

ZeTT-Stellungnahme

„APPLAUS ALLEIN IST KEINE WÄHRUNG“

10 THESEN ZUR CORONA-KRISE UND DIGITALISIERUNG IN
DER THÜRINGER KULTURBRANCHE



Autorinnen: Nóra Fülöp, Johanna Sittel

ZUM ZeTT:

Das Projekt „ZeTT–Zentrum Digitale Transformation Thüringen“ wird im Rahmen der Förderrichtlinie „Zukunftszentren – Unterstützung von KMU, Beschäftigten und Selbständigen bei der Entwicklung und Umsetzung innovativer Gestaltungsansätze zur Bewältigung der digitalen Transformation“ durch das Bundesministerium für Arbeit und Soziales und den Europäischen Sozialfonds gefördert.

ZeTT - Zentrum Digitale Transformation Thüringen
Ziegelmühlenweg 1
07743 Jena

Das ZeTT im Netz:

www.zett-thueringen.de | twitter.com/ZentrumZeTT | forschung@zett-thueringen.de

Jena, den 15. Januar 2021

„APPLAUS ALLEIN IST KEINE WÄHRUNG“

Zehn Thesen zur Corona-Krise und Digitalisierung in der Thüringer Kulturbranche¹

1) Corona-/Strukturbruchthese:

Die Corona-Pandemie offenbart die strukturelle Prekarität der in der Kreativ- und Kulturwirtschaft Tätigen, genauso wie die fundamentale Bedeutung ihrer Branche für die weitere Gesellschaft. Bislang findet nur eine defizitäre Anerkennung - sowohl seitens des öffentlichen Diskurses, als auch der staatlichen Hilfs- und Fördermaßnahmen - statt. Die Corona-Krise setzt gewohnte Kulturangebote nicht nur vorübergehend aus, sondern stellt ihren Neustart, aufgrund von enormen wirtschaftlichen Einbußen, auch zukünftig zu Disposition.

2) Unterschätzungsthese:

Die Kreativ- und Kulturwirtschaft ist hinsichtlich des Beschäftigungsumfangs ein unterschätzter Bereich, der anderen Logiken und Marktgesetzen - im Vergleich zu den überwiegend privatwirtschaftlich organisierten Branchen - folgt. Sie basiert nicht nur auf einer Entfesselung von Kreativität, sondern ist Garant für das „Populär-Schöne“², das teilweise einen Ausgleich, teilweise einen Widerspruch zur kapitalistischen Verwertungslogik hervorbringt und gesellschaftlich relevante Perspektiven formuliert.

3) Avantgarde-These:

Obwohl sie zu einem großen Teil von öffentlicher Förderung abhängig ist, prägt die Branche eine strukturelle Arbeitsflexibilität (bspw. befristete Verträge, Werkverträge, Soloselbstständigkeit), eine hohe Innovationsneigung (u.a. durch die Thematisierung unbequemer Wahrheiten; Ausloten der Grenzen neuer Techniken und Technologien) und unternehmerischer Eigeninitiative (häufig in Verbindung mit Ehrenamt und Selbstaussbeutung). Sie entziehen sich dadurch der Regelungslogik der deutschen Arbeitsmarkt- und Wirtschaftförderungsbürokratie. In ihrer Struktur nimmt die Kreativ- und Kulturwirtschaft Entwicklungen der Organisation und Zukunft von Arbeit vorweg.

¹ Die vorliegenden Thesen basieren auf einer qualitativen Expertenbefragung mit sieben Personen aus der Thüringer Kultur- und Kreativbranche, die zwischen August und Dezember 2020 interviewt wurden. Zusätzlich sind Erkenntnisse aus Recherchen in die Ausführungen eingeflossen.

² vgl. Maase, Kaspar: Die Erforschung des Schönen im Alltag, in: Maase, Kaspar (Hg.): Die Schönheit des Populären. Ästhetische Erfahrung der Gegenwart. Campus, Frankfurt 2008 S. 47 (42-57).

4) Dequalifizierungsthese:

Die Kreativ- und Kulturwirtschaft ist - insbesondere in der Verbindung mit der Gastronomie, Veranstaltungs- und Hotel-Branche - von der Corona-Krise besonders hart betroffen. Sie erlebt nicht nur einen massiven Verlust der Aufträge, sondern auch qualifizierter Mitarbeiter*innen, die ihre spezifischen Qualifikationen und Kompetenzen, teils über Jahre entwickelt haben. Diese Fachkräfte sind dazu gezwungen, sich neue Beschäftigungsfelder zu suchen und verlieren die Möglichkeiten zum Einsatz ihres Wissens und ihrer Fähigkeiten (führt zu: Entwertungen; Dequalifizierungseffekten). Aktuelle Kurzarbeitsregelungen verstärken diese Entwicklungen, da sie zumeist nicht auf die Beschäftigungsprofile im Kultursektor angepasst sind.

5) Digitalisierungsthese:

Die Digitalisierung geht nicht spurlos an der Kreativ- und Kulturwirtschaft vorbei. Einerseits ist sie erprobter Bestandteil vieler kultureller Aktivitäten und Angebote (u.a. Online-Ticketing; digitale Bühneneffekte; Gaming-Sektor). Andererseits stellt sie für die Branche eine besondere Herausforderung dar. Das gilt in besonderem Maße für die Organisation und Durchführung kultureller Veranstaltungen. Das Erleben von Kultur basiert auf direkter Interaktion, die digital nur schwer herzustellen ist. Adäquate digitale Formate müssen erst entwickelt, eingeübt und verfestigt werden, auch um sie langfristig zu monetarisieren (u.a. mit neuen Abonnement- und Geschäftsmodellen). Denn es gilt: „Applaus allein ist keine Währung“ (Aussage eines Branchenexperten).

