



### **Olaf Zimmermann**

ist Publizist und wurde 2020 mit dem Verdienstorden der Bundesrepublik Deutschland ausgezeichnet. Seit März 1997 ist er Geschäftsführer des Deutschen Kulturrates. Er ist Herausgeber und Chefredakteur von Politik & Kultur, der Zeitung des Deutschen Kulturrates, und Vorsitzender des Beirates der Stiftung Digitale Spielekultur sowie Vorsitzender des Stiftungsbeirates der Kulturstiftung des Bundes und Sprecher der Initiative kulturelle Integration.

/// Was kostet die Pandemie? Zahlen für die Kulturbranche

## Tiefe Einschnitte

**Die Corona-Pandemie hat tiefe Einschnitte im gesamten Kulturbereich hinterlassen. Betroffen sind alle vier Säulen des kulturellen Lebens in Deutschland: die Künstler, die Unternehmen der Kulturwirtschaft, die Kultureinrichtungen und die Kulturvereine. Bedingt durch die Pandemie mussten Kultureinrichtungen und -unternehmen schließen, verloren Kulturschaffende Auftritts- und damit Arbeitsmöglichkeiten, konnten sich Vereine nicht mehr treffen und vieles andere mehr.**

### Europaweite Auswirkungen

Anfang dieses Jahres erschienen zwei Studien, die die dramatischen wirtschaftlichen Einbrüche in der Kultur- und Kreativwirtschaft mit Zahlen belegen. Dabei wurde, bedingt durch den Erscheinungstermin, nur das Jahr 2020 in den Blick genommen.

In der Studie „Rebuilding Europe. Die Kultur- und Kreativwirtschaft vor und nach Covid-19“ wird aufgezeigt, welche Relevanz die Kultur- und Kreativwirtschaft in der EU noch bis einschließlich 2019 hatte und wie tief der Fall in der Corona-Pandemie ist. Die Studie wurde von der GESAC (European Grouping of Societies of Authors and Composers) bei der Wirtschaftsberatung Ernst & Young in Auftrag gegeben. Für das Jahr 2019 wurde festgestellt, dass in der Kultur- und Kreativwirtschaft in Europa mehr Menschen erwerbstätig waren als in der Telekommunikationsbranche, der Chemie- oder auch der Autoindustrie. Der Beschäftigungsaufwuchs betrug von 2010 bis 2019 10 Prozent. Der Gesamtertrag stieg im selben Zeitraum um 17 Prozent.

**Die Einbrüche im kulturellen Bereich sind dramatisch.**

Die Digitalisierung führte auf der einen Seite zu einer starken Nachfragesteigerung, auf der anderen Seite zu der Herausforderung, dass die Rechteinhaber angemessen vergütet werden und angesichts der starken Marktmacht der Plattformen einen wirtschaftlichen Ertrag aus der Verwertung ihrer Leistungen ziehen können. Es war also keineswegs „alles in Butter“, sondern die Branche stand vor großen Herausforderungen. Denen wurde sich allerdings – so die erwähnte Studie – in dem Bewusstsein gestellt, dass gerade die Kultur- und Kreativwirtschaft die Inhalte generiert, die die US-amerikanischen Plattformen brauchen, um erfolgreich zu sein.

Das erste Corona-Jahr 2020 stellte einen tiefen Einschnitt dar. Der Umsatzverlust der Kultur- und Kreativwirtschaft in Europa beträgt im Vergleich zum Vorjahr 31 Prozent und ist damit größer als der Umsatzverlust der Tourismuswirtschaft mit 27 Prozent oder der Automobilbranche mit 25 Prozent. Innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft ist der Umsatzverlust im Markt für darstellende Kunst europaweit mit 90 Prozent am höchsten, gefolgt von der Musikwirtschaft (minus 76 Prozent), der Bildenden Kunst (minus 38 Prozent) und der Architektur (minus 32 Prozent).

Umsatzverluste unterhalb des Durchschnittswerts haben folgende Branchen zu verzeichnen: Werbung (minus 28 Prozent), Buchbranche (minus 25 Prozent), Zeitungen und Zeitschriften (minus 23 Prozent), audiovisuelle Inhalte (minus 20 Prozent). Einzig und allein die Games-Industrie konnte europaweit einen Umsatzzuwachs von neun Prozent aufweisen. Besonders betroffen sind innerhalb der EU mittel- und osteuropäische Länder. In Bulgarien und Estland beträgt der Umsatzrückgang 44 Prozent und in Litauen beispielsweise 36 Prozent.

### Die Auswirkungen werden noch lange andauern.

Ernst & Young prognostizieren, dass die Auswirkungen noch lange zu spüren sein werden. Als Beispiel führen sie die Einnahmeverluste der Verwertungsgesellschaften im Jahr 2020 von rund 35 Prozent an. Sie werden sich bei den Ausschüttungen an die Urheber in den Jahren 2021 und 2022 unmittelbar bemerkbar machen. Deren Einnahmen werden aus diesem gerade im Musikbereich essenziellen Bereich auch dann noch sinken, wenn der Kulturbetrieb wieder nach Ende der Pandemie langsam hochgefahren sein wird. Auch können die Erlöse aus digitalen Verbreitungswegen die wegfallenden Erlöse physischer Verbreitungswege nicht kompensieren. Daraus folgt, dass auch wenn die Pandemie einmal vorbei sein wird, die Künstler Corona noch unmittelbar bei ihren Einnahmen spüren werden. Das heißt auch, dass Unterstützungs- und Hilfsmaßnahmen nicht nur für die Dauer der Pandemie, sondern für die nächsten Jahre gedacht werden müssen.

## Blick nach Deutschland

Im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie sowie der Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien hat das Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes Mitte April dieses Jahres die zweite „Betroffenheitsanalyse der Kultur- und Kreativwirtschaft von der Corona-Pandemie“ vorgelegt. Die erste des Jahres 2021 lag im Februar vor. Die Analysen und Trends wurden vom Forschungsinstitut Prognos vorgenommen. Bereits im Jahr 2020 hatte Prognos zwei Betroffenheitsanalysen erstellt, die auch Eingang in den „Monitoring-Bericht Kultur- und Kreativwirtschaft 2020“ gefunden haben. Der „Monitoring-Bericht Kultur- und Kreativwirtschaft 2020“ wurde im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie von Goldmedia, der Hamburg Media School und der Hochschule für Wirtschaft, Technik und Kultur erstellt. Im Monitoringbericht Kultur- und Kreativwirtschaft 2020 wurde bereits von starken Umsatzverlusten ausgegangen.

Wie stark die Umsatzverluste sind und wie langsam die Erholung erfolgen wird, wird in der Prognos-Studie „Betroffenheitsanalyse der Kultur- und Kreativwirtschaft von der Corona-Pandemie“ deutlich. Betrachtet werden die Umsatzverluste des Jahres 2020 im Vergleich zu den Vorjahren. In einer Szenarioanalyse werden drei Szenarien der künftigen Umsatzentwicklung geschätzt.

Die Umsatzverluste in der Kultur- und Kreativwirtschaft im Jahr 2020 waren erheblich. Insgesamt wird ein Umsatzeinbruch von 13 Prozent verzeichnet. Das ist der größte Verlust seit 2009. In einigen Branchen der Kultur- und Kreativwirtschaft sinkt das Umsatzniveau unter das des Jahres 2003. Besonders stark betroffen ist der Markt für darstellende Künste mit einem Umsatzverlust von 85 Prozent. Weiterhin stark betroffen sind der Musikmarkt (Umsatzverlust 54 Prozent), der Kunstmarkt (Umsatzverlust 51 Prozent) und die Filmwirtschaft (Umsatzverlust 48 Prozent). Diese deutschlandspezifischen Daten zeigen, dass die Umsatzverluste in der deutschen Kultur- und Kreativwirtschaft teilweise größer sind als im EU-weiten Durchschnitt. Leidtragende auf der Seite der Erwerbstätigen sind neben den Soloselbständigen und Freiberuflern insbesondere auch geringfügig Beschäftigte und Mini-Jobber im Kulturbereich.

Für das Jahr 2021 werden im Bericht aus dem April 2021 zwei Szenarien untersucht. In den zuvor vorgelegten Berichten war noch von drei Szenarien die Rede. Szenario 1, das einen kurzen harten Lockdown abbilden sollte, war im April 2021 überholt, da sich der Lockdown immer noch hinzog. Es werden also zwei Szenarien in den Blick genommen. Im mittleren Szenario

**Die Umsatzverluste in der Kultur- und Kreativwirtschaft sind enorm.**

**In der ersten  
Jahreshälfte 2021  
wurden alle  
Live-Veranstaltungen  
abgesagt.**

wird von starken wirtschaftlichen Einschränkungen bis Mitte August ausgegangen, die dazu führen, dass ein Umsatzrückgang von bis zu 40 Prozent zu verzeichnen ist. Im gravierenden Szenario wird von wirtschaftlichen Einschränkungen bis zum Ende des Jahres 2021 ausgegangen, die zu Umsatzeinbußen von bis zu 80 Prozent der jährlichen Umsätze führen können.

Als besonders stark betroffene Branchen werden in der Betroffenheitsanalyse der Markt für darstellende Kunst, die Filmwirtschaft und die Musikwirtschaft genannt. Im Markt für darstellende Kunst und in der Musikwirtschaft sind Live-Veranstaltungen konstitutiv. Diese Veranstaltungen konnten in der ersten Jahreshälfte 2021 nicht stattfinden. In der Filmwirtschaft schlägt die Schließung der Kinos besonders zu Buche. Von den Umsatzeinbußen sind die verschiedenen Stufen der Wertschöpfungskette betroffen, das heißt die Künstler, die anderen Gewerke wie zum Beispiel Bühnenbauer, Beleuchter, Tontechniker, Maske und so weiter, die Veranstaltungshäuser bis hin zu den Ticketing-Unternehmen.

## **Aktuelle Situation**

Seit Sommer 2021 können Kultureinrichtungen und -unternehmen ihre Türen wieder öffnen. Dabei gelten derzeit im September 2021 in fast jedem Bundesland andere Regeln. Die Mindestregel ist 3 G, also genesen, geimpft oder getestet. Bei der Anwendung der 3 G-Regel gilt ein größerer Abstand zwischen den Besuchern, der mit Hilfe eines Schachbrettmusters bei Bestuhlungen realisiert wird, oder zumindest 1,5 m Abstand zwischen den einzelnen Besuchern. Das hat zur Folge, dass die betreffenden Einrichtungen und Unternehmen keine Volllast fahren können, sondern alle Veranstaltungen mit verminderter Platzkapazität durchführen müssen.

Um die daraus entstehenden Einnahmeausfälle zumindest ansatzweise auszugleichen, wurde der Sonderfonds des Bundes „Kulturveranstaltungen“ aufgelegt. Seit Juli 2021 und bis März 2022 können Kulturveranstalter eine Wirtschaftlichkeitshilfe beantragen. Der Sonderfonds Kulturveranstaltungen setzt bei den Einnahmen aus Eintrittskarten an. Sie können, sofern die Kosten höher als die Ticketeinnahmen sind und ein Eigenanteil erbracht wurden, verdoppelt und gegebenenfalls sogar verdreifacht werden. Zusätzlich kann ein privatwirtschaftlicher Kulturveranstalter sich für eine Ausfallabsicherung registrieren, die bis zum 31. Dezember 2022 gilt. Sie greift, wenn coronabedingt eine Veranstaltung abgesagt werden muss. Erstattet werden bis zu 80 Prozent der nachgewiesenen Kosten.

Aktuell, Mitte September 2021, ist unklar, ob und wenn ja, auf welche Weise die Wirtschaftlichkeitshilfe genutzt werden kann, wenn laut Corona-Verordnung eine 2 G-Regel angewandt werden kann – also, nur Geimpfte oder Genesene eine Veranstaltung besuchen können. Die 2 G-Regel soll eigentlich dazu dienen, dass die Einrichtungen wieder Volllast fahren können beziehungsweise zumindest auf größere Abstände verzichten können, damit wieder mehr Publikum zugelassen werden kann. Offen ist derzeit, ob nach wie vor von Corona-bedingten Einschränkungen die Rede sein kann oder ob beispielsweise eine Maskenpflicht oder Ausschluss eines Teils des potentiellen Publikums als coronabedingte Einschränkung gilt. Bei Redaktionsschluss dauerten die Beratungen zwischen Bund und Ländern zu diesem Punkt noch an.

## Zurückhaltung

Generell ist derzeit eine Vorsicht und Zurückhaltung beim Publikum zu beobachten. Sicher, die ganz großen Enthusiasten besuchen Kulturveranstaltungen, sie haben lange genug verzichten müssen. Es gibt auch Veranstaltungen, die ausgebucht sind. Es gibt allerdings auch viele, bei denen die bestehenden Platzkapazitäten nicht ausgenutzt werden und nicht alle verfügbaren Eintrittskarten verkauft werden. Die Gründe hierfür sind vielfältig. Viele Menschen sind noch vorsichtig und meiden größere Menschengruppen speziell in Innenräumen – auch wenn alle Hygienebedingungen eingehalten werden und gut gelüftet wird. Viele Menschen nutzen aber auch die Möglichkeit, sich mit anderen zu treffen, gemeinsam ein Restaurant oder einen Biergarten zu besuchen. Und manche müssen sich erst einmal wieder sprichwörtlich aufraffen, um wieder Kulturveranstaltungen zu besuchen.

Es ist also mit einer längeren Übergangszeit zu rechnen, bis wieder zum alten Publikumsverhalten zumindest ansatzweise zurückgekehrt wird. Wichtig ist, dass diese Übergangszeit durch entsprechende Hilfsmaßnahmen unterstützt wird. Ein harter Abbruch an Fördermaßnahmen kann die erfolgte Stabilisierung der vergangenen anderthalb Jahre jäh zunichtemachen.

**Das Publikum reagiert vorsichtig und zurückhaltend.**

**Seit Beginn der Corona-Krise wurden diverse Hilfspakete aufgelegt.**

## Hilfsmaßnahmen

Seit Beginn der Corona-Pandemie in Deutschland wurden sowohl von den Ländern als auch vom Bund Hilfspakete aufgelegt, um die Kultureinrichtungen und Kulturunternehmen zu stabilisieren und die Kunstschaffenden zu unterstützen. Angefangen bei einer flexiblen Auslegung des Zuwendungsrechts und der Nutzung der bestehenden haushaltsrechtlichen Spielräume bis hin zu den Überbrückungshilfen, die sich an die Wirtschaft richten. Bei den ersten Überbrückungshilfen wurde noch davon ausgegangen, dass es sich um wenige Monate handeln würde. Inzwischen kristallisiert sich heraus, dass es nicht wenige Monate, sondern teilweise schon anderthalb Jahre sind, die Unternehmen Unterstützung benötigen. Die Überbrückungshilfen des Bundes wurden kontinuierlich weiterentwickelt und sind aktuell bis zum 31. Dezember 2021 konzipiert.

Als sehr wirksames Instrument auch in der Kultur- und Kreativwirtschaft hat sich das Kurzarbeitergeld erwiesen. Hierdurch konnten Arbeitsplätze gesichert werden und Fachkräfte blieben den Unternehmen erhalten. Ein sehr wichtiger Faktor, wenn es um den Neustart bei Öffnungen geht.

Mit dem Programm „Neustart Kultur“ wurden und werden Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft wie Buchhandlungen, Verlage, Musikalienhandlungen, freie Theater, freie Musikensembles, Künstler und viele andere mehr unterstützt. Innerhalb von Neustart Kultur bestehen mehr als 60 Einzelprogramme, die von Verbänden und Organisationen aus dem Kulturbereich entwickelt und administriert werden. Die Programme dienen dazu, dass Unternehmen und Künstler arbeiten können.

## Wie geht es weiter?

Die größte Sorge, die die Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft derzeit umtreibt, ist die nach der Zukunft. Wird es einen erneuten Lockdown geben? Aktuell versichern die politisch Verantwortlichen, dass sie keinen weiteren Lockdown planen, sondern auf höhere Impfquoten setzen. Doch wird dies haltbar sein, wenn sowohl die Zahl der Erkrankten als auch die Hospitalisierungsrate steigt?

Wird das Publikum zurückkommen, wird die Nachfrage nach Kultur wieder steigen? Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft verdienen ihr Geld am Markt. Sie wollen nicht ständig von staatlichen Hilfen abhängig sein, sondern am Markt agieren. Das gelingt aber nur, wenn die Güter und Dienstleistungen auch tatsächlich nachgefragt werden.

Es kommt daher jetzt darauf an, die Nachfrage zu stimulieren und vor allem den Unternehmen den Weg bis zum „Normalbetrieb“ durch Überbrückungsmaßnahmen zu erleichtern. Ein sukzessives Ausschleichen von Fördermaßnahmen könnte ein Mittel sein, um diese Überbrückung zu ermöglichen. Schon im Februar 2021 hat der Deutsche Kulturrat eine große Werbemaßnahme vorgeschlagen, um öffentlichkeitswirksam zu zeigen, dass Kultur wieder im Spiel ist. Für eine solche Maßnahme ist es noch nicht zu spät. Im Gegenteil, es muss auf die Bedeutung von Kultur aufmerksam gemacht werden.

**Es muss auf die Bedeutung der Kultur hingewiesen werden.**

///

### Lesehinweis

**Die Corona-Chroniken Teil 1 – Corona vs. Kultur in Deutschland**  
hrsg. von Olaf Zimmermann und Theo Geißler, Berlin 2021.

Aus unterschiedlichen Perspektiven wird nachgezeichnet, wie sich die Corona-Pandemie auf den Kulturbereich auswirkt.  
Zu Wort kommen Vertreter unterschiedlicher künstlerischer Sparten und der verschiedenen Bereiche des kulturellen Lebens.