist die Bevorzugung von „Training-on-the-job“ (vielfach im Ausland) anstelle von akademischen Ausbildungswegen. Meist kombinieren Organisationen und Künstler/innen verschiedene Anstellungsformen, so können Musiker/innen als Orchestermusiker/innen fest angestellt und/oder als Freelancer für einige Studioaufnahmen beschäftigt werden.

Laut einer Studie von Haberl/Schlemmer (Haberl, G., Schlemmer, G., 1995) über die soziale Lage der Künstler/innen aus dem Film und Video-Bereich in Österreich, gibt es auch in dieser Sparte die üblichen künstlerischen Problemfelder: unzureichende Einnahmequellen, mangelhafte soziale Absicherung (auch durch Unkenntnis der

Künstler/innen), und fehlende Definition der Berufsgruppe (mit rechtlichen Auswirkungen). Ein zusätzliches Problemfeld stellt die Unregelmäßigkeit des Einkommens dar. Meist werden Kunstschaaffende für einzelne Projekte beschäftigt, die in der Regel wenige Monate dauern. Die Kürze dieser Anstellungen und die unregelmäßige Aufeinanderfolge von unterschiedlich langen und komplexen Beschäftigungen, ergibt für Kunstschaaffende nicht nur ein Problem in der Planung der Finanzen sondern auch ein Problem in der längerfristigen Familienplanung. Wodurch immer mehr Kunstschaaffende das Recht auf Familie als „nicht lebbar“ beschreiben (Schelepa, S., Wetzel, P., Wohlfahrt, G., 2008).

4.5 Fazit

Beschäftigte im Kunst- und Kulturbereich zählen zu den flexibelsten und best ausgebildeten Arbeitskräften der heutigen Wirtschaft. Trotzdem werden sie in vielen Bereichen „unter Wert“ verkauft. Selbständige Kunstschaaffende bzw. „Kreativunternehmer“ nehmen bewusst Nachteile wie Existenzängste und Selbstaussbeutung zugunsten der Vorteile wie Freiheit, Selbstverwirklichung und Autonomie in Kauf. Hoher Zeitaufwand, permanenter Bereitschaftszustand, „Multitasking“ und geringer Lohn charakterisieren dieses Berufsfeld.

Der Kunstbereich beinhaltet eine Werthaltung die zunehmend in der restlichen Arbeitswelt an Bedeutung gewinnt, denn von den heutigen Arbeitnehmern wird zunehmend Kreativität und Flexibilität gefordert, was für Kunstschaaffende schon immer selbstverständlich gewesen ist. Kreativ Arbeitende zählen somit momentan zu den gefragtesten Arbeitskräften der Wissensgesellschaft und müssten zu den angesehensten und bestbezahlten Berufsgruppen zählen, was allerdings nicht der Fall ist. Denn zwischen der symbolischen Wertzuschreibung und dem ökonomischen und sozialen Stellenwert von Kunstschaaffenden und ihrer Leistung besteht leider eine große Diskrepanz. (Rothauer, D., 2005)

Statistiken (u.a. Schelepa, S., Wetzel, P., Wohlfahrt, G., 2008) zeigen, dass das Ausbildungsniveau von Kunstschaaffenden im Vergleich zur restlichen Bevölkerung extrem hoch ist, trotzdem liegt das Einkommen und die Lebenssituation von

Kunstschaffenden unter dem Niveau vieler anderer Beschäftigungsgruppen. Eine Schlussfolgerung, die aus dieser Tatsache gezogen werden kann ist, dass die Ausbildung von Künstler(n)/innen nicht den Praxisanforderungen des (selbständigen) Künstlerberufs entspricht. Auf einem „Markt“ mit hohem Konkurrenzdruck und anspruchsvollem Klientel muss man sich behaupten können, und hier reicht oftmals Talent allein nicht aus. Wirtschaftliche Seiten des Geschäfts „Kunst“ müssen ebenso beherrscht werden um am Markt bestehen zu können.

5 Künstlerische Ausbildung

Laut Statistik Austria (Mikrozensus 2001) verfügen Beschäftigte im Kultur- und Mediensektor in Österreich über ein hohes Ausbildungsniveau. Akademiker/innen nehmen einen Anteil von 7% der österreichischen Erwerbspersonen ein (hochgerechnet laut Mikrozensus 2001). Unter Beschäftigten im Kulturbereich erreicht dieser Anteil jedoch bereits 40%. (Mayerhofer, E.; Schiffbänker, H., 2003. S. 35) Wobei, mit Ausnahme der Literat(en)/innen, fast alle „Kulturberufler/innen“ eine mehrstufige (theoretische und praktische) Ausbildung genossen haben, und die Mehrheit zusätzlich nicht-künstlerische Berufsqualifikationen vorweisen kann (Almhofer, E. et al., 2000. S. 46). Hierbei ist allerdings wichtig zu erwähnen, dass in manchen Kunstsparten die Berufsfelder stark reglementiert sind (z.B. Orchestermusiker/innen), und in anderen künstlerischen Berufsfeldern kaum Ausbildungsangebote vorhanden sind. Wodurch sich beispielsweise für den Bereich der Literatur eine, im Vergleich zu anderen Kunstsparten geringere Akademikerquote ergibt (siehe Abb. 10). (Schulz, W., et al., 1997. S.37).

Wie in Abb. 10 ersichtlich, ist besonders die akademische Ausbildung (Universität, Akademie, Konservatorium) für alle Kunstsparten wichtig. Wobei dieser Ausbildungsschwerpunkt besonders für den Bereich Musik (knapp 60%) besteht. Im Bereich der Darstellenden Kunst nehmen hingegen private Ausbildungsformen einen wesentlichen Bestandteil ein (knapp 31%) (siehe Abb. 10). Die Minderheit der Kunstschaffenden (knapp 3,3%) nimmt sonstige formale Ausbildungswege (Kurse, Seminare, Workshops, Sommer-/Winterakademien) für ihre Tätigkeit als Künstler/in in Anspruch. (Schelepa, S., Wetzels, P., Wohlfahrt, G., 2008)

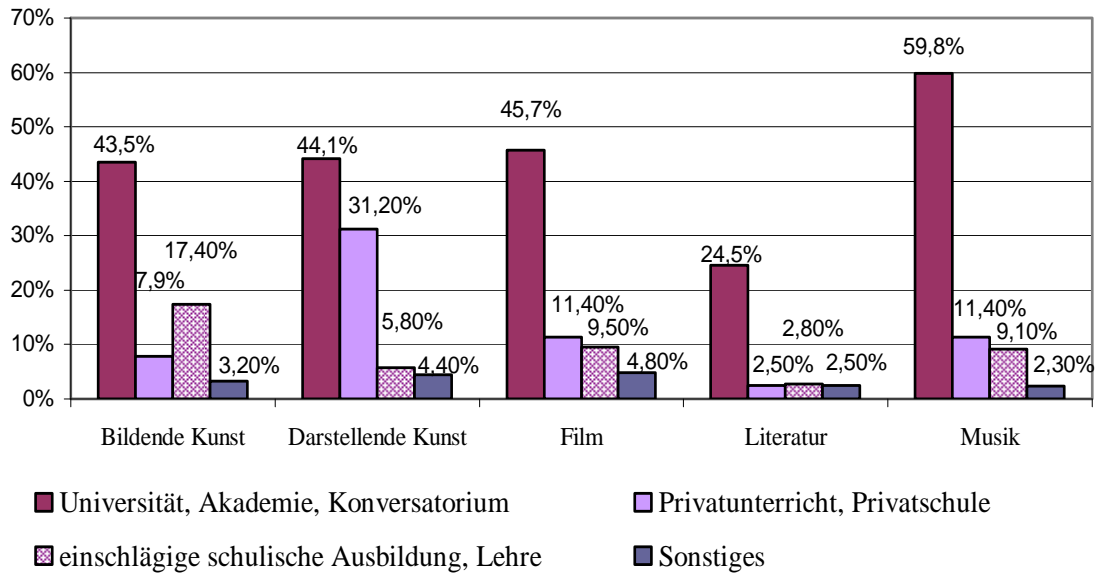


Abb. 10: Abgeschlossene künstlerische Ausbildungswege, in %

Q.: L&R Datafile, Soziale Lage Kunstschaftende, (n = 1.798) (Schelepa, S., Wetzel, P., Wohlfahrt, G., 2008)

Auch eine permanente Weiterbildung ist für Kunstschaftende von großer Bedeutung. Allerdings liegt hier der Schwerpunkt besonders auf der Weiterbildung der zentralen künstlerischen Fähigkeiten. Weiterbildungen in kunstfernen Bereichen werden hingegen nur von wenigen (knapp 20,3%) absolviert. Wobei hier v. a. Sprach- und EDV-Kurse (12% bzw. 11%) besucht werden. Kulturmanagementkurse werden hingegen von Kunstschaftenden sehr viel seltener besucht (knapp 7%). (Schelepa, S., Wetzel, P., Wohlfahrt, G., 2008) Nur eine sehr kleine Minderheit (6,4%) der Kunstschaftenden nimmt keinerlei Weiterbildungsformen in Anspruch. Die Hauptgründe für die Entscheidung gegen Weiterbildungsmöglichkeiten liegen erstens in den meist hohen Kosten dieser Kurse und zweitens im Zeitmangel. (Schelepa, S., Wetzel, P., Wohlfahrt, G., 2008)

Vergleicht man die hohe Rate an u. a. Akademiker(n)/innen unter Kunstschaftenden, mit ihrem eher geringen Niveau der Arbeits- und Einkommenssituation, muss sich die Frage gestellt werden, ob die Ausbildung die angehenden Kunstschaftenden ausreichend für ihre berufliche Zukunft vorbereitet. So ist einer der Hauptkritikpunkte an Kunst- und Medien-Studienprogrammen, deren Versäumnis die Kunststudenten für die wirtschaftliche Realität ihrer kreativen (selbständigen) Arbeit vorzubereiten (Almhofer, E. et al., 2000).

5.1 **Künstler/innen und Hochschulen**

Die meisten europäischen Kunsthochschulen lassen sich auf klassische Kunstakademien zurückführen. Hochschulen im Musikbereich gehen meist auf Konservatorien zurück. Die meisten europäischen Länder integrierten ihre Akademien etwa ab 1960 in den tertiären Bildungssektor. In Österreich wurden diese Institutionen im Jahr 1970 in den Hochschulstatus erhoben. Allerdings ist der Übergang in den meisten Ländern (wie Deutschland und Österreich) inhaltlich und strukturell noch nicht abgeschlossen (Kósa, E., 1997).

Europa weist noch immer eine hohe Diversität an Hochschuleinrichtungen im Kunstbereich auf. So sind Fachhochschulen (Colleges, Polytechnische Lehrinstitute) auf wenige Fachgebiete spezialisierte Einrichtungen, die eher berufspraktische Studien anbieten. Kunsthochschulen hingegen bieten weniger berufsorientierte Kunststudien, beispielsweise im Bereich der Instrumentalstudien, an. Wobei hier zwischen traditionellen Kunsthochschulen, die sich weiter am Meisterklassenunterricht ausrichten, und progressiven Kunsthochschulen, die sich am universitären Modell orientieren, unterschieden werden kann.

Kunstuniversitäten sind „*Kunsthochschulen mit universitärem Status und Promotionsrecht*“ (Kósa, E., 1997), und bieten ein breit gefächertes Studienangebot, wobei hier auch Forschung betrieben wird. An manchen Universitäten sind künstlerische Studien etabliert, die eigenen Kunstfakultäten/Kunstinstitute zugeordnet werden. (Kósa, E., 1997) In Österreich ermöglichen sechs staatliche Kunstuniversitäten eine künstlerische Hochschulausbildung:

● **Universitäten für Musik und darstellende Künste:**

- Universität für Musik und darstellende Kunst Wien,
- Universität für Musik und darstellende Kunst Salzburg (Mozarteum),
- Universität für Musik und darstellende Kunst Graz

● **Universitäten für bildende Künste:**

- Akademie der bildenden Künste Wien,
- Universität für Angewandte Kunst Wien, und
- Kunst Universität Linz
(Universität für künstlerische und industrielle Gestaltung Linz)

Aus dieser Auflistung der Kunstuniversitäten Österreichs lässt sich schon eine gewisse Zentriertheit der (künstlerischen) Ausbildungslandschaft auf den Wiener Raum feststellen. Neben kleineren Kunst-Zentren wie Linz oder Graz ist nach wie vor Wien DAS Kunst- und Kulturzentrum Österreichs, was sich eben auch in der entsprechenden Ausbildungslandschaft niederschlägt.

In vielen europäischen Staaten existieren zusätzlich zu staatlichen Ausbildungsstätten auch private Hochschulen, die teilweise als Hochschulen staatlich anerkannt sind. Bei staatlicher Anerkennung werden von diesen privaten Hochschulen, den staatlichen Institutionen gleichgestellte Studien angeboten. Europaweit akkreditieren so genannte Akkreditierungsagenturen Studiengänge nach den, vom nationalen Akkreditierungsrat vorgegebenen Grundsätzen und Mindeststandards. Nur diese staatlich akkreditierten Universitäten dürfen in Folge Studiengänge anbieten, die zu einem anerkannten akademischen Grad führen (siehe auch Abschnitt 5.1.1 Akkreditierung von Privatuniversitäten). (ÖAR, 2008) So gibt es in Österreich im Kunstbereich beispielsweise das Konservatorium Wien (Beginn der Akkreditierung: 15. Juni 2005, Akkreditierungsdauer: 5 Jahre), oder auch die Anton Bruckner Privatuniversität (Akkreditierungsbeginn: 16. Februar 2004, Akkreditierungsdauer: 5 Jahre) als staatlich anerkannte Privatuniversitäten. (ÖAR, 2008)

Der große Unterschied zwischen staatlichen Universitäten und staatlich anerkannten Privatuniversitäten liegt meist in den Studienbeiträgen. In Österreich ist der Studienbeitrag an staatlichen Universitäten derzeit 363,63 Euro, wohingegen Privatuniversitäten ihre Studienbeiträge selbst festlegen. (ÖAR, 2008)

Was das Bildungsprofil des Kunstbereichs betrifft, so wurden laut Statistik Austria (Statistik Austria, 2007) im Wintersemester 2005/2006 an den sechs österreichischen Universitäten der Künste 9.105 Studien belegt (im Vergleich zu 2004 +0,8%), wobei es sich bei 1.208 Studien um Lehramtsstudien handelte. Die Studienrichtungsgruppe mit den meisten Studierenden war Musik (58,5%), wobei der Anteil an ausländischen Hörer(n)/innen etwa 50% der Hörer/innen der Studienrichtungsgruppe Musik ausmachte (Anteil ausländischer Studenten im Diplomstudium Klavier 80,6%), gefolgt von der bildenden und der angewandten Kunst (33,4%), und der Darstellenden Kunst (4,9%) (siehe Abb. 11, Statistik Austria, 2007).

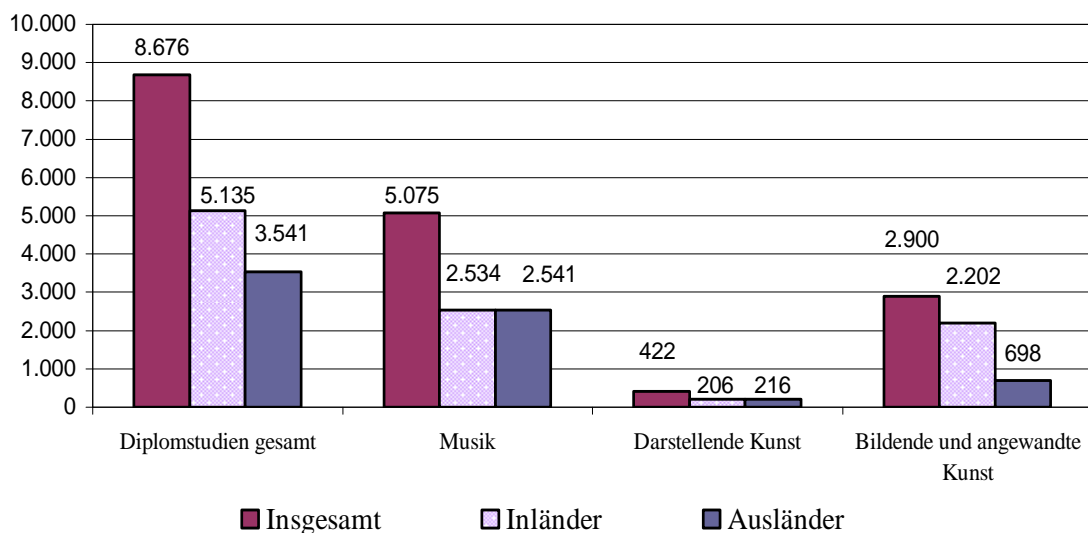


Abb. 11: Belegte Studien von inländischen und ausländischen ordentlichen Studierenden an Universitäten der Künste nach Studienrichtungen (Wintersemester 2005/2006)

Q.: Statistik Austria (2007), erstellt am 19.12.2007

Die größte Kunstuniversität Österreichs war im Wintersemester 2005/06 mit 2.796 inskribierten Studenten die Universität für Musik und darstellende Kunst in Wien, gefolgt von der Universität für Musik und darstellende Kunst in Graz (1.616) und dem Salzburger „Mozarteum“ (1.468) (Statistik Austria, 2007). An diesen drei Universitäten war auch der Ausländeranteil im Wintersemester 2005/06 über dem Durchschnitt von 40,6%, „Mozarteum“ (54%), Universität für Musik und darstellende Kunst in Graz und Wien (53,8% und 43,5%) (Statistik Austria, 2007). Diese Zahlen sprechen u. a. für den international guten Ruf der österreichischen Universitäten der Künste.

5.1.1 Akkreditierung von Privatuniversitäten

Generell sind Akkreditierungsprozesse Qualitätsprüfungsverfahren, die von privaten Akkreditierungsagenturen durchgeführt werden und den Richtlinien und Standards der nationalen Akkreditierungsräte entsprechen. Nur nach bestandener Akkreditierung dürfen solch überprüfte Hochschulen Studiengänge mit anerkannten Hochschulabschlüssen anbieten.

Jede private Universität die in Österreich Studiengänge mit anerkannten akademischen Graden anbieten möchte, braucht die staatliche Anerkennung.

Daher müssen folgende Einrichtungen Anträge auf Akkreditierung stellen (ÖAR, 2008):

- Bildungseinrichtungen, die in Österreich eine private Universität betreiben möchten;
- Akkreditierte Privatuniversitäten, die neue Studiengänge einführen möchten;
- Akkreditierte Privatuniversitäten, die die Akkreditierung verlängern möchten.

Die Dauer der ersten bzw. zweiten Akkreditierung ist auf jeweils fünf Jahre beschränkt. Jede weitere Akkreditierungsperiode beläuft sich dann auf 10 Jahre. (ÖAR, 2008)

Die Funktionen der Akkreditierung liegen generell in vier Bereichen (ÖAR, 2008):

- Schutz der Studierenden (internationale Anerkennung des erworbenen Grades);
- Erhöhte Transparenz und Vergleichbarkeit des europäischen Hochschulangebots;
- Erleichterte internationale Mobilität (wechselseitige Anerkennung von Studien);
und
- Gesteigerter Wettbewerb zwischen den Bildungseinrichtungen.

5.1.2 Ausbildung vs. Beruf

Was die Zufriedenheit mit der abgeschlossenen Ausbildung anbelangt, so nimmt diese häufig mit Höhe des Qualifikationsniveaus ab. So lautet die Hauptkritik an beispielsweise der Musik- und bildenden Kunst-Ausbildung, dass das Angebot an „fachspezifischen Ausbildungsmöglichkeiten“ und die „Verwertbarkeit der Ausbildung für einen Berufseinstieg“ unzureichend sind (Almhofer, E. et al., 2000. S.67), wobei es vor allem an der „Vermittlung von Selbstpräsentationstechniken für den professionellen Berufseinstieg“ mangelt.

Dasselbe Bild zeigt die Studie „Kunst>Universität<Öffentlichkeit“ der ARGE KunstCurriculum aus dem Jahr 2001 (ARGE KunstCurriculum, 2001. S.62ff). So wird die Berufsvorbereitung als mangelhaft erachtet, wobei mit steigender Nähe der Studenten zur „Kunst“, die Qualität der Kunstuniversitäten umso mangelhafter bewertet wurde. Laut dieser Studie sehen Kunststudenten bzw. junge Künstler/innen ihre Berufsaussichten eher pessimistisch, wobei vor allem gute Einkommen durch die künstlerische Arbeit als eher unwahrscheinlich eingeschätzt wurden. Gerade in ländlichen Regionen Österreichs nimmt die Erwartungshaltung diesbezüglich ab.

Nur wenigen Kunststudienabsolventen gelingt der reibungslose Übergang ins Berufsleben. Gründe mögen in der allgemein problematischen Arbeitsmarktsituation liegen, andererseits spielen sicherlich auch Mängel in der Qualifikation von Kunststudienabsolventen eine gewisse Rolle für die prekäre Arbeitsmarktsituation von Künstler(n)/innen.

Nach einer Erhebung der Deutschen Orchestervereinigung zwischen 1998 und 2002 wurden 844 Stellen in deutschen Orchestern frei (altersbedingt), wohingegen jedes Jahr ca. 1.500 Absolventen der Fächer Instrumental-/Orchestermusik auf den deutschen Arbeitsmarkt strömen (Gembris, H., Langner, D., in Konrad, E., 2006). Trotz diesem Überangebot an Bewerbern haben Orchester Schwierigkeiten Stellen zu besetzen, denn die Anforderungen an Künstler/innen steigen – Technik und Talent reichen hier nicht mehr aus. Fähigkeiten im Bereich der Persönlichkeit (Bühnenpräsenz) und der Qualifikationen, wie Selbstmanagement, Organisationsvermögen, und der Fähigkeit, beruflich-soziale Netzwerke zu bilden werden von Künstler(n)/innen immer stärker verlangt. Jedoch werden wegen mangelndem Bewusstsein für die Problematik oder auch aus der prinzipiellen Ablehnung aller außerkünstlerischen Themen heraus, an künstlerischen Hochschulen v. a. im deutschsprachigen Raum solche Fähigkeiten äußerst selten vermittelt.

5.1.3 Hochschulreform

In Österreich liegt der Schwerpunkt der Ausbildung an Kunstuniversitäten ganz klar auf der rein künstlerischen Ausbildung bzw. auf der Vermittlung fachspezifischen Wissens und Fähigkeiten. Kenntnisse für den Branchenzugang werden hingegen kaum bis gar nicht im universitären Rahmen angeboten. Absolventen der Universität für angewandte Kunst kritisieren beispielsweise in einer Studie von Al Chihade aus dem Jahr 1998 vor allem den Mangel an Vermittlung von wirtschaftlichen und sozialen Kompetenzen (Al Chihade, E., 1998. S.49).

Im Rahmen europäischer Bemühungen, wird seit einigen Jahren versucht u. a. diesen Misstand und die Vergleichbarkeit der europaweiten Studiengänge zu verbessern (siehe Abschnitt 5.1.4 Bologna Prozess).

