



Schwerpunkt

Versicherung

THEMEN & HINTERGRÜNDE

Kunstversicherungen

• Seite 3

Art Loss Register

• Seite 8

Eventversicherungen

• Seite 10

KM IM GESPRÄCH

mit Birgit Rolfes,
Mannheimer
Versicherung

• Seite 15

SEITENSPRÜNGE

• Seite 17

Liebe Leserinnen und Leser,

Sind Sie schon versichert? Was im persönlichen Leben für Haftung, Kfz oder Krankheit häufig einem Makler überlassen bleibt, ist auch im kulturellen Geschäft eine anspruchsvolle Angelegenheit, die in der Regel delegiert werden muss, zumal die Versicherungsfelder noch komplexer sind. Damit Kulturmanager aber besser verstehen, um welche Arten von Gefahren und deren Absicherungen es sich handelt und daraufhin den richtigen Expertenrat einholen können, haben wir in diesem Monat den Schwerpunkt auf das Thema Versicherung gelegt.

Das Spektrum beginnt bei der Frage, wie man Kunst vor Raub oder Beschädigung schützt, was Ihnen Dr. Stefan Horsthemke von der *AXA Art Versicherung* veranschaulicht. Dabei dürfen Sie durchaus anderes erwarten als eine Aufzählung von Versicherungsleistungen. Das Spannende besteht in der intensiven Beschäftigung der Mitarbeiter mit dem Themenfeld, weshalb auch viele Kunsthistoriker als Sachverständige heute im Versicherungsgewerbe arbeiten. Eine Berufsperspektive, die durchaus nicht immer während des Studiums absehbar war. Lesenswert sind die Praxisfälle auf internationalem Terrain, die uns dieser Beitrag näher bringt, zumal solche Beispiele wie die Zerstörung des *World Trade Centers* in New York City, der *Munch-Gemälderaub* in Oslo oder der Hurrikan *Katrina* in New Orleans unmittelbar aus den Nachrichten vertraut sind und sich damit eine berufliche Verknüpfung ergibt.

Wir stellen mit dem *Art Loss Register* die größte private Datenbank zur Aufklärung von Kunst- und Antiquitätendiebstahl vor. Außerdem haben wir mit Birgit Rolfes gesprochen, die bei der *Mannheimer Versicherung* für den Bereich Kunst und Musik zuständig ist.

Einen guten Überblick über Versicherungsangebote im Bereich des Event- und Veranstaltungsmanagements bietet der Beitrag von Franz Heinemann, mit Hilfe dessen Sie individuell ihre Bedürfnisse einschätzen können. Unsere Rubrik Seitensprünge ergänzt das Schwerpunktthema schließlich um Verweise auf hilfreiche Internetportale sowie Links zu Verbänden und Dienstleistern.

Die Dezemberausgabe wird das Thema Logistik zum Schwerpunkt haben, bevor dann das neue Jahr beim KM Magazin mit dem Thema Kunst & Kantine eingeleitet werden wird.



KM – der Monat

KM IM GESPRÄCH

mit Barbara Hendricks
Finanzministerium

• Seite 18

mit Hans-Joachim Frey
World Culture Forum

• Seite 22

EX LIBRIS

Unternehmertum und
Führungsverhalten im
Kulturbereich

• Seite 27

Fit für den Kunstmarkt

• Seite 30

KONFERENZEN & TAGUNGEN

Berliner Kongress zur
Kulturwirtschaft

• Seite 31

Niedersächsische
Tagung zu Zentrum
und Peripherie

• Seite 38

Deutscher
Orchestertag

• Seite 40

... Editorial

Die Monate Oktober und November sind im Kulturmanagement Network traditionell von reger Reisetätigkeit geprägt, zumal sich die Veranstalter von Kongressen und Symposien derzeit ohnehin gegenseitig mit Angeboten zu überbieten scheinen. Dies kommt letztlich der redaktionellen Berichterstattung zugute, die stärker als sonst auf Ergebnisse von Tagungen eingehen und daraus Trends ableiten kann. Mit dieser Ausgabe von KM sind wir vor allem aktueller denn je. Gleich drei Artikel reflektieren Ergebnisse von Konferenzen, die allein in den letzten 7 Tagen stattgefunden haben. Lesen Sie, was wichtige Inhalte beim Deutschen Orchestertag, der Kulturpolitiktagung in Hannover und beim Kongress zur Kulturwirtschaft in Berlin waren. Im Unterschied zur Tagespresse, sofern diese überhaupt auf solchen Branchentreffs vertreten ist, können Sie von uns eine ausführliche Betrachtung erwarten. Dort, wo es angemessen und geboten ist, melden wir uns auch mit kritischen Kommentaren zu Wort, sofern wir davon ausgehen, dass auch andere Teilnehmer mit bestimmten Aussagen oder gar der Qualität einzelner Vorträge nicht zufrieden waren.

Der allgemeine Teil von KM wird abgerundet durch zwei Buchrezensionen, die Sie „Fit für den Kunstmarkt“ (Claudia Herstatt) und mit „Unternehmertum und Führungsverhalten im Kulturbereich“ (Elmar Konrad) besser vertraut machen möchten.

Erlauben Sie uns noch den Hinweis, dass auf unserem Portal weitere Beiträge, Konferenzrückblicke oder Interviews zu finden sind, die nicht immer Eingang in dieses Magazin finden können - aus Platzmangel oder aus Gründen der Aktualität, die ein Portal in der Regel einfacher herstellen kann. Nutzen Sie unsere stetig wachsenden Informations- und Wissensressourcen, die schon so vielen Nutzern den entscheidenden Buchtipp, den passenden Studienplatz, einen attraktiven Job oder den Hinweis auf eine für ihn wichtige Tagung gebracht hat.

In diesem Sinne eine spannende Lektüre des KM Magazins und des Portals!

Ihr Dirk Schütz und Dirk Heinze

sowie das gesamte Team von Kulturmanagement Network



Wie man Kunst schützt

Herausforderungen einer internationalen Kunstversicherung – tägliche Praxis und generelle Lösungsmodelle

"Unser Konvoi hilft den Einwohnern, mit Kettensägen die Straße zum Museum freizuräumen. Weil es immer noch Schießereien gibt, fliegen wir den Hubschrauber unter Feuerschutz von zwei Agenten mit Maschinengewehren ... echt: eine paramilitärische Operation." Was wie ein Auszug aus einem Actionfilm klingt, ist in Wahrheit ein Zitat aus einer der vielen Emails, die Daniel Ribacoff an Christiane Fischer, Managing Director der AXA Art Insurance Cooperation, einer Tochtergesellschaft der AXA Art Versicherung AG, während seines Einsatzes zum Schutz des New Orleans Museum of Art nach Hurrikan Katrina schrieb.

Beitrag von Dr. Stefan Horsthemke, Axa Art Versicherung, Köln

Ribacoff war Teil eines zehnköpfigen Sicherheits-Teams, das von AXA Art nach New Orleans geschickt worden war, um das mit 100 Millionen US-Dollar versicherte Museum vor Plünderungen zu schützen. Eine auf den ersten Blick etwas extrem anmutende Aktion, durch die aber kombiniert mit dem Einflug von Stromgeneratoren und Diesel und der daraus resultierenden Inangsetzung der Klimaanlage ein sicherer Ort für die Kunst inmitten des Chaos geschaffen werden konnte.

Ungewöhnliche Umstände erfordern ungewöhnliche Maßnahmen – tägliche Praxis für Spezialversicherer, deren Aufgabe es ist, Kunst- und Sammlungsgegenstände zu schützen und zu bewahren. Ob Naturkatastrophen, wie *Hurrikan Katrina*, soziale Katastrophen wie die Anschläge des 11. September oder bewaffnete Raubüberfälle, wie der *Munch*-Raub in Oslo – die Palette der Bedrohungen, denen Museen, Institutionen, der Kunsthandel, aber auch private Sammlungen ausgesetzt sind, scheint endlos und doch bilden sie nur einen Bruchteil der tatsächlichen Gefahren. Denn es sind nicht immer nur die spektakulären Fälle, die uns allen aus der Tagespresse bekannt sind, sondern auch kleinere, meist durch Unwissenheit hervorgerufene Fehler im Umgang mit Kunstobjekten oder mangelnde Sicherheitsstandards, die eine Gefahr für Kunst darstellen. Hinzu kommt, dass gerade Museen und Institutionen oft nicht versichert sind – wie das Beispiel des *Munch*-Raubs zeigt – und im Schadenfall nicht nur mit dem Verlust der ideellen Werte, sondern auch mit materiellen Schäden in Millionenhöhe konfrontiert werden. Das Thema Sicherheitsstandards und Versicherungen von Kunst- und Sammlungsgegenständen ist zu komplex, um es auf wenigen Seiten umfassend zu erörtern. Daher werden im Folgenden nur die wesentlichsten Punkte und Unterscheidungsmerkmale unter besonderer Berücksichtigung der Versicherung von Museen und Institutionen aufgeführt.



... Wie man Kunst schützt

Was ist eine Kunstversicherung?

Eine Kunstversicherung ist eine Spezialversicherung für Kunst- und Sammlungsobjekte, wie z.B. Gemälde, Antiquitäten aber auch Sammlungsgüter wie: Designobjekte, Oldtimer, technische Kulturgüter, alte Weine und antike Spielzeug. Versichert werden kann grundsätzlich alles, was im seriösen Kunst- und Sammlungsmarkt gehandelt wird. Neben der reinen Versicherung der Kunstobjekte, werden auch Zusatzprodukte (Multiline-Produkte) angeboten, bei denen ein Kunde auch seinen Schmuck und Hausrat, sowie Gebäude versichern kann.

Allgefahrendeckung

Eines der wohl wichtigsten Merkmale der Kunstversicherung ist die sogenannte *Allgefahrendeckung*; das heißt, die versicherten Gegenstände sind grundsätzlich gegen alle Gefahren und Schäden versichert, die nicht ausdrücklich in den Versicherungsbedingungen ausgeschlossen sind. Im Gegensatz hierzu greift der Versicherungsschutz einer konventionellen Gebäude- und Hausratsversicherung nur bei genau definierten Schadenursachen wie Leitungswasser, Feuer, oder Hagel.

Servicestandard

Ein weiteres Merkmal der Kunstversicherung ist der höhere Servicestandard. Neben dem reinen Versicherungsschutz bietet eine spezialisierte Kunstversicherung auch Beratung in allen Fragen zum täglichen Umgang mit Kunstobjekten. Angefangen bei Expertenratschlägen zum Einbau von Alarm- und Schließanlagen, über Hinweise zur Vermeidung von Unfall-, Feuer- und Wasserschäden, bis hin zu Fragen über konservatorische Maßnahmen, Transporte und Wertentwicklungen. Diesen vertieften Beratungsservice kann die spezialisierte Kunstversicherung unter anderem bieten, da sie in der Wertschöpfungskette des Kunstmarkts häufig eine intermediäre Rolle einnimmt. Diese Position ergibt zum einen daraus, dass sie mit allen Teilnehmern dieser Kette, angefangen von Künstlern, über Galerien, Auktionshäuser, Kunsthändler und -Messen, Restauratoren, Gutachter und Transportunternehmen bis hin zu den Haushalten mit Kunstbesitz und den Sammlern, mehr oder weniger eng zusammenarbeitet. Zum anderen aber auch deshalb, weil in allen Teilen dieser Kette Schäden an Kunstwerken auftreten können, die durch die Kunstversicherung reguliert werden.

Preisniveau

Hinzu kommt, dass entgegen landläufiger Meinung, die Kunstversicherung in vielen Fällen eine erheblich kostengünstigere Lösung als die herkömmliche Hausrats- oder Sachversicherung darstellt. Für Museen und Institutionen gibt es verschiedene Versicherungsmodelle, die auch im Preisniveau deutlich variieren. Im Folgenden soll auf einige dieser Modelle näher eingegangen.

Die Versicherung von Kunst in Museen und Institutionen

Viele Museen und öffentliche Institutionen sind nicht versichert; das heißt, sie haften für ihren Eigenbestand bei Beschädigung, Verlust oder Zerstörung selbst, bzw. es erfolgt keine Entschädigung. So ging z.B. die Hamburger Kunsthalle leer aus, als 2002 eine Giacometti-Skulptur mit einem Wert von



... Wie man Kunst schützt

Bestandsversicherung

500.000 Euro während der langen Nacht der Museen gestohlen wurde. Aber es geht auch anders: Der Eigenbestand eines Museums oder einer Kulturinstitution wird auf der Grundlage einer *Allgefahrendeckung* auf ein Jahr mit jährlicher Verlängerung versichert (*Bestandsversicherung*). Auch die Versicherung von Leihnahmen und Leihgaben wird immer auf Grundlage einer *Allgefahrendeckung* geschlossen. Hier bietet sich außerdem die Möglichkeit für Museen, Rahmenverträge (*Leihgaben / Leihnahmen-Versicherungen*) zu konzipieren, die ebenfalls auf ein Jahr und mit jährlicher Prolongation geschlossen werden. Zusätzlich zur Ausstellung sind in solchen Verträgen auch sämtliche Transporte und Zwischenlagerungen, sowie Transporte und Aufenthalte bei Restauratoren und Fotografen versichert – in diesem Zusammenhang spricht man von einer „Nagel zu Nagel“-Versicherung, das heißt der Versicherungsschutz gilt von dem Moment, in dem ein Bild „vom Nagel“ genommen wird, über die Ausstellungszeit und Transporte hinweg, bis hin zu dem Moment, wo es wieder an seinem ursprünglichen Platz ist, wieder an seinem „Nagel“ hängt.

Vollwert- und Erstrisikoversicherungen

Man unterscheidet zwischen Vollwert- und Erstrisikoversicherungen: Eine *Vollwertversicherung* versichert den durch Kunstsachverständige ermittelten Gesamtwert an Kunstgegenständen. Eine Versicherungsform, die auch auf Sonderausstellungen angewandt wird, da die Leihgeber in den häufigsten Fällen eine *Allgefahrendeckung* für den vollen deklarierten Wert ihrer Objekte verlangen. Im Gegensatz hierzu liegt die Versicherungssumme bei einer *Erstrisikoversicherung* unter dem Versicherungswert. Schäden werden dadurch nur bis zu einer vertraglich vereinbarten Summe reguliert.

Layerdeckung

Eine weitere Versicherungsform ist die *Layerdeckung*, bei der ein Sockelbetrag gegen alle Gefahren versichert ist. Der darüber hinausgehende Betrag wird nur noch gegen Katastrophenrisiken wie Feuer, Blitzschlag und Explosion versichert – also gegen Gefahren, durch die der Bestand eines Museums vollkommen vernichtet werden kann. Darüber hinaus gibt es auch noch die Möglichkeit von *Selbstbehaltsmodellen*: Eine Möglichkeit ist, dass das Museum einen Teil des Schadens selbst trägt (Abzugsfranchise), eine andere Möglichkeit ist, dass das Museum einen Schaden bis zu einer vereinbarten Höhe trägt, den Schaden jedoch voll ersetzt bekommt, wenn er diese Höhe überschreitet (Integralfranchise).

