



Beschränkung von Liveveranstaltungen während der Coronapandemie – ökonomische Auswirkungen und digitale Lösungen im Kulturbetrieb

Themenkurzprofil Nr. 44 | Sonja Kind • Tobias Jetzke | Januar 2021

Die Coronapandemie stellt alle Bereiche der Gesellschaft vor große Herausforderungen. Besonders hart trifft sie Kulturschaffende und Kultureinrichtungen aus der Musik- und Filmwirtschaft sowie den darstellenden Künsten, weil öffentliche Veranstaltungen bzw. Live-events, die eine maßgebliche Umsatzquelle darstellen, in Phasen des Lockdowns nicht durchgeführt werden können und sonst, wenn überhaupt, nur unter hohen Hygieneauflagen möglich sind.

Digitale Technologien können eine Chance bieten, alternative Einnahmequellen zu generieren, um die aktuellen Umsatzeinbußen auszugleichen. Die Kulturwirtschaft setzt sich schon seit Jahren mit dem Thema Digitalisierung auseinander. Museen beispielsweise digitalisieren und virtualisieren ihre Ausstellungstücke. Angebote sind etwa virtuelle Rundgänge über die kommerzielle Plattform von Google Art & Culture oder Smartphoneanwendungen mit Zusatzinformationen (Guides). Schwieriger ist es jedoch für die Bereiche Musik und Film sowie die darstellenden Künste. Theater, Opernhäuser, Konzerte, Klubs oder Kinos leben von der physischen Präsenz des Publikums, wenngleich es bereits schon vor der Pandemie einige digitale Nischenangebote gab, etwa die Online Concert Hall der Berliner Philharmonie oder Streamingangebote der New York Metropolitan Opera.

Im Zuge der Coronakrise erproben immer mehr Akteure, ihre bisherigen Liveveranstaltungen als digitale Angebote zu präsentieren und zu vermarkten. Dazu wurden beispielsweise Konzerte und Aufführungen vor leeren Sälen gespielt und online übertragen. Viele dieser Angebote sind jedoch kostenlos oder setzen auf Spenden als Einnahmequelle. Eine bislang offene Frage ist, wie langfristig profitable Geschäftsmodelle aussehen könnten, die auf digitalen Lösungen aufbauen.

Hintergrund und Entwicklung

Nach dem weltweiten Ausbruch der Coronaviruserkrankung COVID-19 (WHO 2020) verständigen sich Bund und Länder seit März 2020 in regelmäßigen Abständen über die weitere Vorgehensweise. Einen wesentlichen Baustein der Pandemiebekämpfung bilden weitreichende Beschränkungen sozialer Kontakte im öffentlichen Bereich. Nach den derzeitigen Regelungen (Bund-Länder-Beschluss vom 27. August 2020) bleiben Großveranstaltungen, bei denen eine Kontaktverfolgung und die Einhaltung von Hygieneregeln nicht möglich sind, bis zum Jahresende 2020 untersagt (Bundesregierung 2020). Die Regelungen zu den Veranstaltungen und der Höchstzahl erlaubter Personen sind nicht einheitlich, sondern unterscheiden sich in den einzelnen Bundesländern (DStGB 2020).

Die Kultur- und Kreativwirtschaft ist von diesen Einschränkungen stark betroffen. Von den elf Teilbranchen (Kasten) leiden insbesondere die eventorientierten Bereiche Musikwirtschaft, Filmwirtschaft und darstellende Künste unter

Teilbranchen der Kultur- und Kreativwirtschaft

- I. Kulturwirtschaft
 1. Musikwirtschaft
 2. Buchmarkt
 3. Kunstmarkt
 4. Filmwirtschaft
 5. Rundfunkwirtschaft
 6. Darstellende Künste
 7. Architekturmarkt
 8. Designwirtschaft
 9. Pressemarkt
- II. Kreativbranchen
 10. Werbemarkt
 11. Software-/Spieleindustrie

massiven wirtschaftlichen Einbußen (Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes/Prognos AG 2020). In diesen drei Teilbranchen, zu denen Klubs, Diskotheken, Theater, Opern- und Konzerthäuser bzw. -hallen sowie Kinos gehören, spielen die Darstellung bzw. das Vorführen vor Publikum traditionell eine überaus wichtige Rolle – und sie zählen zu den zentralen Einnahmequellen. Liveveranstaltungen sind im Zuge der Digitalisierung in den vergangenen 20 Jahren speziell in der Musikwirtschaft sogar immer wichtiger geworden. Im Vergleich zu anderen Musikangeboten wie physisch, digital oder per Streaming ist die Zahlungsbereitschaft für Livemusikevents am größten (BDVK o.J.).

Digitale Lösungsansätze während des Lockdowns und darüber hinaus

Bislang waren Veranstaltungen (Konzerte, Festivals, Kinovorführungen etc.) mit physischer Präsenz des Publikums ein zentrales Merkmal, weshalb sich die Kontaktbeschränkungen so gravierend auswirken. Während des ersten Lockdowns wurden zahlreiche Lösungen erprobt, mittels Internet und digitalen Werkzeugen Liveevents durchzuführen:

- Im Bereich Musik und darstellende Künste wurden künstlerische Darbietungen via Social Media oder über eigene Kanäle geteilt: z.B. „Der RBB macht’s“ mit kulturellen Veranstaltungen im Livestream, die Digital Concert Hall der Berliner Philharmonie, Metropolitan Opera in New York, Schaubühne mit Onlineersatzspielplan (Nietan o.J.).
- Zahlreiche Künstlerinnen und Künstler gaben Hauskonzerte oder traten im Rahmen von Onlinefestivals auf (z.B. „#WirBleibenZuHause“). Trotz der klanglichen und visuellen Einschränkungen verzeichneten die digitalen Darbietungen viele Zuschauerinnen und Zuschauer (Buschmann 2020).
- Die Berliner Klubszene hat mit Unterstützung des Senders ARTE Concert das Format „United we stream“ ins Leben gerufen. Über die Plattform „YouTube“ werden DJ-Sets, Performances und Konzerte live übertragen. Inzwischen nehmen auch Klubs aus anderen Städten an dem Projekt teil (BerlinOnline Stadtportal 2020). Auch in anderen Ländern, etwa in den USA, verlagern Klubs ihre Veranstaltungen mithilfe alternativer digitaler Plattformen wie „Zoom“ in die digitale Sphäre (Lhooq 2020).
- In der Filmwirtschaft hat sich die Nachfrage nach Inhalten im Wesentlichen in den Streamingsektor verschoben, wodurch sich der Trend der sinkenden Bedeutung von Kinos noch weiter verstärkt hat, der sich schon seit Jahren abzeichnet. Neben dem Verschieben von Filmveröffentlichungen – so ist z.B. der ursprünglich für das Frühjahr 2020 geplante Kinostart des James-Bond-Films „No Time to Die“ mittlerweile auf den Oktober 2021 verschoben worden (Beier 2021) – sind Filme auch direkt über Streamingdienste veröffentlicht worden (ohne ursprünglich geplanten Kinostart, wie bei der Disney-Produktion „Mulan“).

Auch der Einsatz von Technologien wie computergenerierter virtueller Realität (Virtual Reality – VR) eröffnet Chancen für die Realisierung von Liveevents. In der Filmbranche wird schon seit Längerem mit Filmen experimentiert, die in 360 Grad zu erleben sind (Siegle 2018). In der Breite durchgesetzt haben sich VR-Kinos bzw. VR-Filme aber bislang nicht, insgesamt fehlt es noch an der technischen Reife. In der Musikwirtschaft und in den darstellenden Künsten wird VR derzeit ebenfalls erprobt: Das US-amerikanische Unternehmen AmazeVR, Inc. arbeitet z.B. daran, über die eigene VR-Videoplattform virtuelle Konzerterlebnisse anzubieten (Mixed 2020). Und das Staatstheater Augsburg liefert VR-Inszenierungen samt VR-Brille nach Hause (Staatstheater Augsburg o.J.).

Ökonomische Auswirkung der Coronapandemie auf Musik- und Filmwirtschaft sowie darstellende Künste

Die Kultur- und Kreativwirtschaft hat eine hohe volkswirtschaftliche Bedeutung. Ihre Bruttowertschöpfung lag 2018 bei 100,5 Mrd. Euro, das entspricht 3,0 % des Bruttoinlandsprodukts. Damit übertraf die Kultur- und Kreativwirtschaft mit ihrer Wertschöpfung andere wichtige Branchen wie die chemische Industrie, die Energieversorger oder die Finanzdienstleister (BMW i o.J.). Darüber hinaus ist sie eng mit anderen Sektoren verknüpft, wie z.B. dem Tourismus oder IT- und Cateringdienstleistungen. So sind an besucherstarken Veranstaltungen wie Festivals, aber auch an Theater- oder Kinovorführungen zahlreiche Wirtschaftszweige beteiligt, etwa bei der Planung, Durchführung oder Bewirtung. Insgesamt erzielte die Kultur- und Kreativwirtschaft im Jahr 2019 einen Umsatz von 174 Mrd. Euro. Die Musikindustrie hatte einen Anteil daran von 9 Mrd. Euro, die Filmwirtschaft von 10 Mrd. Euro und die darstellenden Künste von 5,7 Mrd. Euro (BMW i 2020).





In Deutschland arbeiteten 2018 rund 1,7 Mio. Menschen im Bereich der Kultur- und Kreativbranche, darunter fast 500.000 geringfügig Beschäftigte. Das entspricht 3,7% der ca. 45 Mio. Erwerbstätigen in Deutschland. Aufgrund der besonderen Beschäftigungsstruktur in der Kultur- und Kreativwirtschaft, die von einer hohen Quote an Selbstständigen geprägt ist – durchschnittlich 22 %, je nach Teilbranche sogar über 50 %, im Vergleich zu 10 % in anderen Branchen, davon viele in prekären Erwerbssituationen –, wirken sich die coronabedingten Verdienstaufschläge besonders stark aus und führen viele Menschen in existenzielle Nöte (Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes/Prognos AG 2020).

Die zukünftigen ökonomischen Auswirkungen im Kulturbereich sind zum gegenwärtigen Zeitpunkt nur schwer abschätzbar. In der Musikwirtschaft wird davon ausgegangen, dass durch den Ausfall der meisten Veranstaltungen bzw. die weitreichenden Beschränkungen die Mehrzahl der Akteure empfindlich getroffen ist. In der Filmwirtschaft entstehen hohe Umsatzeinbußen durch die Absage von Kinoveranstaltungen und Filmproduktionen. Hier sind besonders kleine und mittlere Kinos sowie Akteure rund um Filmproduktionen betroffen. Aufgrund der Distanzregeln sind Letztere stark eingeschränkt, Filmpremieren wurden verschoben, Filmfestivals abgesagt. Im Teilmarkt darstellende Künste sind nahezu alle Beschäftigten betroffen. Dies sind z.B. selbstständige Bühnen-, Film-, TV-Kunstschaffende oder Mitarbeitende von Theatern und Konzerthäusern.

Unabhängig von der Pandemie sind viele Veranstaltungen insbesondere in den Bereichen Theater, Konzert, Oper

zumeist nicht kostendeckend und werden durch die Kulturförderung teils erheblich subventioniert (Zawatka-Gerlach 2014). Während des ersten Lockdowns sind die in den Teilbranchen üblichen Veranstaltungen und damit verbundenen Geschäftseinnahmen vollständig zum Erliegen gekommen. Die Verfasserinnen verschiedener Untersuchungen kommen zu der Einschätzung, dass in den drei Teilbranchen mit teils gravierenden Umsatzeinbrüchen von 35 bis 75 % gerechnet werden muss sowie zahlreiche Insolvenzen drohen (vgl. z.B. die im April 2020 im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie erstellte Szenarioanalyse des Kompetenzzentrums Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes und der Prognos AG [2020] sowie die im Sommer 2020 vom Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes und dem Deutschen Kulturrat [2020] durchgeführte Befragung).

Zwischen Juni und Oktober 2020 wurden die Lockdownmaßnahmen zwar gelockert, sodass Konzert-, Theater- und Opernveranstaltungen genau wie Filmvorführungen unter Einhaltung strenger Hygienevorschriften vor Publikum wieder möglich waren. Doch mit den erneuten Auflagen zur Kontaktbeschränkung im November 2020 wurde der Kulturbetrieb abermals eingestellt. Wie schnell und ob überhaupt nach einem Neustart ein Normalbetrieb wieder erreicht werden kann, ist momentan nicht absehbar.

Neue Geschäftsmodelle sind gefragt

Während des ersten Lockdowns ab Mitte März 2020 waren die meisten der im Internet zur Verfügung gestellten Angebote kostenlos. Um entstandene Einnahmeausfälle zu kompensieren, konnten die Teilnehmenden Geld spenden.

Langfristig sind die Teilbranchen jedoch auf die Entwicklung wirtschaftlich tragfähiger digitaler Angebote und Geschäftsmodelle angewiesen. Zu beobachten ist, dass Onlineangebote seit dem Lockdown auf größere Akzeptanz stoßen und zunehmend kostenpflichtige digitale Angebote entwickelt und nachgefragt werden.

Einnahmemöglichkeiten bieten sich durch Erlöse aus Ticketverkäufen, die Einbindung von Werbung bei Streamingangeboten, den Verkauf von Nutzerdaten oder auch die freiwillige finanzielle Unterstützung über Spenden oder Crowdfunding:

- Tickets für Livestreams von Konzerten bzw. Aufführungen werden vermehrt on demand, also auf Bestellung, über Onlineportale wie „Ticketmaster“ oder „Festicket“ bzw. direkt über die Portale der größeren internationalen Konzert- und Opernhäusern kostenpflichtig angeboten (Wildhagen 2020). Ein Vorteil bei der Generierung von Umsätzen über Onlineevents liegt darin, dass prinzipiell ein unbegrenztes Publikum an einer Veranstaltung teilnehmen kann.
- Umsatzquellen ergeben sich ferner durch Werbeeinnahmen und die Monetarisierung von Kundendaten im Zusammenhang mit Streamingangeboten (Deloitte Development LCC 2019). Ob ein zunehmender Anteil kunstschaffender und kreativer Personen und Institutionen seine Inhalte zukünftig mit Werbung verbinden möchte, ist noch fraglich. Daneben besteht die Möglichkeit, kostenpflichtige (werbefreie) Abonnements zu verkaufen. Das bedingt jedoch ein entsprechendes Angebot und ist bislang nur auf wenige Plattformen beschränkt. Streaminginhalte lassen sich für viele Akteure am einfachsten über kommerzielle Plattformen – z.B. „Spotify“ im Musikbereich – mit großen Reichweiten verbreiten, was in der Regel jedoch die Abhängigkeit von marktbeherrschenden Plattformanbietern bedeutet und meist nur geringe Einnahmemöglichkeiten verspricht. Um davon unabhängig zu sein, bedarf es eigener technischer Lösungen und Vermarktungsaktivitäten, die vermutlich nur von größeren Institutionen geleistet werden können. Bestrebungen in diese Richtung gibt es von der Gesellschaft für musikalische Aufführungs- und mechanische Vervielfältigungsrechte (GEMA) (Schlinger 2020). Sie stellte im Oktober 2020 das Projekt „MusicHub“ vor, eine Plattform zum Digitalvertrieb von Musik. Der offizielle Start der Plattform steht noch aus.
- Eine weitere Einnahmequelle sind Spenden bzw. Crowdfundings. Spenden können über Onlineplattformen wie „GoFundMe“ mit den eigenen Angeboten verknüpft und über die gewählte Plattform abgewickelt werden. Durch Crowdfunding können Künstlerinnen und Künstler bei der Realisierung ihrer Projekte von Interessierten einmalig – z.B. auf „Kickstarter“ – oder mit regelmäßigen Beiträgen über einen längeren Zeitraum, wie etwa auf „Patreon“, finanziell unterstützt werden. Als Gegenwert erhalten die unterstützenden Personen Zugang zu ex-



klusiven Angeboten, beispielsweise die Teilnahme an sogenannten Q&A-Sessions (Byers 2021). Bei Geschäftsmodellen, die auf Spendenbasis funktionieren sollen, ist jedoch fraglich, wie dauerhaft und wie hoch die jeweilige Spendenbereitschaft ist.

Gesellschaftliche und politische Relevanz

Vor dem Hintergrund der aufgezeigten akuten und noch zu erwartenden Umsatzeinbußen und der bislang begrenzten Möglichkeiten, digitale Lösungen in tragfähige Geschäftsmodelle zu übertragen, ist der Handlungsbedarf für die hier näher betrachteten drei Teilbranchen der Kultur- und Kreativwirtschaft als hoch einzuschätzen. Staatliche und private Hilfen setzen hier an, um ökonomische Einbußen abzufedern und Grundlagen für eine Digitalisierung von Angeboten zu schaffen. Allerdings bestehen noch rechtliche Unsicherheiten im Umgang mit digitalen Veranstaltungen. Insgesamt lässt sich die zukünftige Entwicklung von digitalen Liveevents im Kulturbereich und deren ökonomisches Potenzial nur schwer abschätzen.

Zahlreiche staatliche und private Hilfen zur Abfederung wirtschaftlicher Folgen

Im Zuge der Coronapandemie wurden neben den allgemeinen Unterstützungsmaßnahmen, wie die Coronasoforthilfen für Soloselbstständige und kleine Unternehmen oder Überbrückungshilfen, spezifische, auf die Kultur- und Kreativwirtschaft ausgerichtete staatliche und private Maßnahmen implementiert. Auf der Webseite „[kreativ-bund.de/corona](https://www.kreativ-bund.de/corona)“ sind die Maßnahmen auf Bundes- bzw. Länderebene sowie Angebote von Verbänden, Institutionen, Gewerkschaften in Deutschland und Europa zusammengefasst, welche helfen sollen, die ökonomischen Auswirkungen zu mildern. Diese reichen von staatlichen Darlehen bzw. Bürgschaften für Unternehmen über Einkommenssubventionen für Beschäftigte und steuerliche Vergünstigungen bis zu Zuschüssen (Kompetenzzentrum Kultur- und Krea-

tivwirtschaft des Bundes/Prognos AG 2020). Die Angebote sind allerdings nicht spezifisch auf die Teilbereiche der Kultur- und Kreativwirtschaft zugeschnitten, sondern es wurden zumeist bereits bestehende Förderprogramme aufgestockt. Der Zugriff auf die Angebote ist zeitlich relativ eng befristet. Für viele der pandemiebedingten Hilfsprogramme endete die Bewerbungsfrist bereits am 31. Oktober 2020 (Deutscher Kulturrat 2020).

Die finanziellen Hilfen können dazu beitragen, neue digitale Ansätze zu erproben und langfristig neue Geschäftsmodelle und Umsatzquellen zu entwickeln. So finden sich im Hilfsprogramm des Bundes „Neustart Kultur“ auch Angebote, die konkret Digitalisierung unterstützen:

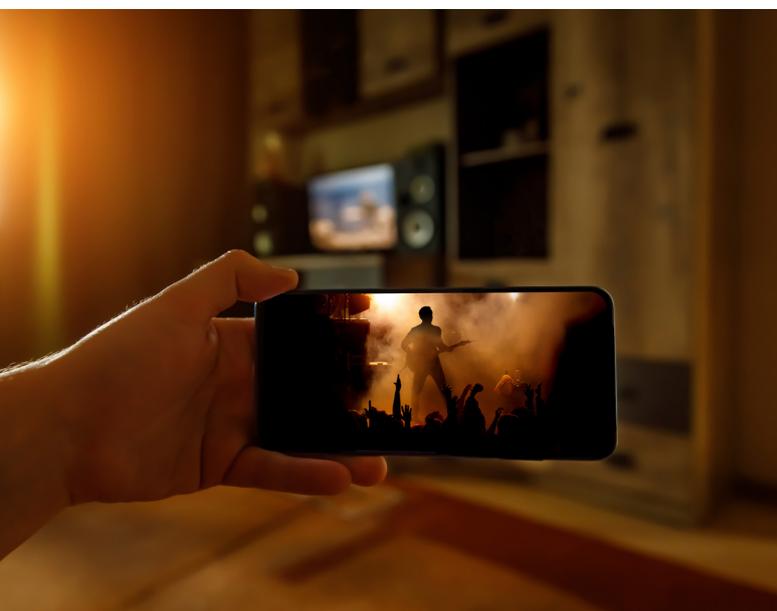
- Mit dem mit 5 Mio. Euro ausgestatteten Programm für digitale Interaktionen „dive in“ wird bis Ende 2021 die Entwicklung und Umsetzung digitaler Projekte und Formate gefördert. Da es sich an Kulturinstitutionen aller künstlerischen Sparten richtet, ist die zur Verfügung gestellte Summe als vergleichsweise gering einzuschätzen.
- Weitere 30 Mio. Euro werden für die Förderung digitaler Angebote für Kinos bereitgestellt. Das Programm wird derzeit zusammen mit der Kinobranche erarbeitet und soll u.a. digitale Geschäftsmodelle und Vertriebswege unterstützen (BMF 2020).
- Ein weiteres Programm, mit dem auch – aber nicht primär – digitale Angebote gefördert werden, richtet sich an Veranstalterinnen und Veranstalter von Livemusikprogrammen, Musikfestivals sowie Musikclubs. Dabei gehen 27 Mio. Euro an Musikclubs zur konkreten Programmplanung, konzeptionellen und programmatischen Neuorientierung und öffentlichkeitswirksamen Präsentation von Livemusik.
- Im Bereich darstellende Künste gibt es bislang noch kein Förderprogramm mit spezifischem Fokus auf Digitalisierung.

Entwicklungstendenzen bei der Onlinebereitstellung künstlerischer Angebote

Durch die Coronapandemie wurden zahlreiche bereits bestehende Trends der Digitalisierung insbesondere in der Film- und Musikwirtschaft beschleunigt (KEA Creative Europe 2020, S.13; Ministerium für Wirtschaft, Innovation, Digitalisierung und Energie des Landes Nordrhein-Westfalen 2017, S.38). Innerhalb der letzten 10 bis 15 Jahre sind neue Vertriebswege wie Netflix, YouTube, Apple TV+ entstanden, die Künstlerinnen und Künstlern sowie kunstschaaffenden Institutionen erlauben, mit ihren audiovisuellen Inhalten international präsent zu sein und eigenständig Märkte zu erschließen. Dadurch haben sich bereits viele neue Geschäftsmodelle ergeben. Allerdings dominieren nur sehr wenige digitale Plattformunternehmen den Markt, sodass neue Marktteilnehmer hohe Eintrittshürden haben und immer mehr Akteure auf verschiedenen Stufen der Wertschöpfungskette ausgeschlossen werden. Eine Folge davon ist, dass die Rolle von Vermittlerunternehmen wie Verlage und Musiklabels unbedeutender wird sowie Einnahmemöglichkeiten über Verwertungsgesellschaften wie die GEMA immer geringer werden. Demgegenüber sind Streamingeinnahmen für Künstlerinnen und Künstler kaum lukrativ, weil sie mitunter bei deutlich unter 1 Eurocent pro Stream liegen. Für diejenigen, deren Titel zu den weniger häufig gestreamten gehören, sind die hierüber erzielten Einnahmen quasi vernachlässigbar (Dichevska 2019). Ohne eine Anpassung der Vergütungsoptionen seitens der Streaminganbieter schafft der durch die Coronapandemie ausgelöste Trend in Richtung Streaming keine große finanzielle Erleichterung. Bislang zeichnet sich zudem ab, dass im Sinne von „big will get bigger“ größere Unternehmen bessere finanzielle und technologische Möglichkeiten haben, die Krise zu überwinden. Kleinere Kinos und Konzertveranstalter könnten in größeren, technikaffineren Entertainmentfirmen aufgehen. Aufgrund dieser Konsolidierungstendenzen prägen sich in den traditionellen Wertschöpfungsketten zunehmend Machtkonzentrationen aus.

Rechtliche Unklarheiten sorgen für Verunsicherung

Neben den ökonomischen Herausforderungen gibt es auch zahlreiche bislang ungeklärte rechtliche Fragen. Mit der Onlinebereitstellung von Inhalten stellen sich sowohl für Künstlerinnen und Künstler als auch für Institutionen im Kulturbereich wichtige Rechtsfragen rund um die gezeigten audiovisuellen Inhalte: Dürfen urheberrechtlich geschützte Werke im Stream verwendet werden? Liegen Nutzungsrechte für Fremdmaterial vor? Welche Grenzen hat ein künstlerisches Zitat? Welche Rechte haben eingebendete Personen an ihrem eigenen Bild? Dies erfordert von den Involvierten ein umfassendes rechtliches Wissen. Beispielsweise müssen beim Streaming einer Theateraufführung oder bei Video-on-Demand mit allen an dem Werk Beteiligten Nutzungsrechte vereinbart werden. Ein von der Technologiestiftung Berlin veröffentlichter Leitfaden gibt hierzu Hilfestellung (Technologiestiftung Berlin 2020).





Eine weitere Fragestellung ergibt sich, wenn Einrichtungen wie Theater ihre Aufführungen digital übertragen, da sie dadurch zu Rundfunkveranstaltern werden könnten und eine kostenpflichtige Sendelizenz benötigen. Dies ist dann der Fall, wenn Angebote linear sind, also live (zum zeitgleichen Empfang) und regelmäßig (entlang eines Sendepfades) erfolgen. Mit der Reform des geltenden Rundfunkstaatsvertrags zu einem Medienstaatsvertrag soll bei bagatellartigen Rundfunkprogrammen, d.h. bei Angeboten mit weniger als 500 potenziellen Nutzenden oder ohne journalistisch-redaktionelle Gestaltung, wie z.B. eine Moderation, die unsichere Rechtslage geklärt werden. Das Merkmal der Linearität bleibt aber erhalten, sodass bei jedem Streamingangebot nach wie vor geklärt werden muss, ob es den Rundfunkbegriff erfüllt (Ferreau 2020).

Mögliche gesellschaftliche Folgen einer Digitalisierung von Liveevents

Offensichtlich kann eine Onlineveranstaltung nicht das gleiche Erlebnis wie eine Präsenzveranstaltung schaffen. Im Vergleich zum kollektiven Erleben kultureller Ereignisse bei Liveperformances werden Onlineaufführungen stärker individuell und eher zeitlich versetzt erlebt.

In diesem Zusammenhang kommen ähnliche Aspekte zum Tragen, wie sie beim verstärkten Einsatz von virtueller Realität diskutiert werden (TAB 2019, S.92 ff.). So zeigt sich eine Ambivalenz in den zu erwartenden Effekten. Einerseits können Onlineformate dazu beitragen, soziale Isolation zu überwinden und inklusive Angebote zu schaffen. Kosten für Anreise und Unterkunft entfallen bei virtuellen Events, auch ist eine Teilnahme trotz körperlicher Einschränkungen möglich: So erhöhen sich die Chancen zur Teilhabe an sozialen Interaktionsprozessen für all diejenigen, denen eine Teilnahme an Events beispielsweise aus finanziellen oder gesundheitlichen Gründen nicht möglich wäre. An-

dererseits kann das vertiefte Eintauchen in eine digitale Welt auch zu Isolation und Entfremdung führen (TAB 2019, S.93). Wenn sich Personen zunehmend virtuell begegnen, kann das Fehlen physischer Nähe und die dauerhafte Abnahme direkter sozialer Kontakte Vereinsamung zur Folge haben. Dieser Effekt dürfte umso stärker ausfallen, je mehr Bereiche des Lebens und Arbeitens in die virtuelle Welt oder auch außerhalb der üblichen Begegnungsräume – wie etwa Homeoffice statt Büro – verlagert werden.

Mögliche vertiefte Bearbeitung des Themas

Die durch die Coronapandemie verursachten ökonomischen Folgen für die drei Teilmärkte Musik, Film und darstellende Künste sind zum jetzigen Zeitpunkt noch nicht abschließend zu bewerten. Ebenso ist noch schwer abzuschätzen, wie sich der während der Lockdownphasen verstärkte Trend zur Verlagerung von Präsenzveranstaltungen in die Onlinewelt weiter entwickeln wird und welche gesellschaftlichen Folgen daraus resultieren.

Für weiterführende Forschungsarbeiten wären folgende Fragestellungen von Interesse:

- Welche innovativen digitalen Formate und Verwertungswege sind für eine Monetarisierung geeignet? Wie kann deren Entwicklung unterstützt werden?
- Welche Prozesse, z.B. Vertrieb, Abrechnungssysteme, müssen bei kulturellen Institutionen digitalisiert werden, um Onlineveranstaltungen zu erleichtern?
- Welche Voraussetzungen müssen geschaffen werden, damit angemessene Vergütungsmodelle für bereitgestellte Inhalte auf Streamingplattformen realisiert werden können?
- Welche rechtlichen Regelungen müssen für die elektronische Nutzung von künstlerischen Produktionen an-

gepasst werden (z.B. Klärung des Rundfunkbegriffs bei Streaming- oder Video-on-Demand-Angeboten)?

- Inwieweit werden gesellschaftliche Folgen wie die zunehmende Einsamkeit durch Kontaktbeschränkungen über Onlineangebote kultureller Veranstaltungen abgemildert oder gar verstärkt?

Angesichts der anhaltenden sehr dynamischen und unklaren Entwicklungen im Zusammenhang mit der COVID-19-Pandemie erscheint eine Behandlung im Rahmen einer Kurzstudie zur Technikfolgenabschätzung ganz aktuell nicht sinnvoll. Gegebenenfalls könnte das Thema aber zu einem späteren Zeitpunkt, wenn sich Rahmenbedingungen und Anwendungsperspektiven deutlicher abzeichnen, vertiefend bearbeitet werden.

Literatur

- ▶ BDVK (Bundesverband der Konzert- und Veranstaltungswirtschaft) (o.J.): Marktstudien. <https://bdvk.de/marktstudien/> (17.2.2021)
- ▶ Beier, L.-O. (2021): Stirb an einem anderen Tag. Bond-Kinostart erneut verlegt. Spiegel Kultur, 22.1.2021, www.spiegel.de/kultur/kino/james-bond-film-no-time-to-die-erneut-verschoben-stirb-an-einem-anderen-tag-a-b9d31270-d70e-4f83-b7a3-c367388bfd5 (17.2.2021)
- ▶ BerlinOnline Stadtportal GmbH & Co. KG (2020): United we stream: Livestream aus den Berliner Clubs. 4.11.2020, www.berlin.de/kultur-und-tickets/livestreams/6113949-6112228-united-we-stream-livestream-aus-berliner.html (17.2.2021)
- ▶ BMF (Bundesministerium der Finanzen) (2020): Corona-Folgen bekämpfen, Wohlstand sichern, Zukunftsfähigkeit stärken. Ergebnis Koalitionsausschuss 3. Juni 2020. Berlin, www.bundesfinanzministerium.de/Content/DE/Standardartikel/Themen/Schlaglichter/Konjunkturpaket/2020-06-03-eckpunktepapier.pdf?__blob=publicationFile&v=12 (17.2.2021)
- ▶ BMWi (2020) Monitoringbericht Kultur- und Kreativwirtschaft 2020. Kurzfassung. Berlin, www.kultur-kreativwirtschaft.de/KUK/Redaktion/DE/Publikationen/2020/monitoring-wirtschaftliche-eckdaten-kuk.pdf?__blob=publicationFile&v=11 (15.3.2021)
- ▶ BMWi (Bundesministerium für Wirtschaft und Energie) (o.J.): Kultur- und Kreativwirtschaft. Berlin, www.bmwi.de/Redaktion/DE/Artikel/Branchenfokus/Wirtschaft/branchenfokus-kultur-und-kreativwirtschaft.html (16.2.2021)
- ▶ Bundesregierung (2020): Telefonschaltkonferenz der Bundeskanzlerin mit den Regierungschefinnen und Regierungschefs der Länder am 27. August 2020. Berlin, 27.8.2020, www.bundesregierung.de/resource/blob/997532/1780568/2f9c77a8e8a549bcac8123fbeck4ee27/2020-08-27-beschluss-mpk-data.pdf?download=1 (17.2.2021)
- ▶ Buschmann, R. (2020): Corona XIV: Die Kunst der Stunde: Internet Art. Hypothesen, 14.4.2020, <https://kure.hypothesen.org/909> (17.2.2021)
- ▶ Byers, K. (2021): The 7 Biggest Entertainment Trends Of 2021. <https://explodingtopics.com/blog/entertainment-trends> (17.2.2021)
- ▶ Deloitte Development LCC (2019): 2020 Telecommunications, media, and entertainment outlook. New York, www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/us/Documents/technology-media-telecommunications/us-tme-tmt-outlook-2020.pdf (17.2.2021)
- ▶ Deutscher Kulturrat (2020): NEUSTART KULTUR – Kulturinfrastrukturförderung. 21.2.2021, www.kulturrat.de/Coronapandemie/neustart-kultur/ (17.2.2021)
- ▶ Dichevska, T. (2019): Spotify: So viel Geld bekommen Musiker pro Stream. Chip.de, 25.9.2019, https://praxistipps.chip.de/spotify-so-viel-geld-bekommen-musiker-pro-stream_107590 (17.2.2021)
- ▶ DStGB (Deutscher Städte- und Gemeindebund) (2020): Übersicht: Regelungen zu Veranstaltungen in den einzelnen Bundesländern. (Stand 13.7.2020), www.dstgb.de/dstgb/Homepage/Schwerpunkte/Coronavirus/Aktuelles/Gro%C3%9Fereignisse%20in%20Corona-Zeiten/Gro%C3%9Fveranstaltungen%2013.07.2020.pdf (17.2.2021)
- ▶ Ferreau, F. (2020): Lieber kein Shutdown für Livestream-Angebote Legal Tribune Online, 26.3.2020, www.lto.de/recht/hintergruende/h/corona-live-stream-telemedien-schule-theater-konzert-rundfunk-lizenzstaatsvertrag/ (17.2.2021)
- ▶ KEA Creative Europe (2020): The impact of the COVID-19 pandemic on the Cultural and Creative Sector. Report for the Council of Europe. https://keanet.eu/wp-content/uploads/Impact-of-COVID-19-pandemic-on-CCS_COE-KEA_26062020.pdf.pdf (17.2.2021)
- ▶ Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes; Deutscher Kulturrat (2020): Betroffenheit der Kultur- und Kreativwirtschaft von der Coronapandemie. Umfrage #2. BMWi, Berlin, www.kulturrat.de/wp-content/uploads/2020/08/Corona-Verbaendebefragung-2.pdf (17.2.2021)
- ▶ Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes; Prognos AG (2020): Betroffenheit der Kultur- und Kreativwirtschaft von der Coronapandemie. Ökonomische Auswirkungen anhand einer Szenarioanalyse (Arndt, O.; Freitag, K.; Bartuli, R.). https://kreativ-bund.de/wp-content/uploads/2020/04/200417_Kurzpaper_1.2_Betroffenheit_KKW1.pdf (17.2.2021)
- ▶ Lhoq, M. (2020): People Are Paying Real Money to Get Into Virtual Zoom Nightclubs. Bloomberg, 14.4.2020, www.bloomberg.com/news/articles/2020-04-14/virtual-nightlife-grows-past-dj-livestreams-to-paid-zoom-clubs (17.2.2021)
- ▶ Ministerium für Wirtschaft, Innovation, Digitalisierung und Energie des Landes Nordrhein-Westfalen (2017): Digitalisierung in der Kreativwirtschaft Nordrhein-Westfalens. Auswirkungen und Prognosen. Düsseldorf, www.kreativwirtschaft.nrw.de

wirtschaft.nrw/sites/default/files/asset/document/20170830_studie_digitalisierung_kkw_nrw_final_2.pdf (17.2.2021)

- ▶ Mixed (2020): Amaze: VR-Videoplattform produziert Virtual-Reality-Konzerte. 8.7.2020, <https://mixed.de/amaze-vr-videoplattform-produziert-virtual-reality-konzerte/> (17.2.2021)
- ▶ Nietan, M. A. (o.J.): Wie die Kultur- und Kreativwirtschaft die Digitalisierung in der Corona-Krise nutzt. Bitkom e.V., 25.3.2020, www.bitkom.org/Themen/Corona/Kultur-und-Kreativwirtschaft (17.2.2021)
- ▶ Schlinger, K. (2020): GEMA und Zebration stellen Music Hub vor. MusikWoche, 2.10.2020, <https://beta.musikwoche.de/details/454373> (17.2.2021)
- ▶ Siegle, J. (2018): Keine Kino-Zukunft für VR. Neue Zürcher Zeitung, 18.12.2018, www.nzz.ch/digital/keine-kino-zukunft-fuer-vr-ld.1445942 (17.2.2021)
- ▶ Staatstheater Augsburg (o.J.): Virtuelle Theater-Erlebnisse für zuhause! <https://staatstheater-augsburg.de/vr> (5.11.2020)
- ▶ TAB (Büro für Technikfolgen-Abschätzung beim Deutschen Bundestag) (2019): Virtual und Augmented Reality. Status quo, Herausforderungen und zukünftige Entwicklungen (Kind, S.; Ferdinand, J.-P.; Jetzke, T.; Richter, S.; Weide S.). TAB-Arbeitsbericht Nr. 180, Berlin
- ▶ Technologiestiftung Berlin (2020): Alles Rechtens? Kultur im Livestream. 5.7.2020, <https://kultur-b-digital.de/digitale-kultur/praesentieren-vermitteln/alles-rechtens-kultur-im-livestream/> (17.2.2021)
- ▶ WHO (World Health Organization) (2020): Virtual press conference on COVID-19 – 11 March 2020. www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/transcripts/who-audio-emergencies-coronavirus-press-conference-full-and-final-11mar2020.pdf?sfvrsn=cb432bb3_2 (17.2.2021)
- ▶ Wildhagen, C. (2020): Corona-Krise: Theaterschließungen und Aufführungen vor leeren Rängen. Neue Zürcher Zeitung, 10.3.2020, www.nzz.ch/feuilleton/coronavirus-sorgt-fuer-leere-theater-und-fuer-opernauffuehrungen-vor-leeren-raengen-ld.1545597?reduced=true (17.2.2021)
- ▶ Zawatka-Gerlach, U. (2014): Öffentliche Zuschüsse: 257 Euro für einen Besuch in der Staatsoper. Der Tagesspiegel, 12.1.2014, www.tagesspiegel.de/berlin/oeffentliche-zuschuesse-257-euro-fuer-einen-besuch-in-der-staatsoper/9319194.html (17.2.2021)

Das Horizon-Scanning ist Teil des methodischen Spektrums der Technikfolgenabschätzung im TAB.

Horizon
SCANNING

Mittels Horizon-Scanning werden neue technologische Entwicklungen beobachtet und diese systematisch auf ihre Chancen und Risiken bewertet. So werden technologische, ökonomische, ökologische, soziale und politische Veränderungspotenziale möglichst früh erfasst und beschrieben. Ziel des Horizon-Scannings ist es, einen Beitrag zur forschungs- und innovationspolitischen Orientierung und Meinungsbildung des Ausschusses für Bildung, Forschung und Technikfolgenabschätzung zu leisten.

In der praktischen Umsetzung werden im Horizon-Scanning softwaregestützte Such- und Analyseschritte mit expertenbasierten Validierungs- und Bewertungsprozessen kombiniert.

Herausgeber: Büro für Technikfolgen-Abschätzung beim Deutschen Bundestag (TAB)

Gestaltung und Redaktion: VDI/VDE Innovation + Technik GmbH

Bildnachweise: © fpphotobank/iStock (S. 1); © Standart/iStock (S. 2); © thomas-bethge/iStock (S. 3); © Robby/AdobeStock (S. 4); © 9parusnikov/AdobeStock (S. 5); © master1305/iStock (S. 6)

ISSN-Internet: 2629-2874