Im Jahr 1998 wurde im Rahmen einer EU Konferenz der Themenbereich „*Künstlerische Hochschulbildung: Kulturprozess und Arbeitswelt*“ diskutiert (Bundesministerium für Wissenschaft und Verkehr, 1999, S. 6). Die Teilnehmer haben u. a. hervorgehoben, dass in Zeiten wirtschaftlicher und sozialer Veränderungsprozesse eine „*Neubewertung regionaler und individueller Identitäten nötig*“ sein wird und Hochschulen die Funktion der „*Träger und Bewahrer der nationalen kulturellen Identität*“ über haben werden. Die Konferenz betonte allerdings auch, dass es in einem so dynamischen und rasant wachsenden Sektor ständig zu Veränderungen in den Anforderungsprofilen für Künstler/innen kommt, und die Hochschulen kaum in der Lage sein werden, ihre Studierenden angemessen auf die berufliche Zukunft vorzubereiten.

Folgende Handlungsempfehlungen wurden zum Abschluss der Konferenz ausgesprochen:

- Künstlerische Ausbildungsangebote sollten nach einer Abkehr von traditionellen Berufsbildern, „*innovationsfreundlicher und flexibler*“ gestaltet werden.
- Die künstlerische Bildung sollte als Teil der „*grundlegenden Allgemeinbildung*“ intensiviert werden.
- Im Sinne einer zeitgemäßen Ausbildung, sollten „*transdisziplinäre Ansätze, (...) und praxisbezogene Schlüsselqualifikationen*“ an Bedeutung gewinnen.
- Für die Umsetzung von Reformintentionen müssen Hochschulen ihr Angebot in starker internationaler Kooperation an die Umweltgegebenheiten anpassen.

5.1.4 Bologna Prozess

Um ein europaweit besser vergleichbareres Hochschulsystem zu initiieren, wurde von der Europäischen Kommission 1989 das European Credit Transfer System (ECTS) im Rahmen des Erasmus- (inzwischen Sokrates-) Programms eingeführt.

So werden einzelnen Studienbestandteilen Leistungspunkte (engl. *credit points*) zugewiesen, die das Arbeitspensum, die Kontaktstunden oder Lernergebnisse widerspiegeln.

Das so erprobte EU-Projekt wurde schließlich mit dem Bologna Prozess ausgeweitet. Der Bologna Prozess basiert auf einer völkerrechtlich nicht bindenden Erklärung, die 1999 von 29 europäischen Bildungsministern in Italien, Bologna, unterzeichnet wurde. Das Ziel dieses Prozesses ist die Schaffung eines einheitlichen europäischen

Hochschulwesens bis zum Jahr 2010. (Europäische Kommission, 1999; HRK, 2008; BMBF, 2008; BMWF, 2008) Seither führen die meisten europäischen Universitäten dieses Leistungspunkte-System ein, das die Mobilität und Anerkennung innerhalb Europas erleichtern soll. Im Bologna Abkommen wurde vereinbart, dass das Arbeitspensum eines Vollzeitstudenten 60 ECTS Punkten pro akademisches Jahr (bzw. 30 ECTS Punkte pro Semester, bzw. 20 ECTS Punkte pro Trimester), entspricht. In Europa kommen Vollzeitstudenten meist auf ein Arbeitspensum von 1.500-1.800 Stunden pro Jahr, damit entspricht ein ECTS Punkt ca. 25-30 Arbeitsstunden (Veröffentlichung der Uni-Duisburg-Essen).

Ein weiteres Ziel im Rahmen des Bologna-Prozesses ist die Schaffung eines zweistufigen Systems von Studienabschlüssen, undergraduate und graduate Studiengänge (in Deutschland und Österreich als Bakkalaureus/Bachelor und Magister/Master umgesetzt).

Die Studien werden somit in drei Zyklen eingeteilt, wobei die Benennung der akademischen Grade offen bleibt:

1. Zyklus: 180-240 ECTS Punkte, **Bachelor**
2. Zyklus: 90-120 ECTS Punkte (Minimum 60 ECTS Punkte), **Master**
3. Zyklus: keine ECTS-Angaben (eigenständige Forschungsarbeit, Arbeitsaufwand von 3-4 Jahren, Vollzeit), **Doktor** bzw. **PhD**

Im Rahmen des Bologna-Prozesses werden Studien die aus einem Bachelor und einem darauf aufbauenden Master bestehen als konsekutive Studiengänge bezeichnet. Im Gegensatz zu einem nicht-konsekutiven bzw. weiterbildenden Masterstudiengang besteht zwischen den beiden Abschlüssen eines konsekutiven Studiengangs ein fachlicher Zusammenhang. (BMBF, 2008; BMWF, 2008)

5.1.5 Abschlüsse in Deutschland und Österreich

In Deutschland und Österreich werden nach Umsetzung des Bologna-Prozesses folgende akademische Grade vergeben:

- Bachelor of Arts (B.A.), Bachelor of Science (B.Sc.), Bachelor of Engineering (B.Eng.), Bachelor of Laws (LL.B.)

- **Kunst-/Musikstudien:**

- Bachelor of Fine Arts (B.F.A.), Bachelor of Music (B.Mus.)

- Lehramtsstudien: Bachelor of Education (B.Ed.)

- Master of Arts (M.A.), Master of Science (M.Sc.), Master of Engineering (M.Eng.), Master of Laws (LL.M.)

- **Kunst-/Musikstudien:**

- Master of Fine Arts (M.F.A.), Master of Music (M.Mus.)

- Lehramtsstudien: Master of Education (M.Ed.)

Wobei nicht-konsequente Masterstudiengänge die oben genannten Master-Abschlüsse tragen dürfen wenn sie einem konsekutiven Masterstudiengang gleichwertig sind, andernfalls müssen diese Masterstudiengänge mit abweichenden Bezeichnungen abschließen, z.B. Master of Business Administration (MBA).

5.1.6 Hochschulreife

Voraussetzung für den Zutritt zu Hochschulstudien ist die Hochschulreife (wenige Ausnahmen bestehen für Hochbegabte im Bereich der Kunst-/Musikstudien). Diese Zugangsberechtigung wird in den meisten Fällen durch den Abschluss einer höher bildenden Schule (Matura, Abitur, Bakkalaureat, A-Levels, etc.) oder durch die Studienberechtigungsprüfung (Hochschulreifepfprüfung u. ä.) erworben. In manchen Fällen wird auch eine mehrjährige Praxiserfahrung u. ä. als Hochschulreife anerkannt, dies bildet allerdings die Ausnahme.

An manchen Hochschulen werden auch so genannte Predegree-Studien angeboten, die im jeweiligen Bereich eine einschlägige Vorbildung vermitteln, ohne mit einem Hochschulabschluss abzuschließen. Diese Studien können auch als Hochschulreife anerkannt werden (ist im Einzelfall zu überprüfen) (Kósa, E., 1997).

Für künstlerische Studien besteht neben der Hochschulreife auch die Anforderung der künstlerischen Eignung. Diese Eignung bzw. das künstlerische Talent wird an Hochschulen im Rahmen von Aufnahmeverfahren festgestellt. Diese Überprüfung beinhaltet meist schriftliche und mündliche Tests, wie auch, je nach Kunst-/Musikstudienrichtung, künstlerisch-praktische Prüfungen, die grundsätzlich kommissionell durchgeführt werden.

5.2 Curricula im tertiärer Bildungssektor

Im Gegensatz zu Österreich, sind in den vielen europäischen Ländern die Studien nicht gesetzlich reglementiert und sind daher auch nicht für das gesamte nationale Hochschulsystem verbindlich. Daher können die Bezeichnungen und Inhalte von Hochschule zu Hochschule stark variieren. (Kósa, E., 1997) Im Rahmen der Synchronisation des europäischen Bildungssystems bzw. im Rahmen des Bologna-Prozesses wird diese unübersichtliche Situation allerdings in den nächsten Jahren geklärt.

Grob kann man Kunst-/Musikstudien europaweit in folgende Fachrichtungen einteilen (Kósa, E., 1997):

- Freie, bildende Kunst (laut KHStG: Malerei und Grafik, Medailleurkunst und Kleinplastik, und Bildhauerei),
- Angewandte Kunst/Design (Textil, Metall, Keramik, Mediengestaltung, etc.),
- Instrumental- und Gesangsstudien,
- Komposition/Musikleitung/Musiktheorie,
- Kirchenmusik, Jazz, Populärmusik, Volksmusik,
- Darstellende Kunst (Schauspiel, Dramaturgie, Regie, Musik-Theater, etc.),
- Kunsttherapie, Musiktherapie,
- Kunstvermittlung, Musikmanagement,
- Interdisziplinäre Studiengänge zwischen Wissenschaft und Kunst,
- Kunst- und Musikpädagogik, und
- Instrumental- und Gesangspädagogik.

5.2.1 Künstlerische Ausbildung mit Schwerpunkt auf Management Fähigkeiten

„Es gibt immer mehr Künstler, einen immer unübersichtlicheren, größeren Kunstmarkt, jedoch nicht unbedingt mehr Sammler und öffentliche Auftraggeber, und eine abnehmende Bereitschaft von Galeristen, sich nach neuen Künstlern umzusehen und diese aufzubauen. D. h. als Künstler muss man immer auch selbständiger Unternehmer sein und lernen, wie man, unter Nutzung der neuen Kommunikationsmöglichkeiten, auf sich aufmerksam machen kann. [...] wirtschaftlich-rechtliche und kommunikative Inhalte gehören unbedingt in das Curriculum eines seriösen und modernen Kunststudiums.“

(Stephan P. Schneider, Vorstand der Freien Akademie der bildenden Künste, Essen)

Eine profunde künstlerische Ausbildung besteht heutzutage nicht mehr nur aus fachspezifischen Inhalten. Künstler/innen brauchen für eine erfolgreiche (selbständige) Karriere Zusatzkompetenzen. Betriebswirtschaftliche Kenntnisse, Grundkompetenzen im (Selbst-)Marketing, (Selbst-)Organisation, und Kenntnisse der eigenen rechtlichen Möglichkeiten und Pflichten sollten in jeder künstlerischen Ausbildung, egal in welcher Disziplin, in einem Mindestmaß vermittelt werden.

Im Rahmen dieser Diplomarbeit zeigte die Analyse der künstlerischen Studiengänge in Europa (deutschsprachiger Raum) und den beiden angloamerikanischen Ländern, USA und Großbritannien, deutlich den Mangel an solch „kunstfernen“ Ausbildungsinhalten in einer großen Mehrheit der Kunstuniversitäten im deutschsprachigen Raum. Die analysierten Studiengänge umfassen künstlerische Studien und wirtschaftliche Studien auf postsekundärem bzw. tertiärem Bildungsniveau. Wobei sich die Auflistung auf

- künstlerische Studien mit praxisrelevantem Fächerangebot, wie rechtlichen-, wirtschaftlichen-, oder Marketing-Schwerpunkten, und
- auf Wirtschaftsstudien mit künstlerischem Bezug (Kunst-, Kulturmanagement)

fokussiert. Im Zuge der Analyse zeigte sich, dass der wirtschaftlich ausgerichtete Ausbildungsbereich für (angehende) Künstler/innen v. a. in Österreich mangelhaft ist, daher wurde ein weiterer Schwerpunkt der Analyse auf

- Kurse bzw. Seminare von kürzerer Dauer gelegt, die u. a. speziell für Künstler/innen wirtschaftliche Inhalte, wie Vertragsrecht, Selbstmanagement, Selbstvermarktung, etc. anbieten.

5.2.1.1 Analyse der künstlerischen Ausbildungslandschaft im deutschsprachigen Raum (Österreich, Deutschland, Schweiz)

Im Zuge der Analyse der Kunststudien, im Hinblick auf wirtschaftliche bzw. berufspraktische Inhalte, im europäischen Raum zeigte sich ein eher schlechtes Bild der universitären Kunstausbildung. Wobei vor allem Österreich kaum universitäre Weiterbildungsmöglichkeiten in diese Richtung anbietet. Inhalte, die (angehende) Künstler/innen beim Einstieg und bei der weiteren Entwicklung der eigenen beruflichen Karriere helfen, wie Kurse in Marketing, Finanzierung, Betriebswirtschaft (inkl. Buchhaltung), Selbstmanagement, etc., werden besonders in Österreich fast ausschließlich von privaten Instituten (teilweise in Kooperation mit Universitäten) angeboten. Daher bilden in diesem Fortbildungsfokus kleinere, wenige Tage bis wenige Monate dauernde, Seminare die Mehrheit.

Im folgenden ersten Abschnitt der Präsentation der Analyseergebnisse wird speziell auf die berufspraktischen bzw. kunstferneren Ausbildungsmöglichkeiten von Künstler(n)/innen in Österreich eingegangen.

5.2.1.1.1 Künstlerische Hochschulausbildung in Österreich

Im Zuge dieser Diplomarbeit wurde v. a. das Ausbildungsangebot von staatlichen und privaten Hochschulen analysiert. Wobei der Fokus auf dem staatlichen Hochschulangebot der sechs österreichischen Kunstuniversitäten lag.

● Universitäten für Musik und darstellende Künste:

- Universität für Musik und darstellende Kunst Wien,
- Universität für Musik und darstellende Kunst Salzburg (Mozarteum),
- Universität für Musik und darstellende Kunst Graz

● Universitäten für bildende Künste:

- Akademie der bildenden Künste Wien,
- Universität für Angewandte Kunst Wien, und
- Kunst Universität Linz
(Universität für künstlerische und industrielle Gestaltung Linz)

Die **Wiener Universität für Musik und darstellende Kunst** bietet mit dem Institut für Kulturmanagement (IKM) das Österreichweit älteste Universitätsinstitut im Bereich des Kulturmanagements. Als eines der wenigen Institute vertritt das IKM einen interdisziplinären (kultur-, sozial- und wirtschaftswissenschaftlichen) Ansatz. Studenten der Universität für Musik und darstellende Kunst Wien aber auch Studenten anderer Universitäten werden Lehrveranstaltungen zum Fachbereich Kulturmanagement und -wissenschaft angeboten. Schwerpunkte liegen hier u. a. auf der Kulturbetriebslehre und -management, Museums- und Ausstellungsmanagement, Rechtsrahmen und Kommunikation. Als eine der wenigen Universitäten in Österreich bietet die Universität für Musik und darstellende Kunst Wien auch Diplominstrumentalstudien mit Schwerpunkt auf Musikmanagement an. Im Ausmaß von 15 ECTS Punkten (bzw. 10 Semesterstunden) werden hier Themenbereiche von Projektmanagement, über Rechtskunde für Musiker bis hin zur Kulturbetriebslehre vermittelt. Im Vergleich zu den anderen künstlerischen Hochschulstudien wird somit an der Wiener Universität für Musik und darstellende Kunst eine relativ große Bandbreite an berufspraktischen Inhalten vermittelt, die auch im Zeitausmaß, im Vergleich zu anderen Universitätsangeboten, einen größeren Stellenwert einnehmen. (Universität für Musik und darstellende Kunst Wien, 2008)

Im Vergleich zum Wiener Pendant ist die Einbindung von berufspraktischen bzw. betriebswirtschaftlichen Inhalten in die Studienpläne an der **Salzburger Universität für Musik und darstellende Kunst (Mozarteum Salzburg)** noch nicht so weit entwickelt. So finden sich in den Diplomstudien der darstellenden Kunst lediglich zwei Pflichtfächer in diesem Bereich. Einerseits das Pflichtfach *Bühnen- u. Medienrecht* (1 ECTS Punkt bzw. 1 Semesterstunde) im Studienzweig Schauspiel, und andererseits die Pflichtfächer Kulturmanagement, mit dem Schwerpunkt auf der Organisation von Arbeitsabläufen, (5 ECTS Punkte bzw. 3 Semesterstunden) und Rechtskunde, mit dem Schwerpunkt auf Bühnen- u. Medienrecht, (1 ECTS Punkt bzw. 1 Semesterstunde) im Studienzweig Regie. Im angebotenen Masterstudium Gesang wird hingegen schon ein größerer Schwerpunkt auf die Vermittlung von Management Fähigkeiten gelegt. So kann hier der Studienschwerpunkt „*Kulturmanagement*“ im Ausmaß von 12 Wochenstunden gewählt werden. Wobei hier u. a. Themen wie PR-, Selbst-, Projektmanagement, Organisation von Arbeitsabläufen, etc. behandelt werden. (Universität für Musik und darstellende Kunst Salzburg, 2008)

Ähnlich wie im Mozarteum Salzburg wird an der **Universität für Musik und darstellende Kunst Graz** ein sehr kleiner Fokus auf die berufspraktische Ausbildung der Kunststudenten gelegt. Wie in Salzburg werden im Diplomstudium der darstellenden Kunst Inhalte im Rechtsbereich, Theater- und Vertragsrecht, im Ausmaß von nur einer Semesterstunde vermittelt. Lediglich im Rahmen von Wahlfächern (18 ECTS Punkte) werden in Graz Vorlesungen wie Planung und Projektmanagement oder Presse-, PR-Arbeit und Journalistik (2 ECTS Punkte) angeboten. (Universität für Musik und darstellende Kunst Graz, 2008)

Keinerlei Kulturmanagement- bzw. berufspraktische Inhalte werden hingegen an der **Akademie der bildenden Künste Wien** angeboten. Wie die Bezeichnung der Hochschule bereits verrät, sieht sich die Universität der bildenden Künste Wien in der Tradition einer klassischen Kunstakademie, die ihren Fokus alleine auf die künstlerische Ausbildung ihrer Studenten legt. Seit 1955 ergänzen zwar wissenschaftliche Institute die Lehre an den Meisterschulen der Universität, allerdings werden bisher keinerlei betriebswirtschaftliche bzw. berufspraktische Vorlesungen angeboten. (Akademie der bildenden Künste Wien, 2008)

Im Gegensatz zur Akademie der bildenden Künste Wien, bietet die **Universität für Angewandte Kunst Wien** in all ihren Studienplänen Vorlesungen mit Kulturmanagement Inhalten an. So wird beispielsweise in den Curricula der Diplomstudiengänge der bildenden Kunst (Bildhauerei, Fotografie, Keramik, Malerei) im zweiten Studienabschnitt Vorlesungen im Bereich „*Management in der Kunst*“ (2-3 ECTS Punkte bzw. 4-6 Semesterstunden), mit Themenschwerpunkten wie gewerblicher Rechtsschutz, Selbstmanagement in der Kunst, Marktpositionierung, Markenschöpfung und Networking für Kunstschaffende angeboten. Außerdem können Absolvent(en)/innen kunst- und kulturtheoretischer Studien an der „Angewandten“, u. a. das Aufbaustudium „*Art & Economy*“ (4 Semester, 2.330 Euro pro Semester) belegen. (Universität für Angewandte Kunst Wien, 2008)

Die sechste staatlich Kunsthochschule Österreichs, die **Kunst Universität Linz**, schreibt den berufspraktischen, wirtschaftlichen Inhalten, wie die „Angewandte“ in Wien, einen größeren Stellenwert zu. Organisatorische Fertigkeiten und berufsfeldbezogene Techniken (unternehmerische und kommunikative Fähigkeiten zur Selbstorganisation)

werden im Diplomstudium der bildenden Kunst im Rahmen des Pflichtstudienfachs „*Praxisorientierte Studien und Management*“ (2 ECTS Punkte) vermittelt, wobei Themen wie Bedingungen kultureller Produktion, Strukturen des Kunstbetriebes, Versicherungs- und Steuerrecht, Urheberrecht, Künstlerisches Projektmanagement, Kommunikations- und Präsentationstechniken, und Medienrecht behandelt werden. (Kunst Universität Linz, 2008a)

„Spezielle Lehrveranstaltungen sind entsprechend den Anforderungen an Künstler als junge unternehmerische Initiativen auf diese notwendigen Fertigkeiten hin orientiert: von der Kenntnis fremdsprachiger Terminologie, über das Erstellen von Finanzierungsplänen, Fragen der Versteuerung, Fragen des Copyrights bis zum richtigen Umgang mit Institutionen und den entsprechenden kommunikativen Fertigkeiten: Verhandlungen mit potentiellen Sponsoren, Abfassen von Pressetexten etc.“ (Kunstuniversität Linz, 2008b)

An den akkreditierten Privatuniversitäten Österreichs, dem Konservatorium Wien Privatuniversität und der Anton Bruckner Privatuniversität, werden den berufspraktischen bzw. wirtschaftlichen Unterrichtsinhalten eher geringe Bedeutung zugesprochen.

Am **Konservatorium Wien** werden beispielsweise im Diplomstudium bzw. im Masterstudium „Tasteninstrumente“, „Blasinstrumente“, „Gesang und Oper“ im Rahmen von nur 2 ECTS Punkten (2 Semesterwochenstunden) Kenntnisse im Bereich „*Selbstmanagement/Rechtsgrundlagen*“ vermittelt. Im Bachelorstudium „Schauspiel“ werden berufspraktische Inhalte bereits verstärkt angeboten. Vorlesungen im Bereich „*Berufspraxis*“, Theaterrecht und Produktionsmanagement umfassen hier 2-4 Semesterwochenstunden. (Konservatorium Wien Privatuniversität, 2008)

An der **Anton Bruckner Privatuniversität** besteht lediglich im Rahmen des Wahlfachkatalogs der Master-Instrumental- und Master-Gesangsstudiengänge bereits ein breites Angebot an Lehrveranstaltungen u. a. in den Bereichen Grundlagen der BWL, -Marketing und Öffentlichkeitsarbeit, Rechtskunde, Verwaltungsgesellschaften, und Grundlagen der EDV. Im Bereich der Instrumentalstudien kann außerdem der Wahlschwerpunkt „*Kulturmanagement*“ (Grundlagen der BWL, Marketing und Öffentlichkeitsarbeit, Rechtskunde, Projektmanagement, Veranstaltungsorganisation, Einführung in Kultursoziologie und -politik, Rhetorik und Kommunikation, EDV und

Organisation; 13 ECTS Punkte) gewählt werden. Wobei hier auch andere Wahl-Schwerpunkte (Kammermusik, Solistenausbildung), Vorlesungen im Bereich EDV und Organisation, und Praktika im Bereich Musikmanagement anbieten. In Form von Pflichtfächern werden allerdings kaum berufspraktische Inhalte vermittelt, so werden nur im Bereich der Schauspielausbildung im Rahmen des Pflichtfachs „*Theaterrecht*“ (1 Semesterstunde) praxisrelevante Elemente näher gebracht. (Anton Bruckner Privatuniversität, 2008)

Seit Wintersemester 2007 wird an der **Universität Klagenfurt** in Kooperation mit dem staatlich anerkannten **Kärntner Landeskonservatorium für Musik und Schauspiel** das Kooperationsstudium „*Angewandte Musikwissenschaften*“ (AmuWi) angeboten. Mit dem Ziel die Berufschancen der Instrumentalstudierenden zu erhöhen, werden neben einer fundierten Instrumentalausbildung, sowohl im Bachelor- als auch im Masterstudiengang des Kooperationsstudiums, Themenbereiche wie Neue Medien/Musikinformatik, Konzeptuelle Kompetenzen, Kulturmanagement, Recht im Umfeld der Musik, BWL, und Musikvermittlung/Musikpädagogik im Rahmen der beiden „*Berufsfeldbezogenen Module*“ (jeweils 12 ECTS Punkte) behandelt. (Universität Klagenfurt, 2008)

Zusätzlich zu dem reinen Hochschulangebot an kunst-wirtschaftlichen Ausbildungsmöglichkeiten, besteht auch eine Reihe von Kooperationen zwischen Hochschulen und privaten Weiterbildungsinstituten. In diesem Zusammenhang ist u. a. die Partnerschaft der Universität Wien (Institut für Theater-, Film- und Medienwissenschaft) und dem privat geführten **Institut für Kulturkonzepte** zu nennen, in dessen Rahmen der Universitätslehrgang „*Kultur & Organisation*“ angeboten wird. Innerhalb eines Jahres (4.800 Euro) werden hier, den bereits im Kulturmanagement tätigen Teilnehmer(n)/innen, berufsbegleitend Themenbereiche wie Teambildung/Leadership, Projektplanung, Internationales Kulturmanagement, Kulturfinanzierung, -marketing und PR/Öffentlichkeitsarbeit näher gebracht. (Institut für Kulturkonzepte, 2008)

Auch in Kooperation mit der **Wiener Volkshochschulen GmbH** (Büro für Kunst & Kommunikation & Medien / Werkstätte Kunstberufe) bietet die Universität Wien etliche Weiterbildungskurse im Bereich Kunst und Wirtschaft an. In den bis zu drei Semester andauernden „*Werkstätte Kunstberufe*“ werden Kurse in den Bereichen Event

(Veranstaltungsmanagement), Kino und Fernsehen (Kinomanagement, Werkstätte Fernsehdokumentation), Verlagswesen (Werkstätte Buchverlag), Kommunikation, Medien und PR (Medienmanagement, Öffentlichkeit für Kunst und Kultur) etc. angeboten (Vollzahler/innen: 250-1.086 Euro, Ermäßigung für u. a. Student(en)/innen: 180-856 Euro). (Werkstätte Kunstberufe, 2008)

In Linz besteht die Kooperation zwischen der Kunstuniversität Linz und der **KUPF Akademie**. Im Rahmen des ca. einsemestrigen Studiengangs „Kulturarbeit“ (500 Euro) werden Praktiker/innen der initiativen Kulturarbeit u. a. mit Themen der Finanzierung und des Projektmanagements vertraut gemacht.

Das breite Angebot an (privaten) Weiterbildungsmöglichkeiten im Bereich Managementfähigkeiten für Kunstschaffende (siehe detaillierte Auflistung im Anhang B: Tab. 20) liegt mehrheitlich im Ausmaß von Eintages- bis wenige Wochen dauernden Kursen, die in der Regel in einem hohen Preissegment angesiedelt sind. In Tab. 14 (Berufspraktische/wirtschaftliche Weiterbildungsmöglichkeiten für Kunstschaffende) und Tab. 15 (Berufspraktische/wirtschaftliche Ausbildungsmöglichkeiten für Kunstschaffende) sind einige Beispiele für (private) (längerfristige) Ausbildungsmöglichkeiten und (kurzfristige) Weiterbildungsmöglichkeiten im Wirtschafts-, Rechts- und Marketingbereich aufgelistet, die für Künstler/innen geeignet erscheinen.

Bei näherer Betrachtung der Preise und der Dauer der Angebote stellen sich allerdings in manchen Fällen die Fragen,

- ob sich (selbständige/angestellte) Kunstschaffende die teilweise hohen Kurskosten leisten können,
- ob die Kursdauer (teilweise ganztägig) für die (zeitlichen) Möglichkeiten von Kunstschaffenden geeignet ist,
- ob die von den Veranstaltern angegebenen Inhalte in der Kürze der Kursdauer in ausreichendem Ausmaß vermittelt werden können, bzw.
- ob die in der kurzen Kursdauer vermittelbaren Inhalte auch den Kosten entsprechen.

Tab. 14: Berufspraktische/wirtschaftliche Weiterbildungsmöglichkeiten für Kunstschaffende (Österreich)

Veranstalter	Lehrgang/ Seminar	Dauer und Kosten	Inhalte und Besonderheiten
Institut für Kulturkonzepte Wien	Winter-/ Sommer- akademie für Kultur- management	1–4 Wochen; EUR 320 1Wo., EUR 600 2Wo., EUR 1.100 4Wo.	Erste Einblicke ins Kulturmanagement: Strategien für den Einstieg, Projekt- organisation und Finanzierung, Grundlagen internationalen Kulturmanagements, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Institut für Kulturkonzepte Wien	Zertifikats- kurs Kultur- management	7 Wochenenden (individuelle Zeitplanung); EUR 2.400 (EUR 320 pro Seminar)	15 frei wählbare Seminarthemen: Projektpraxis, Controlling, Transnationale Projekte, Professionelle Gesprächsführung, Karriereplanung, Finanzierung, BWL für Kultur, PR/Marketing, Kommunikation, Personal Skills (Konflikt-, Zeit-, Selbstmanagement)
Institut für Kulturkonzepte Wien	Einzel- seminare	Wochenend- seminare; EUR 320-390	Themen: siehe „Zertifikatskurs Kulturmanagement“ und u. a. Kommunikation am Telefon, Präsentationstechniken, Online PR, Führung (für Führungskräfte im Kulturbereich)
NPO Akademie, Wien	Spezial- lehrgang: Management von Kultur Organisation.	2 Wochen (ganztägig); EUR 3.100	Themen: Kulturmanagement und sein Umfeld, Strategisches Management, Marketing, Kultursponsoring, Fundraising in Kulturorganisationen, PR/Lobbying, RW für Führungskräfte, Controlling, Steuern/Arbeitsrecht
Kooperation Impuls- Programm Creativ- wirtschaft (IP) und Departure, Wien	We- Workshops	2 Wochenenden; EUR 144	Themen: Business Plan, Kooperations- anbahnung, rechtliche Fragen der Unternehmensgründung, Umgang mit Behörden/Bürokratie; Speziell für Unternehmer/innen in den Creative Industries (Design, Multimedia, Musik, Architektur und Mode)
Polycollege – Wiener Volksbildungs- verein, Wien	Basislehrgang Kultur- marketing	4 Wochenenden; EUR 580	Themen: Vermarktung von Kulturveranstaltungen und –Betrieben (Marktforschung, Marketing-Mix, Kultur- Vermittlung und Publikums-Bindung); Individuelle Kulturprojekte von der Idee bis zur Umsetzung
Donau- Universität Krems, NÖ	Zertifikats- lehrgang „Musik und Recht“	5 Tage (ganztägig); EUR 700	Inhalte: Neue und alternative Verwertungsformen für Musik, Vertragsrecht im Musikbusiness, Urheberrecht, Verwertungsgesellschaften, Marken-, Werbe- und Informationsrecht, Sponsoring im Musikbusiness
Donau- Universität Krems, NÖ	Zertifikats- lehrgang „Digital Musik“	5 Tage (ganztägig); EUR 900	Inhalte: u. a. Ökonomische Eigenschaften digitaler Musik, Geschäftsmodelle am digitalen Musikmarkt, Online-Auswertung von Musik: Urheberrechtliche Grundlagen/ Lizenzmodelle, Selbstvermarktung/-vertrieb
Kultur Service Gesellschaft Steiermark, in Koop. Institut für Kulturkonz. Wien	Seminar „Kultur & Konzept“	5 Wochenenden (Fr.-Sa.); EUR 325 (Einzelmodul: EUR 75)	Inhalte: Kulturfinanzierung, Selbstmarketing für bildende Künstler/innen, Presse- und Medienarbeit, Transnationale Projekte, und Kulturmarketing; Speziell für steirische Kulturschaffende

Veranstalter	Lehrgang/ Seminar	Dauer und Kosten	Inhalte und Besonderheiten
Kultur Service Gesellschaft Steiermark in Koop. mit Karl-Franzens-Universität Graz	Seminar „Kunst & Knete“	4 Wochenenden; EUR 260 (Einzelmodul: EUR 75)	Inhalte: Grundlagen der Budgetierung, Einnahmen/Ausgaben-Rechnung, Grundlagen Steuerrecht & Sozialversicherung, Projektmanagement, und Kultursponsoring; Speziell für steirische Kulturschaffende
Berufsförd.-institut (bfi) Oberösterreich	Kultur-sponsoring Unternehmen als Partner gewinnen	2 Tage (ganztägig); EUR 300	Inhalte: Konzipierung und Präsentation einer Sponsoringmappe, Festlegung und Verhandlung des Werts des eigenen Projekts, Beziehungsmanagement, Entwicklung eines Kooperationsangebotes, Sponsoringvertrag
Berufsförd.-institut (bfi) Oberösterreich	Selbst-marketing für Künstler/innen	2 Tage (ganztägig); EUR 320	Themen: Publikum gewinnen, Organisation/ Bewerbung von Ausstellungen, Umgang mit Sponsoren u. Galerist/innen u. Journalist/innen, kulturelle Pressearbeit, Präsentationsunterlagen bzw. Werbematerial
KUPF Akademie, Oberösterreich	Seminare auf Abruf	1-2 Tage (ganztägig); Preise auf individueller Basis	Inhalte: Praktisches/Rechtliches für Kulturarbeit (AKM, EU-Förderungen, Agenturverträge, Arbeitsrecht, Sozialversicherung, Vereine & Steuern), Soziale Kompetenzen in der Kulturarbeit (Rhetorik, Telefunktiken); Speziell für oberösterreichische Kulturarbeit

Tab. 15: Berufspraktische/wirtschaftliche Ausbildungsmöglichkeiten für Kunstschaffende (Österreich)

Ver-anstalter	Lehrgang/ Seminar	Dauer und Kosten	Inhalte und Besonderheiten
Vienna Business School, Wien	Kaufmännisches Kolleg für Kunst- und Kommunik.-management	4 Semester (ganztägig); EUR 2.760	Fokus: Kunst-Management, Kommunikation, Marketing, Geschichte und Kunst, BWL, Rechnungswesen, Englisch als Arbeitssprache, Controlling
Wiener Film-college, Wien	Zertifikatskurs „Filmbildung“	7 Semester (ganztägig); EUR 19.460	Inhalte: u. a. Finanzierung, Disposition und Produktionsleitung, marktwirtschaftliche, logistische, organisatorische, rechtliche und politische Aspekte der Filmwirtschaft
ICCM in Koop. mit Universität Salzburg, Salzburg	Master in Cultural Production	8 x 2 Wochen (5 Semester); EUR 15.000	Inhalte: u. a. Kultur- und Medientheorie, -politik, -ökonomie, Wissens- und Change Management, Entrepreneurship, Budgetierung- und Finanzierungsstrategien, Internat. Kultur- und Medienrecht, Marketing, Management internat. Projekte
ICCM in Koop. mit SMBS und Universität Salzburg	Master of Business Administration in International Arts Management	4 Semester (Teilzeit) bzw. 2 Semester (Vollzeit); EUR 23.725	Inhalte: u. a. Law for the Arts and Media + European Arts Institutions and Arts Market, Project/Process Management, Human Resources -, Financial Management, US/Asian Arts Institutions and Arts Market
Donau-Universität Krems, NÖ	Master in Musikmanagement	5 Semester (pro Semester max. 3 Wochenendmodule); EUR 11.900	u. a. Musikmanagement/-wirtschaft, BWL, Mikro-/Makroökon., Accounting/Controll., Entrepreneurship, Music Publishing/ Production, Urheber-, Arbeits- und Steuer-, Vertrags-, E-Commerce- und Internetrecht

Veranstalter	Lehrgang/ Seminar	Dauer und Kosten	Inhalte und Besonderheiten
FH Kufstein, Tirol	Bachelorstudium Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement	6 Semester; EUR 363,36 pro Semester	Schwerpunkte im Kulturmanagement: Kulturökonomie, -kompetenz, -vermittlung, -projektmanagement (u. a. Existenz- und Unternehmensgründung), -sponsoring, PR
FH Kufstein, Tirol	Masterstudium Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement	4 Semester (Fr.-Sa.); EUR 363,36 pro Semester	siehe Bachelorstudium „Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement“, FH Kufstein

Vor allem im Bereich des Kulturmanagements werden mittlerweile unüberschaubar viele Ausbildungsmöglichkeiten – privat, universitär, mit und ohne Abschluss – angeboten. In wie weit die Inhalte der angebotenen Lehrgänge bzw. Seminare dem eigenen Wissensstatus und den eigenen Anforderungen entsprechen, kann allerdings mit der im Rahmen dieser Diplomarbeit durchgeführten „Fernanalyse“ nur schwer ermittelt werden. Denn Basis dieser Analyse waren hauptsächlich (online) Bekanntmachungen der jeweiligen Veranstalter-Institute und Informationen aus der persönlichen Korrespondenz mit den Instituten.

Um als „Konsument“ die Qualität der einzelnen Angebote besser einschätzen zu können, sollte man bei seiner persönlichen Ausbildungswahl vor allem drei Punkte beachten:

- **Grad des Praxisbezugs:** Hier ist eine Mischung aus Vortrag, Gruppendiskussion und Fallbeispiel-Bearbeitung wichtig, wobei besonders die Berufserfahrung des Lehrpersonals entscheidend ist.
- **Betreuungsverhältnis:** Für ein optimales Erreichen des individuellen Studienziels ist eine entsprechende Begrenzung der Teilnehmerzahl erforderlich. Ein weiteres Qualitätsmerkmal ist eine kontinuierliche Evaluierung des Studienangebots.
- **Anerkennung der Ausbildung:** Kulturmanagement ist in einem internationalen Umfeld angesiedelt, was die Bedeutung einer international anerkannten Ausbildung mit internationalen und interkulturellen Inhalten erhöht.

(Führer für Berufsbegleitende Studien 2007/2008, Wolf, K.: *Kulturmanagement – ein vielfältiges Arbeitsfeld*, S. 147)

Bei der Überprüfung der oben angeführten Aus- und Weiterbildungsangebote weist die überwiegende Mehrheit einen hohen Praxisbezug (Praktika, Fallstudien, Gastvortragende aus Wirtschaft und Kunst/Kultur-Institutionen) und eine relativ eng begrenzte Teilnehmerzahl (im Durchschnitt 20 Teilnehmer/innen) auf. Was die Anerkennung der Ausbildung anbelangt, so werden bei der Mehrheit der Weiterbildungsprogramme lediglich Instituts-Zertifikate vergeben, deren Anerkennung meist von der Reputation bzw. Bekanntheit des Veranstalters abhängt. Lediglich bei der Kooperation von Ausbildungsstätten mit staatlichen Universitäten oder Behörden werden staatlich anerkannte Abschlusszertifikate vergeben (z.B. Zertifikat der Kunstuniversität Linz und der KUPF Akademie).

Um die Ausbildungssituation in Österreich objektiv einschätzen zu können, wurde der deutschsprachige Raum (Deutschland, Schweiz) zum Vergleich ebenfalls analysiert.

5.2.1.1.2 *Künstlerische Hochschulausbildung in Deutschland und der Schweiz*

Auch in Deutschland und der Schweiz wurden im Zuge dieser Diplomarbeit primär die Curricula der Kunsthochschulstudiengänge auf ihre Einbindung von wirtschaftlichen bzw. berufspraktischen Inhalte analysiert.

Wobei sich für die Schweiz ein ähnliches Bild ergibt wie zuvor für Österreich. Allerdings zeigt sich, dass in der Schweiz gerade in den Ausbildungsbereichen Design und Musik der Stellenwert von berufspraktischen bzw. wirtschaftlichen Inhalten größer zu sein scheint (siehe Tab. 16)

Tab. 16: Künstlerische (Hochschul-)Lehrgänge mit Fokus auf Managementfähigkeiten (Schweiz)

Hochschule	Lehrgang	Dauer/Kosten	Fokus auf Managementinhalte
FH Nordwestschweiz (HS für Gestaltung und Kunst)	Masterstudio Design	3 Semester (Vollzeit) bzw. 4 Semester (Teilzeit); CHF 700 pro Semester	Vertiefung „Independent Design“ (Zielsetzung: „...sich als Designer/in unternehmerisch und gestalterisch zu positionieren und selbständig zu machen...“)
FH Nordwestschweiz (HS für Gestalt. und Kunst)	Design/Art & Innovation	5 Semester (Teilzeit); CHF 3.200 pro Semester; Voraussichtlicher Studienbeginn 2009	Pflichtvorlesungen in „Grundlagen des Kulturmanagements“ (u. a. strateg./operat. Kultur-/Künstlermarketing, Projektmanagement, Businessplan für Kunst und Designschaffende, Wirtschaftsästhetik, Organisationstheorie), ca. 7 ECTS
FH Nordwestschweiz (HS für Gestalt. und Kunst)	Bachelorstudium „Medienkunst“	6 Semester (Vollzeit); CHF 800 pro Semester	„Kulturmanagement“ und „Unternehmertum“
FH Nordwestschweiz (Hochschule für Musik)	alle Bachelor- und Masterstudiengänge	6 Semester (Bachelor), 4 Semester (Master); CHF 1.050 pro Sem. (Inländer), CHF 1.250 pro Semester (Ausländer)	Pflicht- bzw. Wahlfächer „Berufskunde/Kulturmanagement“
FH Nordwestschweiz (Hochschule für Musik)	Masterstudium der spez. musik. Performance (z.B. Solist)	4 Semester; CHF 1.050 pro Semester (Inländer), CHF 1.250 pro Semester	zusätzlich „Individuelle Betreuung im Bereich Kulturmanagement“
Hochschule der Künste Bern	Master of Arts in Theatre Vertiefung Performative Künste	3 Semester (Teilzeit); CHF 600 pro Semester	Kulturmanagement als Modul „Toolbox“ (darstellerisch- inszenatorischen Arbeit aus dem Blickwinkel von Technik, Infrastruktur, Organisation, Finanzierung, Gesellschaft)
Hochschule der Künste Bern	Master of Advanced Studies (MAS) in Musik-Management	4-6 Semester (individuell); CHF 4.900 pro Modul (mind. 4 nötig)	Pflichtmodule u. a. Selbstmanagement, Leadership, Konzept- und Projektdesign (Konzeption, Realisierung und Kommunikation von musikalischen und interdisziplinären Projekten)
Hochschule der Künste Bern	Master of Arts in Music Performance	4 Semester; CHF 600 pro Semester	Wahlschwerpunkt „Projektarbeit und Management“, Wahlmodul „Musik Management“ (Major Performance Jazz)
Hochschule der Künste Bern	Master of Arts in Specialized Music Performance	4 Semester; CHF 600 pro Semester	Modulgruppe „Musikpraxis“ (20 ECTS; CD-Produkt., Management/Vermittlung); Wahlschwerpunkte (je 20 ECTS) „Musikpraktische Ergänzungen“ (Musikvermittl., -theorie und -technologie, Präsentationstechniken und Projektmanagement), oder „Projektarbeit und Management“ (Projektmanagement, Kenntnisse in Fundraising/Sponsoring)

Hochschule	Lehrgang	Dauer/Kosten	Fokus auf Managementinhalte
Universität de Lausanne	Master of Arts in Filmwissenschaft „Theorie und Praxis“	4 Semester; CHF 580 pro Semester	Spezialisierung auf Wirtschaft möglich (Durchgeführt von der Universität de Suisse italienne)
Hochschule Luzern	Bachelor in Design Management	4 Semester; CHF 800 pro Semester (Inländer), CHF 7.500 pro Semester (Ausländer)	Management-Fächer: Marketing, Branding, Organisationsstrukturen und –prozesse, Internat. Management, Corporate Communication, Recht, Produktions- und Planungsprozesse, Sustainability, Projekt Management, Unternehmertum/Führung, Decision Making, Innovation und Kreation
Hochschule Luzern	Master of Arts in Music	4 Semester; CHF 1.100 pro Semester	in allen Studienschwerpunkten: Pflichtmodul „Getting into Business“ (2 ECTS Punkte; Recht, Tourneeplanung, Budgeterstellung, Geldbeschaffung, Networking, Projekt- und Time Management, und Verhandlungsgeschick)
Hochschule Luzern	Interdisziplinäre Studienangebote	je nach Studium	diverse Theoriemodule wählbar: Schwerpunkte liegen in Wirtschaft, Technik, Recht, Politik oder Ethik. z.B.: Selbständigkeit (Geschäftsidee, Marketing, Finanzen, Recht, Organisation, Versicherung und Vorsorge); Berufsfeldkunde (Bewerbung, Vertrag und Stellenbeschrieb, Arbeitszeitkontrolle)

Wie in Österreich besteht auch in der Schweiz eine Vielzahl an Kulturmanagement-Ausbildungslehrgängen (siehe detaillierte Auflistung im Anhang B: Tab. 21). Wobei in Tab. 17 einige Beispiele für diese (Hochschul-)Lehrgänge aufgelistet sind.

Tab. 17: Kulturmanagement (Hochschul-)Ausbildungsmöglichkeiten (Schweiz)

Hochschule	Lehrgang	Dauer/Kosten	Inhalte
Universität Zürich	Executive MAS bzw. DAS der Universität Zürich in Arts Administration	6 Semester (Teilzeit); MAS: CHF 38.000, DAS: CHF 31.000	Modulgruppen: Recht, Öffentlichkeit und Gesellschaft (Presse, Kultur); Darstellende Künste (Oper, Schauspiel, Ballett/Tanz); Betriebswirtschaft (BWL, Marketing, Recht, Psychologie, Ethik); Autoren, Werke, Räume; Arts Administration
Zürcher HS für angewandte Wissenschaften	MAS in Arts Management	4 Semester; CHF 19.200	Module: Kulturelle Settings (u. a. Kulturökonomie u. Recht), Kulturmanagement, Marketing und Kommunikation, Organisation/Strategie (u. a. Start-up u. Entrepreneurship), Führung, Finanzen
Zürcher HS für angewandte Wissenschaften	DAS in Fundraising Management	2 Semester; CHF 11.600	Organisation und Settings (Grundlagen FR Management, Recht, Organisationsentw., RW, Controlling), Kommunik./Strat. (Direct Mail, Internetfundraising, Sponsoring, Stiftungen)

Hochschule	Lehrgang	Dauer/ Kosten	Inhalte
Université de Genève	DAS – Gestion culturelle (Kulturmanagement)	18 Monate; CHF 9.200	Module: Unternehmensvision und Entw.strategie, Politik/kulturelle Praxis, Promotion, Kommunik. und Finanz. von Kultur-projekten, Recht/Kultur, Teamleitung und RW und Buchhaltung
Hochschule Luzern	MAS Kulturmanagement Praxis	4 Semester; CHF 15.500	Kulturpolitik und -finanzierung, Betriebswirtschaft, Projektmanagement und Teamentwicklung, Recht, Kommunikation
DAS : Diploma of Advanced Studies MAS : Master in Arts Administration			

Im Zuge der Analyse der Schweizer-Ausbildungssituation im Grenzbereich Kunst/Wirtschaft hat sich im Vergleich zu Österreich deutlich gezeigt, dass das (private) Angebot an kurzfristigen Kursen (Eintageskurse bis zur Dauer von wenigen Monaten) in Österreich deutlich breiter ist als in der Schweiz. So wurden innerhalb der Recherche nur wenige Seminare ausfindig gemacht, die über einen Zeithorizont von weniger als zwei Semestern andauern (siehe Tab. 18).

Tab. 18: (Private-)Weiterbildungsangebote im Kulturmanagementbereich (Schweiz)

Veranstalter	Lehrgang	Dauer/€	Inhalte
Zürcher Hochschule für angewandte Wissenschaften	Weiterbildungskurs Fundraising Management	3 Tage; CHF 1.100	Grundlagen des Fundraising
Swimac Swiss Marketing Academy GmbH	Dipl. Kulturmanager SMA	4 Monate (5 Fr.-Sa.); CHF 4.900	Marketinggrundlagen, Event-, Sponsoringkonzeption, Kommunikation im Kulturbereich, Kultursponsoring, Kultur und Historie
SAWI Schweizerisches Ausbildungszentrum für Marketing, Werbung und Kommunikation	Diplomkurs Kulturmanager/in	8 Monate (Do.-Sa.); CHF 5.950	Management (Unternehmensführung, -politik, Teambildung, Projektmanagement), Finanzmanagement (Kostenmanagement, Controlling, Mittelbeschaffung) Marketing, Rechtslehre, Kultur, Medienlehre
Stapferhaus Lenzburg	Zertifikatskurs Kulturmanagement	9 Monate (15 Kurstage, Fr.-Sa.); CHF 4.600	Projekt- und Veranstaltungsmanagements, Betriebs- und Finanzwirtschaft, Fundraising / Sponsoring, Marketings im Kulturbetrieb, Kulturpolitik, Rechtsgrundlagen, Organisations-, Change-Management

In Deutschland stellt sich die Ausbildungslage von Kunstschaffenden hingegen im Vergleich zu den beiden anderen deutschsprachigen Ländern, Österreich und Schweiz, sehr viel aufgeschlossener dar. In Sachen Einbindung von wirtschaftlichen bzw. berufspraktischen Inhalten sind u. a. deutsche Kunsthochschulen deutlich weiter fortgeschritten. Wobei (Pflicht-)Vorlesungen in Rechts- und Organisationsgrundlagen an der Mehrzahl der staatlichen Universitäten angeboten werden (Staatliche Hochschule für Musik Freiburg, Hochschule für Musik Karlsruhe, Hochschule für Musik und Theater München, Universität der Künste Berlin, Hochschule für Schauspielkunst „Ernst Busch“, etc.).

Größere Schwerpunkte auf die Integration von wirtschaftlichen bzw. berufspraktischen Inhalten in Kunststudiencurricula bieten u. a. folgende Hochschulen an (siehe Anhang B: Tab. 22):

- Filmakademie Baden-Württemberg: Urheber- und Leistungsschutzrecht, Produktionsgrundlagen, Kostenschätzung und genaue Kalkulation;
- Staatliche Hochschule für Musik und Darstellende Kunst Stuttgart: Profilbereich „*Musikvermittlung, -Management*“;
- Hochschule für Musik und Theater Hamburg: Workshops/Wahlfächer und berufsbezogene Zusatzangebote wie Marketing, Vertragsrecht oder Selbstmanagement, Wahlpflichtmodule im Bereich Wirtschaft, Recht und Marketing;
- Hochschule für Musik und Theater Hannover: Module in z. B. Medienmanagement und „*Berufskunde*“ (Bühnen- und Vertragsrecht, Vermittlungspraxis, gewerkschaftliche Organisation, Berufsperspektiven);
- Robert Schumann Hochschule Düsseldorf: Wahlschwerpunkt u. a. „*Musik- und Medienmanagement*“ (Wirtschaft, Recht, Organisation, Kommunikation, Führungsstrategien, BWL, Marketing, Rechnungswesen, Controlling, Sponsoring, Medienrecht, -politik und -wirtschaft, Projekt-Organisation und -Management, Öffentlichkeitsarbeit);
- Westfälische Wilhelms-Universität (Musikhochschule Münster): Studienschwerpunkt „*Management & Marketing*“ (Selbstmanagement, Präsentation und Repräsentation, Akquisition, Musikökonomie, Portfolio, Berufsfeldorientierung Musikjournalismus);

- Freie Akademie der bildenden Künste, Essen (fadbk): Management Seminare/Vorlesungen im Rahmen des „*kunstwissenschaftlichen Begleitstudiums*“ (z.B. „*Management und Professionalisierung der künstlerischen Arbeit*“: Präsentation der eigenen Arbeit, Arbeit als selbständige(r) freie(r) Künstler/in, Aufbau einer Werkstatt, Marketing, Agieren am Markt);
- Alanus Hochschule gGmbH (staatlich anerkannt): „*Professionalisierungsseminare*“: (Erschließen von Berufsfeldern für freischaffende Künstler/innen, Selbstmanagement und Arbeitsorganisation, Berufsvorbereitung in Theorie und Praxis)
- Johannes Gutenberg Universität Mainz (Hochschule für Musik): Wahlpflichtmodul „*Studiosmusik*“ (30 SWS, 60 ECTS Punkte) u. a. Musikproduktion, Musikmarktanalyse (Medieninstitutionen, Grundlagen des Medienrechts, Club- und Festivalszene, Grundlagen des Konzertmanagements, Vertragsrecht)

Wie in Österreich haben sich auch in Deutschland gerade im Bereich der wirtschaftlichen Weiterbildung Kooperationen zwischen u. a. Kunsthochschulen etabliert. So bietet etwa das „*Career & Transfer Service Center*“ an der Universität der Künste Berlin, den restlichen Kunsthochschulen Berlins (Hochschule für Schauspielkunst „Ernst Busch“, Hochschule für Musik „Hanns Eisler“ Berlin, Weißensee Kunsthochschule Berlin) Weiterbildungsmöglichkeiten mit wirtschaftlichen, rechtlichen, oder Marketing Inhalten an. (Universität der Künste Berlin, 2008)

Neben dem reinen Hochschulangebot an Kunststudien besteht in Deutschland eine Vielzahl an privaten Ausbildungsinstituten, die oft einen besonderen Schwerpunkt ihrer Kunstausbildung auf die Integrierung von Managementinhalten legen. So bieten beispielsweise folgende private Institute Weiterbildungsmöglichkeiten im Schnittpunkt von Kunst und Wirtschaft an.

- Die Popakademie Baden-Württemberg GmbH bietet im Rahmen der Bachelorstudiengänge („*Musikbusiness*“ und „*Popmusikdesign*“) und der ein- bis zweitägigen Seminare, Vorlesungen in den Bereichen Unternehmensmanagement, Business Affaires & Existenzgründung, Musikwirtschaft, Kommunikation und Medien, Marketing & Promotion, und Recht an. (Popakademie Baden-Württemberg GmbH, 2008)
- Die EBAM GmbH (München) vermittelt in ihrem Diplomlehrgang „*Musik Business Manager*“ bzw. Zertifikatskursen „*Labelmanager*“ und „*Livemanager*“, Inhalte u. a. in den Bereichen Künstlermanagement, Sponsoring, Veranstaltungstechnik, Musikwirtschaft, Existenzgründung in der Musikwirtschaft, Rechtliche Rahmenbedingungen, Medien- und Öffentlichkeitsarbeit, Marketing im Musikbusiness. (EBAM GmbH, 2008)
- Die Deutsche POP - Die Akademie der Musik- und Medienbranche (Eichenau) vermittelt in ihren Ausbildungsgängen („*Exekutive(r) Produzent/in*“, „*Musiker/in*“, „*Musikmanager/in*“) „...*Insider-Wissens um im Musik- und Medienbusiness eigenständig als Musik-, Label-, Produkt- oder Künstlermanager bestehen zu können.*“ (Produktionsplanung und Budgetierung, Musikmarkt, CD-/DVD-Pressung, Vertriebswege, Branchenübliche Verträge, GEMA/GVL, Urheber- u. Leistungsschutzrechte, Label/Verlag, Künstlermanagement/Booking, Lizenzierung, Promotion und Merchandising). Auch im Ausbildungsgang „*Fotodesigner/in*“ werden berufspraktische Inhalte wie Marketing und Fotografie, Selbständigmachen als Fotograf, Medienrecht und Wirtschaftlichkeit vermittelt. (Deutsche POP, 2008)
- An der Rock Pop Schule Berlin werden den Studenten ebenfalls wirtschaftliche bzw. Management Fähigkeiten vermittelt. So werden in der „*Masterclass*“ und in den „*Profikursen*“ Inhalte wie Organisation und Management, und Music & Business behandelt. (Rock Pop Schule Berlin, 2008)
- SOLARA – Berliner Schule für Bühnenkunst und unternehmerische Fähigkeiten bietet ihren „*Kunden*“ in der Ausbildung zum/zur „*Bühnenkünstler/in*“ bzw. im individuellen „*Vitalisierungsseminar*“ u. a. die Vermittlung von unternehmerischen Qualifikationen (Wirtschaft und Kunst, Unternehmensführung, Selbstmanagement, Finanzplanung und Kreditierung, Unternehmensstrukturierung) an. (SOLARA, 2008)

- Die Münchner Filmwerkstatt e.V. bietet u. a. Seminare wie „*NoBudget Produktion in der Praxis*“ an, wobei Themen wie Kalkulation und Finanzierungspläne, Förderung, Verwertung, Ankaufspraxis der Verleiher sowie finanzielle Unterstützung durch/für Festivalteilnahmen, Vorlagen für Verträge aus der Praxis der Münchner Filmwerkstatt behandelt werden. (Münchner Filmwerkstatt e.V., 2008)
- Das Kulturbüro Rheinland-Pfalz (Koblenz) bietet speziell für bildende Künstler/innen „*Kunstmanagement kompakt*“ Workshops, wobei Themen wie öffentliche Förderung für bildende Künstler/innen, PR in eigener Sache, Sponsoring für bildende Künstler/innen behandelt werden. (Kulturbüro Rheinland-Pfalz, 2008)

Entsprechend der Größe Deutschlands (im Vergleich zu Österreich) ist neben dem (staatlichen) Hochschulangebot an Management-Inhalten in Kunststudien, auch das (private) Angebot an Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten im Bereich des Kulturmanagements enorm. Wegen der unüberschaubaren Menge an Weiterbildungskursen/-lehrgängen in diesem Bereich wird in Tab. 19 ein kleiner Ausschnitt präsentiert, der Kurse/Lehrgänge beinhaltet, die, im Hinblick auf Kurskosten und -dauer besonders für Kunstschaffende geeignet erscheinen (detaillierte Auflistung siehe Anhang B: Tab. 23).

Tab. 19: Für Kunstschaffende geeignete Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten im Bereich Kulturmanagement (Deutschland)

Veranstalter	Lehrgang	Dauer/Kosten	Voraussetzungen
*) Studiengänge, die einen Schwerpunkt auf die kulturelle Unternehmensgründung legen			
EBAM GmbH, München	Zertifikatskurs Kulturmanager	9 Wochenenden, oder 5 Wochen in Sommer- /Winter-Akademie (Vollzeit); EUR 2.460	berufliche Tätigkeit im Kulturbereich
Freie Universität Berlin	Zertifikatskurs „Management im Kunstmarkt“ *)	6 Monate (5x 2tägige Seminarmodule); EUR 1.530; Einzelseminare: EUR 340; Ermäßigt für Arbeitssuchende	Hochschulabschluss
Universität der Künste Berlin	Sommerakademie „Kunst küsst Marketing“	3 Wochen; kostenfrei	Hochschulstudium

Veranstalter	Lehrgang	Dauer/Kosten	Voraussetzungen
*) Studiengänge, die einen Schwerpunkt auf die kulturelle Unternehmensgründung legen			
Universität der Künste Berlin	Postgradualer Masterstudiengang „Art in Context“	4 Semester (Vollzeit), od. 6 Semester (berufsbegleitend); keine Studiengebühren	Studienabschluss, künstlerische Begabung, mind. 1jährige Praxis
Humboldt-Universität zu Berlin	Public Relations (PR) und Projektarbeit im Kulturbereich	5 Tage; kostenfrei für Bachelorstudierende der Humboldt-Universität zu Berlin	Studium an der Humboldt Universität zu Berlin
BBW - Akademie für Betriebswirtschaftliche Weiterbildung GmbH, Berlin	Fernlehrgang Betriebswirtschaftliche Weiterbildung für Kulturschaffende	3 Monate (berufsbegleitend); EUR 750	Branchenkenntnisse von Vorteil
Fachhochschule Potsdam	Zertifikatskurs „Management-Marketing-Kommunikation: Weiterbildung Kultur“	Dauer individuell gestaltbar (3tägige Seminare, Fr.-So.); EUR 1.575 (pro Modul EUR 225)	abgeschlossenes Hochschulstudium oder Berufsausbildung, Berufserfahrung
Institut für Kulturkonzepte, Hamburg	Tages-Seminarangebot	1-2 Tage; EUR 120-300 (je nach Seminar)	Berufserfahrung im Kulturmanagement ist von Vorteil
Leibniz Universität Hannover	Zertifikatskurs Kulturmanagement	8 Monate bzw. 8 Wochenendseminare (Okt.-Mai; Fr.-Sa.); EUR 1.992	berufliche Tätigkeit oder Erfahrung im Kunst- oder Kulturbetrieb von Vorteil
Bundesakademie für kulturelle Bildung Wolfenbüttel	Kurse zum Schwerpunkt Präsentation, Management, Organisation	mind. 1 Tag; EUR 100-400 (je nach Kurs); Ermäßigung für u.a. Arbeitslose	berufliche oder ehrenamtliche Tätigkeit/Erfahrung im Kunst/Kulturbereich
Off-Theater NRW Akademie für Theater, Tanz und Kultur, Neuss	Weiterbildung „Kulturmanagement“	1 Jahr bzw. 12 Wochenenden (Sa.-So.); EUR 3.348	Erfahrungen im Kultur-, Medien-/Freizeitbereich, Interesse an Verb. Kultur/Management
Gründerzentrum Kulturwirtschaft Aachen	Existenzgründungsprogramm „KULTUR-unternehmer“ *)	Individuell	konkrete Gründungsidee im Kulturbereich
Kulturbüro Rheinland-Pfalz, Koblenz	Seminare zu „Kultur und Management“	mind. 1 Tag; 1tägige Seminare EUR 70; 2tägige Seminare EUR 150	berufliche Tätigkeit bzw. Erfahrung in der Kulturarbeit von Vorteil
Sächsische Verwaltungs- und Wirtschaftsakademie (VWA), Dresden	Diplomweiterbildungsgang „Kulturmanagement“	Monate (9 Wochenkurse, berufsbegleit.); EUR 3.240 (je Wochenkurs EUR 360, je Tagesbaustein EUR 80)	abgeschlossene Berufsausbildung oder Studium (Abitur nicht erforderlich), Tätigkeit im Bereich von Kunst und Kultur

5.2.1.1.3 *Künstlerische Hochschulausbildung: Zwischenfazit*

Alles in allem sieht die österreichische Ausbildungslage im Schnittbereich der Kunst und Wirtschaft eher mangelhaft aus. Besonders an Hochschulen werden zeitlich und inhaltlich begrenzte Angebote bereitgestellt. So werden praxisrelevante bzw. wirtschaftliche Inhalte wenn überhaupt, dann als Wahlfächer in einem sehr geringen Ausmaß (1-2 Semesterstunden) angeboten. Allerdings haben bereits einige Hochschulen die Notwendigkeit für eine praxisrelevante Kunstausbildung erkannt und die Curricula entsprechend angepasst (z. B. Kulturmanagement Schwerpunkte).

In der Schweiz ergibt sich ein zu Österreich ähnliches Bild der Ausbildungslage von Kunstschaffenden. Wobei im Ausbildungsbereich Design und Musik im Vergleich zu Österreich mehr wirtschaftliche/berufspraktische Inhalte angeboten werden.

Deutschland bietet im Schnittbereich von Kunst und Wirtschaft auf allen Ebenen (Hochschule, Privatinstitute, Kunst-, Kulturmanagementausbildung) ein deutlich breiteres und tiefer gehendes Angebot an Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten an.

So vermittelt fast jede analysierte Kunsthochschule in Deutschland auch wirtschaftliche bzw. berufspraktische Themenbereiche, und der Markt für Kulturmanagement-Ausbildungskurse ist fast unüberschaubar groß.

In Bezugnahme auf die in allen drei Ländern sehr hochpreisigen und teilweise zeitlich ungünstig gelegenen (ganztägige Kurse) Weiterbildungsmöglichkeiten, muss gesagt werden, dass gerade für Kunstschaffende die Einbindung von berufspraktischen Themen bereits in die (Hochschul-)Ausbildung sehr wichtig ist, denn als (selbständige/r) Künstler/in hat man später kaum noch die nötige Zeit und möglicherweise die nötigen finanziellen Mittel um sich privat weiterzubilden.

5.2.1.2 Künstlerische Hochschulausbildung in angloamerikanischen Ländern

Innerhalb der Analyse der am Ausbildungsmarkt vorhandenen künstlerischen Studien mit berufspraktischen bzw. wirtschaftlichen Inhalten, wurden auch Großbritannien und die USA mit einbezogen. Schon bei einer oberflächlichen Betrachtung der Ausbildungslage dieser Länder zeigte sich, dass fast jede größere universitäre- und private Bildungseinrichtung im Kunstbereich auch wirtschaftliche „*business related*“ Inhalte anbietet. Die berufspraktische Ausbildung bzw. die Vorbereitung der Studenten auf das Arbeitsleben nimmt somit an angloamerikanischen Kunsthochschulen einen deutlich größeren Schwerpunkt ein als in Kontinentaleuropa. So bietet auch die Mehrzahl der künstlerischen Hochschulen Unterstützung durch „*Career Development Center*“, „*Career Counseling*“ u. ä. an.

Natürlich gibt es auch in Großbritannien und den USA weiterhin Hochschulen, die sich in der klassischen Tradition von Kunsthochschulen sehen, und keine Wirtschaftsbezogenen Inhalte anbieten. Allerdings scheinen diese doch in der Minderzahl zu sein. Auf Grund der steigenden Nachfrage nach „*business related*“ Inhalten auf Seite der Studenten, werden sich auch diese konservativen Hochschulen nicht ewig der wirtschaftlichen Kunstseite verschließen können.

5.2.1.2.1 *Großbritannien*

In Großbritannien fokussierte sich die Analyse auf größere, universitäre Bildungseinrichtungen. Hierbei zeigte sich, dass an diesen Bildungseinrichtungen wirtschaftliche bzw. berufspraktische Inhalte teilweise in Form von Wahlfächern, aber größtenteils in Form von Pflichtfächern angeboten werden. Um einen kleinen Ausschnitt aus dem reichhaltigen berufspraktischen bzw. wirtschaftlichen Vorlesungsangebot an Kunsthochschulen in Großbritannien darzustellen, werden im Folgenden einige Beispiele präsentiert.

- „Professional Studies“: Beispielsweise bietet die Middlesex Universität, London (www.mdx.ac.uk) hier die Vermittlung von umfassenden Kenntnissen, für Anstellungen und den Berufseinstieg, inklusive dem Wissen um die Subventionsstruktur in Großbritannien.
- „Professional Employment Skills“ und „Professional Preparation“: Die Arts Educational School, London (www.artsed.co.uk) vermittelt im Rahmen dieser Pflichtfächer Kenntnisse über die Funktionsweise der Theater Industrie. In Workshops mit Schauspielern, Agenten, Casting Direktoren, Steuerspezialisten, Theater Managern, Gewerkschaftsvertretern, etc. werden Einblicke in die Berufswelt ermöglicht.
- „Career Development“: Die Mountview Academy for Theatre Arts (www.mountview.org.uk) bietet ihren Theaterstudenten in Pflichtfächern Marketing- und andere berufspraktische Kurse an.
- „Contextual studies“: Die Northern Ballet School (www.northernballetschool.co.uk) vermittelt im Rahmen dieser Pflichtfächer neben physiologisch/anatomischen, psychologischen und Gesundheits-Themen auch Themen im Bereich „*Health and Safety at Work, and Employment Contract Terms and Conditions*“.
- „Professional Development“: Die Oxford School of Drama (<http://oxford.drama.ac.uk>) vermittelt hier ihren Schauspielstudenten „[...] *all the skills you will require to manage your career. [...] subjects including the skills needed to: research the employment market; raise your awareness of the current climate in the British cultural industries; produce photographs and CVs; deal with agents and casting directors; manage your career both in and out of work; and run your own Business.*“ Außerdem wird jedem Schulabsolventen ein Mentor für die ersten Monate der beruflichen Tätigkeit zur Seite gestellt.
- „Career Management“: Die Universität von London (www.lon.ac.uk) bietet ihren Gesangs- und Theaterstudenten die Vermittlung von „[...] *strategies for reflective practice and self-evaluation and personal management for career planning [...]*“ an. Schwerpunkte bilden hier neben Kenntnissen in Kulturpolitik, Subventionssystemen, Management Strukturen und Marketingstrategien, auch Fähigkeiten in der Eigenvermarktung, den Beziehungen zu Agenten, und dem Management der eigenen professionellen Entwicklung.

- „Career Preparation“: An der Guildhall School of Music and Drama London (www.gsmd.ac.uk) werden Inhalte wie “[...] *taxation, Equity - the actors' trade union – as well as aspects of marketing [...]*” in Pflichtfächern vermittelt.
- “Business for Musicians”: An der Royal Academy of Music (www.ram.ac.uk) enthalten alle undergraduate Studien Pflichtfächer im Bereich der Berufspraxis und Karriereentwicklung.
- „Cultural Entrepreneurship“: Am University College Falmouth (www.falmouth.ac.uk) kann man in den Bachelorstudiengängen Darstellende Kunst, Theater, und Musik, berufspraktische Kenntnisse in Form von Wahlschwerpunkten (Minors) erhalten.
- „The Creative Industries“: Die Schauspielabteilung der University of Birmingham (www.bham.ac.uk) bietet ihren undergraduate Schauspiel-Studenten im letzten Ausbildungsjahr ein 10wöchiges Modul an, dass die Studenten in die Grundlagen der Theaterorganisation in Großbritannien einführen soll. Der Schwerpunkt liegt auf Themen wie öffentliche Subventionierung, Theatermanagement und u. ä..

Einige Universitäten bieten auch Berufs-Beratungsstellen so genannte “Career Development Center“, die beim beruflichen Einstieg und der Entwicklung einer Karriere als Künstler/in unterstützen. Beispielsweise bietet das Royal College of Music, London (www.rcm.ac.uk) diese Unterstützung in Form des „*Woodhouse Professional Development Teams*“ an. Berater helfen hier den Musikstudenten bei ihrer Karriereplanung weiter.

