

Research Note n°2 (2020)

“Sleeping Beauty” II, SOFORTHILFEPOLITIK FÜR KUNST UND KULTUR

Verfasser: Simon Grand, Frédéric Martel, Roman Page und Christoph Weckerle

Die vorliegende Research Note ist Teil einer Reihe von vier Research Notes des Zurich Centre for Creative Economies (ZCCE) an der Zürcher Hochschule der Künste zur Frage der wirtschaftlichen Auswirkungen der Coronavirus-Krise auf das Kulturwesen.

Vorbemerkung – (Christoph Weckerle)

Research Note 1 – Roosevelt, die WPA und die US-amerikanische Soforthilfepolitik in den Jahren 1936–1939 (Frédéric Martel)

Research Note 2 – Die Weltkulturkrise (Frédéric Martel)

Research Note 3 – Die Schweizer Kreativwirtschaft: Auf Statistiken basierende Überlegungen zu den aktuellen Debatten in der Schweiz (Roman Page, Christoph Weckerle)

Research Note 4 – Jenseits der aktuellen Debatten: Alternative Strategien zur Analyse der Kreativwirtschaft (Simon Grand, Christoph Weckerle)

ABSTRACT | Seit Februar 2020 hält die COVID-19-Epidemie weite Teile der Weltwirtschaft in ihrem Bann. Im singulären und atypischen Sektor der Kreativwirtschaft hat dies nicht nur schwerwiegende wirtschaftliche Folgen, sondern auch Konsequenzen für die Identität und die Organisation dieses Bereichs. Die folgenden vier Research Notes (1) erinnern an frühere, insbesondere die während der Weltwirtschaftskrise von 1929 eingeführten, Soforthilfeprogramme; (2) untersuchen die aktuelle Lage des gesamten Kulturbereichs sowie seiner einzelnen Sektoren; (3) präsentieren bereits verfügbare statistische Daten und geben (4) eine Reihe von Vorschlägen und Analysen, welche die Kreativwirtschaft mit Bezug auf die etablierten Zugänge neu zu beschreiben versucht.

**Research Note II
Die Weltkulturkrise**

Die Kreativwirtschaft,
ein Wirtschaftszweig
wie jeder andere.

II.2 – Die Kreativwirtschaft,
ein Wirtschaftszweig
wie kein anderer.

II.3 – Die Teilsektoren
der Kreativwirtschaft

Fazit

Research Note II**Die Weltkulturkrise**

Im März 2020 setzte in zahlreichen Ländern in der ganzen Welt eine Phase der teilweisen oder vollständigen Abschottung («Lockdown») ein. Dieser plötzliche massenhafte Lockdown ohnegleichen hat massive Folgen für die gesamte Weltwirtschaft. Das kulturelle Leben und die Kreativbranchen blieben ebenfalls nicht verschont, sondern wurden aus drei verschiedenen Richtungen angegriffen:

1. zunächst ganz allgemein wie alle Wirtschaftssektoren; 2. anschliessend spezifisch in ihrer Eigenschaft als Kreativ- und Kultursektor; 3. schliesslich auf der sektoriellen Ebene, d. h. je nach kulturellem Teilsektor. Diese dreifache Kulturkrise ist zudem einzigartig, da sie zu keiner Zeit von einem Beratungs-, Zukunftsforschungs- oder Prognoseunternehmen vorhergesehen wurde, obwohl sich diese zahlreichen Unternehmen ihre Studien vergolden lassen!

Christiane Bourbonnaud, die frühere stellvertretende Leiterin des Internationalen Theaterfestivals in Avignon, musste sich in Absprache mit dem Verwaltungsrat des Festivals dazu entschliessen, die für Juli dieses Jahres vorgesehene Veranstaltung abzusagen. Sie umreisst die Lage wie folgt: «Was mich besonders erschüttert, ist die Unsicherheit, um nicht zu sagen die Erstarrung, in der wir leben: Die Nachrichten und Meldungen widersprechen sich von einem Tag auf den anderen. Andere als kurzfristige

Überlegungen sind nicht möglich; man muss von den momentanen Daten ausgehen. Eine unerträgliche Situation für künstlerische Leiter, die für die Zukunft planen müssen.»