Staats- bzw. Länderhaftung

Alternativ wird in einigen Fällen auch die so genannte *Staatshaftung* oder *Länderhaftung* eingesetzt. D.h. das jeweilige Bundesland übernimmt an Stelle des Kunstversicherers die Haftung für eventuell auftretende Schäden. In der Praxis hat sich dieses Modell nicht bewährt, da der Staat bzw. die Länder nicht in der Lage sind, die Aufgaben wie Sicherungskonzepte, Layerkonzepte, Policenerstellung und natürlich Schadenabwicklungen professionell und zügig abzuwickeln. Daneben wird mehr und mehr erkannt, dass sich in Zusammenarbeit mit professionellen Kunstversicherern eine Ausgaben einsparen las-



ONLINE

axa-art.de

... Wie man Kunst schützt

sen, vor allem was eine optimierte Sicherheitstechnik und die Vermeidung von Schäden angeht.

Im Zuge von zahlreichen, in den letzten Jahren entwickelten *Public-Private-Partnership* – Konzepten, haben sich moderne Lösungsoptionen in Zusammenarbeit mit den führenden Kunstinstitutionen und Kunstversicherern entwickelt. Die oberste Zielsetzung aller Beteiligten: Kulturgüter langfristig zu schützen und zu sichern. ¶

Kulturmanagement

IM BERUF BLEIBEN UND TROTZDEM STUDIEREN

- 2 Jahre Aufbaustudium speziell für Berufstätige mit dem Abschluss „Master of Arts“
- Studienbriefe am heimischen Schreibtisch
- Kompaktseminare in Ludwigsburg (pro Semester 6-7 Termine, jeweils freitags und samstags)
- Bewerbungsschluss: 1. Dezember 2007
- Studienbeginn: April 2008

Weitere Informationen im Internet:

<http://kulturmanagement.ph-ludwigsburg.de/master/>

Institut für Kulturmanagement / PH Ludwigsburg

Telefonische Beratung: Mo-Mi und Fr 9-12h unter 07141/140-696

Ansprechpartnerin: Yvonne Pröbstle



Werbung

VS Verlag für Sozialwissenschaften



Stefan Lüddemann
Mit Kunst kommunizieren

Theorien, Strategien, Fallbeispiele

„Hier wird einer alten Freundschaft neues Leben eingehaucht. Der Stoff ist gut aufbereitet, und gepaart mit vielen Beispielen ist das Buch nicht nur für Kunstliebhaber interessant.“

pressesprecher, 08/2007

2007. 198 S. Br.
EUR 24,90
ISBN
978-3-531-15581-4

Forschungskonsortium WJT: Winfried Gebhardt / Andreas Hepp / Ronald Hitzler / Michaela Pfadenhauer u.a.
Megaparty Glaubensfest

Weltjugendtag: Erlebnis – Medien – Organisation

„[...] Jetzt ist der Weltjugendtag tatsächlich einmal für ein gutes Buch verantwortlich: Soziologen, die das Kölner Treffen untersucht haben, legen Ihre Ergebnisse vor [...]. Dieses Buch informiert über reale Glaubenspraxis statt über Feuilleton-Christentum.“
Die Welt, 06.10.2007

2007. 235 S. (Erlebniswelten 12) Br.
EUR 19,90
ISBN
978-3-531-15464-0

Thomas Hehze
Kulturmarketing, Museumsmarketing, Kulturtourismus

Ein Leitfaden für Kulturmanager

„Die hier aufgezeigte Professionalisierung könnte eine Entideologisierung der ökonomisierten Kulturindustrie vortreiben.“

Radio Sthörfunk, 13.05.2006

3., erw. Aufl. 2008.
277 S. Br. ca.
EUR 29,90
ISBN
978-3-531-15730-6

Armin Klein
Der exzellente Kulturbetrieb

„Das [...] Buch bietet den bisher wohl umfassendsten sowohl theoretisch wie anwendungsorientierten Überblick des Managements in öffentlichen Kulturbetrieben. [...]“

kulturpolitische mitteilungen, 03/2007

2007. 336 S. Br.
EUR 24,90
ISBN
978-3-531-15475-6



VS VERLAG FÜR SOZIALWISSENSCHAFTEN

VS Verlag für Sozialwissenschaften
Abraham-Lincoln-Straße 46
65189 Wiesbaden
Telefon 0611.7878-245
Telefax 0611.7878-420

www.vs-verlag.de



„Artnapping“

Die private Datenbank Art Loss Register zur Aufklärung von Kunst- und Antiquitätendiebstählen

Diebstähle von Kunstwerken jeder Art im Auftrag eines kunstfanatischen Millionärs, der sich der Beute in seinem geheimen Tresor erfreuen möchte, gehören zum größten Teil doch wohl eher ins Reich der Hollywoodmärchen. Die steigende Zahl an Kunstdiebstählen nicht. Der illegale Verkauf von Kunstwerken ohne genaue Angabe der Herkunft ist auf dem Kunstmarkt kaum möglich und das häufigste Motiv: Erpressung der Besitzer, aber vornehmlich der Versicherungen. Kunstraub ist heute beinahe mafios organisiert. Ihn zu untersuchen ist, durch die Professionalität der Diebe sehr schwer, langwierig und ein enorm kostspieliger Prozess – die Aufklärungsquote liegt bei 12 bis 14 %. International haben sich aus diesen Gründen Auktionshäuser, Kunstinstitutionen und Versicherungen zusammengeschlossen und die private Datenbank ART LOSS REGISTER gegründet.

Beitrag von Dr. Ulli Seegers, Art Loss Register, Köln

Das Art Loss Register (ALR) bildet die größte private Datenbank zur Aufklärung von Kunst- und Antiquitätendiebstahl weltweit. 1990 mit Unterstützung seitens des Kunstmarktes und der internationalen Versicherungswirtschaft in London gegründet, umfasst die Datenbank gegenwärtig über 180.000 gestohlene, geraubte, verfolgungsbedingt entzogene oder vermisste Sammlerobjekte. In den 5 Büros weltweit (London, New York, Köln, Amsterdam und Neu Delhi) sind gegenwärtig etwa 40 Kunsthistoriker, Archäologen und Ägyptologen beschäftigt, um die vermissten Stücke im internationalen Handel wieder aufzuspüren. Die deutsche Dependence wurde im Juni 1997 in Düsseldorf ins Leben gerufen; im Frühjahr 1999 erfolgte der Umzug nach Köln, um gemeinsam mit dem Bundesverband Deutscher Galerien e.V. (BVDG) die Zusammenarbeit mit den Galerien und Kunsthändlern zu intensivieren.

Seither konnten an die 10.000 gestohlene oder vermisste Sammlerobjekte durch ALR identifiziert und an die rechtmäßigen Eigentümer zurückgegeben werden – mit steigender Tendenz. Tatsächlich hat auch die Zahl an Delikten weltweit zugenommen; das FBI geht von einem weltweiten jährlichen Schaden durch Kunstkriminalität in Höhe von USD 6 Milliarden aus.

Auf der internationalen Verlustdatenbank erfasst werden können sämtliche Gegenstände, die eindeutig identifizierbar sind und einen Schätzwert von mindestens € 1.000 aufweisen. Das Register beinhaltet daher nicht nur Gemälde, Zeichnungen, Drucke und Skulpturen, sondern auch Möbel, Silber, Teppiche, Schmuck bis hin zu kostbaren Handschriften und Musikinstrumenten. Idealerweise umfasst das zentrale Register sämtliche Verluste, so



... Art Loss Register

dass durch Anfragen an den Datenbankbestand im Umkehrschluss rasch und eindeutig Rückschlüsse auf Status und Verbleib des fraglichen Gegenstandes möglich sind.

Zu einer Sensation führte die Ermittlung von Paul Cézannes „Zinnkrug mit Früchten“, der 1978 aus einer amerikanischen Privatsammlung gestohlen, nicht versichert war und von ALR exakt 20 Jahre (1998) nach dem Diebstahl in der Schweiz ausfindig gemacht werden konnte. Jeden Monat wächst der Datenbankbestand um etwa 1.200 weitere Verlustmeldungen; 54% aller Registrierungen stammen dabei aus Privatbesitz, je 12 % aus Galerien und Museen, der Rest aus anderen öffentlichen oder privaten Institutionen. Damit bilden private Kunstsammler mit Abstand die größte Gruppe unter den Geschädigten.

Während das ständige Neuerfassen weiterer Verlustmeldungen die Grundlage für eine mögliche Identifizierung bildet, bedient sich ALR gleichwohl akribischer wie effizienter Instrumente, um zum Wiederauffinden der abhanden gekommenen Stücke beizutragen. Über 50% aller Identifizierungen erfolgen durch die tägliche und routinemäßige Überprüfung zu versteigernder Kunstwerke im Vorfeld der Auktionen. Eine Tätigkeit, die oft durch eingescannte Abbildungen der verlorenen Werke unterstützt wird und durchschnittlich bei jedem 4.500sten Los zur Überführung gestohlener oder vermisser Kunst führt. Über 300.000 Lose werden auf diese Weise jährlich durch ALR geprüft. Eine weitere wichtige Quelle zur Identifizierung bildet die Beantwortung von Anfragen an den Datenbankbestand durch Polizeibehörden, Museen, Kunsthändler und private Sammler. Das Register bietet so die Möglichkeit, Bestände, Angebote oder Verdachtsmomente auf die Unbedenklichkeit der Provenienz bestimmter Werke hin zu überprüfen. Das ALR ist mit seiner Datenbank auch „vor Ort“ präsent: im Auftrag der wichtigsten internationalen Kunstmesse überprüfen Mitarbeiter des Registers die angebotenen Exponate.

Seit Mitte 1998 unterhält ALR auch eine Datenbank, die auf Raub- und Beutekunst spezialisiert ist und die in das allgemeine Register zweckmäßigerweise integriert ist. In diesem „Register of Looted Art“ werden Kunstwerke gelistet, die aus privatem, überwiegend jüdischem Besitz oder aus öffentlichen Museen während des Zweiten Weltkrieges oder im Zuge anderer politischer Krisensituationen geraubt, beschlagnahmt oder zwangsweise veräußert worden sind.

Die Nutzung des Registers über eines der Büros – sei es für eine Schadenmeldung oder eine Suchanfrage – steht gegen eine geringe Gebühr prinzipiell jedem offen. Als privates Unternehmen, dem weltweit mittlerweile über 400 Versicherungsgesellschaften und über 30 Auktionshäuser angeschlossen sind, finanziert sich ALR durch ein erfolgsabhängiges Honorar im Wiederfindungsfall (Provision nach Rückführung max. 20%).¹⁾



FRANZ
HEINEMANN

ist seit über 25 Jahren
Spezialversicherungsmakler für die Veranstaltungswirtschaft.

Machen Versicherungen Events sicherer?

Alles ist durchorganisiert und geplant. Jeder kennt seine Aufgabe. Die Zeitplanung steht. Eine gut abgestimmte Organisation ist das A und O jeder Veranstaltung. Aber es gibt auch die andere Seite: Kreatives Gestalten, Schaffen aus dem Nichts, Veränderungen in der letzten Minute. Beides ist typisch für die Kultur- und Veranstaltungsbranche. Viele „Events“ leben von Planung und Kreativität, Hierarchie und Teamgeist, zielorientiertem und intuitivem Handeln. Der Beitrag klärt, welche Versicherungen möglicherweise Events sicherer machen.

Ein Beitrag von Franz Heinemann, internationaler Versicherungsmakler

Gerade in der Eventbranche lauern nicht nur Gefahren, die jedes unternehmerische Unterfangen mit sich bringt, sondern vor allem auch branchenspezifische.

Man kann ein Event mit dem Bau eines Hauses vergleichen. Der Architekt (Eventmanager) plant und koordiniert die Ideen des Bauherrn (Veranstalter/Auftraggeber). Die einzelnen Gewerke (Technikverleih, Techniker, Caterer, Künstler, etc.) tragen jeweils Verantwortung für Ihre Bereiche und müssen sich für Ihre Fehler verantworten. Nur ein reibungsloses Zusammenspiel ermöglicht Professionalität und Erfolg im gesetzten Zeitrahmen. Und hier ist der entscheidende Unterschied zum Bau.

Die Fertigstellung des Hauses kann sich unter Umständen verzögern, es droht halt eine Konventionalstrafe, die Veranstaltung kann und soll nicht verschoben werden. Es drohen hohe finanzielle Einbußen, die mit einer Konventionalstrafe nicht zu vergleichen sind, vom schlechten Ruf nicht zu reden. Hoher Stress, Hektik durch Zeitdruck und ein hohes Maß an Arbeitseinsatz bei eventuellem Schlafmangel, lassen die Gefahr von Fehlern größer werden.

Der Abschluss einer Versicherung macht die Veranstaltung nicht sicherer. Aber: der Abschluss einer Versicherung macht Veranstaltungen kalkulierbarer, auch und gerade bei unvorhersehbaren Ereignissen. Planen Sie, auch wenn der Etat noch so klein ist, Versicherungsschutz in Ihre Veranstaltung ein. So haben Sie die Möglichkeit auch das Unvorhergesehene in Eintrittsgeldern, Sponsorengeldern oder Zuschüssen zu kalkulieren.



Haftpflicht

... Machen Versicherungen Events sicherer?

Welche Versicherungen brauche ich oder das Wichtigste zuerst:

Die Haftpflichtversicherung

Warum ist diese Versicherung so wichtig: Wer schuldhaft handelt, haftet dafür persönlich in unbegrenzter Höhe.

Für den KFZ-Bereich hat der Gesetzgeber diesen Versicherungsschutz deswegen zur Verpflichtung für jeden Auto- oder Motorradfahrer gemacht. Auch als Veranstalter, Eventmanager, Bühnentechniker oder ehrenamtlicher Kulturschaffender haften Sie in unbegrenzter Höhe.

Wo Menschen arbeiten werden Fehler gemacht. Zeitdruck, Überschneidung oder unklare Abgrenzungen von Aufgabengebieten, ein hohe Anzahl von selbständigen Subunternehmern führen dazu, dass bei einem Sach- oder gar Personenschaden die Zuordnung der Haftung sehr schwer werden kann. (siehe Grafik)

Welche Aufgaben übernimmt die Haftpflichtversicherung:

Falls während der Veranstaltung ein Sachschaden oder Personenschaden eintritt, wendet sich der Geschädigte an den vermeintlich Schuldigen. Um seinen Anspruch geltend zu machen muss der Geschädigte die Schuld und die Höhe des Schadens nachweisen.

Ist der Nachweis erbracht, zahlt die Haftpflichtversicherung den entstandenen Schaden. Sollten der Beschuldigte nicht Schuld sein, wehrt die Haftpflichtversicherung den Schaden ab, wenn notwendig auch gerichtlich (passive Rechtsschutzfunktion). Um Umkehrschluss heißt das aber auch, dass die Haftpflichtversicherung für Schäden Dritte, zum Beispiel eines Besuchers, nicht eintritt. Hier wäre die private Haftpflichtversicherung des Besuchers gefragt, wenn dieser die alleinige Schuld an dem Schaden hat.

Gerade im Eventbereich sind die Schadensabwehrkosten oft immens, da z.B. bei einem Personenschaden die Krankenversicherung unerbittlich versucht, Regress zu nehmen um sich in diesem Fall zu Recht vor der Übernahme der Arzt-, Krankenhaus- und Arzneikosten zu entlasten. Bei wem sie das versucht, bleibt ihr überlassen. Meist wird Sie sich zuerst an den Veranstalter werden. Aber auch die Übernahme der Schadenskosten kann erheblich sein.