6) Neuerfindungs-/Erneuerungsthese:

Der Konsum von Kultur beinhaltet immer auch Rituale, Informalität sowie Diskontinuations- und Integrationsprozesse, die digital und ökonomisch nicht ohne Weiteres abbildbar, zu ersetzen bzw. zu streichen sind (bspw. „sich schick machen“; Essen gehen; anregende Interaktionen). Eine besondere Innovationskraft zeigt die Kreativ- und Kulturwirtschaft in der Entwicklung einer neuen Qualität digitaler Kultur sowie der Schaffung ihrer Voraussetzungen (bspw. durch Schaffung von Experimentier- und Freiräumen; virtuelle/hybride Veranstaltungsorte; Kultur-Technik-Qualifikationen). Das aktuelle Krisengeschehen verengt aber auch hier die Gestaltungs- und Entscheidungsspielräume der Branche.

7) Substitutionsthese:

Es gibt Hinweise darauf, dass alternative, soziokulturelle Präsenzveranstaltungen, durch die Digitalisierung zur Disposition gestellt werden. Die aktuellen Maßnahmen zur Pandemie-Bekämpfung verstärken diesen Trend. Kulturkonsum findet zunehmend - und insbesondere bei den jüngeren Generationen - digital statt. Neben digitalen Angeboten finden nur (Groß-) Veranstaltungen statt, für die sich mit dem Kulturgenuss kompatible Hygienekonzepte finden lassen und deren Wirtschaftlichkeit durch eine konstante Interessengruppe gegeben bleibt.

8) Distinktions-/Konfliktthese:

Durch die Maßnahmen zur Bekämpfung der Corona-Pandemie sind Kulturveranstaltungen nur eingeschränkt möglich. Teilnahmebeschränkungen und digitale Formate verringern eine breite gesellschaftliche Partizipation, anders als dies im Fall des „kapitalistischen Normalbetrieb“ gegeben wäre. Subkulturen, die die Grundlage einer Hochkultur ausmachen, sind in der gegenwärtigen Situation besonders gefährdet. Der beschränkte Zugang zu subkulturellen Aktivitäten kann zu einer Verstärkung der gesellschaftlichen Polarisierung führen. Denn es wird nicht nur zwischen Arm und Reich, sondern auch dem Zugang zu Kulturgütern unterschieden. Machtstrukturen stellen sicher, dass sich Gruppen exklusive Zugänge zu kulturellen Angeboten sicherstellen (z.B. Theater- und Klassikfestivals; aber auch einige Fußball-Veranstaltungen). Weitere Teile der Populärkultur (u.a. Pop- und Rockkonzerte; Jahrmärkte, Kinos) bleiben unabhängig vom finanziellen Hintergrund der Konsument*innen unerreichbar. Da Kulturteilhabe diverse Ausgleichs-, Korrektur- und Alternativ-Funktionen bietet, entstehen durch ihr Fehlen enorme Konfliktpotenziale.

9) Kooperations- und Mobilisierungsthese:

Im Vergleich zu weiteren Branchen, ist die Kreativ- und Kulturwirtschaft nicht durch kapitalstarke Unternehmen dominiert. Dies macht sich auch in ihrer relativ schwachen (nationalen) Lobby bemerkbar. Sie kann nur durch Mobilisierung sowie lokale Kooperationen von Kulturschaffenden und weiteren Betroffenen, in Krisenzeiten bestehen und umfassende Veränderungsprozesse (u.a. die Digitalisierung) meistern. Dazu bedarf es der Solidarität von Zivilgesellschaft und Politik.

10) Förderbedarfsthese:

Angesichts einer fragmentierten Kulturlandschaft und der aktuellen Krisen-Situation, sind nicht nur weitere Solidarisierungsaktivitäten wichtig, um unsere kulturelle Vielfalt zu erhalten. Auch die Entwicklung von Strategien für den Erhalt analoger Kulturformate nach der Pandemie sowie der Ausbau digitaler oder hybrider Übergangslösungen ist notwendig. Gerade aufgrund der Herausforderung der Digitalisierung in der Kreativ- und Kulturwirtschaft und der in den meisten Fällen geringen Eigenkapitalausstattung der Akteure, ist der mittel- und langfristige Bedarf an Fördermöglichkeiten besonders hoch. Das Ziel ist es, Präsenzkultur wieder zu ermöglichen, ihre Rolle in der Gesellschaft tiefer zu verankern und zweckmäßige digitale Formate zu entwickeln, die die dazugehörige Infrastruktur für die Konsument*innen gewährleisten.

ZeTT – Zentrum Digitale Transformation Thüringen

📍 Ziegelmühlenweg 1 | 07743 Jena
☎ +49 (0)3641-945592
✉ forschung@zett-thueringen.de
🌐 www.zett-thueringen.de

Das Projekt „ZeTT-Zentrum Digitale Transformation Thüringen“ wird im Rahmen der Förderrichtlinie „Zukunftszentren – Unterstützung von KMU, Beschäftigten und Selbständigen bei der Entwicklung und Umsetzung innovativer Gestaltungsansätze zur Bewältigung der digitalen Transformation“ durch das Bundesministerium für Arbeit und Soziales und den Europäischen Sozialfonds gefördert.

Weiterer Förderer: