

Hochkultur auf dem Prüfstand?

Eine Konkretisierung der allgemeinen Problematik am Beispiel ostdeutscher Orchester

Mit dem Begriff Hochkultur wird viel verbunden: Einerseits wird ihr Wert u. a. mit der Eigenschaft als Standortfaktor begründet; der Staat als Standortanbieter müsse für die Hochkultur (mit) sorgen, weil er auch von den Umwegrentabilitäten in Form von Steuerrückflüssen profitiere, die teilweise die öffentliche Förderung übersteigen.²⁹ Andererseits werden ihr auch wesentliche gesamtgesellschaftliche Integrationsaufgaben und -wirkungen, wie die Bildung der Bevölkerung, zugeschrieben. Kultur, insbesondere die Hochkultur, wird oftmals aufgrund des Marktversagens, verursacht u. a. durch positive externe Effekte, als öffentliches Gut eingeordnet. Aus dieser Sicht besteht ein Anspruch auf beziehungsweise eine Verpflichtung zu staatlicher Förderung. Allerdings betonen einige Studien deutlich, dass eine Förderung durch öffentliche Kassen nicht zwingend sei und verweisen auf den Erfolg alternativer, privater Kulturangebote.

In Deutschland zählt das öffentlich finanzierte kulturelle Angebot hauptsächlich zu den Aufgaben der Kommunen sowie der Länder oder – soweit übergeordnete Belange betroffen sind – des Bundes.³⁰

Vielfach wird mit Kultur im weiten Sinn die „Gesamtheit der geistigen und künstlerischen Lebensäußerungen (einer Gemeinschaft, eines Volkes)“ assoziiert.³¹ Sie ist damit nicht nur ein Ergebnis, sondern zugleich eine Voraussetzung für ökonomischen Erfolg. Kunst und Kultur setzen sich auf kreative Weise mit Alltäglichem auseinander und stellen wichtige verbindende Glieder zu wirtschaftlich relevanten Faktoren wie z. B. Finanz- und Realinnovationen dar.³² Besonders sichtbar wird dieser Zusammenhang dort, wo Kultur und Technologie im Innovationsprozess stark verknüpft sind, beispielsweise in den Informationstechnologien.³³

Kultur in der engen Begrifflichkeit bezeichnet die Kunst und die Geisteskultur, worunter auch die Angebote der so genannten Hoch- und Populärkultur wie Musik oder darstellende Kunst fallen.³⁴ Vor dem Hintergrund der schwierigen finanziellen Situation der Kommunen und der Freiwilligkeit kommunaler Leistungen im Bereich der Hochkultur wird im Folgenden am Beispiel der kommunalen Orchesterlandschaft in Ostdeutschland diskutiert, ob und in welchem Umfang eine öffentliche Finanzierung von Hochkultur gerechtfertigt erscheint.

²⁹ Beispiele dafür finden sich in HUMMEL, M.; BERGER, M.: Die Volkswirtschaftliche Bedeutung von Kunst und Kultur. Verlag Duncker und Humblot: Berlin 1988 und BLUM, U.; MÜLLER, S.; VOGT, M. (eds): Kultur und Wirtschaft in Dresden, Kulturelle Infrastruktur 6. Leipziger Universitätsverlag: Dresden 1997.

³⁰ Für eine intensive Auseinandersetzung mit dieser Thematik vgl. VAN DER BEEK, G.: Kulturfinanzen – Ein volkswirtschaftlicher Beitrag zur Reform der öffentlichen Museen und Theater in Deutschland. Berlin 2002, S. 59 ff. – EBKER, N.: Politische Ökonomie der Kulturförderung. Entwicklungen zwischen Staat, Markt und 3. Sektor. Bonn 2000, S. 77 ff. – GOTTSCHALK, I.: Kulturökonomik. Probleme, Fragestellungen und Antworten. Wiesbaden 2006, S. 38 ff. Umwegrentabilitäten im Kulturbereich werden u. a. bei BLUM, U.; LEIBBRAND, F.; MENDE M.; KROSCHER, J.: Kultur als Exportgut (Culture as an Export Good), in: U. Blum, S. Müller, M. Vogt (Hrsg.), Kultur und Wirtschaft in Dresden, Kulturelle Infrastruktur 6. Leipziger Universitätsverlag: Dresden 1997, S. 253-276, ausgewiesen. Zur Kompetenzverteilung der staatlichen Ebenen vgl. SCHULZ, C.: Neugestaltung der öffentlichen Kulturförderung in Deutschland. Marburg 2007, S. 43 ff.

³¹ Vgl. DER DUDEN: Duden Etymologie: Das Herkunftswörterbuch der deutschen Sprache. Mannheim 1989, S. 393. – BENDIXEN, P.: Einführung in die Kultur- und Kunstökonomie. Opladen: Wiesbaden 1998, S. 49 ff.

³² Vgl. hierzu PRIDDAT, P. B.: Wirtschaft durch Kultur. Marburg 2009, S. 10. – FLORIDA, R.: The Rise of the Creative Class. New York 2002.

³³ Vgl. die Analyse hierzu von BLUM, U.; DUDLEY, L.: The Two Germanies: Information Technology and Economic Divergence, 1949-1989, in: Journal of Institutional and Theoretical Economics Vol. 155, No. 4, 1999 pp. 710-737. – BLUM, U.; DUDLEY, L.: Religion and Economic Growth: Was Weber Right?, in: Journal of Evolutionary Economics 11, No. 2, 2001, pp. 207-230. – BLUM, U.: Vom Wert der Kultur für die Wirtschaft, in: Sichtweisen. Sächsisches Landesgymnasium St. Afra. Meißen 2001, S. 126-137.

³⁴ Für eine umfassende Definition des weiten und engen Kulturbegriffes vgl. SCHÖNHUTH, M.: Glossar Kultur und Entwicklung: Ein Vademecum durch den Kulturdschungel. Frankfurt 2005, S. 120.

Ist Hochkultur förderungswürdig?

Die Diskussion um die Gegensätze der Hochkultur und der Populärkultur geht auf das 19. Jahrhundert zurück. Klassische Kultur war dem intellektuellen, besser situierten Bildungsbürgertum vorbehalten.³⁵ Populärkultur, auch „Massenkultur“ genannt, war den nichtbürgerlichen, ungebildeten Menschen zugewiesen. Die bewusste Abgrenzung von der Populärkultur war aus Sicht der Konsumenten der Hochkultur notwendig, da sie mit der „Massenproduktion“ der Populärkultur einen „negativen“ Charakter der Gewinnorientierung verbanden. Sie sahen eine mangelnde Fokussierung auf die Kunst und die weite Verbreitung der Populärkultur als Gefahr für das kulturelle Niveau der Gesellschaft an.³⁶ In der heutigen Zeit wird Hochkultur als spiritueller, formal entwickelter sowie ästhetischer als die Populärkultur bezeichnet und ist weniger als Massenphänomen definiert.³⁷

Wie bereits angedeutet wurde, werden unter Kultur verhaltensprägende Kodizes verstanden, die über die Zeit weitergereicht (tradiert) werden und eine Pfadbindung der gesellschaftlichen Entwicklung bedingen. Somit kann Kultur als ein wichtiges „Gen“ der Zivilisation angesehen werden.³⁸ Spontane „Mutationen“ im Sinne kultureller Inventionen treten gelegentlich auf; aber erst, wenn sie sich als lebensfähig erweisen, ist von einer kulturellen Innovation zu sprechen. Kultur stiftet damit Identität innerhalb von Gruppen, indem sie ihren Mitgliedern gemeinsame Wertvorstellungen gibt und somit den „sozialen Kitt“ über Schichten, Raum und Zeit hinweg erzeugt. Hieran partizipieren alle direkt oder indirekt; deshalb ist Kultur nicht als Gut im üblichen Sinne zu verstehen, obwohl sie an Güter, also an Waren (Bilder, Skulpturen, Gebäude), an

Dienstleistungen (Aufführungen im Konzert, Theater, Oper, einem Happening) oder Rechte (an einer Partitur) anknüpft. Damit ist die Förderung von Kultur eine Maßnahme, Gesellschaften – durch Senken der Transaktionskosten – stabil zu halten und ihnen zugleich Grundlagen für das Experimentieren zu geben, um neue Wege zu finden. Gerade die Hochkultur gilt dabei als Bewahrer von Traditionen und Werten. Ebenso kann sie eine wichtige intellektuelle Grundlage für die Populärkultur darstellen und als Standortfaktor für die Kultur- und Kreativwirtschaft bedeutsam sein.³⁹

Auf Basis dieser Aussagen wird ein Dilemma offensichtlich: Entweder stellt Hochkultur einen wesentlichen Standort- und Integrationsfaktor dar, der letztlich – über das Verdeutlichen von Traditionen – die Moderne befruchtet. Dann ist ihre Nachfrage über alle Schichten und Altersklassen bedeutsam. Oder aber sie ist ein „ausalterndes“ Gut, das durch neue Kulturinhalte ersetzt werden kann – somit wäre der bisherige Einsatz öffentlicher Mittel massiv zu hinterfragen. Unter der Annahme, dass Hochkultur für die Gesellschaft bedeutsam ist, sind aus theoretischer Sicht die Ursachen für „Hochkulturverweigerung“ zu beleuchten. Aus finanzpolitischer Sicht ist zu prüfen, welche Mittel mobilisiert werden können – auch vor dem Hintergrund alternativer Verwendungen.

Kultur als Standortfaktor und ihre Bedeutung für die Neuen Länder

Kultur schafft Identität aus dem kulturellen Erbe, den Traditionen der Region heraus und wird deshalb auch und gerade in den Neuen Ländern als wichtiger weicher Standortfaktor eingeordnet.⁴⁰

³⁵ Vgl. GERMANN, S.: Zukunftsmodell Konzertpädagogik Eine Studie zur Begegnung von Schulen und Sinfonieorchestern. Saarbrücken 2006, S. 49.

³⁶ Vgl. GANS, H. J.: Popular Culture and High Culture, An Analysis and Evaluation of Taste. New York 1974. p. 19.

³⁷ Vgl. GROSSBERG, L.; WARTELLA, E.; WHITNEY, C. D.; WISE, J. M.: Mediamaking Mass Media in a Popular Culture. London, New Delhi, Thousand Oaks 2006, p. 55.

³⁸ Vgl. hierzu den Begriff der „Meme“, der von Blackmore in BLACKMORE, S.: Die Macht der Meme. Spektrum akademischer Verlag: Heidelberg 2000, vorgeschlagen wurde, wodurch mittels Imitation, also durch das Kopieren von Verhaltensroutinen von Generation zu Generation Kultur weitergereicht werden.

³⁹ Beispielsweise stellen Falck, Fritsch und Hebllich einen Zusammenhang zwischen so genannten Bohemiens und Opernhäusern, die vor 1800 in Deutschland gebaut wurden, her, vgl. FALCK, O.; FRITSCH, M.; HEBLICH, S.: Bohemians, Human Capital, and Regional Economic Growth in Jena Economic Research Papers Nr. 066/2007. http://zs.thulb.uni-jena.de/servlets/MCRFileNodeServlet/jportal_derivate_00173167/wp_2009_049.pdf?hosts, Zugriff am 21.01.2010.

⁴⁰ Vgl. SAUL, C.: Finanzierungsprobleme von Kultureinrichtungen – Fallstudie Deutsches Hygiene Museum Dresden. München 1995, S. 21. Für eine ausführliche Betrachtung der Problematik der Standortfaktoren vgl. ROSENFELD, M. T. W.; FRANZ, P.; HORNYCH, C.; SCHWARTZ, M.: Strategien und Handlungsoptionen für eine ziel- und

Gerade für das Wiedererstarken der ostdeutschen Wirtschaft nach der Wiedervereinigung spielen die regionale Identität, insbesondere auch das technologisch-kulturelle Erbe und das Wissen darum, eine herausragende Rolle. Dies unterstützte die eigenen regionalen Innovationsstrategien, die an das kulturell-technologische Erbe anknüpften, was es erlaubte, den Suchprozess nach neuen Ausrichtungen abzukürzen. Die Empirie zeigt allerdings, dass dem Standortfaktor Kultur von Unternehmen bei Ansiedlungsentscheidungen lediglich eine geringe Bedeutung zuerkannt wird.⁴¹ Jedoch besitzt sie für die Entscheidungsträger der Unternehmen und für ihre Beschäftigten durchaus eine gewisse Relevanz.⁴² Darüber hinaus sind gerade für den Wirtschaftsfaktor Tourismus die lokalen Kulturangebote nicht zu unterschätzen, wie beispielsweise für Dresden gezeigt wurde.⁴³

Zukünftige Probleme der öffentlichen Kulturförderung in den Neuen Ländern

Die Ausgaben für Kultur gehören ebenso wie die Ausgaben für Sport in fast allen Bundesländern zu den freiwilligen Leistungen der Kommunen.⁴⁴ Bei diesen kann die Gemeinde entscheiden, wie und ob sie diese Aufgabe erfüllt. In Zeiten, in denen sich

zukunftsorientierte Ausrichtung der Medienwirtschaft in Sachsen-Anhalt (am Beispiel des Standortes Halle). Gutachten im Auftrag der Landesmarketing Sachsen-Anhalt GmbH. 2007, S. 37 ff.

41 Vgl. BLUM, U.; MÜLLER, S.; VOGT, M. T.: Kultur und Wirtschaft in Dresden. Leipzig 1997 S. 109. – GRABOW, B.; HENCKEL, D.; HOLLBACH-GRÖMIG, B.: Weiche Standortfaktoren. Stuttgart, Berlin, Köln 1995, S. 110.

42 Vgl. GRABOW, B.; HENCKEL, D.; HOLLBACH-GRÖMIG, B., a. a. O., S. 64 ff. – SALMEN, T.: Standortwahl von Unternehmen Ein Überblick über empirische Gründe, Prozesse und Kriterien der unternehmerischen Entscheidungsfindung. Marburg 2001, S. 32 ff.

43 Vgl. BLUM, U.; MÜLLER, S.; VOGT, M. T., a. a. O.

44 Eine Ausnahme bildet hiervon das Kulturraumgesetz in Sachsen, dort schließen sich gesetzlich verpflichtet mehrere Gemeinden zu Kulturräumen zusammen und teilen sich die Finanzierung, vgl. hierzu: WINTERFELD, K.: Das sächsische Kulturraumgesetz – Eine Bilanz nach elf Jahren Ergebnisse einer sozialwissenschaftlichen Untersuchung. Leipzig 2006. – VOGT, M.: Kulturräume in Sachsen Eine Dokumentation zur Genese des sächsischen Kulturraumgesetzes und zum „Probejahr“ 1995 mit dem Rechtsgutachten von Fritz Ossenbühl, einer photographischen Annäherung von Bertram Kober und dem Verzeichnis der Ansprechpartner in den Sächsischen Kulturräumen. Leipzig 1996.

die finanzielle Situation der Gemeinden verschlechtert, können die freiwilligen Aufgaben in ihrer Relevanz zurücktreten und zum Gegenstand von Budgetkürzungen werden.⁴⁵

Pro Einwohner unterscheiden sich die Ausgaben für Kultur im engeren Sinn⁴⁶ zwischen den Neuen und den Alten Ländern erheblich. So liegen die Ausgaben der Neuen Länder pro Jahr im Schnitt um knapp 40 Euro pro Einwohner über denen in den Alten Ländern.

1995 lagen die gesamten fiskalischen Kulturausgaben pro Einwohner in den Neuen Ländern um 44,4% höher als in den Alten Ländern. 2005 betrug die Differenz noch 38,7%.⁴⁷

Dabei ist der Anteil der Gemeinden gegenüber den Ländern stetig gewachsen, insgesamt tragen sie heute den größten Anteil zur staatlichen Kulturförderung bei.

Zukünftig beeinflussen drei Entwicklungen erheblich die Möglichkeiten, die kulturelle Substanz der Neuen Länder aus öffentlichen Kassen zu unterstützen:

1. *Bevölkerungsumfang, Altersstruktur und Einkommen*: Die Bevölkerung wird erheblich abnehmen und dabei altern; die Einkommen werden nur begrenzt wachsen. Die Einnahmen der Gemeinden werden durch das Fehlen der steuergenerierenden Kohorten weiter sinken. Relativ nimmt die Bevölkerungsgruppe der 60- bis 79-Jährigen am stärksten zu.⁴⁸
2. *Zunehmender fiskalischer Stress*: Die Wirtschafts- und Finanzkrise sowie das Wachstumsbeschleunigungsgesetz haben zu einer deutlichen Abnahme der kommunalen Ein-

45 Vgl. ZIMMERMANN, H.: Kommunalfinanzen: Eine Einführung in die finanzwissenschaftliche Analyse der kommunalen Finanzwirtschaft. Baden-Baden 1999, S. 113.

46 Der folgende Abschnitt schließt die Ausgaben für staatliche Kulturinstitutionen und kulturspezifische Bildungseinrichtungen ein. Hierfür wird das Grundmittelkonzept verwendet. Für eine genaue Definition vgl. STATISTISCHES BUNDESAMT: Kulturförderung 2008. Wiesbaden 2008, S. 15.

47 Vgl. STATISTISCHES BUNDESAMT, a. a. O., S. 17.

48 STATISTISCHES BUNDESAMT: Begleitmaterial zur Pressekonferenz am 18. November 2009: Bevölkerung Deutschlands bis 2060. 12. Koordinierte Bevölkerungsvorausprognose. Wiesbaden 2009.

nahmen geführt. Auch nach der Wirtschaftskrise wird es bei den kommunalen Einnahmen nur begrenzt wieder bergauf gehen. Denn im Jahr 2019 wird der Solidarpakt II auslaufen, sodass die Neuen Länder dann ausschließlich auf Leistungen aus dem allgemeinen Länderfinanzausgleich zurückgreifen können.⁴⁹ Das bedeutet, dass die Haushalte in den nächsten Jahren bestenfalls ausgabenkonstant gehalten werden können.

3. *Wirtschaftliche Leistungsfähigkeit:* Der Abstand zu den Alten Ländern wird sich weiter verringern, der Zeitraum der Konvergenz ist aber nicht absehbar.⁵⁰ Es ist zudem nicht klar ersichtlich, inwieweit dies zu hinreichend steigenden Steueraufkommen oder vermehrter Nachfrage nach kulturellen Veranstaltungen führen wird.

Orchester als Teil der Hochkultur Ostdeutschlands

In Bezug auf den konkreten Anwendungsfall der Orchesterlandschaft ist zunächst Folgendes zu konstatieren: Nach der Wende gab es in den Neuen Ländern, einschließlich Ostberlin, rund 70 Orchester. Damit lag Ostdeutschland nach Zahl und Dichte, also Orchestern pro Einwohner, an erster Stelle in der Welt. Diese hohe Dichte war eine Folge der staatlichen Kulturpolitik der ehemaligen DDR, die einerseits eine staatlich gewünschte Werteveränderung in der Bevölkerung auf dem Weg der Kulturangebote erreichen wollte, andererseits aber auch in der Tradition der deutschen Klassik einen Neuanfang vornahm, indem sie die „entarteten Künstler“ wieder ins Repertoire aufnahm. Der kulturzieherische Anspruch fand seine Ausprägung in speziellen Anreizen, beispielsweise durch die Unterstützung von Theater- und Konzertbesuchen von Arbeitsgruppen. Die kulturelle Nachfrage wurde weitgehend dem vorhandenen Angebot angepasst.

⁴⁹ WILDE, K.; FREYE, S.: Auslaufen der Solidarpaktmittel: Sind die Neuen Länder ausreichend vorbereitet?, in: IWH, *Wirtschaft im Wandel* 3/2009, S. 135.

⁵⁰ Scheufele und Ludwig benennen beispielsweise einen Zeitraum von mindestens 50 Jahren, vgl. hierzu SCHEUFELE, R.; LUDWIG, U.: Der lange Weg der Konvergenz, in: IWH, *Wirtschaft im Wandel* 10/2009, S. 407.

Seit 1990 hat sich die Struktur der deutschen Orchesterlandschaft stark gewandelt: Die Zahl der öffentlich finanzierten Orchester sank von 1991 bis zum Jahr 2007 um 35, von 168 auf 133, dabei überproportional in den Neuen Ländern. Um den Übergang abzufedern, wurden den Neuen Ländern finanzielle Hilfen aus Bundesmitteln zur Verfügung gestellt, wobei zwei Fonds von besonderer Bedeutung waren: Rund 300 Mio. DM für den Erhalt und die Entwicklung der Infrastruktur sowie 600 Mio. DM für die Strukturierung der Orchesterlandschaft.⁵¹

Die einzelnen Länder wenden sehr unterschiedliche Strukturen an, um die Kulturaufgabe, die teilweise Verfassungsrang besitzt, zu erfüllen. Besonders zu nennen ist dabei das Sächsische Kulturraumgesetz, das Teilräume zusammenfasst und damit von vornherein versucht, einen überregionalen Ausgleich und einen Systemansatz in der Versorgung zu schaffen. Bei gegebener inhaltlicher und administrativer Autonomie kommt es damit zu einer längerfristigen Planungssicherheit für die zentralörtlichen Angebote im Bereich der Kultur und speziell der Orchester.⁵²

Erwartete Veränderungen in der Nachfrage nach Angeboten der Orchester in Ostdeutschland

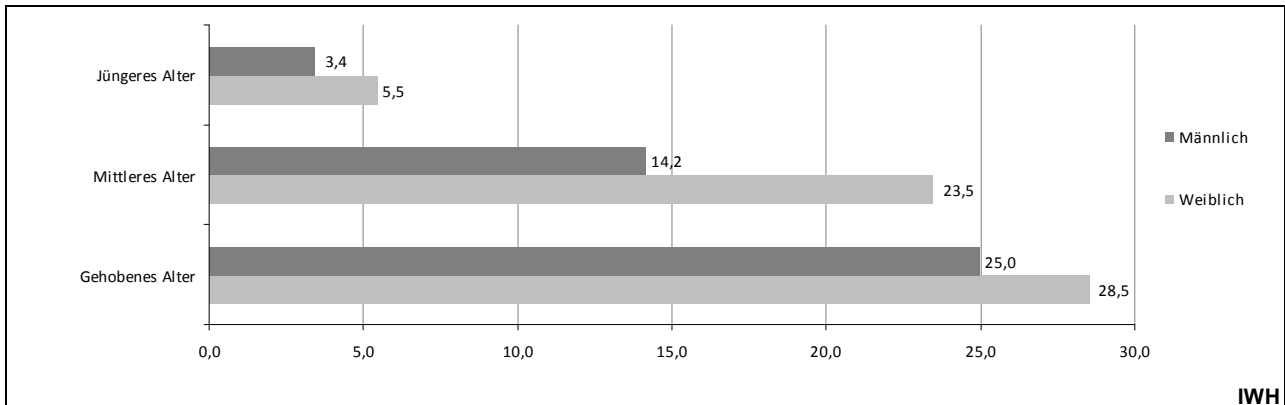
In einem Gutachten des IWH für die Deutsche Orchestervereinigung wurden im Jahr 2009 die Zuschauer von sieben Orchestern bzw. Musiktheatern der fünf neuen Flächenländer (außer Berlin) nach einer Reihe von Charakteristika befragt, um festzustellen, wie zukunftsfähig sich die Orchester darstellen. Erhoben wurden hierzu:

- die Nachfragebedingungen, namentlich Preise und Besucherzahlen für gegebene Aufführungen, wobei nach der Art der Eintrittskarten (Einzelkarte, Gruppenkarte, Abonnement) unterschieden wurde;
- soziodemographische Charakteristika, die es erlauben, das Nachfrageverhalten auf wesentliche Charakteristika zurückzuführen und da-

⁵¹ Vgl. ALLMENDIGER, J.: Staatskultur und Marktkultur. Ostdeutsche Orchester im Vergleich, in: *Mitteldeutscher Kulturrat* (Hrsg.), *Analysen – Kultur und Kulturträger in der DDR*. Bonn 1993, S. 248.

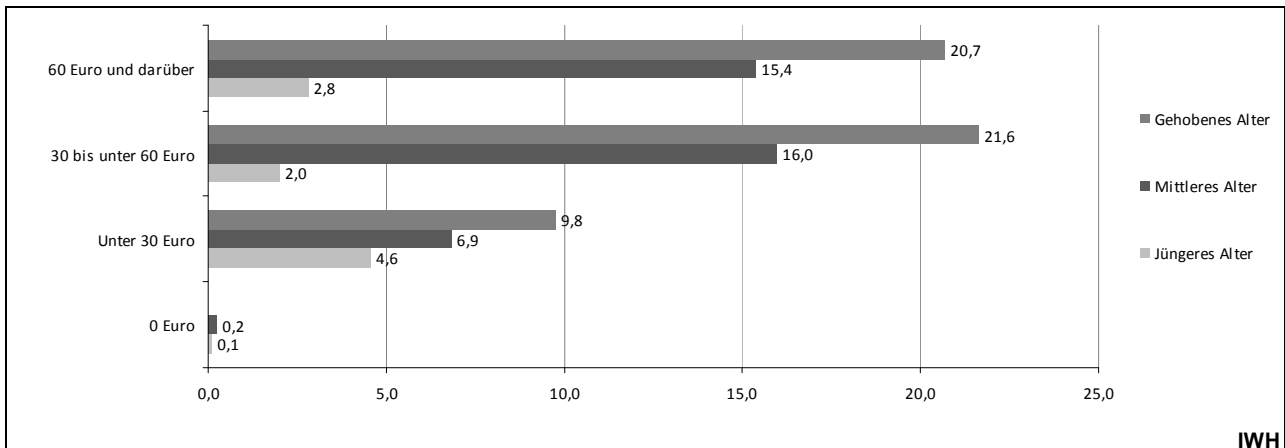
⁵² Vgl. hierzu WINTERFELD, K., a. a. O. – VOGT, M., a. a. O.

Abbildung 1:
Die Alterskategorien der Besucher von klassischen Konzerten in Verbindung mit dem Geschlecht
- in % aller Besucher -



Quelle: Darstellung des IWH, N=933.

Abbildung 2:
Die Ausgaben für kulturelle Veranstaltungen in den letzten drei Monaten nach dem Alter
- in % aller Besucher -



Quelle: Darstellung des IWH, N=851.

mit eine wirtschaftspolitische Strategie zu begründen;

- die Entfernung zum Spielort und den Einzugsbereich, um die Ausschöpfung des Marktes zu erfassen.

Die Rücklaufquoten der ca. 5 000 befragten Zuschauer variierten zwischen den befragten Orchestern bzw. Musiktheatern erheblich und beliefen sich im Schnitt auf 20,8%.⁵³

Teilt man das Altersspektrum der Orchesterbesucher in drei Gruppen (jüngerer Alter bis 35 Jahre, gehobenes Alter ab 65 Jahre und dazwischen

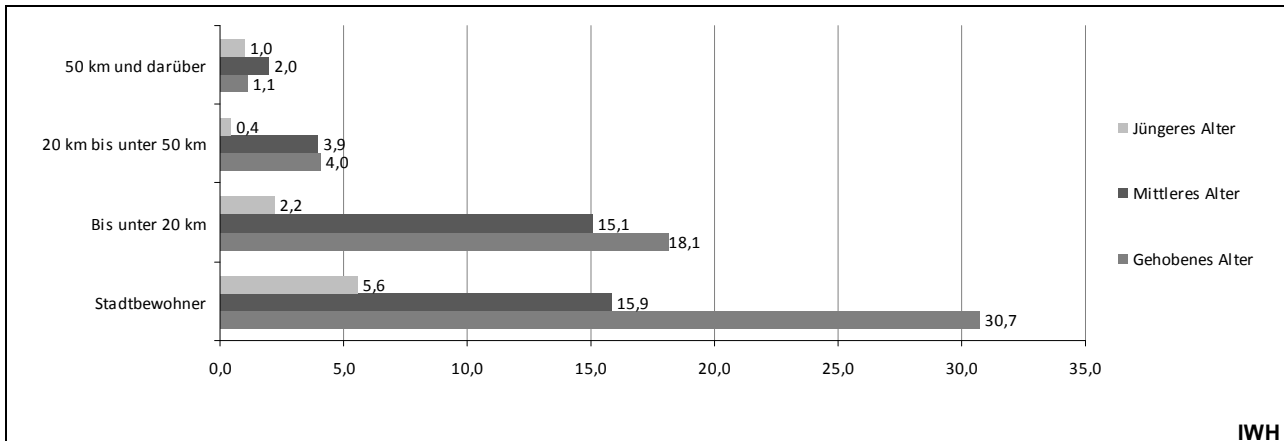
das mittlere Alter), so wird deutlich, dass Ruheständler die Nachfrage dominieren, wobei der überwiegende Anteil an Frauen auch unterhalb des Alters von 65 Jahren ausgesprochen bedeutsam ist (vgl. Abbildung 1). Von besonderem Interesse ist dabei ebenso, dass bei den erhobenen Veranstaltungen fast 90% der Besucher von mindestens einer weiteren Person begleitet worden sind, was die Sozialfunktion der Aufführungen unterstreicht.

Werden die Ausgaben der Besucher für die Nutzung von Kulturangeboten betrachtet, ist interessant, wie stark das private „Kulturbudget“ mit dem Alter zusammenhängt, wie in Abbildung 2 dargestellt.

Mit 39,6% befinden sich insgesamt die meisten Personen in der Gruppe, die zwischen 30 Euro und 60 Euro bezahlt haben; die meisten Personen aus

⁵³ Erhoben wurden hierfür nur philharmonische, Sinfonie- und Kammerkonzerte, um die Vergleichbarkeit zwischen den Orchestern zu erhöhen.

Abbildung 3:
Entfernung des Wohnorts der Besucher vom Konzertort, nach Alterskategorien
- in % aller Besucher -



Quelle: Darstellung des IWH, N=915.

den Gruppen des mittleren und gehobenen Alters sind hierin enthalten. Am zweithäufigsten wurden über 60 Euro angegeben. Null Euro haben dagegen nur 0,3% der Besucher bezahlt. Daraus ist zu schließen, dass Konzertbesucher kulturell sehr aktiv sind; 78,5% haben in den letzten drei Monaten 30 Euro und mehr für kulturelle Veranstaltungen ausgegeben. Weiterhin wird deutlich, dass momentan die ältere Generation wichtig für stabile Einnahmen der Orchester ist. Diese Gruppe könnte aber aufgrund von Faktoren wie steigender Altersarmut und sich ändernder Präferenzen im Kulturkonsum in den nächsten Jahren kleiner werden.⁵⁴

Wird abschließend die Entfernung des Wohnorts von den Spielstätten betrachtet, so zeigt sich, dass sich die Mobilität der älteren Generation auf eine Entfernung von maximal 20 km jenseits der Grenzen der jeweiligen Stadt, in der die Konzerte stattfanden, beschränkt. Mit zunehmender Entfernung geht ihr Anteil zurück, und es sind besonders die mobileren Besucher mittleren und jüngeren Alters, die dann anteilmäßig gleichziehen. Weiterhin zeigt die Auswertung, dass die Besucherzahl mit zunehmender Entfernung drastisch sinkt. Dies spricht nicht dafür, dass die befragten Orchester bzw. Musiktheater eine große Attraktivität auf Touristen ausüben.

⁵⁴ Vgl. BOGEDAN, C.; RASNER, A.: Arbeitsmarkt x Rentenreformen = Altersarmut?, in: WSI-Mitteilungen, Jg. 61, Heft 3/2008, S. 133-138. – BAUERNFEIND, A.: Wandel des Musikgeschmacks in der Gesellschaft Der neue kulturästhetische Code der Allesfresser. Saarbrücken 2008.

Mögliche Wege für eine langfristige Sicherung der Orchesterlandschaft in Ostdeutschland

Auf der Grundlage der skizzierten Befunde sowie allgemeiner Überlegungen lassen sich vor allem die folgenden Handlungsalternativen ableiten, mit denen die Zukunft der Orchester gesichert werden könnte:

- Gerade Orchester in kleinen Gemeinden werden zukünftig noch stärker zwischen Finanzierungsproblemen der Kommunen und absinkender Nachfrage gefangen sein. Infolge eher sinkender örtlicher Finanzierungsmöglichkeiten könnten sich mehrere Umlandgemeinden zur öffentlichen Kulturfinanzierung zusammenschließen. Eine Kulturraumdefinition unter Einbeziehung vergrößerter Einzugsbereiche erscheint als zweckmäßige Lösung.
- Durch den geringen Einzugsbereich werden Kulturraumregionen nur als sinnvoll erachtet, wenn einerseits Gäste von außen angezogen werden und andererseits durch starke Gastspieltätigkeit zusätzliche Finanzierungsquellen erschlossen werden. Beides erfordert genaue Analysen der Zuschauerstruktur vor Ort.
- Kostensenkungsmaßnahmen können neben einer verstärkten Fokussierung auf neue technologische Standards auch durch Spezialisierung einzelner Orchester in einem Ver-

bund bzw. einem Kulturraum erzielt werden. Hierzu ist es sinnvoll, verstärkt Zielgruppen – unter anderem Jugendliche – zu identifizieren und anzusprechen, was gleichfalls die touristische Vermarktung von Orchesterkonzerten oder entsprechender „Events“ beinhaltet.

- Die Selbstverantwortlichkeit der Orchester muss gestärkt werden, vor allem vor dem Hintergrund der zukünftigen Finanzierungsprobleme der Gemeinden. Daher könnte ähnlich wie im Solidarpakt den Orchestern Planungssicherheit gegeben werden, wobei aber langfristig die Mittelzuflüsse sukzessive abgebaut werden – andernfalls könnte sich eine verstärkte Marktorientierung weiter verzögern. In diesem Kontext kann auch die Attraktivität von Beziehungen zu Sponsoren zunehmen.
- Weiterhin sind Preis- und Subventionsstrukturen zu diskutieren: Muss der Bezieher eines hohen Einkommens in gleichem Maße subventioniert werden wie ein Geringverdiener – und falls nein, sollten dann gezielte Maßnahmen zur Förderung einkommensschwacher Kulturinteressierter bzw. an Kultur zu Interessierender erfolgen? Da sich die aktuellen Konsumenten der Hochkultur durch eher überdurchschnittliche Einkommen auszeichnen, könnte die nicht differenzierende Subventionierung eine Wohlfahrtsverzerrung darstellen.⁵⁵

- Es ist eine politische Definition des Wertes der Hochkultur, hier konkret der Orchester, nötig. Die Aufnahme der Kultur als „Staatsziel“ erscheint nicht als probate Lösung. Vielmehr sollte festgestellt werden, inwieweit Orchester als Bildungsgut zur Wertsteigerung des Humankapitals in Deutschland und somit zum Wirtschaftsstandort beitragen können. In Verbindung damit sollte nicht nur in den Orchestern eine Diskussion über ihre Funktion in der Gesellschaft angeregt werden.

Unter den Bedingungen einer schrumpfenden und alternden Bevölkerung und in einer Welt, in der auch Kultur ein immer globaleres Gut wird, müssen generell alle Kulturanbieter neue Wege gehen, um das nachwachsende Publikum zu begeistern und mit der starken Konkurrenzsituation anderer Medien und anderer Standorte umgehen zu lernen. Wie dieser Weg im Einzelnen aussehen wird, ist die Aufgabe der Manager und Intendanten, die sich auf die Zielgruppe vor Ort einstellen und ein geeignetes „Change Management“ entwickeln müssen.

Ulrich Blum
(*Ulrich.Blum@iwh-halle.de*)

Tobias Glufke
(*Tobias.Glufke@iwh-halle.de*)

Martin T. W. Rosenfeld
(*Martin.Rosenfeld@iwh-halle.de*)

⁵⁵ Vgl. hierzu ECKARDT, J.; PAWLITZA, E.; WINDGASSE, T.: Besucherpotential von Operaufführungen und Konzerten klassischer Musik. Ergebnisse der ARD-E-Musikstudie 2005, in: Media Perspektiven 5/2006, S. 273-282. <http://www.media-perspektiven.de/1393.html>, Zugriff am 12.12.2008. – MENDE, A., NEUWÖHNER, U.: Wer hört heute klassische Musik? ARD-E-Musikstudie 2005: Musiksozialisation, E-Musiknutzung und E-Musikkompetenz, in: Media Perspektiven 5/2006, S. 246-258. <http://www.media-perspektiven.de/1393.html>, Zugriff am 12.12.2008. – NEUHOFF, H.: Konzertpublika Sozialstruktur, Mentalitäten, Geschmacksprofile. 2006. http://www.miz.org/static_de/themenportale/einfuehrungstexte_pdf/03_KonzerteMusiktheater/neuhoff.pdf, Zugriff am 29.01.2009.