Credits: Christophe Raynaud de Lage / Festival d'Avignon

Noch liegen nur wenige datenbasierte Studien zu den wirtschaftlichen Auswirkungen des Coronavirus auf den Kultursektor vor, die Organisation Americans for the Arts hat allerdings bereits anhand einer ersten Umfrage bei 120.000 US-amerikanischen Kulturinstitutionen einen Einnahmefall von USD 4,8 Milliarden bei diesen Institutionen ausgemacht. Dies entspricht bis zum heutigen Datum einem «Medianverlust» von USD 38.000 pro Organisation, wobei die in der Zeit von Mai bis August 2020 zu erwartenden Verluste noch nicht inbegriffen sind¹.

Diese zweite Research Note soll eine Darstellung der aktuellen Lage in ihren drei Dimensionen – allgemein, sektorspezifisch und nach Teilsektoren aufgegliedert – anhand quantitativer Daten und verfügbarer Studien² sowie einer Reihe von qualitativen

¹ - Americans for the Arts, «The Economic Impact of Coronavirus on the Arts and Culture Sector», aktualisiert am 27. April 2020.

² - Vgl.: USA: Daten der NEA und von Americans for the arts; Deutschland: durch das u-institut Backes &

Hustedt GbR erhobene Daten sowie «Künstler in der Corona-Krise: Ausgespielt», *Die Zeit*, 22. April 2020; Schweiz: Untersuchungsbericht 3 der vorliegenden Reihe; ferner: Compendium Cultural Policies and Trends/Covid 19: <https://www.culturalpolicies.net/covid-19/>

Interviews bieten. Diese Interviews wurden zwischen dem 14. und dem 28. April 2020 auf internationaler Ebene von der ZHdK/ZCCE geführt. Diese Interviews erheben nicht den Anspruch, den gesamten Kultursektor zu repräsentieren, sie dienen vielmehr zur Beleuchtung der aktuellen Lage. (Die meisten der für diese Research Note interviewten Künstlerinnen und Künstler wurden bereits im Rahmen unseres Reports «Positive Economy» von 2018 interviewt; wir haben sie nach Möglichkeit erneut aufgesucht und ein zweites Mal interviewt, um ihre Lage in der COVID-19-Krise zu ermitteln und zu analysieren)³.

Research Note II
Die Weltkulturkrise

II.1 Die Kreativwirtschaft, ein Wirtschaftszweig wie jeder andere.

II.2 – Die Kreativwirtschaft, ein Wirtschaftszweig wie kein anderer.

II.3 – Die Teilsektoren der Kreativwirtschaft

Fazit

II.1 – Die Kreativwirtschaft, ein Wirtschaftszweig wie jeder andere.

Die Kultur- und Kreativwirtschaft (KKW) ist ein disparates Ganzes, das einerseits die «traditionellen» Künste und andererseits die Kultur- und Kreativbranchen (KKB) umfasst, zu denen auch zahlreiche «verwandte» Tätigkeiten (Tourismus, Telekom, Bildungswesen, Design etc.) hinzuzurechnen sind. Die Kultur- und Kreativwirtschaft unterteilt sich in ein knappes Dutzend Teilsektoren⁴. Trotz dieser Unterschiede hat die aktuelle Gesundheitskrise sämtliche Strukturen und Personen in diesem Wirtschaftszweig erfasst. Der brutale Konjunkturunbruch, die

Arbeit im Home Office, Social Distancing und die Schliessung aller öffentlich zugänglichen Räume hatten zwar unterschiedlich ausgeprägte Auswirkungen, verschonten aber niemanden.

Wie andere Angestellte auch beziehen zahlreiche Künstler oder Kulturschaffende keinen Lohn mehr; wer Gagen erhielt, hat nicht zwingend noch Verträge; manche Personen sind arbeitslos oder auf Kurzarbeit; andere haben keinerlei Abfindung. So beziehen beispielsweise die Schauspielerinnen und Schauspieler der Comédie Française – nota bene eines hervorragenden Staatstheaters Frankreichs – ein festes Gehalt (rund 60% ihrer Einkünfte) sowie ein an die Anzahl Auftritte geknüpft variables Gehalt (40% ihrer Einkünfte); sie alle haben somit im Durchschnitt 40% ihres Gehalts verloren⁵.

In einem Punkt sind sich die meisten Befragten einig: In dieser Phase lassen sich keine mittel- oder langfristigen Folgen der aktuellen Gesundheits- und Wirtschaftskrise absehen. Die eigentlichen Auswirkungen der Krise dürften erst später zutage treten, im Herbst oder im Winter – und vielleicht auch wesentlich später.

Der in Madrid im Lockdown lebende Kulturjournalist von *El Pais*, Tom Avendaño, umreisst die Lage wie folgt: «Mit was für einer Krise haben wir es zu tun? Einer Gesundheitskrise, einer Wirtschaftskrise, einer Kombination von beiden oder etwas ganz anderem? Niemand weiss mit Sicherheit, um

³ - Vgl. «Positive Economy, Towards New Business Models for Artists», Entrepreneurial Strategies for a «Positive Economy», 3rd Creative Economies Report, ZHdK, Zürich, 2018.

⁴ - Ein geschichtlicher Abriss der Typologien der Kultur- und Kreativwirtschaft (KKW) oder der Kultur- und Kreativbranchen (KKB) ist an dieser Stelle nicht angebracht, ebenso wenig eine Wiederaufnahme der

bestehenden Klassifizierungen. Entsprechende Angaben finden sich beispielsweise bei: F. Martel, *State of the arts, Cultural policies : Mapping a field in reinvention*, ZHdK/ZCCE, 2020, 41 S. Siehe ebenfalls: Policy Research Group, *The Creative Economy : Key Concepts and Literature Review Highlights*, Kanada, 2013.

⁵ - Michel Guerrin und Brigitte Salino, «Baïllon de culture», *Le Monde*, 22. April 2020.

welche Art Krise es sich handelt, und niemand kennt ihre Dauer bzw. Fortsetzung nach dem Ende des Lockdowns. Wir haben es somit mit einem Paradox zu tun: Die Nachfrage nach Kultur steigt in Zeiten der Abschottung, man sucht bei Künstlerinnen und Künstlern vermehrt nach Trost und Perspektiven; zugleich aber sind die Konsumentinnen und Konsumenten weniger gewillt, für traditionelle Kulturformen zu bezahlen, und haben ausserdem auch keinen Zugang mehr zu ihnen. Dieses Reibungspotenzial führt im Allgemeinen zu neuen Stimmen, neuen Stilrichtungen, neuen Modellen im Angesicht einer unbekannteren Lage. Neue, kostengünstigere oder auf einer anderen Ästhetik beruhenden Inhalte können sich herauskristallisieren.»

Abgesehen von den wirtschaftlichen Problemen lassen sich die übrigen Kettenreaktionen weniger leicht messen. Letztere dürften wahrscheinlich auch länger anhalten. Der überall heftig eingebrochene Werbemarkt ist ein Beispiel für derartige Kettenreaktionen: Der Einbruch wird auch nach dem Ende der strikten Abschottung die Medien oder die audiovisuelle Produktion nachhaltig belasten, was sich wiederum auf eine Reihe von Kultursektoren auswirken wird. Was können die bereits kolossal verschuldeten Regierungen, Staaten und Städte an Hilfsmassnahmen noch anbieten? Ohne Perspektiven neigen auch die reichen Philanthropen in ihrer Spendenpolitik zur Vorsicht. Konkret bedeutet dies, dass Einzelpersonen weniger spenden und die Stiftungen «abwarten und Tee trinken». Selbst Spenden- oder Crowdfunding-Websites (wie Patreon, Tipee, My Major Company etc.) sind derzeit anscheinend in Wartestellung. Grund dafür ist die abwartende Haltung der Spenderinnen und Spender bzw. der potenziellen Investoren. Wie man sieht, gibt es zahlreiche

«Schneeballeffekte», die in der aktuellen Krise verheerende Folgen haben könnten.



Credits: Hans Vivek

Die individuelle Lage der Künstlerinnen und Künstler wirft wesentlich komplexere Analyseprobleme auf als diejenige der Institutionen und Unternehmen im Kulturbereich. Brett Gleason, ein «Indie-Musiker», derzeit im Lockdown zu Hause in Brooklyn, ist der Ansicht, dass die Kunstschaftenden «doppelt unter dem Coronavirus zu leiden haben». «Hier in New York», so sagt er, «haben die meisten jungen Musikschaftenden, Schauspieler und Schauspielerinnen, Comedians oder «DIY-Kunstschaftenden» im Allgemeinen einen Nebenjob, um ihre Leidenschaft zu finanzieren. Sie arbeiten an der Bar in Cafés, unterrichten oder machen Strassenmusik in der U-Bahn, um Trinkgelder zu verdienen. Jetzt aber ist nicht nur ihre künstlerische Tätigkeit ausgebremst, sondern auch ihre Nebenjobs, da die Cafés und Restaurants geschlossen sind. Sie sind zweifach Opfer.» Laut Gleason sind die «Underground-Gemeinschaft der Kunstschaftenden in New York» und alle «aufstrebenden» Kunstschaftenden betroffen und haben derzeit mit «sehr grossen Schwierigkeiten» zu kämpfen. In manchen Wohnangeboten für Kunstschaftende (The Artist Fund, Union of actors etc.) können die Bewohnerinnen und Bewohner ihre Miete nicht mehr bezahlen; anderenorts – in den Ghettos, den Favelas,

den Bidonvilles – haben sie nicht mehr genug zu essen. Gleason merkt allerdings an, dass sich die Online-Kursangebote vervielfacht haben und dass «Online-Musikerinnen und -Musiker» aufgrund der Nachfragezunahme ihre Gagen in moderatem Ausmass steigern können: «Ich gebe über Zoom Musikunterricht, das ist nicht dasselbe wie Präsenzunterricht, aber es ist besser als nichts.»

Zahlreiche selbstständige Kunstschaffende geben in unseren Interviews demselben Gefühl Ausdruck, dass die Lebensverhältnisse unsicherer geworden sind. Der in Barcelona im Lockdown lebende Spanier Miguel Rojas Palencia, ein «Indie-Filmemacher», zum Thema: «Künstlerische Arbeit wird im Allgemeinen schlecht bezahlt, wenn man nicht gerade ein anerkannter Künstler ist. Häufig wird sie nicht einmal direkt bezahlt. Wenn man davon ausgeht, dass das Prekariat im Kultursektor die Regel ist, sind die Auswirkungen der aktuellen Gesundheitskrise verheerend, da sie dazu führen, dass wir die geringen Einkommen verlieren, die wir noch hatten. Mit anderen Worten: Wir lebten im Prekariat, jetzt leben wir im Elend.»

Der Schweizer Musiker Hanspeter Kruesi kommentiert die Lage wie folgt: «Die Künstlerinnen, Künstler und Kunstschaffenden wurden als erste getroffen. Da die Regierungen sich mit den Sektoren befassen müssen, die für sie wesentlicher sind, wird dem Kunstsektor auch als letztem geholfen. In der Zwischenzeit müssen sich die Kunstschaffenden selber helfen – wie immer! Ich persönlich setze voll und ganz auf meine Online-Unterrichts- und -Konzertaktivitäten und arbeite hart, da das Angebot inzwischen sehr gross ist und man sich nur mit Professionalität von der Masse abheben kann.»

Sämtliche Befragten sind überzeugt, dass derzeit ein Umbruch in Richtung einer ausgeprägteren Digitalisierung der Kultur

stattfindet. Dieses Phänomen hat ihrer Ansicht nach bereits vor der Coronavirus-Krise eingesetzt, wird durch diese aber beschleunigt. «Das Paradigma wechselt komplett», wie Brett Gleason anmerkt. Der belgische Musiker und Produzent Elvin Galland (in Electro-Music-Kreisen bekannt unter dem Pseudonym Jim Henderson) teilt seine Ansicht: «Natürlich ermesse ich, welche Folgen diese Krise für mich hat. Alle meine Konzerte wurden annulliert, meine Aufnahmetermine im Studio ebenfalls. Sämtliche Pläne und Tourneen im Zusammenhang mit Veröffentlichungen oder Videoclips sind ins Wasser gefallen. In finanzieller Hinsicht hatte ich zwar nicht damit gerechnet, dass ich mein Geld so einsetzen müsste, aber ich habe glücklicherweise ein wenig auf der Seite, sodass ich meine Miete und meine Rechnungen bezahlen kann. Lange hält das aber nicht vor.»

Zusammenfassend lässt sich also sagen, dass die Kultur zunächst ebenso betroffen ist wie die übrigen Wirtschaftszweige, und dass dies bereits ausreicht, um sie verarmen zu lassen. Im Gegenzug schadet die Schwächung der Kultur auch der Wirtschaft im Allgemeinen, wie die ehemalige französische Kulturministerin, Aurélie Filipetti, unterstreicht: «In Frankreich trägt der Kultursektor rund 3 % zum BIP bei. Er umfasst 800.000 direkte Arbeitsstellen. Nimmt man die indirekten Arbeitsstellen dazu, sind es wesentlich mehr. In manchen Städten sorgt die Kultur – etwa durch grosse Festivals – dank des Tourismus, der Restaurants und Hotels dafür, dass diese Städte lebensfähig sind.» Zahlreiche künstlerische Leiterinnen und Leiter könnten für ihre Länder, Regionen oder Städte dieselben Argumente anführen: Wenn die Kultur zum Stillstand kommt, verschwinden ganze Lebensbereiche.

II.2 – Die Kreativwirtschaft, ein Wirtschaftszweig wie kein anderer.

Wie alle anderen Menschen auch müssen die Kunstschaffenden und die professionell im Kultursektor Tätigen für Miete und Nahrungsmittel aufkommen, wie alle anderen können sie erkranken oder von Arbeitslosigkeit bedroht sein. In anderen Aspekten ihres Berufslebens herrschen allerdings ausgeprägte Unterschiede. Im Vergleich zum Rest der Wirtschaft ist der Kultursektor allein schon deswegen atypisch, da er sowohl subventionierte Kulturinstitutionen als auch private Kreativunternehmen umfasst. Dieser halb öffentliche und halb private Sektor unterscheidet sich auch dadurch, dass die Grösse der Unternehmen zumeist bescheidener ist als in den übrigen Wirtschaftszweigen, dass die Anzahl Teilzeitbeschäftigter höher ist und das Durchschnittsalter der Mitarbeitenden niedriger. Typisch für diesen Sektor sind auch der höhere prozentuale Anteil Selbstständigerwerbender (self-employed) oder nicht ständig Beschäftigter, die Gagen beziehen. Auch ist das Ausbildungsniveau der in diesem Sektor Tätigen insgesamt höher. Das wirtschaftliche und soziale Umfeld der Kunstschaffenden weicht somit deutlich von demjenigen der übrigen Bevölkerung ab, was in Krisenzeiten fühlbar ins Gewicht fällt. Und schliesslich spielt die Digitalisierung im Kultursektor eine grosse (und zunehmende) Rolle⁶.

Die ehemalige Kulturministerin Mexikos, Consuelo Sáizar, kommentiert aus ihrem derzeitigen Lockdown in Grossbritannien:

«Diese Krise wirft uns auf unsere Grundvoraussetzungen und unsere Verletzlichkeit zurück. Interessanterweise stammt ein Grossteil der Mittel, mit denen wir diese Herausforderung angehen, aus den modernsten, von uns Menschen entwickelten Technologien. Ich persönlich sehe, dass die Kultur mithilfe der Digitalisierung demokratischer wird. So lernen wir neue Wege kennen, die Kunst zu lieben. In der heutigen Zeit, in der Glück und Hoffnung am toten Punkt angelangt sind, bin ich meinerseits eher optimistisch eingestellt.»

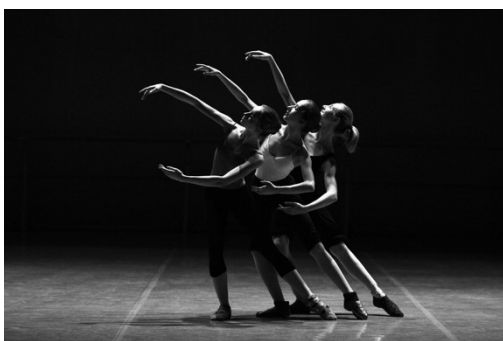
Mario von Rickenbach, ein Zürcher Kunstschaffender und Designer von Videospielen, schliesst sich dieser Ansicht an: «Die Einkommensquellen dürften bedeutende Auswirkungen auf die wirtschaftliche Lage der Kunstschaffenden haben: Wer ohne physische Anwesenheitspflicht öffentliche Gelder bezieht oder für die Medien tätig ist, wie dies etwa im Trickfilmbereich der Fall ist, kann anscheinend mehr oder weniger normal weiterarbeiten und wird finanziert, auch wenn es nicht zwingend möglich oder leicht ist, von zuhause aus zu arbeiten. Wer aber von Live-Auftritten oder Ticketverkäufen abhängt, hat eindeutig ein Problem.»

Im Kultursektor ist es somit wichtig, dass für Institutionen mit grundsätzlich «kultureller» Ausrichtung, die häufig auch Subventionen beziehen, andere Analyseansätze verwendet werden als für Unternehmen, die in erster Linie «kommerziell» ausgerichtet sind und am Markt agieren. Natürlich gibt es zahlreiche hybride «Grauzonenfälle». Die Grösse der einzelnen Organisationen (klein, mittelgross oder gross) und vor allem auch der Grad ihrer Ausrichtung auf ein Live-

⁶ - Vgl. namentlich Roman Page, Christophe Weckerle, «Creative Industries Switzerland», in Entrepreneurial

Strategies for a «Positive Economy», 3rd Creative Economies Report, Schweiz, ZHdK/ZCCE, 2018.

Publikum stellen eine weitere Analysedimension dar. Und schliesslich dürfte auch die Zugehörigkeit zu einem bestimmten Teilsektor der Kultur- oder Kreativwirtschaft weitreichende Folgen haben.



Credits: Evgen Rom

Daher sollte man versuchen, die Analyse der Ereignisse nach Teilsektoren vorzunehmen, da das «Social Distancing» und die Schliessung aller öffentlich zugänglichen Räume sich nicht gleichermassen auf Live-Veranstaltungen, das Kino oder das Streaming auswirken. Auf der Bühne berühren sich die Kunstschaffenden, die Tänzerinnen und Tänzer umfassen sich, die Schauspieler erheben ihre Stimme – mit feuchter Aussprache – und das Publikum verbrüdet sich in engen Reihen und geschlossenen Räumen! «Wir stehen für alles, das man nicht tun sollte», so der Leiter der Pariser Oper, Stéphane Lissner, in *Le Monde*. Er weiss noch nicht, ob er die mit grossen Erwartungen verknüpfte Inszenierung der *Walküre* von Richard Wagner durch den spanischen Kunstschaffenden Calixto Bieito im Herbst 2020 wirklich auf die Bühne bringen kann. «In einem geschlossenen Konzertsaal ist «Social Distancing» per se unmöglich: Konzerte sind genau darauf ausgelegt, Menschen zusammenzubringen und Distanzen

zu überwinden!», wie der Musiker Brett Gleason bestätigt.