Großbritannien hat die Verbindung von Kunst und Wirtschaft nicht nur im realen Berufsleben sondern, wie man sieht auch bereits in der Ausbildungslandschaft integriert. Im Zuge der Forcierung des Wirtschaftsbereichs der Creative Industries liegt somit auch ein Schwerpunkt auf der Ausbildung von speziell für diesen Industriezweig trainierten Personen.

- Beispielsweise kann am renommierten „Goldsmiths“ (Teil der Universität von London) (www.goldsmiths.ac.uk) der Master in „Creative and Cultural Entrepreneurship“ erreicht werden (www.goldsmiths.ac.uk/pg/ma-creative-cultural-entrepreneurship.php). In diesem Einjahres-Vollzeitstudium sollen Studenten “[...] *understand how to create the infrastructure and environment for*

new creative businesses in the fields of Drama, Design, Media and Communications or Music to flourish in a variety of contexts [...]”.

- Am King’s College London (Teil der Universität von London) (www.kcl.ac.uk) kann der Master in „Cultural & Creative Industries“ erhalten werden (www.kcl.ac.uk/gsp08/programme/80), wobei die Schwerpunkte auf „[...] *structure and history of the cultural and creative industries and explore practical and theoretical issues facing cultural entrepreneurs, professionals and policy-makers [...]*“ liegen.
- Das University College for the creative arts (www.ucreative.ac.uk) bietet beispielsweise den MBA in „Creative Industries Management“ (www.ucreative.ac.uk/index.cfm?articleid=17568) oder den Master in „Creative Enterprise“ (www.ucreative.ac.uk/index.cfm?articleid=9221) an.

5.2.1.2.2 USA

Eine 2005 in den USA durchgeführte Studie mit dem Schwerpunktthema „*How schools, colleges, and universities are addressing integrated programs between the arts, business and entrepreneurship programs*“ (Weaver, K.M., Bowman, S., 2005) ergab folgendes Bild. Von den etwa 83 befragten Lehrinstitutionen gaben etwa 61% an, dass sie „kunstwirtschaftliche“ Programme anbieten würden. Wobei zum Erhebungszeitpunkt bei 4% dieser 61% solche Programme in Planung waren (siehe Abb. 12). Von den 39% der Institutionen ohne solche kunstwirtschaftlichen Angebote, gaben immerhin 77% den Mangel zu. Innerhalb der angebotenen „kunstwirtschaftlichen“ Programme werden, so die Studie, hauptsächlich Unternehmertum, Marketing, Buchhaltung, strategisches Management, Wirtschaftsrecht, etc. unterrichtet.

- There is a defined program of study that integrates art and business.
- We are in the process of defining a program.
- There is no defined program however we have recommended courses.
- There are no programs or recommended courses sequences.

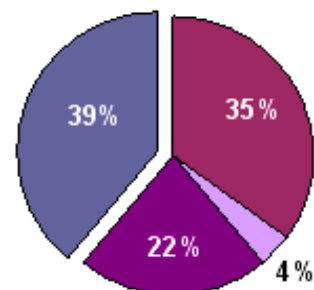


Abb. 12: Angebot an wirtschaftlichen Inhalten in Kunststudienprogrammen (USA, 2005)

Q.: Weaver, K.M., Bowman, S., 2005.

Im Rahmen dieser Diplomarbeit ergab die Analyse der kunstwirtschaftlichen Ausbildungslandschaft der USA ein positives Bild. Wie in Großbritannien bietet kaum eine Universität bzw. College nicht wirtschaftliche Schwerpunkte in der Kunstausbildung an. Wobei auch die Bezeichnung dieser Ausbildungsbestandteile Ähnlichkeiten mit jenen in Großbritannien aufweist. Im Folgenden werden einige Beispiele für solch kunstwirtschaftliche Programme präsentiert.

- Manhattan School of Music (www.msmnyc.edu): Im Rahmen von drei Seminaren werden tiefere Einblicke in die Musik Industrie ermöglicht. So werden im Schwerpunkt „Career Development“ im Rahmen von „Career Awareness Events“ u. a. Kenntnisse im „*Entertainment Law*“ vermittelt, und in Gesprächen mit Absolventen werden Erfahrungen und Wissen bezüglich eines erfolgreichen Karrierestarts in der Musikindustrie ausgetauscht. Im Rahmen des Schwerpunkts „Business of Orchestral Music“ werden Kenntnisse in “[...] *artistic planning, fund-raising, audience development, orchestra governance and citizenship, arts advocacy, establishment of long-term life and career goals, and creation of action plans* [...]“ vermittelt.
- Columbia College Chicago (<http://cms.colum.edu>): Der angebotene Bachelorstudiengang in Musik beinhaltet Pflichtkomponenten wie „Self Management for Artists“ oder „Music Business Affairs“, aber auch Wahlfächer wie „Music as a Career“. Außerdem werden „Career Building Workshops“ angeboten, mit Inhalten wie „[...] *how to acquire an agent, how to network, conduct oneself at job meetings and navigate the shark-infested waters* [...]“.
- California Institute of the Arts (www.calarts.edu): Hier werden u. a. Kurse im Bereich „The Business of Film“ oder ein Management Programm in der Theaterausbildung angeboten (“[...] *skills in organization, communication and problem-solving needed for the creative development of a given production* [...]”).

Auch in den USA gibt es an fast jeder Universität so genannte „*Career Service Offices*“ die beim Karrierestart unterstützen.

- So unterstützt das „Career Service Office“ des New England Conservatory in Boston (www.newenglandconservatory.edu) seine Studenten und Absolventen in der Karriereplanung, in Sachen Marketing und Anstellungssuche. Außerdem werden Workshops für Studenten (kostenfrei) und Externe (gegen Gebühr von 10 US Dollar) angeboten, wobei die Themenschwerpunkte auf „[...] *Career Strategy, Money Issues for Musicians, Website Design for Musicians, Launching a Music Project, Grant Writing and Fundraising, Public Relations, Managing Debt, Health Insurance for Musicians* [...]“ liegen.
- Das „Arts Entrepreneurship Center“ des Columbia College Chicago (<http://cms.colum.edu>) unterstützt Studienabsolventen “[...] *who create art and/or are engaged in the business of the arts, to establish successful careers as arts entrepreneurs* [...]”. Seminare, Trainingskurse etc. sollen den Studenten beim Übergang in die Selbständigkeit helfen.
- Am “Institute for Music Leadership” der Eastman School of Music Rochester (New York) (www.esm.rochester.edu) unterstützt das “Office of Careers and Professional Development” Studierende und Absolventen beim Karriereaufbau. In persönlichen Coachings und Workshops werden berufsrelevante Inhalte vermittelt. Außerdem wird im Rahmen des „Arts Leadership Certificate Program“ in 10-12 Kursen pro Semester Inhalte wie “*Entrepreneurship & Careers; Leadership & Administration; Performance; Contemporary Orchestral Issues; and The Healthy Musician*” vermittelt. Zusätzlich bietet die Schule Kurse, wie „[...] *career skills for the 21st century, individual grant seeking, intellectual property and the law, PR and development, etc.* [...]”, im Rahmen des Programms “*entrepreneurship in music*“ an.
- Auch den Studenten am Berklee College of Music (www.berklee.edu) werden wirtschaftlich relevante Kurse angeboten. Im Rahmen der „Professional Education“ bietet hier das „Music Business/Management Department“ Kurse für eine professionelle Karriereentwicklung an. Eine Besonderheit ist die „Berkleemusic Online Extension School“ die „Online Music Business Courses“ anbietet (gegen Gebühr von 895 US Dollar bis 1.095 US Dollar), wobei die Inhalte von Recht bis Betriebswirtschaft reichen.

5.2.2 Fazit

Im Zuge der Recherchen bezüglich Kunststudien mit wirtschaftlich relevanten Inhalten, wie Karrieremanagement, Rechtsfächern, Marketing-, Finanzierungsgrundlagen, und Basiskenntnissen der Betriebswirtschaft, hat sich somit folgendes Bild ergeben:

Der deutschsprachige Raum bietet kaum „kunstwirtschaftliche“ Schwerpunkte im Rahmen von künstlerischen Hochschulstudien an. Der Ausbildungsmarkt in diesem Bereich besteht fast ausschließlich aus Tages- bzw. wenige Monate dauernden Seminaren bzw. Workshops, die vermehrt von privaten Instituten angeboten werden. Im Vergleich zu angloamerikanischen Ländern zeigt sich hier ein enormer Aufholbedarf Europas. Im deutschsprachigen Raum zeigt Deutschland die fortschrittlichste Ausbildungssituation für Kunststudenten in Hinblick auf Praxisrelevanz. Allerdings sind Großbritannien und die USA in Sachen Verknüpfung von Kunst und Wirtschaft nach wie vor Vorreiter. Bereits Kunststudenten werden mit der wirtschaftlichen Realität bekannt gemacht. So bietet die große Mehrzahl der Universitäten bzw. Colleges (Pflicht-)Fächer mit Marketing, Management, Rechts- und betriebswirtschaftlichen Inhalten an, oder unterstützen ihre Studienabsolventen beim Karrierestart durch „Career Service Center“.

Diese praxisrelevante Ausbildung von Kunststudenten betrifft in den USA und Großbritannien nicht nur die großen Bereiche wie Marketing, BWL, und Recht sondern auch ganz praxisrelevante Problemstellungen wie die versicherungsrechtliche Situation von Künstler(n)/innen, den Umgang mit Agenten, Kunden und Sponsoren, und die alltäglichen Rechte und Pflichten von selbständigen Künstler(n)/innen (z.B. Urheberrechtbestimmungen).

Dies ist auch der größte Kritikpunkt der sich im Zuge dieser Analyse ergeben hat. Im deutschsprachigen Raum, und hier v. a. in Österreich, werden Fragestellungen, die das tägliche (selbständige) Dasein von Künstler(n)/innen betreffen nahezu vollständig ausgeklammert. Künstler/innen treten somit ohne jegliche wirtschaftliche, rechtliche Vorkenntnisse ins Berufsleben ein. Der Karriereweg ist daher für die meisten Künstler/innen steiniger als er mit solch Vorkenntnissen sein müsste.

Während in Europa die Kunsthochschulen gerade mit der Diskussion um die Implementierung von wirtschaftlichen Inhalten in ihr Kunst-Curriculum beginnen, ist diese (wenn überhaupt je vorhanden gewesen) in Großbritannien und Amerika größtenteils längst beendet. Europa darf in Zeiten der Globalisierung und des steigenden Wettbewerbs, auch am Kunstmarkt, nicht ins Abseits geraten, und sollte daher in der Kunstausbildung einen größeren Fokus auf die „Berufsfähigkeit“ ihrer Studenten legen. Allerdings liegt die Verantwortung nicht allein auf den Schultern der Ausbildungsstätten. Kunststudenten müssen selbst die Notwendigkeit für eine praxisrelevantere Ausbildung erkennen und auch einfordern.

6 Resümee und Ausblick

In den letzten Jahren wurde die Schlüsselrolle der Kreativität in unserer Gesellschaft propagiert. Daher ist es nur logisch, dass Kunst und Kunstschaffende eine zentrale Rolle einnehmen sollten. Was allerdings bisher kaum der Fall ist, denn im Zusammenspiel mit Politik und Wirtschaft sind Kunstschaffende kaum eingebunden.

Nicht zuletzt die Insichgeschlossenheit der Künstlerszene gefährdet die gesellschaftspolitische Bedeutung ihrer Arbeit. Eine Öffnung der Kunst in Richtung Politik, Wirtschaft oder Wissenschaft, oder bezüglich der Alltagskultur, würde zur gesellschaftlichen Mitgestaltung führen. Aber auch die Wirtschaft und die Politik müssen ihrerseits zur Aufwertung der künstlerischen Tätigkeit beitragen.

Einkommen und soziale Sicherheit der Kunstschaffenden sind trotz hohem Ausbildungsgrad wesentlich schlechter als die der restlichen Beschäftigten. Resultate dieser Unsicherheit sind u. a. das Verschwimmen von Privat- und Berufsleben und die Notwendigkeit von existenzsichernden Nebenjobs. Die Erhöhte Konkurrenz am Kulturmarkt führt, (leider) wie auf allen anderen Märkten auch, zu einer starken Selektion der bestangepassten „Anbieter“ – „survival of the fittest“. Die Problematik kommerzieller Nachfrage und Verarmung des Kulturangebots bzw. kulturell wertvollem Angebot und mangelnder Nachfrage wird immer deutlicher. Die Finanznöte der öffentlichen Hand und der Boom der nachfrageorientierten kommerziellen Kulturanbieter zwingt nun auch öffentliche Kulturbetriebe dazu ihr (wirtschaftliches) Handeln bzw. Angebot zu überdenken. In Zukunft wird daher die Zusammenarbeit zwischen öffentlich subventionierter und privatwirtschaftlich finanzierter Kultur immer wichtiger. Denn Subventionen sind auch in Zukunft nötig um der Kultur einen Freiraum zum experimentieren und wachsen zu zugestehen, um ein vielseitiges Kulturangebot zu gewährleisten. Der Staat sollte weiterhin die Grundversorgung, zu der auch die Kulturaufgaben gehören, sichern. Darüber hinaus sichern Partnerschaften zwischen Kunst und Wirtschaft, wie Sponsoring oder Public-Private-Partnerships, das kulturelle Angebot.

In den aufkommenden Creative Industries wird diese Kooperation von Kunst und Wirtschaft an die bisherige Spitze getrieben. Großbritannien als Auslöser der Forcierung der Creative Industries sah bzw. sieht deren Potential v. a. im Wirtschafts- und Beschäftigungswachstum.

Unter den heutigen marktwirtschaftlichen Bedingungen der Kunst, müssen deren Kernakteure neben künstlerischem Talent über eine Vielzahl von Management Fähigkeiten verfügen. Denn ein Großteil ihrer (selbständigen) Arbeit wird mit Business-, Finanzierungsplänen, Förderansuchen, Sponsorenanwerbung, Marketingkonzepten, etc. verbracht werden. Der Fokus in der künstlerischen Ausbildung sollte daher neben einer soliden, handwerklichen und theoretischen Basis, auf der Vermittlung von berufspraktischen Inhalten liegen, die von Marketing bis hin zu rechtlichen Themen reichen sollten. Diese Zusatzfähigkeiten stellen natürlich keine Garantie für den beruflichen Erfolg dar, steigern allerdings die Aussichten am Markt bestehen zu können.

In der Analyse der Ausbildungssituation für Künstler(n)/innen im deutschsprachigen Raum, hat sich ein eher trübes Bild bezüglich dieser Einbindung von wirtschaftlichen bzw. berufspraktischen Inhalten ergeben. In einem zeitlich und inhaltlich sehr begrenzten Umfang und häufig nur als Wahlfächer wird hier den zukünftigen Kunstschaffenden oft nicht genügend Möglichkeit gegeben, ihre kunstferneren aber berufsrelevanten Fertigkeiten (weiter) zu entwickeln. Womit ihnen ein großer Baustein für eine erfolgreiche Existenz als (selbständige(r)) Künstler/in fehlt. Würden bereits in der Hochschulausbildung praxisrelevante Themen, die später das tägliche Leben dieser Kunstschaffenden bestimmen werden, behandelt, könnten Fehler, die am Karrierebeginn aus Unwissen/Unerfahrenheit passieren, vermieden werden.

Deutschland zeigt in dieser Richtung bereits sehr gute Ansätze und folgt dem Beispiel der USA und Großbritanniens, die eine berufspraktische Kunstausbildung als Verpflichtung jeder guten Kunsthochschule ansehen.

„Wer jedoch als Lehrer und Kunsthochschule die Lehre auf künstlerische und theoretische Inhalte beschränkt, verurteilt seine Absolventen zu einem hohen Prozentsatz zur Erfolglosigkeit und wird seiner Verantwortung nicht gerecht.“

(Stephan P. Schneider, Vorstand der Freien Akademie der bildenden Künste, Essen)

Quellenverzeichnis

AAFRC Trust for Philanthropy (2002): *Giving USA: The Annual Report on Philanthropy for the Year 2001*. AAFRC. Indianapolis

Adorno, Theodor W. (1981): *Gesammelte Schriften 3 Dialektik der Aufklärung*. Frankfurt am Main: Fischer

Akademie der bildenden Künste Wien (2008): <http://www.akbild.ac.at>, (04.06.08)

Al Chihade, E. (1998): *Die Hochschule für angewandte Kunst und ihre Absolventen von 1970 bis 1995*. Wien

Almhofer, E. et al. (2000): *Die Hälfte des Himmels. Chancen und Bedürfnisse kunstschaftender Frauen in Österreich*. Gumpoldskirchen

American Federation of Musicians of the United States and Canada (2003): *Wage Scales and Conditions in the Symphony Orchestra*. New York

Americans for the Arts (2007): *Creative Industries Report*, comparative data for the 50 largest cities in the United States; http://www.artsusa.org/pdf/information_resources/research_information/services/creative_industries/county_report.pdf, (25.08.08)

Andreae, C.A, Wilflingseder, C. (1980): *Der Einfluss des öffentlichen Sektors auf die Kunst*, Wirtschaftspolitische Blätter, Band 27. S.47-59. Wien

Anton Bruckner Privatuniversität (2008): <http://www.bruckneruni.at>, (10.06.08)

ARGE Creativ Wirtschaft Austria (2003): *Erster Österreichischer Kreativwirtschaftsbericht*. Wien

ARGE Creativ Wirtschaft Austria (2004): <http://www.creativwirtschaft.at>, (02.09.08)

ARGE Creativ Wirtschaft Austria (2006): *Zweiter Österreichischer Kreativwirtschaftsbericht*. Wien

ARGE KunstCurriculum (2001): *„Kunst>Universität<Öffentlichkeit“*. Außensichten auf die Universitäten der Künste. Wien

Artworks in Kooperation mit Joanneum Research Forschungsgesellschaft mgH (2003): *Künstlerische Dienstleistung im Dritten Sektor, Teil 1 Ausgangslage: Kunst – Kultur – Beschäftigung*. Wien

Austria Wirtschaftsservice GmbH (2004): Impuls-Programm creativwirtschaft, <http://www.impulsprogramm.at>, (02.09.08)

Baier, B. (1995): *Obdachlose Kunst. Das Einfließen sozio-ökonomischer, künstlerisch-kultureller und geschlechterdifferenter Rahmenbedingungen sowie individueller Lebens-, Arbeits- und Wirkungszusammenhänge in das Kunstverständnis und die Lebenskonzepte junger Kunschtchaffender am Beispiel der AbsolventInnen der Studienjahrgänge 1991/92 und 1992/93 der Wiener Kunsthochschulen*, Wien

Bendixen, P. (2000): *Geld und Kunst – wer braucht wen?*, Schriftenreihe der Hochschule für Wirtschaft und Politik. Hamburg

Benhamou, F. (2000): „*The opposition between two models of labour market adjustment: The case of audiovisual and performing arts activities in France and Great Britain over a ten year period*“. *Journal of Cultural Economics*, Heft 24, Nr. 4, Nov. 2000, S. 301-319. Springer Verlag

Bilton, C. (2007): *Management and Creativity: From Creative Industries to Creative Management*. Blackwell Publishing

BMBF – Bundesministerium für Bildung und Forschung: <http://www.hrk-bologna.de>, (10.12.08)

Bundeskanzleramt Österreich (2007): Regierungsprogramm 2007-2010 (Regierungsprogramm für die XXIII. Gesetzgebungsperiode), <http://www.austria.gv.at/DocView.axd?CobId=19542>, erstellt am 29.1.07, (25.08.08)

BMWF - Bundesministerium für Wissenschaft und Verkehr (1999): *Künstlerische Hochschulbildung: Kulturprozess und Arbeitswelt*, Bericht zur thematischen EU-Konferenz. Wien

BMWF - Bundesministerium für Wissenschaft und Verkehr (2008): Der Bologna Prozess, <http://www.bmwf.gv.at/euinternationales/bolognaprozess>, (02.09.08)

Byrnes, W.J. (2003): *Management and the arts (Third edition)*. Boston: Focal Press

DCMS – Department for Culture, Media and Sport (1998): *Creative Industries Mapping Document*, http://www.culture.gov.uk/reference_library/publications/4740.aspx, (02.09.08)

DCMS – Department for Culture, Media and Sport (2001): *Creative Industries Mapping Document*, Creative Industries Task Force. London

DCMS – Department for Culture, Media and Sport (2005): *Creative Economy Programme*, http://www.culture.gov.uk/what_we_do/creative_industries/3275.aspx, (02.09.08)

DCMS – Department for Culture, Media and Sport (2007): *Staying ahead: the economic performance of the UK's creative industries full report*, DCMS, Juni 2007; http://www.culture.gov.uk/images/publications/stayingahead_epukci_foreword.pdf, (02.09.08)

DCMS – Department for Culture, Media and Sport (2008): *Creative Britain - New Talents for the New Economy*, Feb. 2008, DCMS, <http://www.culture.gov.uk/images/publications/CEPFeb2008.pdf>, (02.09.08)

Departure (2008): <http://www.departure.at>, (02.09.08)

Deutsche POP - Die Akademie der Musik- und Medienbranche (2008): <http://www.deutsche-pop.de>, (22.06.08)

DiMaggio, P. (1987): *Managers of the Arts*, NEA Research Division Report Nr.20, Washington, D.C.: Locks Press

EBAM GmbH (2008): <http://www.ebam.info>, (22.06.08)

Enquete-Kommission (2007): *Schlussbericht der Enquete-Kommission „Kultur in Deutschland“*, Dez. 2007

EURIDICE/CEDEFOP (1995): *Structure of the Education and Initial Training Systems in the European Union*. Brüssel

Europäische Kommission (1998): *Culture, the Cultural Industries and Employment. Commission Staff Working Paper*. Brüssel

Europäische Kommission (1999), „*The Bologna Process: Towards the European Higher Education Area*“, http://ec.europa.eu/education/policies/educ/bologna/bologna_en.html, (02.09.08)

Europäische Kommission (2001): *Creative Artists, Market Developments and State Policies*, Background paper for „*Conditions for Creative Artists in Europe*“, EU Präsidentschaftskonferenz in Visby. Schweden 04/2001

Europäische Kommission (2007): *Mitteilung an das EU Parlament über eine europäische Kulturagenda im Zeichen der Globalisierung*, 10.5.07. Brüssel

García, M.I., Fernández, Y., Zofío, J.L. (2003): „*The economic dimension of the culture and leisure industry in Spain: National, sectoral and regional analysis*“. *Journal of Cultural Economics*, Heft 27, Nr. 1, 02/2003. Springer Verlag

Geldner, N. (2000): *Der Wirtschaftsbereich Kultur und Unterhaltung und seine Rolle im Wiener Arbeitsmarkt*, Kammer für Arbeiter und Angestellte für Wien, Materialien zu Wirtschaft und Gesellschaft, Nr. 76. Wien

Gembris, H., Langner, D. (2006): *Orchestermusiker und Sänger nach dem Studium: Musikhochschulausbildung und Arbeitsmarktrealität*, in Konrad, E., 2006. *Unternehmertum und Führungsverhalten im Kulturbereich*, Waxmann. Münster

Ginsburgh, V., Throsby, D. (2006): *Handbook of the economics of art and culture*, Amsterdam: North Holland

Haak, C., Schmid, G. (1998): *Arbeitsmärkte für Künstler und Publizisten – Modelle einer zukünftigen Arbeitswelt?* WZB. Berlin

Haberl, G., Schlemmer, G. (1995): *Die soziale Lage der Künstler in Österreich. Bereich Film und Video.* Wien

Harauer, R. (1989): *Soziale Lage freier Theaterschaffender.* Wien

Haraldsen, T., Flygind, S.K., Overvag, K. Pover, D. (2004): *Kartlegging av kulturnaeringerne i Norge – økonomisk betydning, vekst – og utviklingspotensial*, OF-rapport No.10.. Norwegen

HRK – Hochschulrektorenkonferenz (2008): <http://www.hrk-bologna.de>, (10.12.08)

Hummel, M. und M. Berger (1988): *Die volkswirtschaftliche Bedeutung von Kunst und Kultur. Schriftenreihe des Ifo-Instituts für Wirtschaftsförderung Nr.122.* Berlin/München

Hummel, M. und Waldkircher, C. (1992): *Wirtschaftliche Entwicklungstrends von Kunst und Kultur. Schriftenreihe des Ifo-Instituts für Wirtschaftsförderung Nr.132.* Berlin/München

Institut für Kulturkonzepte (2008): <http://www.kulturkonzepte.at>, (02.05.08)

Klein, A. (2004): *Kompendium Kulturmanagement – eine Einführung, Handbuch für Studium und Praxis.* München

Konrad, E. (2006): *Unternehmertum und Führungsverhalten im Kulturbereich*, Münster: Waxmann

Konservatorium Wien Privatuniversität (2008): <http://www.konservatorium-wien.ac.at>, (20.06.08)

Korn, C., Lehmann, M., Vogt, T. (1995): *Kunst, Kulturen, Kapital (Spannungsfeld zwischen Wirtschaft und Kultur)*, Symposium Öconomicum Münster, Münster: LIT Verlag Berlin-Hamburg-Münster

Kósa, E. (1997): *Modelle künstlerischer Bildungswege im universitären Kontext*, Bundesministerium für Wissenschaft und Verkehr. Wien

Kotler, P., Scheff, J. (1997): *Standing Room Only*, Boston: Harvard Business School Press

Kulturbüro Rheinland-Pfalz (2008): <http://www.kulturbuero-rlp.de>, (26.06.08)

Kunst Universität Linz (2008a): <http://www.khs-linz.ac.at>, (12.06.08)

Kunstuniversität Linz (2008b): Studienplan für das Diplomstudium der Studienrichtung „Bildende Kunst“, Mitteilungsblatt vom 29.08.08

KUPF Akademie (2008): <http://www.kupfakademie.at>, (12.06.08)

- Lash, S., Urry, J. (1994): *Economies of Signs and Space (Theory, Culture & Society)*, London: Sage Publications Ltd
- Lösche, P., Von Loeffelholz, H.D. (2004): *Länderbericht USA, Geschichte, Politik, Wirtschaft, Gesellschaft, Kultur*. Frankfurt: , Campus Verlag
- Mayerhofer, E.; Schiffbänker, H. (2003): *Künstlerische Dienstleistungen im Dritten Sektor. Teil 1: Ausgangslage: Kunst – Kultur – Beschäftigung*. Joanneum Research, Wien, 2003. <http://www.equal-works.at/start.php?site=publikationen&subsite=detail&id=78>, (02.08.08)
- McRobbie, A. (2002): 'Jeder ist kreativ'. *Künstler als Pioniere der New Economy?*, in: Huber, J. (2002): *Singularitäten – Allianzen*. Interventionen, Band 11, S. 37-60. Wien/New York: Springer Verlag Wien
- Münchener Filmwerkstatt e.V. (2008): <http://www.muenchner-filmwerkstatt.de>, (24.06.08)
- Netzer, D. (1992): *Arts and culture*. in: Clotfelter, C.t. (Ed.), *Who Benefits from the Nonprofit Sector?*. Chicago: University of Chicago press
- North, M. (1996): *Economic history and the arts*, Wirtschafts- und sozialhistorische Studien, Nr. 5. Köln
- ÖAR – Österreichischer Akkreditierungsrat (2008): <http://www.akkreditierungsrat.at>, (10.12.08)
- Österreichische Sozialversicherungsanstalt (2003): <http://www.sva.or.at/sva/home.nsf> erstellt am 26.03.03, (02.08.08)
- ÖVP (2001): Ausschnitt aus „*Positionspapier der ÖVP*“, erstellt am Bundeskongress 2001 in Alpbach
- Popakademie Baden-Württemberg GmbH (2008): <http://www.popakademie.de>, Zugriff am 22.06.08
- Privatuniversität für Kreativwirtschaft (2008): <http://www.ndu.ac.at>, (10.12.08)
- Rich, J.D., Martin, D.J. (1997): „*The Role of Formal Education in Arts Administration Training*“, in “*The Guide to Arts Administration Training and Research 1997-1999*“, Association of Arts Administration Educators AAAE. Washington, D.C.
- Rock Pop Schule Berlin (2008): <http://www.rockpopschuleberlin.de>, (22.06.08)
- Rothauer, D. (2005): *Kreativität und Kapital: Kunst und Wirtschaft im Umbruch*, 1. Auflage. Wien: Facultas Universitätsverlag

Schelepa, S., Wetzel, P., Wohlfahrt, G. (2008): *Endbericht zur sozialen Lage der Künstler und Künstlerinnen in Österreich*, Bundesministerium für Unterricht, Kunst und Kultur. Wien

Schulz, W., Hametner, K., Wroblewski, A. (1997): *Thema Kunst. Zur sozialen und ökonomischen Lage der bildenden Künstler und KünstlerInnen in Österreich*. Wien: Falter Verlag

Seaman, B.A. (2002): *National Investment in the Arts*. Center for Arts and Culture. Washington, DC.

SOLARA - Berliner Schule für Bühnenkunst und unternehmerische Fähigkeiten (2008): <http://www.schauspielausbildung-berlin.de>, (25.06.08)

Stadt Karlsruhe (2002): *Kultur und Wirtschaft, Kultursponsoring International: Partnerschaft des Gebens und Nehmens*. Karlsruhe

Statistik Austria (2006 a): *Kulturfinanzierung*, LIKUS-Rahmenwert Erhebung, http://www.statistik.at/web_de/statistiken/bildung_und_kultur/kultur/kulturfinanzierung/index.html, (02.08.08)

Statistik Austria (2006 b): *Beschäftigung im Kulturellen Sektor*, http://www.statistik.at/web_de/statistiken/bildung_und_kultur/kultur/beschaeftigung_im_kulturellen_sektor/index.html, (02.08.08)

Statistik Austria (2007): *Statistiken Bildung, Kultur; Ausbildung und Weiterbildung*: http://www.statistik.at/web_de/statistiken/bildung_und_kultur/kultur/ausbildung_weiterbildung/index.html, (02.08.08)

Statistik Austria (2008): Konsumerhebung 2004/2005 (Erhebungszeitraum: September 2004 bis September 2005). Erstellt am: 15.05.08. Wien

Towse, R. (1996): *The Economics of Artists' Labour Markets*, The Arts Council of England, London

Towse, R. (2003): „*Cultural Industries*“. in: Towse, R. (Ed.), *A Handbook of Cultural Economics*. Elgar, E.. Cheltenham

Türke, J. (1987): *Kulturpolitische Mitteilungen*, S.21. Bonn

UNCTAD - The United Nations Conference on Trade and Development (2008): Secretary-General's high-level panel on the creative economy and industries for development (17. Januar 2008), Background paper prepared by the UNCTAD secretariat. Genua

UNESCO (1980): *Recommendation concerning the Status of the Artist*, Okt. 1980, <http://unesdoc.unesco.org/images/0011/001140/114029e.pdf#page=144>, (02.08.08)

Universität der Künste Berlin (2008): Career & Transfer Service Center, www.udk-berlin.de/sites/content/themen/service/career_center/index_ger.html, (22.06.08)

Universität Duisburg-Essen (2008): ECTS Punkte, <http://www.uni-duisburg-essen.de/pressestelle/webredaktion/kulturwirt/ECTS.pdf>, (02.09.08)

Universität für Angewandte Kunst Wien (2008): <http://www.dieangewandte.at>, (12.06.08)

Universität Klagenfurt (2008): <http://www.uni-klu.ac.at>, (12.06.08)

Universität für Musik und darstellende Kunst Graz (2008): <http://www.kug.ac.at>, (10.06.08)

Universität für Musik und darstellende Kunst Salzburg (2008): <http://www.moz.ac.at>, (10.06.08)

Universität für Musik und darstellende Kunst Wien (2008): <http://www.mdw.ac.at>, (10.06.08)

US Bureau of the Census (1999): *Statistical Abstract of the United States*. US Government printing Office. Washington

Van den Haag, E. (1990): „*Involuntary Patrons*“, Vantage Point, the magazine of the Americans for the Arts, 1990

Von Osten, M. (2004): http://www.ateliereuropa.com/1.0_introduction.php, (02.09.08)

Voß, G., Pongratz, H. (1998): *Der Arbeitskraftunternehmer. Eine neue Grundform der Ware Arbeitskraft?*, in: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Jg. 50 (1), S. 131–158. Köln

Weaver, K.M., Bowman, S. (2005): *Entrepreneurship and the arts: Illusion or Reality?*, Rowan University. Glassboro

Weckerle, C., Söndermann, M. (2003): *Erster Kulturwirtschaftsbericht Schweiz*. HGKZ Zürich

Werkstätte Kunstberufe (2008): <http://kunstberufe.vwv.at>, (10.06.08)

WIFO (2004): *Untersuchung des ökonomischen Potentials der "Creative Industries" in Wien*. Wien

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Kunstspartenunterteilung Q.: in Anlehnung an Andraea, C.A, Wilflingseder, C., 1980.....	4
Abb. 2: Definitionsbild Kunst/Kultur Q.: Towse (2001) nach Creigh-Tyte 1998.....	6
Abb. 3: Beschäftigung in kulturellen Tätigkeiten in Europa im Jahr 2002 (in % der gesamten arbeitenden Landesbevölkerung) Klassifizierung nach ISCO für kulturelle Berufe Q.: Ginsburgh, V., Throsby, D., Handbook of the economics of art and culture, 2006. S. 1189.....	18
Abb. 4: Staatliche Unterstützung im Kultursektor (in %) Q.: Statistik Austria, Erstellt am: 15.05.2008.....	21
Abb. 5: Klassifizierung der Creative Industries (UNCTAD, 2008) Q.: UNCTAD, 2008	29
Abb. 6: Klassifizierung der Creative Industries (Großbritannien) Q.: DCMS, 1998.....	29
Abb. 7: Die Funktionen von Kulturbetrieben Q.: Klein, A., 2004	32
Abb. 8: Kriterien für die Unterscheidung zwischen Organisationen im Kunstsektor und Kulturbetrieb Q.: Klein, A., 2004	32
Abb. 10: Abgeschlossene künstlerische Ausbildungswege, in % Q.: L&R Datafile, Soziale Lage Kunstschaffende, (n = 1.798) (Schelepa, S., Wetzels, P., Wohlfahrt, G., 2008).....	59
Abb. 11: Belegte Studien von inländischen und ausländischen ordentlichen Studierenden an Universitäten der Künste nach Studienrichtungen (Wintersemester 2005/2006) Q.: Statistik Austria (2007), erstellt am 19.12.2007.....	62
Abb. 12: Angebot an wirtschaftlichen Inhalten in Kunststudienprogrammen (USA, 2005) Q.: Weaver, K.M., Bowman, S., 2005.	92

Tabellenverzeichnis

Tab. 1: Definitionskriterien für Künstler/innen Q.: Mayerhofer, E., Schiffbänker, H. (2003).....	7
Tab. 2: Anforderungen an Kunstmanager/innen Q.: Rich, J.D., Martin, D.J., 1997	15
Tab. 3: Monatliche Verbrauchsausgaben der privaten Haushalte in kulturbezogenen Ausgabengruppen 2004/05 Q: Statistik Austria, Konsumerhebung 2004/2005 (Erhebungszeitraum: Sept. 2004 bis Sept. 2005). Erstellt am: 15.05.2008	22
Tab. 4: Erwerbstätige in Kulturberufen und ausgewählten Wirtschaftsklassen (Klassifizierung nach ISCO-88(COM)) 1996 bis 2006 Q: Mikrozensus Jahresdurchschnitt. - Erstellt am 18.12.2007	23
Tab. 5: Erwerbstätige in Kulturberufen nach Berufsgruppe, Stellung im Beruf und Arbeitszeit, 2006 Q: Mikrozensus Jahresdurchschnitt 2006. – Erstellt am 18.12.2007.....	24
Tab. 6: Vergleichender Überblick über Definitionsansätze für die Kreativwirtschaft Q.: KMU Forschung Austria (ARGE Creativ Wirtschaft Austria, 2006)	31
Tab. 7: Anzahl der Unternehmen, Beschäftigten sowie Erlöse und Erträge und Bruttowertschöpfung, 1995-2000, in der Kreativwirtschaft Q.: KMU Forschung Austria, Statistik Austria, Hauptverband der österreichischen Sozialversicherungsträger; aus dem „Ersten Österreichischer Kreativwirtschaftsbericht 2003“	41
Tab. 8: Anzahl der Unternehmen, unselbständig Beschäftigten sowie Erlöse und Erträge und Bruttowertschöpfung, 2002-2004, in der Kreativwirtschaft Q.: KMU Forschung Austria, Statistik Austria, Hauptverband der österreichischen Sozialversicherungsträger; aus dem „Zweiten Österreichischen Kreativwirtschaftsbericht 2006“	41
Tab. 9: Privatuniversität der Kreativwirtschaft, Studiengänge 2008 Q.: Privatuniversität der Kreativwirtschaft, 2008.....	43
Tab. 10: Beschäftigungswachstum in den Creative Industries Wiens zwischen 1998-2002 Q: WIFO, 2004: Untersuchung des ökonomischen Potentials der "Creative Industries" in Wien, Juli 2006	44
Tab. 11: Hauptzentren der Creative Industries 2007 Q.: American for the Arts, 2007	48

Tab. 12: Anzahl Erwerbstätiger im Kulturbereich Q: Mikrozensus 2001 (in Mayerhofer, E., Schiffbänker, H., 2003).....	52
Tab. 13: Einkommenssituation in den einzelnen Kunstsparten Q.: in Anlehnung an die Künstlersozialstudie, 2008 (Schelepa, S., Wetzel, P., Wohlfahrt, G., 2008).....	55
Tab. 14: Berufspraktische/wirtschaftliche Weiterbildungsmöglichkeiten für Kunstschaffende (Österreich).....	76
Tab. 15: Berufspraktische/wirtschaftliche Ausbildungsmöglichkeiten für Kunstschaffende (Österreich).....	77
Tab. 16: Künstlerische (Hochschul-)Lehrgänge mit Fokus auf Managementfähigkeiten (Schweiz).....	80
Tab. 17: Kulturmanagement (Hochschul-)Ausbildungsmöglichkeiten (Schweiz).....	81
Tab. 18: (Private-)Weiterbildungsangebote im Kulturmanagementbereich (Schweiz).....	82
Tab. 19: Für Kunstschaffende geeignete Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten im Bereich Kulturmanagement (Deutschland).....	86
Tab. 20: Detaillierte Auflistung von Aus-/und Weiterbildungsmöglichkeiten im Schnittbereich Kunst und Wirtschaft (Österreich).....	113
Tab. 21: Detaillierte Auflistung von Aus-/und Weiterbildungsmöglichkeiten im Schnittbereich Kunst und Wirtschaft (Schweiz).....	116
Tab. 22: Kunsthochschulen mit berufspraktischem bzw. wirtschaftlichem Angebot (Deutschland).....	117
Tab. 23: Detaillierte Auflistung von Aus-/und Weiterbildungsmöglichkeiten im Schnittbereich Kunst und Wirtschaft (Deutschland).....	121

Anhang A:

Zusammenfassung

Der Kultursektor ist in vielerlei Hinsicht bedeutend. Einerseits durch sein enormes Wachstum in der Vergangenheit und voraussichtlich auch in der Zukunft, andererseits, belegt durch unzählige Umwegrentabilitäts-Studien, auch aufgrund der wirtschaftlichen Auswirkung der Infrastruktur der Kultur. Kultur ist Standortfaktor, Beschäftigungssektor und Fremdenverkehrsattraktor. Wirtschaft und Kultur leben in einer Wechselbeziehung, wenn es der Wirtschaft gut geht profitiert die Kultur, umgekehrt kann die Wirtschaft nur florieren, wenn sie auf einer kulturellen Basis aufbauen kann. (Stadt Karlsruhe, 2002). Die Kultur benötigt Impulse aus der Wirtschaft, und die Wirtschaft braucht die Kreativität der Kultur.

Die Europäische Kommission machte in ihrem 1998 erschienen Bericht „*Culture, the Cultural Industries and Employment*“ die Kultur zu einem zentralen Wachstumssegment innerhalb der Europäischen Union. Die Wachstumschancen seien, wenngleich mit länderspezifischen Unterschieden, „viel versprechend“ (European Commission, 1998).

Die Arbeitswelt des Kunstbereichs weist weltweit und auch in Österreich verschiedene Charakteristika bezüglich Berufszugang, Einkommensverteilung, Arbeitsrisiken und der räumlichen Verteilung auf. So ist die Qualifikation zum/zur „Kunstberufler/in“ kostspielig und langwierig, es folgen kaum geregelte Karrierewege, hoher Wettbewerbsdruck und außergewöhnlich harte Markt-Selektion. Die hohen Qualifikationsansprüche machen den Kunstbereich nicht gerade zum Hoffnungsträger in Zeiten der Unterbeschäftigung. Weitere Merkmale des Kunstbereichs sind ein, im Verhältnis zu anderen Berufen mit ähnlichen Zutrittsinvestitionen, geringes Durchschnittseinkommen und ein hohes Erfolgsrisiko. Als Nebeneffekt tritt ein hoher Anteil an Teilzeitengagements auf. Auch eine hohe räumliche Konzentration auf den städtischen Arbeitsmarkt zeichnet den Kulturbereich aus.

Der hohe Wettbewerbsdruck und die verminderte staatliche Kunstförderung machen eine Stärkung des wirtschaftlichen Denkens und Handels der Kunstakteure unvermeidlich.

Im Zuge der vorliegenden Diplomarbeit wurde die Ausbildungssituation für angehenden Kunstschaaffenden an künstlerischen Ausbildungsstätten (v. a. Kunstuniversitäten) im europäischen bzw. deutschsprachigen Raum (Österreich, Deutschland, Schweiz) analysiert.

Die Curricula der diversen Kunststudiengänge wurden hierbei auf berufspraktische bzw. wirtschaftlich-relevante Inhalte (wie BWL, Marketing, Buchhaltung, Recht für Künstler, etc.) untersucht. Wobei sich im Zuge dieser Analyse gezeigt hat, dass sich nach wie vor eine große Zahl an Kunstuniversitäten im deutschsprachigen Raum der Vermittlung von wirtschaftlich bzw. berufspraktisch-relevanten Fähigkeiten eine(s)/r (selbständigen) Künstler(s)/in verschließen und sich weiterhin auf eine konservativ traditionelle Kunstausbildung einschränken. Um einschätzen zu können ob dieses Ausklammern von wirtschaftlichen Inhalten aus der Kunstausbildung lediglich ein Phänomen des deutschsprachigen Raumes ist, wurden des Weiteren Kunststudien in angloamerikanischen Ländern (Großbritannien, USA) analysiert. Wobei sich im anschließenden Vergleich die erste Vermutung bestätigt hat, nach der, Großbritannien und v. a. die USA bezüglich der Eingliederung von wirtschaftlichen bzw. berufspraktischen Inhalten in künstlerische Ausbildungscurricula sehr viel aufgeschlossener zeigen als europäische Kunststudiengänge (v. a. im deutschsprachigen Raum). So bietet in Großbritannien und den USA fast jedes größere College bzw. Universität im Kunstbereich Module oder Seminare mit wirtschaftlichen, rechtlichen, oder Marketing-Inhalten an.

Die Analyse der Curricula an Kunstausbildungsstätten hat eindeutig gezeigt, dass im europäischen und v. a. im deutschsprachigen Raum ein enormer Aufholbedarf in Sachen Eingliederung von wirtschaftlichen Inhalten in die Kunstausbildung gegeben ist. Europäische Kunstuniversitäten sollten praxisorientierte Ausbildungsformen rasch implementieren, um ihren Kunststudenten die besten Voraussetzung für erfolgreiche Künstlerkarrieren zu bieten, und um nicht bald als „künstlerisches“ Schlusslicht zu gelten.

Executive Summary

The cultural sector is important, in many ways. On the one hand because of its enormous growth in the past, and on the other hand, documented by countless studies, because of the economic impact of its infrastructure. Culture is a location- and employment factor, and an attractor for tourism. Economy and Culture are living in a symbiosis. When the economy thrives also the culture benefits, and the opposite way round, the economy can only flourish if it can build upon a healthy cultural basis (City of Karlsruhe, 2002).

Therefore the culture needs economic impulses and the economy needs the creativity of the culture.

In the 1998 published report “*Culture, the Cultural Industries and Employment*”, the European Commission turned the culture into a central growth segment inside the European Union. The chances for growth were promising, even if there are country-specific differences (European Commission, 1998).

The working environment in the area of the arts, features worldwide and also in Austria, the same characteristics, concerning the access to the profession (expensive and long-lasting education), low revenues, high risk of success and the agglomeration of art businesses.

The work in the art-sector is marked by high qualification, hardly regulated career paths, high competition and extreme severe market selection. All these pretensions form limitations for the aim of some countries to turn the cultural sector into a sector of mass employment, and are the main reasons for the high share of part-time- and multiple-engagements of artists. The high pressure of competition and the reduced governmental art sponsorship force the strengthening of the economic thinking and -acting of artists, as they all are art-market participants.

In the course of this present diploma thesis, the current situation of the education of prospective artists at art schools (foremost art-universities) was analysed in the European respectively German-speaking area (Austria, Germany, and Switzerland).

The curricula of the different art-studies were therefore investigated for practice oriented training and economic/management-relevant content (as business studies, marketing, accounting, law for artists, etc.).

In the course of this analyses it has shown, that a great number of art-universities (academies) especially in the German-speaking area, blocks against the implementation of such non-artistic education contents and offers furtheron a conservative traditional art-education.

To better evaluate the results of the analyses of the German-speaking area, there was also analysed the educational situation for art students in Great Britain and the United States of America. Comparing the two situations it has been confirmed that contrasting to Europe, Great Britain and the USA are much more open minded in the fields of implementing economic respectively practice oriented content into the curricula of art studies. Almost all great art colleges or art universities in Great Britain and the USA offer modules or seminars with economic, law, or marketing content. Furthermore so-called “Career Centres” at art universities support this connection of art- and practice relevant education and help their (former) students to get into the “art industry”.

The analysis of the curricula at art schools/universities has shown clearly, that in the European and especially in the German-speaking area, there is a huge need to catch up in the field of implementation of economic and especially practice oriented contents in the education of artists. European art universities should implement such non-artistic education very soon in order to offer their students the best qualifications for successful art careers.

Anhang B: Aus-/und Weiterbildungsmöglichkeiten

Tab. 20: Detaillierte Auflistung von Aus-/und Weiterbildungsmöglichkeiten im Schnittbereich Kunst und Wirtschaft (Österreich)

Veranstalter	Lehrgang	Dauer/Kosten	Voraussetzungen
<p>Studiengänge/Kurse im Wirtschaftsbereich mit besonderer Betonung der künstlerischen Inhalte</p> <p>Studiengänge/Kurse, die einen Schwerpunkt auf die kulturelle Unternehmensgründung legen</p> <p>Studiengänge/Kurse, die für (angehendes) Führungspersonal im Kulturbereich konzipiert sind</p> <p>Studiengänge/Kurse mit Management-Fokus, die besonders für Künstler/innen geeignet sind.</p>			
<p>Universität Wien www.univie.ac.at/weiterbildung http://kunstberufe.vwv.at</p>	<p>Werkstätte Kunstberufe</p>	<p>max. 3 Semester; EUR 250-1.086 (Ermäßigung für u.a. Studenten)</p>	<p>Keine</p>
<p>Universität Wien www.kulturkonzepte.at</p>	<p>Universitätslehrgang Kultur u. Organisation</p>	<p>2 Semester (Teilzeit); EUR 4.800, zzgl. 4tägige Brüssel-Exkursion ca. EUR 500</p>	<p>Studienabschluss, mind. 3jährige Tätigkeit im Kultur- management</p>
<p>Institut für Kulturkonzepte, Wien www.kulturkonzepte.at</p>	<p>Winter- / Sommerakademie für Kultur- management</p>	<p>Sommer: 4 Wochen; Winter: 2 Wochen; EUR 320 (1 Woche), EUR 600 (2 Wochen), EUR 1.100 (4 Wochen)</p>	<p>Berufserfahrung im Kultur- management von Vorteil</p>
<p>Institut für Kulturkonzepte, Wien www.kulturkonzepte.at</p>	<p>Zertifikatskurs Kultur- management</p>	<p>max. 12 Monate (Teilzeit); EUR 2.400 (EUR 320 pro Seminar), Ermäßigung für Studenten</p>	<p>Berufserfahrung im Kulturbereich</p>
<p>Institut für Kulturkonzepte, Wien www.kulturkonzepte.at</p>	<p>Zertifikatskurs Kunst- und Kulturvermittlung</p>	<p>6 Monate (8 Wochenenden); EUR 2.400 (Ermäßigung für Studenten)</p>	<p>Kunstgeschichtliches Grundwissen</p>
<p>Institut für Kulturkonzepte, Wien www.kulturkonzepte.at</p>	<p>Einzelseminare</p>	<p>2tägige Wochenend- seminare; EUR 320- 390 pro Seminar (Ermäßigung für Studenten)</p>	<p>Berufliche Erfahrung ist von Vorteil</p>
<p>Universität für angewandte Kunst Wien www.dieangewandte.at/ www.art-economy.net/</p>	<p>Masterlehrgang „Art & Economy“ (Kunst und Wirtschaft)</p>	<p>4 Semester (3 Wochen pro Semester); EUR 2.330 pro Semester</p>	<p>abgeschlossenes Studium (insbesondere mit künstlerischer Ausrichtung)</p>
<p>Universität für angewandte Kunst Wien www.dieangewandte.at/ www.uni-ak.ac.at/ecm</p>	<p>Masterlehrgang für Ausstellungstheorie und – Praxis</p>	<p>4 Semester (Fr.-So.); EUR 2.900 pro Semester</p>	<p>abgeschlossenes Studium, und Praxiserfahrung im Ausstellungsbereich</p>
<p>Universität für Musik und darstellende Kunst Wien www.mdw.ac.at/ikm/aindex.html</p>	<p>Aufbaustudium Kultur- management</p>	<p>4 Semester (pro Semester 3 Wochen); EUR 1.200 pro Semester</p>	<p>Abschluss eines facheinschlägigen Diplomstudiums</p>

Veranstalter	Lehrgang	Dauer/Kosten	Voraussetzungen
NPO Akademie, Wien www.npo-akademie.at	Speziallehrgang: Management von Kulturorgan.	2 Wochen; EUR 3.100	berufliche Erfahrung in Kultur- organisationen
Vienna Business School, Wien www.akademiestrasse.vbs.ac.at	Kaufmännisches Kolleg für Kunst- u. Kommunik.- management	4 Semester; EUR 2.760	Hochschulreife
Kooperation ImpulsProgramm Creativwirtschaft (IP) und Departure, Wien www.we-workshops.at	We-Workshops	2 Wochenenden; EUR 144	berufliche Erfahrung im Kulturbereich von Vorteil
Polycollege – Wiener Volksbildungsverein, Wien www.polycollege.ac.at	Basislehrgang Kulturmarketing	4 Wochenenden; EUR 580	keine
International Centre for Culture & Management (ICCM) in Kooperation mit Universität Salzburg www.iccm.at/ICCM.2.0.html	M.A. in Cultural Production	5 Semester (8x2wöchige Unterrichtsblöcke); EUR 3.000 pro Semester	abgeschlossenes Studium und/oder Berufserfahrung im Kulturbereich
ICCM in Kooperation mit Salzburg Management GmbH - University of Salzburg Business School (SMBS) und Universität Salzburg www.iccm.at/ICCM.2.0.html	MBA International Arts Management	4 Semester (Teilzeit) oder 2 Semester (Vollzeit); EUR 23.725	Studienabschluss oder mind. 4-jährige Berufserfahrung in einer Management Position im Kulturbereich
ICCM www.iccm.at/ICCM.2.0.html	International Summer University for Arts Management	1 Monat; Preis zum Zeitpunkt der Diplomarbeitsabgabe noch nicht fixiert	Praxiserfahrung, Mitarbeit in Projekten oder Institutionen
Donau-Universität Krems www.donau-uni.ac.at	Masterstudium Musik- management	5 Semester (pro Semester 3 Wochenendmodule); EUR 11.900	Studienabschluss oder gleichwertige Berufserfahrung
Donau-Universität Krems www.donau-uni.ac.at	Lehrgang „Musik und Recht“	5 Tage; EUR 700	berufliche Erfahrung im jurist./musik. Bereich von Vorteil
Donau-Universität Krems www.donau-uni.ac.at	Certified Program „Digital Music“	5 Tage; EUR 900	Erfahrung im Musikbusiness von Vorteil
FH Kufstein Tirol www.fh-kufstein.ac.at	Bachelorstudium Sport-, Kultur- & Veranstaltungsma- nagement	6 Semester (inkl. Auslandssem. u. Berufs- praktikum), Voll/Teil- zeit; EUR 363,36/Sem.	Hochschulreife, berufspraktische Erfahrung ist von Vorteil
FH Kufstein Tirol www.fh-kufstein.ac.at	Masterstudium Sport-, Kultur- & Veranstaltungsma- nagement	4 Semester (Teilzeit); EUR 363,36 pro Semester	facheinschläg. Studium, Berufs- Erfahrung von Vorteil

Veranstalter	Lehrgang	Dauer/Kosten	Voraussetzungen
Kultur Service Gesellschaft Steiermark www.kulturservice.steiermark.at	Kultur & Konzept	5 Module zu je 2 Tagen (Fr.-Sa.); EUR 325 (EUR 75 pro Modul)	„kulturelles Schaffen“
Kultur Service Gesellschaft Steiermark www.kulturservice.steiermark.at	Kunst & Knete	4 Module zu je 2 Tagen; EUR 260 (EUR 75 pro Modul)	„kulturelles Schaffen“
Berufsförderungsinstitut (bfi) Oberösterreich www.bfi-ooe.at	Kultursponsoring, Unternehmen als Partner/innen für Kulturprojekte gewinnen	2 Tage; EUR 300, EUR 270 für AK-Mitglieder	berufliche Tätigkeit im Kulturbereich
Berufsförderungsinstitut (bfi) Oberösterreich www.bfi-ooe.at	Kompetenzlehrgang für regionale Kulturarbeit	6 bis 8 Monate (zwei Tage pro Woche); EUR 1.995, EUR 1.920 für AK-Mitglieder	abgeschlossene Ausbildung und Berufspraxis im Kulturbereich
Berufsförderungsinstitut (bfi) Oberösterreich www.bfi-ooe.at	Selbstmarketing für Künstler/innen	2 Tage; EUR 320, EUR 288 für AK-Mitglieder	Keine
KUPF Akademie, OÖ www.kupfakademie.at	Studiengang „Kulturarbeit“	7 Monate (11 Seminartage); EUR 500	praktische Erfahrung in der initiativen Kulturarbeit; Lebensmittelpunkt in OÖ
KUPF Akademie, OÖ www.kupfakademie.at	Seminare auf Abruf	1 oder 2 Tage; Preise werden individuell vereinbart	praktische Erfahrung in der initiativen Kulturarbeit; Lebensmittelpunkt in OÖ
Anton Bruckner Privatuniversität, OÖ www.bruckneruni.at	Masterstudiengang „Musikvermittlung“	4 Semester (berufsbegleitend); EUR 1.000 pro Semester	Studienabschluss und Berufstätigkeit im Musik-/Kulturbereich
Alpen-Adria-Universität Klagenfurt www.uni-klu.ac.at	Bakk. Angewandte Kulturwiss. (Schwerpunkt: Kulturmanagements)	6 Semester; EUR 379,22 Studienbeitrag pro Semester	allgemeine Hochschulreife
Alpen-Adria-Universität Klagenfurt www.uni-klu.ac.at	Magisterstudium Angewandte Kulturwiss.	4 Semester; EUR 379,22 Studienbeitrag pro Semester	Bakk.studium der Angew.Kult.wiss. an der Uni. Klagenfurt od. gleichwertiges Studium
Alpen-Adria-Universität Klagenfurt www.uni-klu.ac.at	Bakk. Angewandte Musikwiss.	6 Semester; EUR 379,22 Studienbeitrag pro Semester	Hochschulreife, praktische musikalische Tätigkeit
Alpen-Adria-Universität Klagenfurt www.uni-klu.ac.at	Magisterstudium Angewandte Musikwiss.	4 Semester; EUR 379,22 Studienbeitrag pro Sem.	Studienabschluss, gute Kenntnisse der Notenschrift

Tab. 21: Detaillierte Auflistung von Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten im Schnittbereich Kunst und Wirtschaft (Schweiz)

<p> ■ Studiengänge/Kurse im Wirtschaftsbereich mit besonderer Betonung der künstlerischen Inhalte ■ Studiengänge/Kurse, die einen Schwerpunkt auf die kulturelle Unternehmensgründung legen ■ Studiengänge/Kurse, die für (angehendes) Führungspersonal im Kulturbereich konzipiert sind ■ Studiengänge/Kurse mit Management-Fokus, die besonders für Künstler/innen geeignet sind. </p>			
Veranstalter	Lehrgang	Dauer/Kosten	Voraussetzungen
■ FH Nordwestschweiz, Basel www.fhnw.ch	Bachelor of Science in Betriebsökonomie	6-8 Semester; CHF 800 pro Semester (für Inländer)	Maturität und mind. 1 Jahr Praxiserfahrung
■ Universität Basel www.unibas.ch	Master. Kulturmanagement	4 Semester (Teilzeit); CHF 19.000	Studienabschluss, berufl. Tätigkeit
■ Hochschule der Künste Bern www.hkb.bfh.ch	MAS in Musik-Management	2 bis 3 Jahre (Fr.-Sa.); CHF 18.600	Studienabschluss
■ Universität Zürich www.unizh.ch	Executive Master in Arts Administration	6 Semester (Fr.-So.); CHF 38.000	Hochschulabschluss, Berufserfahrung von Vorteil
■ Universität Zürich www.unizh.ch	DAS der Universität Zürich in Arts Admin.	6 Semester (Fr.-So.); mind. CHF 31.000 (CHF 500 pro Modul)	Hochschulabschluss, Grundkenntnisse der jeweiligen Thematik
■ Universität Zürich www.unizh.ch	DAS in Applied History	4 Semester; CHF 14.000	Hochschulabschluss (auf Masterstufe), Berufserfahrung
■ Universität Zürich www.unizh.ch	Kommunizieren in Non-Profit-Organisationen	6 Tage (Do.-Fr.); CHF 1.990	Keine
■ Zürcher Hochschule für angewandte Wissenschaften www.zhaw.ch	MAS in Arts Management	4 Semester; CHF 19.200	Hochschulabschluss, und/oder Führungserfahrung im Kulturbereich
■ Zürcher Hochschule für angewandte Wissenschaften www.zhaw.ch	Diploma of Advanced Studies in Fundraising Management	2 Semester (ein Wochenende pro Monat Do.-Sa.); CHF 11.600	Hochschulabschluss, und/oder Berufserfahrung im Kulturbereich
■ Zürcher Hochschule für angewandte Wissenschaften www.zhaw.ch	Weiterbildungskurs Fundraising Management	3 Tage; CHF 1.100	Keine
■ Swimac Swiss Marketing Academy GmbH, Zürich www.swissmarketingacademy.ch	Dipl. Kulturmanager SMA	4 Monate (5 Wochenenden); CHF 4.900	Keine
■ SAWI, Zürich www.sawi.com	Diplomkurs Kulturmanager/in	8 Monate (Do.-Sa.); CHF 5.950	Maturität, Kulturberuf
■ Université de Genève, Genf www.unige.ch/index.html	DAS - Gestion culturelle	18 Monate (jeweils Mo.); CHF 9.200	berufliche Erfahrung im Kunstbereich
■ Hochschule Luzern www.hslu.ch	CAS/MAS Kulturmanagement Praxis	4 Semester (Teilzeit); MAS: CHF 15.500; (CAS: CHFmax.5.400)	Hochschulabschluss, eigenes Projekt
■ Stapferhaus Lenzburg www.stapferhaus.ch	Zertifikatskurs (CAS) Kulturmanagement	9 Monate (15 Kurstage, Fr.-Sa.); CHF 4.600	Maturität, Berufserfahrung

CAS: Certificate of – ; DAS: Diploma of – ; MAS: Master of Advanced Studies

Tab. 22: Kunsthochschulen mit berufspraktischem bzw. wirtschaftlichem Angebot (Deutschland)

Hochschule	Lehrgang	Dauer/Kosten	Fokus auf Managementinhalte
Staatliche Hochschule für Musik Freiburg www.mh-freiburg.de	Integriertes Bachelor-/Masterstudium der Fachricht. Instrument., Sänger und Komposition	10 Semester; EUR 500 pro Semester	Wahl-/Pflichtfach „Musikerrecht/Musikmanagement“
Filmakademie Baden-Württemberg www.filmakademie.de	Grundstudien: Drehbuch, Regie, Bildgestaltung/Kamera, Montage/Schnitt, und Animation	9 Semester; EUR 500 pro Semester	Pflichtvorlesungen mit wirtschaftl., rechtl. Inhalt: u. a. Urheber- und Leistungsschutzrecht, Produktionsgrundlagen, Verwertung, Verträge Honorare, Marketing und Distribution, Projekt-, Ressourcenplanung; Existenzgründung
Staatl. Hochschule für Musik und Darstell. Kunst Stuttgart www.mh-stuttgart.de	Bachelor-, Masterstudiengänge	8 bzw. 4 Semester; EUR 500 pro Semester	Profilbereich „Musikvermittlung, -management“; Musikmanagement/Marketing als Wahlfach (2 SWS)
Hochschule für Musik Karlsruhe www.hfm-karlsruhe.de	Masterstudien	4 Semester; EUR 500 pro Semester	praxisrelevante Wahlfächer: „Berufskunde/Selbstmanag.“; „Bühnenrecht“ (0,5 ECTS P.), Wahlfach „Management“ (1,5 ECTS Punkte)
FH Schwäbisch Hall Hochschule für Gestaltung (staatlich anerkannte FH) www.fhsh.de	Bachelorstudium „Kultur Gestaltung“	7 Semester; EUR 2.100 pro Semester	Pflichtfächer u. a. Kulturmanagement; Schwerpunkt: Kulturorganisation, Projektkonzeption-, -entwicklung
Universität Paderborn www.uni-paderborn.de	Studiengang „Populäre Musik und Medien“ (BA und MA)	6 bzw. 4 Semester; EUR 500 pro Semester	Module: Musikproduktion, Management, Berufsfeldbezogene Sprachkompetenz (English for Special Purposes), Medienpraxis, Medienrecht
Universität Bayreuth www.uni-bayreuth.de	Bachelorstudium „Theater und Medien“	6 Semester; 1. Semester: EUR 412,01, ab 2. Sem. EUR 612,01 pro Sem.	theoretische und praktische Kenntnisse in den beiden Bereichen „Theater“ und „Medien“
Hochschule für Musik und Theater München www.musikhochschule-muenchen.mhn.de	Studiengänge (BA/MA)	Dauer Kosten	in allen Studiengängen (Grundstudium) als Pflichtfach: „Musik im Diskurs“ (Urheberrecht, Musik- und Bühnen-, Künstlervertragsrecht); Pflichtfach (Betriebskunde, Bühnenrecht)
Berufsfachschule für Musik, Dinkelsbühl www.berufsfachschule-fuer-musik.de	Studiengang Popmusik für Vocals, Instruments	4-6 Semester; kostenfrei	Wahlfach „Musik und Business“
Berufsfachschule für Musik, Dinkelsbühl www.berufsfachschule-fuer-musik.de	Künstlerisches Kompaktjahr (im Bereich Klassik)	2 Semester; kostenfrei	Pflichtfach: Kulturmanagement und Selbstmarketing (1 Wochenstunde)

Hochschule	Lehrgang	Dauer/Kosten	Fokus auf Managementinhalte
Universität der Künste Berlin www.udk-berlin.de	Masterstudiengang „Dirigieren“	4 Semester; keine staatlichen Studiengeb.	Pflichtmodul: Organisationsformen des Kulturbetriebs (Vertragsrecht, organisat. Aufbau von Kulturinstitutionen)
Universität der Künste Berlin www.udk-berlin.de	Masterstudiengang „Oper“	5 Semester; keine staatlichen Studiengeb.	Pflichtfach: Vertragsrecht und Bewerbungskunde
Universität der Künste Berlin www.udk-berlin.de	Masterstudiengang „Lied/Oratorium/Konzert (LOK)“	6 Semester; keine staatlichen Studiengeb.	Modul: Bühnendarstellung und Präsentation, Vertragsrecht und Bewerbungskunde
Universität der Künste Berlin www.udk-berlin.de	Diplomstudiengang „Schauspiel“	8 Semester; keine staatlichen Studiengeb.	Bereich „Theaterwissenschaft und Dramaturgie“ (u. a. Berufskunde, Bühnen- und Vertragsrecht, Vermittlungspraxis) z.B.: Berufskunde 2 SWS
Universität der Künste Berlin www.udk-berlin.de	BA Zeitgenössischer Tanz, Kontext, Choreographie (Pilotstudiengang)	6-Semester; keine staatlichen Studiengeb.	Modul „Bedingungen des Künstlerischen“ (Antragswesen, Projektbeschreibung, Management, Bühnentechnik, Vertragsrecht, Abrechnung, Kommunik., Festivalplanung)
Hochschule für Schauspielkunst „Ernst Busch“ www.hfs-berlin.de	Diplomstudium Regie	8 Semester; keine staatlichen Studiengeb.	Lehrveranstaltungen zur Theaterorganisation, Theaterkonzepten, Rechtsfragen
Hochschule für Musik und Theater Hamburg www.hfmt-hamburg.de	Bachelorstudium Schauspiel	8 Semester; EUR 375 pro Semester	Wahlfächer und berufsbezogene Zusatzangebote wie Marketing, Vertragsrecht, Selbstmanagement
HS für Musik/Theater Hamburg www.hfmt-hamburg.de	Bachelorstudium Regie Schauspiel	8 Semester; EUR 375 pro Semester	Wahlpflichtmodule (2 ECTS Punkte): Betriebskunde, Vertragsrecht; und Projekt-, Selbstmanagement, Marketing
HS für Musik/Theater Hamburg www.hfmt-hamburg.de	Bachelorstudium Regie Musiktheater	8 Semester; EUR 375 pro Semester	Wahlpflichtmodule (2-6 ECTS Punkte): Betriebskunde, Vertragsrecht; und Projektmanagement, Marketing
HS für Musik/Theater Hamburg www.hfmt-hamburg.de	Master Oper	5 Semester; EUR 375 pro Semester	Wahlpflichtmodul: Bühnen-, Musik-, Vertragsrecht, Theaterorganisation, Agenturwesen
HS für Musik/Theater Hamburg www.hfmt-hamburg.de	Master Dramaturgie Schauspiel / Musiktheater	6 Semester; EUR 375 pro Semester	Modul Theorie (5 ECTS Punkte): Betriebskunde, PR, Vertrags-/Verlagsrecht; Workshopmodul (2 ECTS Punkte): PR, Sponsoring, Werbung; Modul (3 ECTS Punkte): Selbstmanag., Networking
HS für Musik/Theater Hamburg www.hfmt-hamburg.de	Bachelorstudium „Popular Music“	8 Semester; EUR 500 pro Semester	u. a. Medienwissenschaft, Medienmanagement/Journalistik/Markt
HS für Musik/Theater Hamburg www.hfmt-hamburg.de	Diplomstudium Schauspiel	8 Semester; EUR 500 pro Semester	Berufskunde (Bühnen- und Vertragsrecht, Vermittlungspraxis, gewerk. Organisation, Berufsperspektiven) z.B. Theaterrecht (1,5 Wochenstund.)

Hochschule	Lehrgang	Dauer/Kosten	Fokus auf Managementinhalte
TU Braunschweig (HS für Bildende Künste Braunschweig) www.tu-braunschweig.de www.hbk-bs.de	Künstlerische Studien (Diplom-, BA-Studiengänge)	7 Semester; EUR 500 pro Semester	Professionalisierungsbereich in allen künstlerischen Studien z.B. Studium der „Freien Kunst“ (mind. 18 ECTS Punkte; EDV, Präsentationstechniken, Zeitmanagement, Projektplanung, Recht, Medienrecht)
Robert Schumann Hochschule Düsseldorf (Institut für Musik und Medien (IMM)) www.rsh-duesseldorf.de	Bachelorstudium „Musik und Medien“	8 Semester; EUR 500 pro Semester	Wahlschwerpunkt u. a. Musik- und Medienmanagement (Wirtschaft, Recht, Organisation, Kommunik., Führungsstrategien, BWL, Marketing, RW, Controlling, Sponsoring, Medienrecht, -politik und -wirtschaft, Projekt-Organisation und -Management, PR)
Westfälische Wilhelms-Universität Münster (Musikhochschule Münster) www.uni-muenster.de	BA in „Musik und Kreativität“	8 Semester; EUR 275 pro Semester	Studienschwerpunkt „Management & Marketing“: Selbstmanagement, (Re-) Präsentation, Acquisition, Ökonomie (Musikökonomie), Portfolio, Berufsfeldorientierung Musikjournalismus
Freie Akademie der bildenden Künste, Essen (fadbk) http://fadbk.de	Studium der freien Kunst	6 Semester (Vollzeit), EUR 1.560 pro Semester; 8 Semester, EUR 1.260 pro Semester (Teilzeit)	kunstwissenschaftliches Begleitstudium (8 SWS pro Semester): u. a. Management z.B.: Management und Professionalisierung der künstlerischen Arbeit (Präsentation der eigenen Arbeit, Arbeit als selbständiger, freie/r Künstler/in, Aufbau einer Werkstatt, Marketing, Agieren am Markt)
Alanus Hochschule gGmbH www.alanus.edu	Bachelorstudium Malerei (staatlich anerkannt)	8 Semester (Vollzeit); EUR 1680 pro Semester	Professionalisierungsseminare: Erschließen von Berufsfeldern für freischaffende Künstler, Fähigkeiten im Bereich Selbstmanagement und Arbeitsorganisation
Alanus Hochschule gGmbH www.alanus.edu	Masterstudiengang Bildende Kunst (staatlich anerkannt)	2 Semester, EUR 1.680 pro Sem. (Vollzeit); 4 Sem., EUR 1.080 pro Sem.	Modul Kultur- und Kunstmanagement
Alanus Hochschule gGmbH www.alanus.edu	Diplomstudiengang Schauspiel/Sprech-kunst (staatlich anerkannt)	8 Semester; EUR 1.680 pro Semester	Berufsvorbereitung in Theorie und Praxis (Berufsbild „Darstell. Künstler“, theoretische und praktische Vorbereitungen auf die Erwerbstätigkeit)
Johannes Gutenberg Universität Mainz (Hochschule für Musik) www.uni-mainz.de	Bachelorstudium „Jazz und Populärmusik“	8 Semester; Gesamt-Semesterbeitrag EUR 1.194	Wahlpflichtmodul „Studiosmusik“ (30 SWS, 60 ECTS Punkte) u.a. Musikproduktion, Marktanalyse (Medieninstitut., Medienrecht, Club-/Festivalszene, Grundlagen Konzertmanag., Vertragsrecht)

Hochschule	Lehrgang	Dauer/Kosten	Fokus auf Managementinhalte
Johann Wolfgang Goethe-Universität Frankfurt am Main www.uni-frankfurt.de	Masterstudiengang Dramaturgie	4 Semester; ab WS 08/09 keine Studiengebühren in Hessen	u. a. Bühnen-, Vertrags- und Verlagsrecht, Theaterorganisation, Management und Theatertechnik Beispiel-Lehrveranstaltungen aus dem Lehrplan (2008): „Presse- und Öffentlichkeitsarbeit“, „Urheber, Verwertungs- und Leistungsschutzrecht“
Hochschule für Musik und darstellende Kunst, Frankfurt am Main www.hfmdk-frankfurt.de	Diplomstudium Schauspiel	8 Semester; ab WS 08/09 keine Studiengebühren in Hessen	u. a. Bühnenrecht (Rechte und Pflichten im Sinne des Bühnen- und Musikrechtes), und die Vermittlung der Grundlagen des NV Bühne
Justus Liebig Universität Gießen (Institut Angewandte Theaterwissenschaft) www.uni-giessen.de	Konsekutiver Masterstudium „Coreographie und Performance“	7 Semester; EUR 215,95 pro Semester	Pflichtfach: Management und Organisation
BA: Bachelor MA: Master			

Tab. 23: Detaillierte Auflistung von Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten im Schnittbereich Kunst und Wirtschaft (Deutschland)

Veranstalter	Lehrgang	Dauer/Kosten	Voraussetzungen
Institut für Sprachen und Wirtschaft (ISW), Freiburg www.isw-freiburg.de	Bachelorstudium Internationales Kulturmanagement (Master ab 2009)	6 Semester; EUR 16.605,12	Allgemeine Hochschulreife; Berufserfahrung,
Hochschule Heilbronn www.fh-heilbronn.de	Bachelorstudiengang Betriebswirtschaft mit dem Schwerpunkt Kultur-, Freizeitmanag.	6 Semester; EUR 500 pro Semester	Hochschulreife
Hochschule Heilbronn www.fh-heilbronn.de	Konsekutiver Masterstudiengang Betriebswirtschaft mit Schwerpunkt Kultur-, Freizeit- und Sportmanagement	4 Semester; EUR 500 pro Semester	Hochschulabschluss (mind. auf Bachelor Niveau, Abschlussnote mind. 2,5)
PH Ludwigsburg www.ph-ludwigsburg.de	Masterstudium „Kulturmanagement“	4 Semester (Fr.-Sa.); EUR 1.600 pro Semester	Hochschulstudium, 1jährige Berufstätigkeit
PH Ludwigsburg www.ph-ludwigsburg.de	Kontaktstudium „Kulturmanagement“	10x2tägige Seminare (Fr.-Sa.); 10 Seminare EUR 1.500 (EUR 150 pro Sem.)	Hochschulabschluss und/od. Berufserfahrung im Kulturbetrieb
Merkur – Internationale Fachhochschule www.merkur-fh.org	Bachelorstudium Kulturmanagement	6 Semester (Vollzeit); EUR 3.492 pro Semester	Hochschulreife
Heidelberg International Business Academy KG www.hib-academy.de	Internationales Kulturmanagement Bachelorstudium (Master ab 2011/12)	4-6 Semester; für 6 Semester EUR 17.900	Hochschulreife
Para-SOL e.V. - Verein für angewandte Kultur, Regensburg www.parasol.de	Sozial- und Kulturmanagement	6 Monate (Vollzeit); EUR 2.100	Hochschulabschluss, oder 3-jährige berufliche Tätigkeit
Para-SOL e.V. - Verein für angewandte Kultur, Regensburg www.parasol.de	Fachreferent/in Kultur und Regionalmanagement	4 Wochenendseminare; Kompaktbuchung: EUR 1.000 (EUR 600 pro Modul)	Hochschulabschluss, od. Berufsausbildung im kaufmänn./verwalt. Bereich
EBAM GmbH, München www.ebam.info	Zertifikatskurs Kulturmanager	9 Wochenenden, oder 5 Wochen in Sommer-/Winterakademie (Vollzeit); EUR 2.460	berufliche Tätigkeit im Kulturbereich
EBAM GmbH, München www.ebam.info	Aufbaulehrgang Kulturmanager	5 Wochenenden, oder 2 Wochen in Sommer-/Winterakademie (Vollzeit); EUR 1.350	Absolvierung des Zertifikatskurses Kulturmanager

Veranstalter	Lehrgang	Dauer/Kosten	Voraussetzungen
Universität Passau www.uni-passau.de	Bachelorstudiengang „Kulturwirtschaft/ International Cultural and Business Studies“	6 Semester; EUR 3.420	Hochschulreife
Universität Passau www.uni-passau.de	Konsekutiver Masterstudiengang „Kulturwirtschaft / International Cultural and Business Studies“	4 Semester; EUR 2.280	Hochschulabschluss mit kultur- und wirtschafts- wissenschaftlicher Ausrichtung
Freie Universität Berlin www.fu-berlin.de	Masterstudium „Arts and Media Administration“	4 Semester; EUR 500 pro Semester	Hochschulabschluss auf Bachelorniveau
Freie Universität Berlin www.fu-berlin.de	Zertifikatskurs „Management im Kunstmarkt“	6 Monate (5x2tägige Seminarmodule); EUR 1.530; Einzel- seminar: EUR 340; Ermäßt f. Arbeitslose	Hochschulabschluss
Universität der Künste Berlin www.udk-berlin.de	Sommerakademie „Kunst küsst Marketing“	3 Wochen; kostenfrei	Hochschulabschluss
Universität der Künste Berlin www.udk-berlin.de	Postgradualer Masterstudiengang 'Art in Context'	4 Semester (Vollzeit), oder 6 Semester (Teilzeit); keine Studiengebühren	Studienabschluss, künstlerische Begabung, 1jährige berufl. Praxis
Humboldt- Universität zu Berlin www.hu-berlin.de	Public Relations (PR) und Projektarbeit im Kulturbereich	5 Tage; kostenfrei für Bachelorstudierende der Humboldt- Universität zu Berlin	Studium an der Humboldt Universität zu Berlin
BBW - Akademie für Betriebs- wirtschaftliche Weiterbildung GmbH, Berlin www bbw-gruppe.de	Zertifikatskurs Kulturmanagement	2 Semester (1mal pro Monat ein Wochenende); EUR 1.755	mind. 2jährige organisatorische und konzeptionelle Erfahrung im Kulturbereich
BBW - Akademie für Betriebs- wirtschaftliche Weiterbildung GmbH, Berlin www bbw-gruppe.de	Fernlehrgang Betriebswirtschaftliche Weiterbildung für Kulturschaffende	3 Monate (berufsbegleitend); EUR 750	Branchenkenntnisse
Europe-University Viadrina Frankfurt (Oder) www.euv-frankfurt-o.de	Masterstudiengang „Kulturmanagement und -tourismus“	4 Semester (Fr.-Sa.); EUR 650 pro Semester	überdurchschnittlich er Hochschulabschluss, Berufserfahrung
Fachhochschule Potsdam www.fh-potsdam.de	Diplomstudiengang „Kulturarbeit“	8 Semester (Vollzeit), exkl. 3 Monate Vorpraktikum; EUR 226,50 je Sem.	Hochschulreife, Vorpraktikum in kulturellen Bereichen
Fachhochschule Potsdam www.fh-potsdam.de	Zertifikatskurs „Management- Marketing/Kommunik. Weiterbildung Kultur“	Dauer ist individuell gestaltbar (3tägige Sem. Fr.-So.); EUR 1.575 (pro Modul EUR 225)	Studienabschluss od. Berufsausbildung, Berufserfahrung

Veranstalter	Lehrgang	Dauer/Kosten	Voraussetzungen
Hochschule Bremen www.hs-bremen.de	Masterstudium „Musik- und Kulturmanagement“	4 Semester (Teilzeit); EUR 9.200	einschlägige Berufserfahrung und kulturelle/ künstler. Kompetenz
Institut für Kultur- konzepte, Hamburg www.kulturkonzepte.de	Sommerakademie für Kulturmanagement	3 Wochen (Vollzeit); EUR 1.250 (Ermäßigung für Studierende)	Berufserfahrung im Kulturmanagement von Vorteil
Institut für Kultur- konzepte, Hamburg www.kulturkonzepte.de	Tages-Seminarangebot	1-2 Tage; EUR 120-300	Berufserfahrung im Kulturmanagement von Vorteil
Hochschule für Musik und Theater Hamburg www.hfmt-hamburg.de	Bachelorstudium „Kultur- und Medienmanagement“ (Fernstudium)	6 Semester (individuell als Vollzeit- oder Teilzeit gestaltbar); EUR 3.370,5	Hochschulreife
Hochschule für Musik und Theater Hamburg www.hfmt-hamburg.de	Master-Studium "Kultur- und Medienmanagement"	4 Semester (Vollzeit); EUR 375 pro Semester	Hochschulabschluss, berufspraktische Erfahrung im Kultur- und/oder Medienbereich
Hochschule für Musik und Theater Hamburg www.hfmt-hamburg.de	Weiterbildendes Diplom-Studium „Kultur- und Medienmanagement“ (Fernstudium)	4 Semester (Vollzeit) (auch als Teilzeitstudium gestaltbar); EUR 4.140	Hochschulabschluss, berufspraktische Erfahrung im Kultur- und/oder Medienbereich
Universität Hamburg www.uni-hamburg.de	Kontaktstudium Kultur – Bildung – Medien Management	max. 8 Semester (individuell, berufsbegleitend); EUR 30 pro Seminar	Hochschulabschluss, mind. 1jährige Erfahrung im Kultur-, Bildungs- /Medienbereich
FINDOUT Branchen Seminare, Hamburg www.findout-seminare.de	Kompaktseminar Recht und Steuern der Veranstaltungsbranche	4 Tage; Teilnahme an 1 Seminartag: EUR 650, 4 Tage: EUR 2.000	berufliche Erfahrung im Veranstaltungs- bereich von Vorteil
Leibniz Universität Hannover www.uni-hannover.de	Zertifikatskurs Kulturmanagement	8 Monate bzw. 8 Wochenendseminare; EUR 1.992	berufliche Tätigkeit oder Erfahrung im Kunst-/Kulturbetrieb von Vorteil
Hochschule für Musik und Theater Hannover www.hmt-hannover.de	Masterstudium „Medien und Musik“	4 Semester; EUR 500 pro Semester	Hochschulabschluss, Eignung zu wissenschaftlicher Forschung
Bundesakademie für kulturelle Bildung Wolfenbüttel www.bundesakademie.de	Kurse zum Schwerpunkt Präsentation, Management, Organisation	mind. 1 Tag; EUR 100-400 (je nach Kurs); Ermäßigung für u.a. Arbeitslose	berufliche oder ehrenamtliche Tätigkeit/Erfahrung im Kunst/Kulturbereich
Universität Hildesheim www.uni-hildesheim.de	Bachelorstudiengang „Kulturwissenschaften und Ästhet. Praxis“ (Master ab 2011/2012)	6 Semester; EUR 500 pro Semester	Schulabschluss und besondere künstlerische Befähigung

Veranstalter	Lehrgang	Dauer/Kosten	Voraussetzungen
Technische Universität Dortmund www.uni-dortmund.de	Zertifikatsstudium „Kulturarbeit und Kreativwirtschaft“	2 Semester (max. 3 Semester, 4 Blockveranstaltungen); vorerst (Projektlaufzeit bis Herbst 2010) nicht kostenpflichtig	Studium der Kulturwissenschaft oder Design an der TU oder FH Dortmund
WAM Werbe- & Medien-Akademie Marquardt, Dortmund www.wam.de	Zertifikatskurs „Kulturmanagement“ (WAM classic)	6 Semester; EUR 2.838 pro Semester	Hochschul- oder Fachhochschulreife, (Ausnahme: besondere künstl. Eignung)
WAM Werbe- & Medien-Akademie Marquardt, Dortmund www.wam.de	Zertifikatskurs „Film und Fernsehwirtschaft“ (WAM creative)	6 Semester; EUR 3.415 pro Semester	Hochschul- oder Fachhochschulreife, (Ausnahme: besondere künstl. Eignung)
Zollverein School of Management and Design, Essen www.zollverein-school.de	Executive Master of Administration (MBA)	20 Monate (16 Monate Präsenzzeit); EUR 22.000	Hochschulabschluss, mind. 2 Jahre Berufserfahrung
Fachhochschule Düsseldorf www.fh-duesseldorf.de	Masterstudiengang „Kultur, Ästhetik, Medien“	3 Semester (Vollzeit), oder 6 Sem. (Teilzeit); EUR 200,86 pro Sem.	Hochschulabschluss, Berufserfahrung
Off-Theater NRW Akademie für Theater, Tanz und Kultur, Neuss www.off-theater.de	Weiterbildung „Kulturmanagement“	1 Jahr bzw. 12 Wochenenden (Sa.-So.); EUR 3.348	Erfahrungen im Kultur-, Medien- oder Freizeitbereich
RAG Bildung GmbH Bildungszentrum Kamp-Lintfort www.ragbildung.de/bz/kamp	Weiterbildung „Kultur- und Freizeitmanagement“	12 Monate inkl. 2 Monate Betriebspraktikum (Vollzeit); Gebührenfrei	Berufliche od. ehrenamtliche Erfahrungen im Freizeit- u./od. Kultursektor von Vorteil, Wohnort sollte in einer „Ziel-2-Region“ liegen
Verwaltungs- und Wirtschafts-Akademie (VWA) in der Universität zu Köln www.vwa-koeln.de	Betriebswirt (VWA) mit Schwerpunkt Kulturelles Management	3 Jahre (BWL-Vollstudium) bzw. 2 Jahre (Kompaktstud. für Berufstätige); Vollzeit: EUR 3.315, Teilzeit: EUR 2.520	abgeschlossene Berufsausbildung und eine mind. 1jährige Berufspraxis
Zentrum für Internationale Kunstmanagement an der Hochschule für Musik Köln www.mhs-koeln.de	Konsekutives Masterstudium „Internationales Kunstmanagement“	4 Semester; EUR 694,81 pro Semester	Hochschulabschluss, aller künstlerischen Sparten, (Ausnahme: besondere künstl. Eignung)
IBS International Business School GmbH; Lippstadt www.ibs-lippstadt.de	Internationales Managementstudium in der Fachspezial. Medien-, Kultur- und Eventmanagement	6 Semester (inkl. 1 Auslandssemester); EUR 695 pro Semester	Hochschulreife

Veranstalter	Lehrgang	Dauer/Kosten	Voraussetzungen
Hochschule Niederrhein www.hs-niederrhein.de	Masterstudiengang „Kulturpädagogik & Kulturmanagement“	4 Semester (Vollzeit); EUR 500 pro Semester	Hochschulabschluss (Kulturpädagogik od. angewandte Kulturwiss.), Berufserfahrung
Fachhochschule Gelsenkirchen http://www2.fh-gelsenkirchen.de	Bachelorstudiengang „Wirtschaft“ mit Schwerpunkt Kultur-, Medien- und Freizeitmanagement	6 Sem. (Vollzeit); EUR 3.492,72	Hochschulreife, Praktikum von insgesamt 12 Wochen Dauer
Universität Witten-Herdecke http://wga.dmz.uni-wh.de	Bachelorstudiengang „Philosophie und Kulturreflexion. Theorie, Organisation, künstlerische Praxis“	6 Semester; EUR 2.400 pro Semester	Hochschulreife, Berufserfahrung
Gründerzentrum Kulturwirtschaft Aachen www.kulturunternehmen.info	Existenzgründungsprogramm „KULTUR-unternehmer“	Individuell	konkrete Gründungsidee im Kulturbereich
Alanus Hochschule gGmbH, Alter bei Bonn www.alanus.edu	BWL mit Schwerpunkt Kunst (Master in Planung)	6 Semester (Vollzeit); EUR 4.200 pro Semester	Hochschulreife
Kulturbüro Rheinland-Pfalz, Koblenz www.kulturbuero-rlp.de	Seminare zu „Kultur und Management“	mind. 1 Tag; 1tägige Seminare EUR 70; 2tägige Seminare EUR 150	berufliche Tätigkeit bzw. Erfahrung in der Kulturarbeit von Vorteil
Dresden International University www.dresden-international-university.com	Masterstudiengang „Kultur und Management“	4 Semester (berufsbegleitend, i.d.R. Do.-Sa.); EUR 3.500 pro Semester	Hochschulabschluss; kunst- und kulturbezogene Berufserfahrungen von Vorteil
Sächsische Verwaltungs- und Wirtschaftsakademie (VWA), Dresden www.s-vwa.de	Diplomweiterbildungsgang „Kulturmanagement“	Monate (9 Wochenkurse, berufsbegleitend); EUR 3.240 (je Kurs EUR 360, je Tagesbaustein EUR 80)	abgeschlossene Berufsausbildung oder Studium, Tätigkeit im Bereich von Kunst und Kultur
Hochschule Zittau Görlitz www.hs-zigr.de	Bachelorstudium „Kultur und Management“	6 Semester (Vollzeit; inkl. Auslandssem.); Gebührenfrei	Hochschulreife
Hochschule Zittau Görlitz www.hs-zigr.de	Konsekutives Masterstudium „Kultur und Management“	4 Semester (inkl. Auslandssemester); Gebührenfrei	Hochschulabschluss im Studiengang Kultur und Management der Hochschule Zittau/Görlitz (FH) od. eines vergleichbaren Studiengangs
Universität Leipzig www.uni-leipzig.de	Kulturwissenschaft (mit Schwerpunkt: Kulturmanagement)	9 Semester; EUR 91 pro Semester	Hochschulreife und die Kenntnis zweier Fremdsprachen

Veranstalter	Lehrgang	Dauer/Kosten	Voraussetzungen
ISNM International School of New Media GmbH an der Universität Lübeck www.isnm.de	Trainee-Programm Digitale Medien und Kulturmanagement	ca. 2 Monate (4 Intensivwochenenden); EUR 750	Vorwissen und Erfahrung im Bereich der Kultur und der Medien
Christian-Albrechts-Universität zu Kiel www.uni-kiel.de	Ergänzungsfach Kulturmanagement	2semestriges Seminar (4 x 2tägige Blockseminare jeweils im WS und SS); Semesterbeitrag EUR 96,75	Studium and der Christian-Albrechts-Universität zu Kiel
Hochschule für Musik "Franz Liszt" Weimar www.hfm-weimar.de	Konsekutives Masterstudium Kulturmanagement	4 Semester; Semesterbeitrag EUR 611,6	Hochschulabschluss
Hochschule Harz, Wernigerode www.hs-harz.de	MBA – Kulturmanagement/-marketing (Fernstudium)	6 Semester (berufsbegleitend); EUR 9.850	Hochschulabschluss, Berufserfahrung

Anhang C: Lebenslauf

Persönliche Daten

Katharina Viola,
geboren am 23. November 1981
in Mexiko Stadt (Mexiko)
Österr. Staatsbürgerschaft,
ledig



Anschrift / Adresse

1020 Wien, Rotensterngasse 25/5
Mobiltelefon: 0660 40 83 913
E-Mail: Katharina.Viola@gmx.at

Berufserfahrung

Februar 2009 bis März 2010
AKH Wien, Institut für Krebsforschung
Diplomantenstelle in der Erforschung experimenteller
Krebstherapien

Juni 2007 bis Dezember 2007
Kotányi GmbH
<http://www.kotanyi.at>
Supply Chain Management

- u. a. Mitarbeit bei Sortimentsbetreuung

Februar 2002 bis Januar 2003
Finance Trainer International Ges.m.b.H
<http://www.financetrainer.com>

- Mitarbeit bei der Erstellung einer virtuellen
Weiterbildungsplattform für Finanzangestellte

Studium

Oktober 2001 – Februar 2009
Diplomstudium der Internationalen Betriebswirtschaft
Spezialisierungszweige: **Logistik; Organisation**
Betriebswirtschaftszentrum (BWZ), Universität Wien
Diplomarbeit: „Bestandsaufnahme der aktuellen Aus- und
Weiterbildungsmöglichkeiten für Kunstschaffende in
Hinblick auf Managementskills“

seit Oktober 2002
Diplomstudium Biologie;
Studienzweig: **Sozialanthropologie**
Fakultät der Lebenswissenschaften, Universität Wien

Schulausbildung

1996 bis 2001 (Maturabschluss)
Höhere Bundeslehranstalt für wirtschaftliche Berufe
1190 Wien, Strassergasse 37-39

- Ausbildungsschwerpunkt Umweltökonomie
- Hotellerieausbildung