Hier einige Schadensbeispiele:

- Die Notausgänge des Veranstaltungsortes waren durch Transportkisten verstellt. Dadurch kamen bei einer Panik mehrere Menschen zu Schaden. Der Veranstalter hätte das Verstellen durch die Technikfirma verhindern müssen.
- Auf einem Dorffest war die Verankerung einer Sitzbank war lose. Sie kippte mit mehreren Besuchern um.



... Machen Versicherungen Events sicherer?

- Ein Zuschauer fällt im Halbdunkel über ein Kabel. Die Schuldfrage muss zwischen Veranstalter und Technikfirma geklärt werden.
- Ein Zuschauer verschmutzt seine teure Garderobe an Teilen der Bühne oder der Bestuhlung.

Die Haftpflichtversicherung schützt Sie hier vor unvorhersehbaren Schäden, die letztendlich Ihre Existenz kosten können. Die Veranstalterhaftpflichtversicherung kann für die einzelne Veranstaltung oder aber auch als Jahresvertrag abgeschlossen werden.

Ausfallversicherung

Die Ausfallversicherung

Alles ist bestens geplant. Alles steht zur rechten Zeit. Das Spektakel kann beginnen. Aber aus einer Vielzahl von Gründen kann die Veranstaltung noch abgesagt werden. Eintrittsgelder, und Sponsorengelder müssen zurückgezahlt werden, obwohl der Aufwand schon getätigt wurde oder noch fällig ist.

Aus verschiedensten Gründen kann eine Veranstaltung ausfallen. Hier einige Beispiele:

- Die Veranstaltungsort wird wegen baulicher Mängel behördlich gesperrt
- Streik verhindert die Veranstaltung
- Der Künstler ist erkrankt oder hat sein Flugzeug versäumt
- Der überwiegende Teil des Ensembles hat einen Magen-Darm-Infekt
- Wegen nicht eingehaltener Lärmwerte wird die Veranstaltung behördlich abgesagt
- Wetterbedingt muss eine Open-Air-Veranstaltung abgesagt werden
- Wegen innerer Unruhen ist der Veranstaltungsort für das Publikum nicht erreichbar

Diese Liste lässt sich beliebig verlängern. Der Veranstalter weiß am besten, wo welche Gefahren lauern. Mit der Ausfallversicherung lassen sich sämtliche Kosten, aber auch der kalkulierte Gewinn, versichern. Die Versicherungsprämie wird sehr individuell berechnet.

Equipment

Versicherung von Equipment

In der Haftpflichtversicherung kennt die Versicherungswirtschaft einen wichtigen Ausschluss: Gegenstände die geliehen, gemietet oder gepachtet sind, sind vom Versicherungsschutz ausgeschlossen.

Das heißt zum Beispiel, dass die Bühne, die Ton- und Lichttechnik oder auch Mobiliar oder Garderobe, die sich der Veranstalter für Ihre Veranstaltung aus-



... Machen Versicherungen Events sicherer?

leiht, unversichert sind. Der Veranstalter glaubt sich hier mit dem Abschluss der Haftpflichtversicherung versichert, hat aber gerade bei den Sachen, die ihm nicht gehören keinen Versicherungsschutz.

Oft sind die Sachen über den Verleiher versichert, der lässt jedoch meistens vertraglich die Haftung auf den Entleiher übergehen, wovon in der Regel im Schadensfall auch Gebrauch gemacht wird. Hier gibt es die Möglichkeit eine Versicherung mit sehr umfassendem Versicherungsschutz für das geliehene Equipment abzuschließen. Diebstahl, Bedienfehler, Vorsatz Dritter (Vandalismus), Überspannung, Feuer, Wasser, Sturm sind nur einige Gefahren, die versichert eingeschlossen sind.

Diese so genannte „Allgefahrenversicherung“ wird üblicherweise kurzfristig für den Veranstaltungszeitraum einschließlich Auf- und Abbauzeiten abgeschlossen. Die Versicherungsprämie richtet sich nach dem Wert des Equipments und der Dauer der Veranstaltung.

Für Technikverleiher gibt es den gleichen Versicherungsschutz als Jahresvertrag.

Weitere Versicherungen:

Garderobenversicherung

Versichert ist die Garderobe der Besucher. Mit Zahlung der Versicherungsprämie werden vom Versicherer Garderobenmarken übergeben, die bei Übergabe der Garderobe dem Besucher ausgehändigt werden. Damit besteht Versicherungsschutz.

Rechtsschutzversicherung

Die Veranstaltungsrechtsschutzversicherung bietet Rechtsschutz für Veranstaltungen oder Veranstaltungsreihen. Besondere juristische Bereiche, wie zum Beispiel Urheberrechtsschutz sind hier mitversichert.

Gewinnspielversicherung

Versicherungsschutz für ausländische Gäste

Gruppenunfallversicherung für das Ensemble

Ausstellungsversicherungen

Kunstversicherungen

Tipps

Lassen Sie sich vom Spezialisten beraten. Es gibt eine Reihe von Versicherungsmaklern, die sich auf das Versicherung von Veranstaltungen spezialisiert haben. Es werden branchenspezifische Produkte empfohlen, die sowohl kurzfristig oder auch als Jahresverträge abgeschlossen werden können.



ONLINE

[eventversicherungen.com](http://www.eventversicherungen.com)

... Machen Versicherungen Events sicherer?

Achten Sie bei den Angeboten vor allem auf Versicherungssummen und Selbstbeteiligungen. Achten Sie darauf, dass Schäden an den gemieteten Gebäuden mit versichert sind.

Bei Versichern von eventbezogenen Berufen, achten Sie auf die korrekte Berufsbezeichnung. Oft helfen Fragebogen bei der Berufsbezeichnung, die dann Grundlage des Versicherungsvertrages werden.

Achten Sie darauf, dass die von Ihnen beauftragten Firmen und Gewerke ausreichende Kompetenz und Erfahrung für die gestellte Aufgabe haben und über ausreichenden Versicherungsschutz verfügen.

Lassen Sie sich nicht die Freude und den Spaß beim Ausrichten einer Veranstaltung nehmen. 

HERBSTTAGUNGEN IN WOLFENBÜTTEL

Alte Meister oder: Wie Ältere Kompetenzen in kultureller Bildung leben und nutzen vom 28. bis 30. November 2007

Wir fragen nach den kulturellen Erfahrungen und Haltungen Älterer und danach, wie sie ihre Vermittlungskompetenzen in Kultur und Bildung zum Nutzen aller aufbauen und einsetzen können. Die Einbeziehung authentischer Erfahrungen aus dem europäischen Ausland ermöglicht den Vergleich mit anderen Ansätzen und Erfahrungen.

Programm: <http://www.bundesakademie.de/pdf/kd207.pdf>

Vorstellung des Kulturwirtschaftsberichtes Niedersachsen 2007 vom 10. bis 11. Dezember 2007

Wir diskutieren über Rahmenbedingungen der Kulturwirtschaft sowie über konkrete Fragen der Förderpolitik und Förderpraxis unter neuen Blickwinkeln. Im Fokus der Tagung steht – neben der Vorstellung des Berichts – die Diskussion zur Strategienbildung für kulturpolitisches Handeln.

Programm: <http://www.bundesakademie.de/pdf/BK3307.pdf>

Wir schicken Ihnen auch gerne die Tagungsflyer oder unser gedrucktes Programm zu: Bundesakademie Wolfenbüttel, Postfach 1140, D-38281 Wolfenbüttel, Telefon 05331.808-419, Fax 05331.808-413 post@bundesakademie.de

www.bundesakademie.de



**Bundesakademie
für kulturelle Bildung
Wolfenbüttel**



Auf die Bedürfnisse von Musikern zuschneiden

Birgit Rolfes ist Leiterin der Abteilung Kunst- und Musikversicherung bei der Mannheimer. Im Gespräch mit KM unterstreicht sie die Bedeutung dieses speziellen Bereiches für ihr Unternehmen.

Das Interview führte Dirk Heinze, Chefredakteur

KM Magazin: Frau Rolfes, Sie gelten als Marktführer bei Künstlerversicherungen, insbesondere was die Darstellende Kunst betrifft. Die Kulturbranche gilt aber doch für viele Dienstleister als wenig lukrativ. Warum haben Sie sich dennoch auf diesen Sektor spezialisiert?

Birgit Rolfes: Zum einen hängt das sicherlich mit unserem Engagement im Dienst der Darstellenden Künste zusammen. Wir sind ein Versicherer, der sich mit dem Mittelstand und den Künstlerzielgruppen auseinandersetzt.

KM: Wie setzen Sie sich gegenüber der Konkurrenz ab?

BR: Uns unterscheidet vor allem unsere langjährige Erfahrung. Wir sind der Versicherer, der sich am längsten mit der Musikinstrumentenversicherung beschäftigt. Wir betreiben eine aufwändige Verbandsarbeit und führen einen regen Informationsaustausch z.B. mit den Geigenbauern durch, sodass wir auf einen ganz anderen Erfahrungshorizont und ein großes Know-how zurückgreifen können.

KM: Nun könnten einige unsere Leser in Ihrem Gewerbe berufliche Perspektiven sehen, wenn sie etwas von Instrumentenbau und dem Kunstbetrieb verstehen. Woher kommen Ihre Fachkräfte?

BR: Wir als Abteilung betreuen neben der Instrumentenversicherung auch die Kunstversicherung. Von daher sind ein Großteil unserer Mitarbeiter Kunsthistoriker, die entsprechend eine besondere Affinität und Sachkenntnis zur Kunst mitbringen. Es ist aber nicht so, dass wir ausgewiesene Geigenbauer im Haus haben. Da setzen wir auf unsere langjährigen Mitarbeiter ebenso wie auf die Zusammenarbeit mit Verbänden und Instrumentenbauern, die Wertschätzungen vornehmen. In der Kunstversicherung wiederum führen wir selbst Expertisen durch.

KM: Wie häufig kommt es eigentlich vor, dass ein Musikinstrument kaputt geht oder gestohlen wird?

BR: Solange man einige Vorsichtsmaßnahmen einhält, ist der Diebstahl zum Glück kein verbreitetes Schadenereignis. Kleinere Beschädigungen hingegen kommen ständig vor. Auch dem aufmerksamsten Musiker passiert es früher oder später einmal, dass das Instrument irgendwo unsanft abgesetzt wird,



ONLINE

mannheimer.de

... Auf die Bedürfnisse von Musikern zuschneiden

Kratzer oder Risse bekommt. Bei aller Sorgfalt und Umsicht lassen sich solche Fälle nicht völlig vermeiden, wenn z.B. ein Musiker unter Zeitdruck in ein Taxi einsteigt und dabei die Autotür über den Geigenkoffer zuschlägt.

KM: Stellen wir uns nun vor, ein Instrument geht unmittelbar vor einem wichtigen Auftritt kaputt oder wird gestohlen. Unterstützen Sie den Musiker, wenn er bei Ihnen versichert ist, in so einer Situation mit einem Ersatzinstrument?

BR: Wir haben Instrumente in der *Sinfonima-Stiftung*, und ein Nothilfeservice ist ein sehr guter Gedanke, den ich in unser Innovationsteam einbringen werde. Unsere Unterstützung geht dahin, dass wir in ganz kurzer Zeit den entsprechenden Verband informieren, dass ein Instrument gestohlen worden ist, um den Kontakt zwischen den Dieben und einschlägig bekannten Hehlern zu unterbinden. Wir arbeiten auch mit dem *Art Loss Register* (siehe Beitrag in dieser Ausgabe, Anm.d.Red.) zusammen. Dort werden Kunstgegenstände sowie wertvolle Instrumente aufgelistet und auf dem internationalen Kunstmarkt gesucht. Diese Zusammenarbeit hat schon viele kostbare Stücke wiedergebracht.

KM: Was bieten Sie für die Zielgruppe Künstler noch an?

BR: Wir bieten u.a. eine spezielle Unfallversicherung an, die anders als bei einer normalen Versicherung auf die Bedürfnisse eines Musikers zugeschnitten ist. Sie müssen sich vorstellen, dass normalerweise für alle Körperteile bestimmte Prozentsätze bei Entschädigungen angesetzt werden. Ein Musiker erleidet mit Verletzungen an Händen oder Fingern einen sehr viel größeren Schaden. Daher gibt es bei uns für die verschiedenen Musikgruppen eine spezifische *Gliedertaxe*.

KM: Was haben Sie sich für die nähere Zukunft vorgenommen? Welche Herausforderungen gibt es, auf die Sie reagieren müssen?

BR: Im Moment gibt es eine Gesetzesvorlage, die sich mit dem Gehörschutz von Musikern beschäftigt. Das ist natürlich ein Punkt, den wir als Versicherer mit Aufmerksamkeit verfolgen und unterstützen. Wir werden uns damit befassen und unsere Kunden mit entsprechenden Materialien und Veranstaltungen informieren.¶



Seitensprünge

Linksammlung zum Thema Versicherung

Kunstversicherungen

- Axa Art
www.axa-art.de/servlet/PB/menu/-1/index.html
- Mannheimer Versicherungen
www.mannheimer.de/firmenkunden/artima
- Allianz Kunstversicherung
www.allianz.de/produkte/bauen_wohnen/kunst/
- Nationale Suisse Artas
www.nationalesuisse.ch/380/403/1735.asp

Musikversicherungen

- Übersichten Musikerversicherung (1)
www.musikerversicherung.de
- Übersichten Musikerversicherung (2)
www.musiker-versicherungen.de
- Instrumentenversicherung Sinfonima
www.mannheimer.de/privatkunden/sinfonima/

Verbände

- Verband der öffentlichen Versicherer
www.foev.de/web/export/sites/foev/
- Verband Deutsche Versicherer
www.gdv.de
- Versicherungsverband Österreich
www.vvo.at
- Schweizerischer Versicherungsverband
www.svv.ch

Versicherungsvergleich

- www.forium.de
- www.versicherungsvergleich.org
- www.versicherungsvergleich.de
- www.versicherungsvergleiche.biz
- www.versicherungvergleich.info
- www.insurance1.de



Eigentlich eine einfache Regelung

Interview mit Dr. Barbara Hendricks, Parlamentarische Staatssekretärin beim Bundesminister der Finanzen

Am 26.10. haben die Delegierten des SPD-Bundesparteitages Dr. Barbara Hendricks zur neuen Schatzmeisterin ihrer Partei gewählt. Zuvor sprachen wir mit der Finanzexpertin über Fragen der Ausländersteuer und den Leitantrag Kultur.

Das Interview führte Tobias Werner, Korrespondent, Berlin
Email: tw (at) kulturmanagement.net

Tobias Werner: Frau Dr. Hendricks, als Parlamentarische Staatssekretärin beim Bundesminister der Finanzen sind Sie maßgeblich an der Gestaltung der finanzpolitischen und steuerrechtlichen Rahmenbedingungen in Deutschland beteiligt. Welchen Stellenwert nimmt dabei die Kultur- bzw. Kreativwirtschaft im Finanzministerium ein?

Dr. Barbara Hendricks: Die Kultur- oder Kreativwirtschaft nimmt in unserer Arbeit einen durchaus hohen Stellenwert ein. Schon allein wegen der fachlichen Zuständigkeiten ergeben sich viele Berührungspunkte, z.B. im Steuerrecht, aber natürlich auch im Haushaltsrecht. Wir nehmen auch die Enquete-Kommission im Deutschen Bundestag, die sich seit einiger Zeit auch mit der Kulturwirtschaft beschäftigt, sehr ernst. Das beinhaltet auch die sozialen Aspekte der Künstlerinnen und Künstler. Sie sehen daran, dass sich nicht nur die Mitglieder des Deutschen Bundestages, sondern auch des Finanzministeriums mit diesen Fragen auseinandersetzen.

TW: Finanz- und Steuerpolitik beeinflussen die Attraktivität des Standortes Deutschland in vielfacher Weise. Die Veranstaltungswirtschaft, zu der nicht nur die kommerzielle Musikwirtschaft zählt, sondern auch die weltweit einzigartige Theater- und Opernlandschaft in Deutschland, spielt dabei keine Rolle?

BH: Die Veranstaltungswirtschaft ist im Bereich der Kulturwirtschaft eine wichtige Sparte. Ich weise allerdings darauf hin, dass die Förderung von nicht kommerziellen Einrichtungen im Regelfall den Kommunen obliegt. Daneben gibt es Staatstheater und Landesmuseen, die in der Regel in Obhut der Länder liegen. Darüber hinaus gibt es ein paar Ausnahmen, die sich insbesondere auf Berlin als Bundeshauptstadt beziehen und bei denen der Bund in besonderer Weise Finanzverantwortung übernimmt.

TW: Wie sieht es aber mit der Ausländersteuer in Deutschland aus?



... eine einfache Regelung

BH: Es geht hierbei um die Frage, wie das Besteuerungsverfahren nicht nur bei uns, sondern auch in den anderen Ländern durchgeführt wird. Grundprinzip der Doppelbesteuerungsabkommen, die wir mit allen unseren Nachbarn und mit zahlreichen Ländern weltweit abgeschlossen haben, ist die Gegenseitigkeit. Von daher gibt es dort in der Regel auch einen vergleichbaren Steuerabzug. Ob das immer praktikabel ist, ist eine andere Frage. Von der rechtlichen Systematik her sind wir da aber zunächst alle gleich. Zurzeit überprüfen wir, ob man nicht zu anderen Verfahren kommen könnte. Das würde aber bedeuten, dass wir uns mit unseren Nachbarn über geänderte Verfahren unterhalten müssten. Wenn wir darauf verzichten würden, die Steuer von ausländischen Künstlern und ausländischen Sportlern einnehmen zu wollen, dann müsste dieses natürlich auf Gegenseitigkeit auch in anderen Staaten geschehen.

TW: Die Niederländer haben Anfang des Jahres das Besteuerungsverfahren ausgesetzt. Schauen Sie bei der eigenen Gestaltung des Besteuerungsverfahrens auch auf das europäische Ausland und orientieren sich gegebenenfalls an den dort gemachten Erfahrungen?

BH: In der Tat wurde in den Niederlanden das Besteuerungsverfahren ausgesetzt. Dies geschah vermutlich in erster Linie aus Gründen der Verwaltungsvereinfachung. Denn es handelt sich hier um Sachverhalte, bei denen der Steuerschuldner nicht im Inland ansässig ist. Die Verwirklichung des Steueranspruchs ist in solchen Fällen in der Regel schwierig. Hier haben wir in Deutschland mit dem Pauschalbesteuerungsverfahren eine sehr einfache Lösung. Die abzuführende Steuer beträgt 20% vom bezahlten Bruttoentgelt. Das berücksichtigt in pauschaler Weise die Aufwendungen, die zur Erzielung dieses Einkommens notwendig waren; einfach ausgedrückt: die Hälfte des Höchststeuersatzes. Der dahinter stehende Gedanke ist, dass die Hälfte dessen, was jemand eingenommen hat, nötig ist, um diese Einnahmen zu erzielen. Und auf die andere Hälfte wird dann der Höchststeuersatz angewandt. Das zusammen genommen ergibt 20% auf den Bruttoumsatz. Allerdings ist es aufgrund der Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofs jetzt etwas schwieriger geworden, diese einfache Regelung so anzuwenden.

TW: Was passiert, wenn die Prämisse, dass 50% der Einnahmen Kosten sind, nicht mehr stimmt?

BH: Wir haben nach einem entsprechenden Urteil des Europäischen Gerichtshofs vom vergangenen Jahr die Verwaltungspraxis geändert. Das bedeutet, dass die Steuerpflichtigen nunmehr die Möglichkeit haben, nach dem Nettoprinzip vorzugehen und alle Betriebsausgaben zu berücksichtigen. Wahlweise können sie aber auch nach dem bisherigen Verfahren vorgehen. Dadurch kommt eine gewisse Komplizierung zustande, weil man jetzt zwei Besteuerungsmöglichkeiten hat. Wir wollten aber eben nicht ausschließlich das Nettoprinzip anwenden.



... eine einfache Regelung

TW: Welchen Einfluss hat das EuGH-Urteil in Bezug auf das deutsche Steuerabzugsverfahren?

BH: Der Gesetzgeber in Deutschland wird sich möglicherweise vor dem Hintergrund des EuGH-Urteils noch einmal damit befassen müssen. Ich erwähnte ja, dass wir zurzeit prüfen, ob wir zu anderen Möglichkeiten der Besteuerung ausländischer Künstler und Sportler kommen können. Das muß aber auch auf Gegenseitigkeit zumindest mit unseren Nachbarländern aber auch mit den Staaten umgesetzt werden, mit denen wir auch Doppelbesteuerungsabkommen haben und zwischen denen auch ein reger Austausch von Künstler und Sportlern stattfindet. Dafür brauchen wir aller Voraussicht nach eine gesetzliche Änderung und nicht nur zwischenstaatliche Abkommen. Es reicht allerdings auch nicht aus, allein das inländische Recht zu ändern. Hier müssen wir auf bilateraler Ebene handeln. Sie sehen daran schon, wie komplex das Verfahren ist, hier eine der Rechtsprechung des EuGH entsprechende Regelung zu finden. Der derzeitigen Regelung, die wir im Verwaltungswege getroffen haben, wird ja vorgeworfen, dass sie das Urteil des EuGH nicht vollständig umsetze. Wenn der EuGH das in Zweifel stellt, dann beseitigt er die Steuerregime fast aller europäischen Staaten. Die Niederlande haben das Besteuerungsverfahren zwar ausgesetzt, aber dort ist der Künstlermarkt auch nicht so groß wie in anderen Ländern und die Relevanz daher niedriger.

TW: Über welche Größenordnung reden wir denn bei der Besteuerung ausländischer Künstler in Deutschland?

BH: Darüber gibt es keine verlässliche Datenbasis. Aber es geht hier auch um die Systematik der Besteuerung, deren wesentlicher Grundsatz die Gleichbehandlung ist. Inländische Künstler müssen ihr Einkommen schließlich ebenfalls versteuern. Schon allein deshalb können wir die ausländischen Künstler nicht von der Besteuerung ihres im Inland erzielten Einkommens freistellen. Gleiche Sachverhalte müssen gleich behandelt werden.

TW: Aber derzeit ist es so, dass die deutschen Veranstalter sich aufgrund des derzeitigen Besteuerungsverfahrens in einem Wettbewerbsnachteil gegenüber Kollegen im Ausland sehen.

BH: Ich sehe nicht, dass sich aus den steuerrechtlichen Vorschriften für die Besteuerung beschränkter Steuerpflichtiger ein Wettbewerbsnachteil für deutsche Veranstalter ergibt. Denn ich sagte ja eben schon, dass andere Länder diese Vorschrift in gleicher Weise haben. Von daher kann kein Wettbewerbsnachteil entstehen. Der Regelfall ist ja so, dass die Veranstalter für ihre auftretenden Künstler die Steuern abführen müssen und mit diesen Nettoverträge anschließen. Aber diese Regelung besteht in den anderen Ländern genauso.

TW: Als Mitglied des Parteivorstandes haben Sie den Leitantrag „Kultur ist unsere Zukunft“ für den SPD-Bundesparteitag mit verfasst. Warum nimmt



... eine einfache Regelung

die Kultur in der Politik einen so hohen Stellenwert ein? Spiegelt sich die politische Bedeutung auch in der Gesellschaft wider?

BH: Ich glaube, dass das ein sich befruchtender Prozesse zwischen Politik und Kultur ist. Die deutsche Sozialdemokratie hat schon immer eine enge Verbindung und Nähe zu in Deutschland wichtigen im kulturellen Bereich tätigen Personen gehabt. Das fängt an mit Willy Brandt und Günter Grass, dessen 80. Geburtstag wir vor kurzem gefeiert haben. Wir als Sozialdemokraten wissen, dass Kultur letztlich zum täglich Brot gehört.


TW: Reagiert die SPD mit dem Leitantrag nicht vielmehr auf die derzeitige Entwicklung als dass sie einen Impuls gibt?

BH: Das Initiieren von Impulsen gehört natürlich dazu. Aber im Gegenzug bekommen wir natürlich auch Impulse. Deswegen glaube ich auch, dass das ein sich gegenseitig befruchtender Prozess ist. Ich denke manchmal, dass dies in Deutschland noch mehr entwickelt werden sollte. Es findet zum Beispiel in Deutschland anders als in Frankreich keine Auseinandersetzung zwischen Politik und Wissenschaft auf einer philosophischen Ebene statt. In Frankreich gibt es tatsächlich eine philosophische Debatte über die Grundfesten der Gesellschaft. Ich bedaure manchmal, dass die Professorenschaft in Deutschland sich verhältnismäßig wenig in die gesellschaftliche Debatte einmischt.

TW: Welche Auswirkungen kann ein solcher Leitantrag im Idealfall haben?

BH: Ein Leitantrag stellt einen Rahmen für konkretes Handeln dar, das auf allen Ebenen stattfinden muss. Das beeinflusst zum Beispiel auch die Kommunalpolitik, wo ganz viele für die Kultur und die Kulturwirtschaft verbundene Entscheidungen fallen.

TW: Vielen Dank für das Gespräch!

Dr. Barbara Hendricks ist seit 1994 Mitglied des Deutschen Bundestages und seit Oktober 1998 Parlamentarische Staatssekretärin beim Bundesminister der Finanzen. In dieser Funktion unterstützt sie den Bundesminister in finanz- und wirtschaftspolitischen Grundsatzfragen, in allen Fragen von Steuern und Abgaben sowie auf den Gebieten der Finanzbeziehungen zwischen Bund und Ländern und der nationalen und internationalen Finanzmarkt- und Währungspolitik. Auf dem jüngsten SPD-Parteitag wurde sie zur Schatzmeisterin gewählt. 



HANS-JOACHIM
FREY

Jg. 1965, Opernsänger und
Diplom Musiktheaterregie
sowie Kulturmanagement
in Hamburg. Lehraufträge
im Kulturmanagement an
den Musikhochschulen in
Hamburg, Weimar sowie an
der Hochschule Bremen.
1993-1995 Künstlerischer
Betriebsdirektor am Theater
Eisenach, dann bis 1997
Künstlerischer Betriebsdi-
rektor am Bremer Theater.
Von Mai 1997 bis April 2007
Künstlerischer Betriebsdi-
rektor und dann Operndi-
rektor der Semperoper. Seit
August 2007 ist er General-
intendant des Theater Bre-
men. Hans-Joachim Frey ist
Gründer und Vorstands-
sprecher des 2003 gegründe-
ten Internationalen Forum
für Kultur und Wirtschaft,
FORUM TIBERIUS in
Dresden.

Eine kulturelle Antwort auf Davos

Die bevorstehende Gründung des World Culture Forum in Dresden

Das Forum Tiberius – Internationales Forum für Kultur und Wirtschaft wurde 2003 in Dresden gegründet. Ziel des Forum Tiberius ist es, unter dem Motto „Was kann Kultur für die Wirtschaft leisten?“, den Dialog zwischen Kultur und Wirtschaft zu intensivieren. Das Forum dient dabei als Verortung für Vertreter aus Kultur, Wirtschaft, Politik und Wissenschaft. Neben Vortragsveranstaltungen wurde der Internationale Gesangswettbewerb der Italienischen Oper „Competizione dell’ Opera“ sowie der Internationale Klavierwettbewerb „Anton G. Rubinstein“ etabliert. Nun folgt am 23. bis 25. November 2007 das Gründungssymposium des World Culture Forum (WCF) in Dresden. Ein grosse Initiative, die die kulturelle Antwort auf Davos bedeuten kann.

Ein Interview von Mario Zetzsche, Korrespondent, Riga
Email: mz (at) kulturmanagement.net

KM: Sie sind seit August Generalintendant am Theater in Bremen. Werden Sie bezüglich des Engagements für das *Forum Tiberius* in Dresden noch in gleichem Umfang aktiv bleiben, zumal Sie in einem früheren Interview die Gründung eines Forums in Bremen erwähnt haben?



HJF: Das von mir gegründete Forum Tiberius ist mein Kind. Das *Forum Tiberius* hat ja auch das Alleinstellungsmerkmal für die Wechselbeziehungen zwischen Kultur und Wirtschaft. Das will ich so schnell nicht aufgeben. Ob ich die nächsten fünf Jahre durchhalte, oder ob ich nach ein bis zwei Jahren sage „ich werde zu alt“ – das mag dahingestellt sein.

In Bremen habe ich auch ein Forum gegründet. Aber das ist kein Netzwerk für Kultur und Wirtschaft, sondern ein Förderkreis für das Theater, das über das Fördern weit hinaus geht. Dies ist ein Netzwerkzyklus um das Theater Bremen das die Synergien zwischen Kultur und Wirtschaft, aus einer Institution heraus, verbindet. Die Anbindung an das Theater ist der Unterschied. Im Gegensatz dazu reflektiert Dresden ganz elementar die Wechselbeziehungen. Dresden ist unabhängig und gehört nicht zu einer Institution, während das Bremer Forum am Theater angebunden ist.



... Interview mit Hans-Joachim Frey

KM: Herr Frey, das *Forum Tiberius* hat erfolgreich einen Gesangswettbewerb, einen Klavierwettbewerb und Vortragsveranstaltungen durchgeführt. Nun soll ein *World Culture Forum* (WCF) in Dresden etabliert werden. Wie kam es zu dieser Initiative?

HJF: Den Traum, eines Tages ein Weltkultur-Gipfel als Antwort auf Davos durchzuführen, hatten wir schon von Anfang an. Aber das ist ein großes Unterfangen. Als erstes galt es, die Grundlage mit dem Forum und den Mitgliedern zu schaffen, wir mussten finanziert werden und reflektieren, was wir geschafft haben. Jetzt gehen wir in die nächste Stufe. Wenn wir ein Weltkulturforum gründen wollen, dann brauchen wir eine breite Basis, gerade wenn das in dem Maße geschehen soll wie in Davos. Der Weltwirtschaftsgipfel in der Schweiz hat heute 10.000 Besucher und ist ein großer Erfolg. Um das selbst zu erreichen, muss man aber erstmal klein anfangen. Auch Davos hat mit 200 Leuten klein angefangen. Also haben wir uns entschlossen, eine Gründerinitiative 2007 aus Dresden - zunächst bezogen auf den deutschen Raum - durchzuführen. Im Februar 2009 soll dann das gleiche noch mal, aber in größerer Form auf europäischer Ebene stattfinden. Wir befassen uns dann aus europäischer Sicht mit den Fragen „Wie ist die Reflexion auf Kultur in unserer Gesellschaft?“, „Wie ist der Stellenwert der Kultur?“. Schritt für Schritt soll von der sächsischen Basis, über die deutsche bis zur europäischen Ebene im Februar 2009 das Netzwerk und die Akzeptanz für einen ersten *Weltkulturgipfel* im Herbst 2010 erreicht werden.

KM: Lassen Sie uns etwas in den Ablauf schauen. Welchen programmatischen Schwerpunkt haben Sie gesetzt?

HJF: Wir wollen ganz breit reflektieren „Was ist die Basis unserer Gesellschaft?“, „Wie setzt sich unsere Gesellschaft eigentlich zusammen?“, „Was ist die Balance unserer Gesellschaft?“. Kultur ist eben alles das, was nicht Natur ist. Zur Kultur gehört eben auch die Wirtschaft. Es ist daher interessant, das Verhältnis zwischen beidem zu untersuchen und zu zeigen, dass nicht alles aus der Brille der Wirtschaft und des Mehrwertes zu betrachten ist. Die Kunst, die Schönheit der Kunst und die Bildung – all das bleibt im Hintergrund. Gibt es nicht eine viel größere Resonanz, sich mit künstlerischen Fragen oder mit Kultur generell auseinander zu setzen? Es gilt den Stellenwert der Kultur in unserem Blickfeld zu vergrößern- das ist das eigentlich das Ziel.

KM: Mittlerweile gibt es mehrere Weltkulturforen überall auf der Welt. Wodurch unterscheidet sich die Dresdner Initiative?

HJF: Beispielsweise gab es in Sao Paulo und in Kanada Weltkulturforen. Diese setzen sich aber mehr mit ethnologischen Fragen der „Kulturen“ auseinander. Dabei wird dann untersucht, wie südamerikanische Kulturen untereinander funktionieren und wo es Deckungen gibt. Uns geht es vor allem um den abendländischen Begriff. Alle Welt rezipiert diese Art von Kunst oder Kultur. Betrachten Sie China oder Japan: dort ist die europäische Kunst ganz



... Interview mit Hans-Joachim Frey

groß. Aus diesem Nukleus gehen wir eine ganzheitliche Betrachtung an: „Was hält unsere Gesellschaft zusammen?“, „Was hält unsere gesamte Weltkultur zusammen?“ und „Wo sind Berührungspunkte und Schnittmengen mit der anderen?“. Das ist also eine mehr inhaltliche Herangehensweise als zu zeigen, was die Japanische oder die Chinesische Kultur in ethnologischer Hinsicht auszeichnet. Wir nehmen also eine andere Herangehensweise – aus der Schönheit der Künste, aus der Kultur.

KM: Das Motto des *Forum Tiberius* lautet „Was kann die Kultur für die Wirtschaft leisten?“. Wie wird das in Hinblick auf das WCF umgesetzt?

HJF: Das sind zwei Herangehensweisen. Das Motto unseres Dresdner Forums ist ein pragmatischer Begriff. Damit wollen wir nachweisen, dass der Umgang mit der Ressource Kultur, wenn man ihn richtig macht, sehr viel mehr ist und auch ökonomische Vorteile hat. Das tut jetzt auch der Kulturstaaatsminister. Er wird ein Referat einrichten, das sich in Zukunft mit der „Kulturwirtschaft“ befasst. Kultur kann halt auch lobbyistisch sehr viel leisten. Das tun wir in dem Dresdener Forum. Was wir darüber hinaus beim Dresdner Weltkulturforum tun, ist natürlich nicht, dass wir Kultur in eine untergeordnete dienende Funktion gegenüber der Wirtschaft bringen. Sondern wir wollen eine gemeinsame Reflexion unternehmen. Wir schauen, ob die Gesellschaft und die Kultur überhaupt noch funktionieren, wenn nicht die Balance wieder hergestellt werden kann. Wir wollen, dass die Wirtschaft auch wieder stärker auf die Kultur, auf Kunst, auf Bildung, auf Religion hört und dass man sich wieder enger untereinander verzahnt.

KM: Die Verzahnung von Kultur und Wirtschaft wird offenbar groß geschrieben. Welche Rolle spielt Kulturmanagement bei dem WCF?

HJF: Als Kulturmanagement vor 15 Jahren begann, war von je her schon die Symbiose, die Brücke zwischen beiden Bereichen vorhanden. Dabei wurden Kulturschaffende mit der Wirtschaft vertraut gemacht oder haben eine Wirtschaftsausbildung bekommen. Sie haben eine Managerausbildung erhalten, um generell Kulturunternehmen zu führen oder an entscheidender Stelle tätig zu werden. Insofern sind die jungen Kulturmanager natürlich eine ganz wichtige Brücke. Kulturmanagement ist sozusagen die Basis, wie sie es vielleicht zukünftig auch diejenigen sind, die dieses Spannungsfeld ausbauen und auch kommunizieren können.

KM: Wird dann auch Kulturmanagement als Themenbereich angesprochen?

HJF: Nicht vordergründig. Was wir jetzt tun, ist die gesamtgesellschaftliche Balance zu untersuchen. Wir haben sechs verschiedene Felder, die das Verhältnis der Wirtschaft zur Kultur beleuchten, die das Selbstverständnis der Kultur hinterfragen, die das Verhältnis zur Bildung untersuchen oder nach den Funktionen von Lebensräumen und Städten fragen. Sind die Lebensräume mehr kultur- oder sind sie mehr wirtschaftsprägend? Wie weit funktioniert Religion in diesem Spannungsfeld? In der praktischen Durchführung



... Interview mit Hans-Joachim Frey

ist natürlich Kulturmanagement ein signifikantes Beispiel, wie eine Verzahnung von zwei verschiedenen Teilbereichen schon sehr gut funktioniert und in dem auch ein neuer Beruf entstanden ist.

MZ: Sie haben schon einen Einblick in den programmatischen Teil des WCF gegeben. Wer und welche Themen werden erwartet?

HJF: Wir werden Referate und Podiumsdiskussionen haben, auf denen die Teilnehmer untereinander diskutieren. Wir haben ein Podium, auf der die Frage nach der Wahrnehmung der Kultur in unserer Gesellschaft diskutiert wird. Spielt die Kultur noch eine Rolle? Es kommen auch Intendanten aus dem Fernsehen, um den Quotenbegriff zu diskutieren, weil wir nachweisen wollen, dass Kultur immer weiter in den Hintergrund gerät und dass wir uns einfach klar darüber werden, dass der Umgang mit Kultur sehr viel mehr ist.

Referenten sind z.B. Elke Heidenreich, es kommen Christoph Schlingensiefel und Katharina Wagner, es kommen große Architekten wie Prof. Stephan Braunfels oder Prof. Dr. Gunter Henn, verschiedene Unternehmer von *Audi* bis zu *Altana* oder auch Prof. Dr. Kurt Biedenkopf werden diskutieren. Wir werden die Wahrnehmung der Kultur in der Gesellschaft, die Kultur der Lebensräume ansprechen. Wir bearbeiten Themen zu Religionen, Bildung, zum Verhältnis zur Wirtschaft und der Schönheit der Künste an sich.

KM: Können Sie etwas zum Veranstaltungsort Dresden sagen?

HJF: Dresden hat ein ganz besonderes Spezifikum, das fällt mir jetzt aus der Distanz ganz besonders auf, wo ich jetzt nur noch für einzelne Projekte und Termine kommen kann. Dresden hat die Geschichte der Zerstörung, Dresden ist aber eine ganz große alte Kulturstadt, wo Richard Strauss oder Wagner gewirkt haben. Die Stadt mit der *Frauenkirche*, der *Semperoper* und dem *Zwinger*, die als Kulturorte, die Stadt bereits vor dem 2. Weltkrieg geprägt haben. Dresden steht für eine Kulturstadt, die auch überschaubar ist. So wie Davos in der Schweiz auch überschaubar ist. Als Impulsgeber für ein neues Europa ist Dresden natürlich ganz wichtig. Die Stadt liegt 40 km vor der tschechischen Grenze und 80 km vor der polnischen Grenze. Damit ist Dresden eine alte Brücke eines neuen Europa zwischen Berlin-Dresden-Prag-Wien und Budapest dar. In diese alte Achse wollen wir hinein fokussieren. Dresden scheint daher der richtige Ausgangspunkt für einen beginnenden Dialog zu sein.

KM: Was ist Ihre Vision für einen *Weltkulturgipfel* in Dresden, gerade in Hinblick auf die Erfolgsgeschichte in Davos?

HJF: In Davos spricht der amerikanische Präsident, dort werden natürlich auch großartige Geschäfte gemacht. Da wird der Welthandel, die Weltwirtschaft untersucht. Ob das Kultur trotz der Abwesenheit materieller Werte jemals schafft, bleibt fraglich. Deswegen ist es auch wichtig, dass Kultur mit der Wirtschaft reflektiert wird. Es wird auch schwer werden, die Wirtschaft



ONLINE

wcf-dresden.com

forum-tiberius.org

... Interview mit Hans-Joachim Frey

langfristig ins Boot zu bekommen ohne zu zeigen, dass hier wirklich etwas passiert. Nach wie vor gibt es genug Leute, die mit Kultur überhaupt keine Verbindungen haben und denen der Aktienindex wichtig ist. Auf der anderen Seite finden Sie aber auch diejenigen, denen Unternehmenskultur, Netzwerke, Internationalität, die Schönheit der Künste, das Image und die Identität ein Bedürfnis sind. Dafür sind eben Kulturfragen bedeutsam. Wenn das langfristig gepflegt wird, dann birgt das auch neue ökonomische Ressourcen.

Deswegen hoffe ich, dass diese Initiative dazu führt, dass der Stellenwert von Kultur in unserer Gesellschaft in Deutschland und Europa oder vielleicht auch in der Welt unter ganz neuer Prämisse neu diskutiert und intensiviert wird. Ich hoffe natürlich auch - das möchte ich aber nicht an Zahlen festmachen - dass das WCF 2010/11 ein jährliches oder alle zwei Jahre stattfindender Großkongress, zu ganz relevanten Fragen unserer Gesellschaft wird. Hier sollen die wichtigen Zusammenhänge unserer Kultur diskutiert werden. Wenn wir das schaffen, dann wäre dieser Traum in Erfüllung gegangen.

KM: Herr Frey, ich bedanke mich ganz herzlich für das Interview. ¶

- Anzeige -

Neuerscheinung

Das barrierefreie Museum – dieses Thema gewinnt in der deutschen und europäischen Museumslandschaft zunehmend an Bedeutung. In dem sich Museen vermehrt auf die Bedürfnisse älterer und behinderter Museumsbesucher einstellen, tragen sie in wachsendem Maße ihrem bildungspolitischen und gesellschaftlichen Auftrag Rechnung. Dieses Buch stellt die unterschiedlichen Fähigkeiten und Bedürfnisse von Menschen mit Behinderungen in Museen vor und präsentiert ausgewählte nationale sowie internationale Beispiele, in denen große wie kleine Museen erfolgreich Wege zur Barrierefreiheit beschritten haben. Das Buch enthält darüber hinaus ausführliche Servicebeiträge, in denen von Informationen über die rechtlichen Rahmenbedingungen, über das Marketing bis hin zur Finanzierung das Thema der barrierefreien Museums-gestaltung mit seinen vielfältigen Facetten praxisnah dargestellt wird.

Patrick S. Föhl, Stefanie Erdrich, Hartmut John, Karin Maaß (Hg.):
Das barrierefreie Museum. Theorie und Praxis einer besseren Zugänglichkeit. Ein Handbuch, 518 S., kart., 46,80 €, ISBN: 978-3-89942-576-5
Details und Bestellung: www.transcript-verlag.de/ts576/ts576.htm

**AUTOREN**

Elmar D. Konrad

VERLAG

Waxmann, 11/2006

ISBN

3830917104

Unternehmertum und Führungsverhalten im Kulturbereich

Rezension von Dirk Schütz, Kulturmanagement Network

Spätestens seit der neue Hoffnungsträger und extrem dynamische Superwirtschaftszweig der Kultur- und Kreativwirtschaft in aller Kultur- und Wirtschaftspolitiker Munde ist, rückt auch das Kulturunternehmertum immer mehr in den Fokus der Betrachtung, entert es die Podien diverser Kongresse und Symposien europaweit. Und obwohl es diesen speziellen Unternehmertyp nicht erst seit den letzten 5-10 Jahren gibt, gab es bisher kaum Literatur, wurde dieser besondere Bereich der Kultur und Wirtschaft selten wissenschaftlich betrachtet oder untersucht. Das Buch von Elmar Konrad füllt hier also eine Lücke und gibt eine Fülle von Informationen und Denkanstößen, ja regt sogar eine wichtige Reformation der Kulturmanagementtheorie an.

Dass das Kulturunternehmertum und die besonderen Führungsaspekte bisher keine Berücksichtigung in den meisten deutschsprachigen Kulturmanagement-Studiengängen fand, verwundert schon sehr. Und spätestens die Gründung spezieller Lehrstühle für Entrepreneurship an deutschen Hochschulen und Universitäten hätte den Lehrenden und Verantwortlichen ein deutliches Signal geben müssen. Zudem war bereits Anfang der 90er Jahre absehbar, dass es im Kulturbereich zu fundamentalen Änderungen kommt, dass künftige Absolventen von Kulturmanagementstudiengängen zu einem großen Teil selbständig arbeiten oder eigene Unternehmen gründen werden und dies auch müssen.

Hier setzt auch die Theorieerweiterung des Kulturmanagement von Konrad an. Folgerichtig stellt er das Kulturunternehmertum in den Mittelpunkt der Kulturmanagementtheorie, schafft dieses doch die Grundvoraussetzungen für den Aufbau und die Entwicklung von Kulturorganisationen und -unternehmen. Und dies bezieht sich nicht nur auf den privaten Kulturbetrieb, sondern auch auf den öffentlichen, subventionierten Kulturbetrieb, der – will er für die künftigen Herausforderungen gewappnet sein – diesen Kulturunternehmertyp braucht. Interessante Anregungen gibt Konrad hier unter anderem im Bereich der Kulturförderung, in der künftig mit „öffentlichem Risikokapital“ neue Kultureinrichtungen entstehen sollen. Für Leiter und Dozenten von Kulturmanagement-Studiengängen sind vor allem die Anregungen zur Entwicklung entsprechender unternehmerischer Kompetenzen wichtig, sollten diese doch Berücksichtigung in den Lehrplänen und Lehrveranstaltungen finden. Die Betrachtung dieser Kompetenzen wird in den Beiträgen von Maria Kräuter und Elmar Konrad noch einmal vertieft. In seinem Beitrag „Erst kommt der Kultur-Unternehmer dann der Kultur-Manager“ setzt sich Konrad mit dem Rollenverständnis des Kulturunternehmers auseinander. Er entwickelt auf Grundlage einer Studie 9 Hypothesen zur theoretischen Weiterentwicklung des Kulturmanagements, die er anhand einer empirischen Untersuchung überprüft und in eine Schlussbetrachtung ein-



... Unternehmertum und Führungsverhalten im Kulturbereich

fließen lässt. Diese sollte Anstoß für weitere wissenschaftliche Untersuchungen und einen dringend benötigten wissenschaftlichen Diskurs zum Kulturunternehmertum und einer Reformierung der Kulturmanagementlehre geben. Dies aufnehmend, plädiert auch Armin Klein in seinem Aufsatz für einen neuen Ansatz des Kulturmanagements und legt diesen mit der Betrachtung des „strategischen Kulturmanagementprozesses“ und der Einführung der „lernenden Kulturorganisation“ dar.

Das Buch bleibt aber nicht nur auf der wissenschaftlichen, theoretischen Ebene, sondern findet den Anschluss an die Praxis durch zahlreiche Studien und Praxisbeispiele. So gibt die Untersuchung von Heiner Gembris und Daina Langner wichtige Hinweise für die Ausbildung von Orchestermusikern und Sängern sowie deren Vermittlung auf den Arbeitsmarkt. Hier werden große Defizite bei der Vorbereitung auf den Eintritt in die reale Arbeitswelt deutlich, was der Rezensent aus seiner Studienzeit nur bestätigen kann. Die Forderung, Musikerinnen und Musiker, Sängerinnen und Sänger während Ihrer Studienzeit auf eine selbständige oder unternehmerische Tätigkeit, auch im Sinne eines Selbstmanagements, vorzubereiten wird hiermit noch einmal deutlich unterstrichen und sollte in die Neuformulierung von Lehrplänen an Kunsthochschulen einfließen.

François Colbert beleuchtet eindrucksvoll, welchen Einfluss Führungsverhalten und Unternehmertum auf den Marketingprozess von Kultureinrichtungen haben und wie sich Kultureinrichtungen auf die künftigen Herausforderungen bei der Ansprache neuer Besuchergruppen und der Markenbildung einstellen. Hermann Glaser und Petra Moog lassen das Thema in Betrachtungen zur Kulturfinanzierung und zum Sponsoring einfließen. Marlies Hummel weist in Ihrem Artikel auf die besondere Bedeutung von Gründerzentren zur Unterstützung kulturwirtschaftlicher Existenzgründungen hin und gibt einen interessanten Einblick in deren Erfolge, Auswirkungen sowie auf die notwendigen Förderkriterien auf Grundlage der Erfahrungen in Nordrhein-Westfalen. Johannes M. Schrievers verweist in seinem Artikel auf die besondere Bedeutung von Business-Angels sowie Gründernetzwerken für Existenzgründer in der Kultur. Wunderbar ergänzt wird das Buch durch zahlreiche Projektbeispiele sowie die Beiträge von Sabine Boerner und Christian Freiherr von Steit, die den Dirigenten als Leader in Kulturorganisationen charakterisieren. Ruth Rentschler geht in ihrem Beitrag besonders auf die Führungspersönlichkeit des Museumsdirektors sowie dessen unterschiedliche Rollen ein. Neben einer Charakterisierung zieht sie interessante Vergleiche anhand eines Profilabgleichs zwischen Kreativen Managern, Betriebswirten, Verwaltern und dem Impressario.

Nicht ganz Einlösen kann das Buch den zweiten Teil des Titels. Das Thema „Führungsverhalten“ wird nicht besonders herausgehoben und eher mit der Nennung wichtiger sozialer Kompetenzen behandelt. Der aufmerksame Leser liest sicher die Querverbindungen zu diesem speziellen Thema in einigen



... Unternehmertum und Führungsverhalten im Kulturbereich

Beiträgen heraus, vor allem was die angesprochenen Rollenverständnisse und Führungscharakteristika betrifft. Hier hätte man sich mehr Beiträge aus der Verhaltensforschung, Kommunikation und zu den Themen Leadership, Führung und strategisches Management sowie deren Übertragung auf das Kulturmanagement gewünscht.

Das Buch von Elmar Konrad und die Beiträge der Autoren geben einen wichtigen Impuls zur Weiterentwicklung der Kulturmanagement-Lehre. Es sollte nicht nur in jeder gut geführten Bibliothek vorhanden sein, sondern auch direkt in die Ausbildung und Unterrichtsmaterialien der Kulturmanagement-Ausbildung einbezogen werden. Zudem wäre eine Fortführung des angeregten wissenschaftlichen Diskurses nicht nur wünschenswert, sondern auch besonders wichtig für die weitere Profilierung des Studienfaches oder -bereiches. Führungskräfte in der Kultur finden im Buch hilfreiche Anregungen und Hinweise zur Reflexion des eigenen Rollenverständnisses sowie zur Charakterisierung, zum Vergleich und zur Überprüfung der eigenen unternehmerischen Kompetenzen.

DETAILS UND BESTELLEN

www.kulturmanagement.net/buecher/prm/49/v_d/ni_596/index.html



Fit für den Kunstmarkt

Rezension von Veronika Schuster, redaktion@kulturmanagement.net

Der Kunstmarkt ist mehr denn je en vogue – ein Hype, der die Menschen auf der ganzen Welt von Amerika über Europa, von Russland über den Nahen Osten bis hin nach China in seinen anhaltend profitablen Bann gezogen hat. Es wird in Rekorden gesammelt, ersteigert, investiert und rekordverdächtig darüber berichtet. Kunst ist, wie der Leipziger Galerist Judy Lybke vor kurzem bemerkt hat, öffentlich geworden. Doch wie öffentlich ist der Kunstmarkt? Wie verschafft man sich einen Überblick? Wie, wo und wann, auf welche Art und Weise soll man aktiv werden?

Mit Geduld, Konsequenz und der richtigen Vorbereitung – so das Fazit nach der Lektüre des Handbuchs von Claudia Herstatt „Fit für den Kunstmarkt“, das gerade in der zweiten Auflage bei Hatje Cantz erschienen ist. Es handelt sich dabei um einen Leitfaden, der beinahe jede Facette des Kunstmarktes berücksichtigt und diesen mit wirklicher Kennerschaft dem Laien nahe bringt. Die Autorin stellt die wichtigsten Seiten der Kunstwelt vor: die internationalen Messen, die Kunstvereine mit ihren exklusiven Jahregaben, die Ausstellungsprojekte verschiedener Sammlerpersönlichkeiten wie Hoffmann, Langen, Goetz, die öffentlichen Sammlermuseen und die fördernde Bedeutung von Galerien. Sie setzt das Studium der wichtigsten Fachmagazine als Pflicht voraus, stellt aber auch die weltweiten Informationsplattformen zu diesem Thema im Internet vor. Sie beachtet in ihrem Buch Aspekte wie Kunst als Wertanlage, das Vorgehen bei Auktionen, Maßnahmen bei Kunstraub, Fälschung und Schäden. Sie macht deutlich, was der Aufbau einer Kunstsammlung noch bedeutet: Pflege – Transport, Lagerung und Versicherung sowie die Sorge, welche Zukunft die Sammlung haben soll.

Claudia Herstatt beschreibt in kurzen Abschnitten das, was den Kunstmarkt ausmacht und das schnörkellos und kurzweilig. Sie fasst wichtigste Adresse und Informationen kompakt zusammen. Das Buch ist im wahrsten Sinne ein Handtaschen-Buch, in dem man gerne zweimal nachschlägt.

Winziger Wermutstropfen: Das Buch hat ein sehr ansprechendes Design in Schwarzweiß-Optik erhalten, entworfen von der Werbeagentur BOROS. Doch die Wahl, Kapitel invers zu beginnen – weiße Schrift auf schwarzen Grund – führt dazu, dass man auf den folgenden Seiten ein sehr unangenehmes Flimmern in den Augen bekommt. Da man allerdings unbedingt mehr lesen möchte, mag man dies vernachlässigen. ¶

DETAILS UND BESTELLEN

www.kulturmanagement.net/buecher/prm/49/v_d/ni_255/index.html

AUTOR

Claudia Herstatt

VERLAG

Hatje Cantz, 2007
264 Seiten

ISBN

3775712178



Verdichtung und Wahrheit

Berlin setzt mit einem zweitägigen Kongress neue Akzente in der Debatte um Kulturwirtschaft

Beitrag von Dirk Heinze, Chefredakteur

Wenn es darum geht, den Preis um die inhaltlich dichteste Abhandlung eines solchen Themas zu verleihen, hätte der Veranstalter der Tagung „Herausforderung Kulturwirtschaft - kulturpolitische Antworten und Strategien“ am 8. und 9. November in Berlin gute Chancen. Selten zuvor wurde so intensiv und facettenreich über das derzeitige Modethema reflektiert.

Der Zuspruch war groß: 600 Anmeldungen lagen vor, 300 Teilnehmer konnten letztlich aus organisatorischen Gründen berücksichtigt werden. Was zunächst mit dem gewohnten Schaulaufen der Vertreter von Kulturpolitik begann, entwickelte sich der Kongress bald zu einem intensiven Dialog und Redemarathon, sodass die Potenziale der Kulturwirtschaft und ihre Begleitung durch die Kulturpolitik sichtbar, aber auch Bezüge zu anderen Aspekten hergestellt wurden.

Dieter Haselbach von der ICG *Culturplan* startete mit dem Ergebnis des Kulturwirtschaftsberichts eines Flächenlandes mit dem Kunstnamen *Sachsland-Vorpfalz*, um an diesem erfundenen Beispiel zu zeigen, dass immer neue Studien seiner Meinung nicht unbedingt zur weiteren Kenntnissen des Sektors beitragen. Die Empfehlungen der Verfasser solcher Kulturwirtschaftsberichte seien immer dieselben. Zudem liegen ihr nach wie vor unterschiedliche Definitionen zugrunde, was die Vergleichbarkeit, nach der man sucht, erschwert. Trotz der verschiedenen Begrifflichkeiten und Abgrenzungen haben diese Berichte alle die gleichen Erkenntnisse gebracht, wenn auch mit unterschiedlichen Prozentzahlen, was den Anteil der Kulturwirtschaft an der Gesamtwirtschaft betrifft. Richard Florida definiert die *Creative Class* laut Prof. Haselbach im übrigen nicht nach Branchen, sondern nach Berufsbildern und -gruppen. Der Referent nannte einige Anforderungen, die künftige Studien leisten sollten. Zum einen sei dies die genauere Untersuchung der sozialen Absicherung der Beschäftigten in diesem Sektor, die mit den üblichen statistischen Methoden kaum zu erfassen seien. Wichtig wäre auch eine Analyse der Wertschöpfungsketten in diesem Sektor, um Art und Umfang einer entsprechenden Kulturförderung überhaupt einschätzen zu können. Interdependenzen zwischen dem öffentlichen Kulturleben und der privaten Kulturwirtschaft gelten nach wie vor als wenig untersucht. Bei der Betrachtung der Kulturwirtschaft sollte es nach Meinung von Dieter Haselbach in Zukunft weniger um eine Wirtschaftsförderung, sondern mehr um eine kulturpoliti-

Neue Studien - gleiche Ergebnisse

Analyse der Wertschöpfungsketten gefordert



... Verdichtung und Wahrheit. Berliner Kongress zur Kulturwirtschaft

scher Herangehensweise gehen. Das Eingangsreferat verfehlte dennoch seine Wirkung, weil Haselbach als Kulturberater, die für die Erstellung von Kulturwirtschaftsberichten stehen, letztlich zu befragen ist, um objektiv zu sein.

Verhältnis von Kultur,
Kreativität und
Wirtschaft

Das erste Panel des Tages widmete sich dem besseren Verständnis über das Verhältnis von Kultur, Kreativität und Wirtschaft. Bernd Wagner vom *Institut für Kulturpolitik* führte hier zu Beginn aus, dass es historisch nicht immer so gewesen sei, dass sich die Kulturpolitik allein mit dem öffentlichen Sektor beschäftigt hat. Die Publizistin und Kuratorin Adrienne Göhler beschrieb insbesondere die Widersprüchlichkeit zwischen dem Boom im Kunstmarkt einerseits und den weiterhin überwiegend prekären Verhältnissen der Künstler selbst. Ganz im Sinne des Kongressthemas war es ihr Anliegen, viel stärker heute die gesellschaftliche Relevanz der Kunst statt nur ihre ökonomische Relevanz zu betrachten, wo sich ihrer Meinung nach unglaublich viel tut. Prof. Jakob Tanner, Sozial- und Wirtschaftshistoriker aus Zürich, wies auf den Widerspruch hin, dass in Europa Kultur und Wirtschaft immer getrennt von einander betrachtet wurden, obwohl es so enge Verflechtungen miteinander gab. Der Innovationsbegriff, so Tanner weiter, spielt zudem in der Wirtschaft eine absolut zentrale Rolle, was das gegenseitige Aufeinander-Angewiesen-Sein von Kultur und Wirtschaft noch verstärke.

Nach Meinung von Prof. Christoph Weckerle von der *Hochschule der Künste Zürich* ist es immer wichtig, zuvor zu sagen, von welchem Standpunkt und aus welchem Interesse aus man über Kulturwirtschaft diskutiere. Vieles sei auch aus politischen Motiven oder gar zufällig entstanden. Weckerle nannte das Beispiel *Tony Blair*, der mit der *Labour Party* sich durch das Thema Kreativität von der Vorgängerregierung Maggie Thatchers maximal habe absetzen wollen. Bei seinen Untersuchungen der Kulturwirtschaft in der Schweiz fiel ihm zudem auf, dass die Künstler in gewisser Weise wirtschaftliche Anerkennung mit symbolischer Anerkennung kompensieren. Ihnen sei die Zugehörigkeit zur Szene wichtiger als eine angemessene Vergütung - ein Umstand, der natürlich in der klassischen Wirtschaftslehre kaum vorkomme.

Adrienne Göhler machte deutlich, dass Politik immer nur eine Zuständigkeit, aber nie eine Gesamtverantwortung kenne. Die Creative Industries sind aber gerade dadurch gekennzeichnet, dass ihr Feld zwischen den einzelnen Ressorts liegt. Weckerle ergänzte, auch die Beschäftigten, gerade die Absolventen, wären häufig gleichzeitig in allen drei Sektoren zu Haus, arbeiteten nämlich sowohl privatwirtschaftlich, hätten zudem eine kleine Anstellung als wissenschaftlicher Mitarbeiter und wären dann noch an einem Stiftungsprojekt beteiligt. All dies zeige die Schwierigkeit, eine ganzheitliche Analyse und danach eine kluge Förderpolitik anzubieten. Interessant auch der Einwurf von Prof. Tanner, dass nach der Rationalisierung in der Industrie- und danach in der Dienstleistungsgesellschaft, sich die Freizeit- und Erlebnisgesellschaft und die Creative Industries einer Rationalisierungstendenz praktisch entziehen. Der Wunsch nach Bürgergeld wurde gern von Frau Göhler

Politik kennt nur Zu-
ständigkeit, nie eine
Gesamtverantwortung



... Verdichtung und Wahrheit. Berliner Kongress zur Kulturwirtschaft

aufgegriffen, die das bedingungslose Grundeinkommen als entscheidende Gegenmaßnahme zur vollständigen Kapitalisierung der Künste postulierte. Die Diskussion litt insgesamt unter der etwas langatmigen Moderation von Prof. Sabine Binas-Preisendörfer (Universität Oldenburg).

Das Panel mit Cornelia Dümcke (*Culture Concepts*, Berlin), Helga Boldt (Kulturdezernentin a.D. und Mitglied der *Kultur-Enquetekommission*), Prof. Asmus Hintz (*Yamaha Academy of Music* und Dozent für Kulturmanagement in Hamburg), Falk Walter (*Admiralspalast/Arena*, Berlin) und Dr. Gabriele Minz (Unternehmensberatung) hatte sich die branchenspezifischen Wechselwirkungen zwischen öffentlicher Kulturförderung, zivilgesellschaftlichem Engagement und gewinnorientiertem Kulturunternehmertum zum Thema gesetzt. Herr Walter kritisierte die Gottgegebenheit der Staatsnähe der Theater, die doch vor 1933/36 mehrheitlich privat geführt, dann von Goebbels enteignet und nach 1945 in öffentliche Hand überführt wurden. Die Trennung zwischen privatwirtschaftlich geführtem Theater und öffentlichem Interesse sei schlichtweg Unsinn. Auch im weiteren Verlauf der Diskussionsrunde spielte Falk Walter die Rolle des Querdenkers, der viele Behauptungen aufstellte, welche ihm durchaus den Vorwurf von Zerrbildern der Wirklichkeit insbesondere durch Helga Boldt einbrachte. Asmus Hintz beschrieb die Yamaha Musikschulen als musikpädagogisches Franchise-System und damit als ein Angebot, mit dem man sich als Kulturunternehmer selbstständig machen kann. „Wir sind Unternehmen, weil wir etwas unternehmen, sonst wird uns das Unternehmen genommen, d.h. wir müssen kreativ sein“, so Hintz weiter.

Von der gesamten Runde wurde eine effizientere Nutzung der Mittel und eine stärkere Zielorientierung eingefordert. Leider werde in der Kulturpolitik und -verwaltung häufig nur aus einem eigenen Bedürfnis heraus gehandelt. Die kulturelle Infrastruktur müsse durchaus veränderungsfähig bleiben. Helga Boldt wünschte sich zudem eine Qualität in der Ausbildung von Kulturberufen, sodass junge Leute Lust darauf bekämen, mit Kultur Geld zu verdienen. Prof. Hintz ergänzte wenig später, dass es in unserer Gesellschaft durchaus viel Geld auf privater Seite gäbe. Man müsse nur lernen, an dieses Geld zu kommen, was voraussetzt, dass der potenzielle Sponsor verstehen muss, warum er das Geld geben soll. Gabriele Minz stand exemplarisch mit ihrem erfolgreichen Projekt *young.euro.classics* als Beispiel für zivilgesellschaftliches Engagement, weniger für ein gewinnorientiertes Kulturunternehmen, wobei die erfolgreiche Beraterin hinzufügte, dies sei in ihrem Unternehmen ein Sonderprojekt, was letztlich durch den tatsächlichen Geschäftsbetrieb in gewisser Weise quersubventioniert werde.

Die anschließende Runde fragte wieder verstärkt nach den wirtschaftlichen Aspekten von Kultur und den Umgang mit Publikum und Nachfrage. Andreas Rochholl (*Zeitgenössische Oper Berlin*) machte darauf aufmerksam, dass Intendanten als künstlerische Leiter nie für den wirtschaftlichen Erfolg verantwortlich seien. Da diese Personalunion allerdings auch meist eine Überforde-

Branchenspezifische Wechselwirkungen im 3-Sektoren-Modell

Musikalische Bildung in privater Unternehmung

Verstehen, warum man Geld gibt



Wirtschaftliche
Aspekte von Kultur

... Verdichtung und Wahrheit. Berliner Kongress zur Kulturwirtschaft

rung wäre, komme es stattdessen darauf an, bei der Besetzung beider Bereiche immer das Ziel eines aufeinander angewiesenen Teams zu verfolgen. Dr. Dieter Rossmeißl (*Referat für Kultur, Jugend und Freizeit, Erlangen*) verfiel in ein recht einseitiges Festhalten am Kulturauftrag der Kommunen, die prinzipiell selbstlos handelten. Die zum Teil überkommenen Strukturen und die durchaus egoistischen Motive des Handelns einzelner Kultureinrichtungen hierzulande ohne direkte gesellschaftliche Rückfrage wurden nicht thematisiert. Andreas Broeckmann (*TESLA Berlin e.V.*) stellt die genuine alleinige Verantwortung der Kulturverwaltung für kulturelle Bildung oder Kulturwirtschaft infrage.

Wirtschaft hat noch
nicht begriffen, wie
Kulturwirtschaft
funktioniere

Michael Söndermann (*Arbeitskreis Kulturstatistik, Köln/Zürich*) zeigte sich in seinem Statement ausgesprochen erfreut, dass sich die Kulturpolitik - nicht nur in Berlin - erstmals in dieser herausgehobenen Form mit dem Thema Kulturwirtschaft auseinandersetzt. Was auf dem Markt funktioniere, sei nicht Aufgabe der Kulturpolitik. Die Wirtschaftspolitik wiederum kann ganz unbefangen auf das Thema Kulturwirtschaft zugehen, da sie nicht den ideologischen Ballast mitzudenken habe. Sie habe aber auch in ihrem Pragmatismus nicht begriffen, wie Kulturwirtschaft funktioniere. Kulturpolitik muss sich aber in das Feld Kulturwirtschaft einmischen, ohne sie es zu vereinnahmen. Dies habe vor allem mit der Gruppe der „kleinen Kulturwirtschaft“ zu tun habe, die meist als Produzenten der Inhalte eine originär leider schwache Position einnehmen, weil sie häufig zu bloßen Zulieferer degradiert sind, ohne selbst eine aktive Stimme zu werden. Seine Warnung: Kulturpolitik solle dieses Thema nicht missbrauchen, um den öffentlichen Kulturbereich pauschal zu legitimieren. Kulturtourismus sei übrigens kein Bestandteil der Kulturwirtschaft, so Söndermann mit Nachdruck und kritischem Verweis auf gewisse Tendenzen in Kulturwirtschaftsberichten einzelner Länder.

Andere Bundesländer,
andere Definitionen

Das darauf folgende Panel beschäftigte sich insbesondere mit Fragen der Zuständigkeiten zwischen den Ressorts beschäftigte und brachte mit Werner Agsten (*Niedersächsisches Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Verkehr*) und Hajo Cornel (*Ministerium für Wissenschaft, Forschung und Kultur des Landes Brandenburg*) Beispiele, wie Bundesländer unterschiedlich den Zuschnitt festlegen und damit auch Einfluss auf die Deutung und Umsetzung von Kulturwirtschaft nehmen. Dennoch gibt es überall Arbeitskreise, die andere Ressorts einschließen. Cornel fiel auf, welche seltsame Blüten die Diskussion zum Thema inzwischen treibt, gerade was den Umgang auf Bundesebene betrifft, wo leider keine Wirtschaftspolitiker, sondern ausschließlich Kulturpolitiker sich angesprochen fühlen und eher aus legitimatorischen Gründen das Thema weiterführten. Man müsse genauer die Handlungsfelder benennen, auf die man sich beschränken müsse, so Cornel. Florian Kömpel von der *British Music Rights* aus London schilderte die Beweggründe, die zur Gründung dieser Initiative geführt hatten. Sie schloss eine Lücke in der Interessensvertretung von Künstlern, nachdem bis dahin nur die Tonträgerindustrie Lobbyarbeit bei der Regierung betrieb. Bildungs-, Finanz-, Wirtschafts- und Kulturministerien



Interessensvertretung
auch für die kleine
Kulturwirtschaft

... Verdichtung und Wahrheit. Berliner Kongress zur Kulturwirtschaft

arbeiten im Vereinigten Königreich viel stärker zusammen, da die Creative Industries dort inzwischen laut jüngster Studie von Juli 2007 immerhin 7,3 % des Bruttoinlandsprodukts ausmache. *Quick Start Music* heißt ein neues Programm, das mit Pilotprojekten Talente unter jungen Menschen finden soll, die in der Kreativbranche ihre Zukunft sehen.

Kulturpolitik: Vom
Anbieter zum
Moderator

Die nächsten beiden Gesprächsrunden bildeten nicht nur den Abschluss, sondern auch den Höhepunkt des Kongresses, da hier wie selten zuvor der Kern des Themas berührt wurde und die Referenten mit klugen Einschätzungen, aber auch Empfehlungen für wichtige Erkenntnisse sorgten. Dr. Birgit Mandel (*Universität Hildesheim*) leitete die Runde ein. Kulturpolitik bekäme ein neues Rollenverständnis – weg vom Anbieter hin zum Moderator. Bertram Schultze von der Leipziger Baumwollspinnerei schilderte die Entwicklung dieses Geländes im ehemaligen Industriestadtviertel der Stadt, deren Betriebsgesellschaft Angebote für die Kreativunternehmen schafft. Dabei sei ihm wichtig gewesen, auch die Mieter durch längerfristige Verträge in die Pflicht zu nehmen. Geschickt könne man mit dem doppelbödigen Begriff der Spinnerei umgehen. Die Finanzierung ist wie so häufig in diesem Sektor über andere Fördermöglichkeiten zustande gekommen, nämlich durch Mittel der Baudenkmalpflege oder Arbeitsbeschaffungsmaßnahmen, was einmal mehr beweist, dass bei der Kulturpolitik, wenn es um Innovationen geht, meist die Fördermittel ausbleiben und vielmehr in die Erhaltung des kulturellen Erbes fließen. Die Bekanntheit des ca. 8 Hektar großen ehemaligen Werksgeländes der größten Baumwollspinnerei Kontinentaleuropas wurde zweifellos durch die Künstler der *Neuen Leipziger Schule*, die in den ansässigen Galerien und Ateliers ihre Heimat gefunden und für internationale Furore im Kunstmarkt gesorgt haben. Es bleibt abzuwarten, wie sich die Kulturunternehmen nach dem absehbaren Ende eines solchen Booms weiter entwickeln.

Existenzförderung mit
anderen Mitteln

Christoph Backes (*Ideenlotsen*, Bremen) stellte gleich zu Beginn seiner Ausführungen klar, dass sein Beratungsangebot für Gründer nicht darin besteht, Geld zu verteilen. Er gab damit - bewusst oder unbewusst - eine notwendige Replik auf den enttäuschenden Beitrag von Karin Drda-Kühn (*Verein für Kultur und Arbeit*, Mainz), die geradezu ausschließlich auf eine Forderung an die Kulturpolitik nach Geld abgestellt hatte, um kulturunternehmerisch tätig zu sein. Es wäre fatal, wenn dies das Entscheidende für den Erfolg einer solchen Unternehmung ist. Er riet dazu, vielmehr genau zuzuhören und künstlerisch-unternehmerische Potenziale zu entdecken, zu verstärken. Backes, der auch Initiator des *Gründerzentrums Kulturwirtschaft* in Aachen ist, nannte einige Fallstricke aus seiner Erfahrung von über 100 jungen Kulturunternehmen. Diese Beratung könne man seiner Meinung nach nicht institutionell anbieten. Es komme vielmehr auf Originalität und individuelle Betreuung an. Die Kulturunternehmer, so Backes, eint im Unterschied zu Kulturmanagern (er meinte offenkundig die angestellten Kulturmanager) die Bereitschaft, die eigene Existenz zu riskieren und persönliche Verantwortung zu übernehmen.

Kein Geld verteilen,
sondern Potenziale
wecken



... Verdichtung und Wahrheit. Berliner Kongress zur Kulturwirtschaft

Bereitschaft, eigene Existenz zu riskieren

Die Kulturunternehmer – also sein Klientel – würden die Debatten dieser Konferenz einfach nicht verstehen.

Haben die Ausbilder schon reagiert?

Das abschließende Panel an einem langen ersten Kongresstag beschäftigte sich mit der Frage, wie der Ausbildungsbereich bereits auf den Bedarf an Kulturunternehmern reagiert hat. Hier ragt das gute Beispiel des *Career & Transfer Center* der *Universität der Künste* in Berlin heraus, die sich dieser Aufgabe in besonderer Weise verpflichtet fühlt. Dies schließt, so die Leiterin Angelika Bühler, insbesondere Workshops ein. Diese Beratung und Weiterbildung stellt allerdings in den meisten Fällen ein dem Studium nachgelagertes Angebot dar, indem es Möglichkeiten des Arbeits- und Kulturmarkt aufzeigt und den Künstler in seinem Gang auf den Markt begleitet. Das Studium hat in aller Regel diese beruflichen Perspektiven noch nicht aufgezeigt. Ungewöhnlich auch das Angebot der *Kunsthochschule Weißensee*, wo es in Person von Prof. Herbert Grüner einen wirtschaftswissenschaftlichen Lehrstuhl gibt, der ökonomische Kompetenzen vermittelt.

Karrierezentren und ökonomische Kompetenzvermittlung

Dass Beispiele wie das Career-Center oder der genannte wirtschaftswissenschaftliche Lehrstuhl leider noch immer die Ausnahme sind, unterstrich anschließend Prof. Andrea Hausmann (Juniorprofessorin an der *Europa-Universität Viadrina*). Es müsse eben von der Leitung der Hochschule gewollt werden, und die jüngste Studie an ihrem Institut beweist, dass viele Rektoren von Kunst- oder Musikhochschulen noch immer ausschließlich ein künstlerisches Paradies erhalten wollen. Ein Karrierezentrum stört hier offenbar das Weltbild. Dass es auch anders gehe, zeigte jüngst auch das Beispiel der *Hamburger Hochschule für Musik und Theater* (siehe Interview mit Prof. Lampson im *KM Magazin*, August 2007). Prof. Grüner von der *Kunsthochschule Weißensee* ergänzte mit seiner Erfahrung: während anfangs des Studiums noch wenige Studierende ihre Absicht zur Selbständigkeit bekunden, nimmt diese Tendenz am Ende des Studiums deutlich zu. Die Realität ist dann doch der beste Ratgeber, um persönliche Einstellungen zu überprüfen und zu verändern. Die Kulturwirtschaft hat noch genug Potenzial, bedenkt man allein die große Nachfrage und hohe Bewerberzahl an Musik- und insbesondere Kunsthochschulen.

Abschlussdiskussion

In der Schlussdebatte konnte zunächst Hans-Joachim Otto (Vorsitzender des *Kulturausschusses im Deutschen Bundestag*) den Abschlussbericht der Kultur-Enquete ankündigen, der in den ca. 1300 Seiten auch die Kulturwirtschaft behandeln wird. Otto nannte es ein positives Zeichen, dass erstmal fraktionsübergreifend ein Antrag zur Kulturwirtschaft in das Parlament eingebracht wurde. Vom Moderator Albrecht Göschel (ehemaliger Direktor des *Deutschen Instituts für Urbanistik*) auf bestehende Defizite angesprochen, nannte der FDP-Politiker das Fehlen eines Kulturwirtschaftsberichtes auf Bundesebene, „der zeigt, wo wir stehen“. Darüber hinaus erwähnte er die Urheberrechtsreform, die eine „Dauerbaustelle“ sei, sowie die Notwendigkeit, sich noch stärker mit der Frage der sozialen Absicherung der Künstler zu beschäf-



... Verdichtung und Wahrheit. Berliner Kongress zur Kulturwirtschaft

tigen. Volker Heller (*Leiter der Kulturabteilung in der Berliner Senatskanzlei*) betonte, dass die zentrale Frage sei, was der öffentliche Kulturauftrag eigentlich mit Kulturwirtschaft zu tun habe. Jörg Stüdemann (*Kulturdezernat Dortmund*) meinte, der derzeitige Hype um das Thema hänge erstens mit der rasanten Entwicklung im angloamerikanischen Raum zu tun, zweitens mit der Stadtentwicklung, und drittens mit der steigenden Zahlen der Beschäftigung in der kreativen Branche. Stüdemann zeigte auch, wie stark auf kommunaler Ebene Fördermaßnahmen unternommen werden, ohne dabei allein Dortmunder Beispiele zu nennen. Die kulturell-ästhetische Bildung sei im übrigen nicht angekommen im digitalen Zeitalter mit ihren neuen Formen der Kommunikation.

Olaf Zimmermann (*Deutscher Kulturrat*) nahm Bezug auf seine eigene frühere Tätigkeit als Kunsthändler, die es ihm ermögliche, umso klarer die notwendigen kulturpolitischen Strategien zu erkennen, deren es heute in der Kulturwirtschaft bedarf. Zimmermann führte als Beispiel den regelmäßigen Kampf für den Erhalt der reduzierten Mehrwertsteuer für kulturelle Leistungen, die meist zu Beginn jeder Legislaturperiode seitens des Finanzministers unter kritischer Beobachtung stünde. Er pries das System der *Künstlersozialkasse*, die praktisch die Subventionierung der kleinen Kulturwirtschaft durch die große bedeute. Bernd Fesel (*Büro für Kulturpolitik und Kulturwirtschaft*) machte deutlich, dass es wenig sinnvoll sei, mit starren Projektenden zu arbeiten. Kreativcluster zu fördern könne viel mehr bewirken als die Förderung einzelner Künstler. Unabdingbar sei eine Beschäftigung mit der Nachfrageseite. Wenn es in der Kultur schließlich so eine hohe Zahlungsbereitschaft gäbe wie für Autofelgen, so Fesel augenzwinkernd, hätten wir kein Problem. Einig war man sich in der Runde in der Kritik an einer pauschalen Förderung der Popmusik, wie jüngst geschehen, ohne Ziele zu definieren, was man damit erreichen wolle. Geradezu skandalös sei es, dass diese 1 Million Fördermittel zuvor in gleicher Höhe bei der *Kulturstiftung des Bundes* gekürzt wurden.

Die Tagung hat gezeigt, dass eine inhaltliche Begleitung der Kulturpolitik in diesem Prozess zwingend erforderlich ist. Michael Söndermann hat völlig Recht: es ist ein großer Fortschritt, dass diese Erkenntnis bei der Kulturpolitik angekommen ist. Den Veranstaltern dieses Kongresses kommt das Verdienst zu, dies erstmal dargestellt zu haben. Unerwähnt blieben freilich Themen wie Migration, eine Entwicklung also, die inzwischen so manches etablierte Kulturangebot infrage stellt, weil sie auf immer weniger Nachfrage stößt. Die intensive Verdichtung mit Vorträgen von 43 Referenten mag zwar anspruchsvoll gewesen sein, aber es ist eben mühsam, zu Wahrheiten zu gelangen. Man darf davon ausgehen, dass in Berlin bald eine Fortsetzung folgt. Dann darf der Anteil an Vertretern der Wirtschaft gern höher sein - auf dem Podium ebenso wie im Plenum. ¶

WEITERE INFORMATIONEN

www.kulturprojekte-berlin.de



Rückblick

Zentrum und Peripherie nicht gegeneinander ausspielen

Beitrag von Dirk Heinze, Chefredakteur

Man dürfe das Zentrum und die Peripherie nicht gegeneinander ausspielen, sagte Niedersachsens Ministerpräsident Christian Wulff zu Beginn eines prominent besetzten Kongresses am 7. und 8. November im *Sprengel-Museum* Hannover. Es sei eben nicht nur die Landeshauptstadt, die den kulturellen Reichtum Niedersachsens ausmacht. Wiederum muss sich Hannover in einem Wettbewerb mit Städten wie Berlin und München, aber auch Paris und London messen lassen, wo dann Hannover selbst die Rolle der Peripherie spielt. Es lohne sich daher, genau hinzuschauen, wie eine Kulturförderung und -politik im Spannungsfeld zwischen Zentrum und Peripherie aussieht.

Wulff verwies auf die *Sparkassen-Stiftung* und *Stiftung Niedersachsen*, die exemplarisch für das bürgerschaftliche und unternehmerische Engagement für die Kultur im Bundesland stünden. Zudem hätte man, was fast niemand wüsste, in Niedersachsen die ältesten öffentlichen Museen Europas.

Der für die Kultur zuständige Minister Lutz Stratmann zeichnete das breite Spektrum zwischen den Kulturlandschaften von Stadt und Region, für die das Flächenland Niedersachsen steht. Peripherie sei nicht gleichzusetzen mit Provinz. „Der Staat ist für Kunst und Kultur nicht zuständig, aber verantwortlich“. Es sei seine Aufgabe, eine facettenreiche Kultur zu fördern und die Teilhabe möglichst vieler Bevölkerungsgruppen an ihr zu ermöglichen, „und zwar jenseits der Grabenkämpfe zwischen den Befürwortern der sog. Hochkultur und denen eines Multikulturalismus“. Stratmann kündigte zudem die Präsentation des neuen Kulturwirtschaftsberichtes für Niedersachsen am 10./11. Dezember im Rahmen einer Tagung an.

Prof. Georg Bollenbeck von der Universität Siegen reflektierte in einem klugen Vortrag über Entstehung und Entwicklung des deutschen Kulturstaats. Er beschrieb mit dieser historischen Sichtweise vor allem den wachsenden Konflikt Ende des 19. Jahrhunderts zwischen der freien Kunst und der Geisteswissenschaften einerseits und den aufstrebenden Wirtschafts- und Naturwissenschaften andererseits vor dem Hintergrund der Industrialisierung mit ihrem Bedarf an ökonomischer Kompetenz und ihrem immanenten Hang zu eher pragmatischem Wissen. „Es gibt heute gebildete Bürger, aber kein Bildungsbürgertum“, fügte Bollenbeck hinzu. Die Funktion von Markt und Marketing könne man nicht wegdenken, sie erfülle ihre Zwecke. Wir brauchten aber auch Freiräume für die Frage nach dem Warum gegenüber solchen Anforderungen der Nützlichkeit. Kreative Freiräume zu schaffen, das zeichne seiner Meinung nach eine zukunftsfähige Kulturpolitik aus.

Wie kommt eigentlich die Kultur ins Gehirn? Dieser grundsätzlichen Frage widmete sich der Vortrag von Prof. Dr. Gerhard Roth, der neueste Erkenntnisse der Hirnforschung für den Kongress überaus spannend aufbereitete und verdeutlichte, wie stark der Einfluss kultureller Bildung in der frühkindlichen Erziehung auf die Herausbildung künstlerisch-kreativer Kompetenzen ist.

Die mit Prof. Reinhard von Gutzeit (*Mozarteum Salzburg*), Amelie Deuflhard (*Kampnagel Hamburg*), Heike Munder (*migros museum für gegenwartskunst, Zürich*) und Dr. John von Düffel (Schriftsteller und Dramaturg, Hamburg) und dem Moderator Prof. Christoph Stölz (*Villa Grisebach*) prominent besetzte Podiumsdiskussion brachte sehr spannende Perspektiven. Eines der Probleme in der Kulturvermittlung heute bei vielen Menschen sei ein „missing link“, das Fehlen einer Sprache, die man braucht, um das musikalische Erbe zu verstehen. Die Diskussion kreiste aber vor allem im späteren Verlauf um die Frage, wie sehr die genaue Kenntnis überhaupt Voraussetzung ist, um künstlerisch neue Wege zu beschreiten. Wie stark müsse man eigentlich das kulturelle Erbe annehmen? Unter



den jungen erfolgreichen Regisseuren oder musikalischen Avantgardisten kennen durchaus nicht alle den ganzen künstlerischen Kanon des bisher Gültigen. John von Düffel vertrat die Ansicht, dass ein Gespräch immer dann verflache, wenn die kulturellen Voraussetzungen nicht mehr bestehen. Kultur lasse sich nicht einfach konsumieren. Gerade Theaterbesuche setzten beim Publikum einen intensiven Beschäftigung voraus, die anfangs durchaus mühsam sei, sich aber lohne.

Heike Munder sprach sich für mehr Modelle bürgerschaftlichen Engagements für die Kultur aus, wie es die Schweizer Genossenschaft *migros tue*, die damit u. a. ihr Museum in Zürich fördere. Ihre Entscheidung, grundsätzlich 1% des Umsatzes für Kulturförderung auszugeben, könne Vorbild für andere Unternehmen sein, anstatt sie ihr Geld für Marketing und Werbung ausgeben.

Amelie Deuflhard meinte, in einigen Bundesländern sei eine partielle Umschichtung in der Kulturförderung notwendig zugunsten der experimentellen Kunst, damit der Nachwuchs überhaupt Neues entstehen lassen kann. Museale Auführungen, so Deuflhard, seien im Musiktheater nicht einmal im Sinne ihrer Erfinder.

Spätestens mit dem Einbezug des Publikums im späteren Verlauf dieser Runde zeigte sich, wie kontrovers doch die Auffassungen darüber sind, welchen Stellenwert das kulturelle Erbe einnehmen sollte – allein unter den Kulturinteressierten hierzulande. ¶

Einen ausführlicheren Rückblick insbesondere auf die Ergebnisse des zweiten Kongresstages lesen Sie in Kürze auf unserem Onlineportal.

WEITERE INFORMATIONEN

www.kulturkongress.2007.niedersachsen.de

Vorschau

9. Berliner Forum für Kultur- und Medienmanagement

30.11./1.12.2007

»Expand your brand« wurde vor einigen Jahren zum Schlachtruf der Medienwirtschaft im immer härter werdenden Wettbewerb um Auflageziffern, Quoten und Werbekunden. Das eigene Markenkaptal wertschöpfend und imagebildend zu erweitern und im öffentlichen Bewusstsein zu vertiefen, führte zu erfolgreichen Geschäftsstrategien mit Buchreihen, Kulturreisen und spezialisierten Produktlinien wie etwa bei der ZEIT, beim Spiegel oder der Süddeutschen Zeitung.

Auch der klassische Kulturbereich hat längst im materiellen wie ideellen Verständnis die Segnungen starker »Kulturmarken« für die eigenständigen Wertschöpfungsprozesse zu nutzen gewusst. Das 9. Berliner Forum für Kultur- und Medienmanagement will deshalb in bewährter Art und Weise die Grundlagen wie »Best-Practice« Beispiele innovativer Markenbildungs- und Wertschöpfungskonzepte vorstellen und diskutieren. Wie immer, sollen neben den großen und internationalen Vorbildern auch kleine Institute mit ihren Erfolgsmodellen zu Wort kommen. Zum guten Brauch gehört darüber hinaus die wechselseitige Erhellung zwischen Profit- und Non-Profit Bereich, sind doch der Aufbau und der Ausbau von Marken bzw. Markenwelten längst nicht an Kategorien wie »kommerziell« und »gemeinnützig« gebunden.

In diesem Sinne hat das IKM in Berlin versucht, ein facettenreiches, internationales Programm zwischen Kultur, Medien und Entertainment zusammenzustellen, das Einblicke gewährt, zum Lernen oder Nachahmen animiert und nicht zuletzt zum Erfahrungsaustausch und Diskutieren einlädt.

WEITERE INFORMATIONEN

www.ikm.fu-berlin.de

Rückblick

Deutscher Orchestertag

Beitrag von Dirk Heinze, Chefredakteur



Am 4./ 5. 11. fand in Berlin der 5. Deutsche Orchestertag statt. Unter dem Motto *Mensch, Musik, Manager* widmet er sich wie selten zuvor zentralen Fragen des Managements sowie der Rolle von Orchestermanagern im Konzertbetrieb. Die jährlichen Orchestertage sind dafür bekannt, exzellente Plattformen des persönlichen Dialogs unter den Fachleuten zu sein

und daher viel Raum diesen Gesprächen zu widmen.

Hervorzuheben waren die Vorträge von Rolf Bolwin vom Deutschen Bühnenverein und Gerald Mertens von der Deutschen Orchestervereinigung. Bolwin und Mertens machten beide deutlich, wie viel Konfliktpotenzial generell in einem Orchester schlummern, zeigten aber jeweils unterschiedliche Lösungsansätze, falls diese auftreten. Bolwin beklagte die schwindende Akzeptanz der klassischen Musik am Beispiel der wachsenden Cross-over-Ansätze öffentlich-rechtlicher Kulturradiosender, aber auch einmal mehr anhand Stellenkürzungen und sinkende Subventionen. Er kündigte gleichzeitig das unmittelbar bevorstehende Inkrafttreten eines neuen Tarifvertrags (TVK) an, der gerade für Orchestermanager seiner Ansicht nach die Probleme bei der Bezahlung der Musiker und Arbeitszeiten reduziert. Der Präsident des Bühnenvereins unterstrich sein Verständnis von der Rolle eines Orchestermanagers als Vertreter des Arbeitgebers, der u. a. für Diensterteilung zuständig sei, und nicht die Gewerkschaften. Umso mehr seien Kompetenzen wie Kommunikation und Vermittlung zwischen Chefdirigenten und den Musikern gefragt, aber auch mit der politischen Seite. Seine Autorität ziehe eine Orchester-

manager aus seiner Sachkenntnis sowohl administrativer als auch künstlerischer Natur.

Mertens betonte, wie wichtig Personal- und Organisationsmanagement für den Erfolg eines Orchesters sei. Der Erfolg des Gesamtunternehmens hänge entscheidend von der Zufriedenheit seiner Mitarbeiter ab. Die vorhandenen Potenziale seiner Musiker sollten vom jeweiligen Haus viel stärker als bisher genutzt werden und der Tendenz entgegengesetzt werden, das Orchestermitglieder angesichts wachsender Unzufriedenheit ihr Heil beispielsweise in externen Ensembles suchen. Mertens verwies auf verstärkt veröffentlichte Studien zu diesem Thema (Thomas Schmitt-Ott, Daniel Richwien), die in letzter Zeit in der Zeitschrift »das Orchester« erschienen. »Nicht abwarten, bis im Orchester Konflikte offen ausbrechen, sondern bereits in einer normalen Periode Umstände zu verbessern. Kaum eine Seite ist derzeit in Führung und Motivation umfassend ausgebildet. Externe Begleitung kann hier u. a. sehr erfolgreich sein, wie das Beispiel der Bamberger Symphoniker beweist. Diskussionen über das Selbstverständnis und das Leitbild einer Organisation wie ein Orchester seien unabdinglich. Auf beide Vorträge erhielten die beiden Vertreter auch kritische Reaktionen.

Insgesamt brachten die beiden Tage einen intensiven Austausch über gegenwärtige Herausforderungen im Orchesterbetrieb, zumal die angebotenen Workshops am Montag noch wertvolle Fortbildungsangebote bereithielt. Zahlreiche Dienstleister, u. a. Agenturen, Versicherer, Anwaltskanzleien oder Verlage, nutzten die Veranstaltung für die Vorstellung ihrer Angebote durch Präsentationen und Informationsstände, was den Charakter des Deutschen Orchestertags als Branchentreff im Unterschied zu einem Kongress unterstreicht. Kulturmanagement Network wird diesen Bereich künftig noch stärker begleiten. ¶

WEITERE INFORMATIONEN
www.deutscher-orchestertag.de



Impressum



KULTURMANAGEMENT NETWORK

Dirk Schütz & Dirk Heinze GbR

PF 1198 · D-99409 Weimar

Paul-Schneider-Str. 17 · D-99423 Weimar

TEL +49 (0) 3643.255.328

FAX +49 (0) 3643.801.765

redaktion (at) kulturmanagement.net

V.i.S.d.P.: Dirk Heinze

WEITERE INFORMATIONEN

www.kulturmanagement.net