Christiane Bourbonnaud vom Festival d'Avignon schliesst sich ihm an: «Die Essenz von Live-Veranstaltungen steckt genau in diesem Wort «live»: Die Magie des Theaters ist seine «Präsenz» und der Kontakt zwischen Schauspielern und Publikum. Daher stellt sich die Frage: Wie lässt sich diese physische Präsenz unter Einhaltung der Distanzierungsvorschriften organisieren? Hier und jetzt ist so etwas unmöglich. Die Leiter der Festivals haben sich den Tatsachen gebeugt und alles abgesagt. Wenn die Krise aber andauert – was leider wahrscheinlich der Fall sein wird – muss man Lösungen finden: Nur jeden zweiten Sitz besetzen? Abgabe von Masken an alle? Können Aufführungen unter diesen Bedingungen überhaupt noch Zuschauerinnen und Zuschauer anziehen?»

Ein Beispiel: Seit dem 17. März sind in Frankreich alle 2.000 Kinosäle, 2.500 Konzertsäle und -hallen, 3.000 Buchläden, 1.200 Museen, 16.000 Bibliotheken und 1.000 Theater geschlossen⁷. Derzeit läuft zwar die Wiedereröffnung der Buchläden und Bibliotheken an, für die anderen kulturellen Begegnungsorte steht aber noch kein Wiedereröffnungsdatum fest. Infolgedessen gehen die Berufsverbände von beträchtlichen Verlusten aus: EUR 300 Millionen Verlust bei den französischen Kinos nach zwei Monaten Ausgangssperre; EUR 590 Millionen bei den Popmusik-Konzerthallen. Wenn der Lockdown in der einen oder anderen Form bis im Herbst oder Winter oder gar im Jahr 2021 fortgesetzt wird, dürfte die Rechnung wesentlich höher ausfallen. «Bei vielen kulturellen Institutionen dürfte es ums

⁷ - Michel Guerrin und Brigitte Salino, «Baïllon de culture», *Le Monde*, 22. April 2020.

(Über-)Leben gehen», so Laurence Engel, Präsidentin der Bibliothèque nationale de France.

Die Lage in den letzten beiden Monaten ist das Eine, schlimmer aber ist für alle Kulturschaffenden der Gedanke an die Zukunft, nicht zuletzt, weil gewisse Gesundheitsexpertinnen und -experten andeuten, dass Konzerte, Festivals und Sportveranstaltungen «frühestens im Herbst 2021 möglich sein dürften»⁸. Noch aber traut sich niemand, dieses Szenario durchzudenken ...

Die Seniorinnen und Senioren stellen ein weiteres Problem dar. In den Vereinigten Staaten sind sie laut Studien der NEA beispielsweise das Kernpublikum der Oper und der klassischen Musikveranstaltungen: Werden sie sich die Risiken im schwer zu schützenden, dichtgedrängten Parkett oder auf den ebenso schwer zu schützenden eng gestuhlten Rängen zumuten oder müssen bis dann noch mehrere lange Monate vergehen?

Auch die Touristinnen und Touristen, welche den Hauptteil des Publikums der grossen Museen (das MOMA in New York, der Louvre in Paris, der Prado in Madrid oder die Vatikanischen Museen in Rom) ausmachen, geben Anlass zur Beunruhigung. Werden sie zurückkommen? Schätzungen zufolge kommen 80% der Besucherinnen und Besucher des Schlosses von Versailles aus dem Ausland: Dieses Publikum dürfte im Sommer und vielleicht auch im Herbst 2020 grösstenteils ausbleiben. Wie lässt sich das kolossale Defizit im Billettverkauf decken? Fazit: Die Gesundheitskrise wird das Kulturwesen deutlich länger treffen, als die Lockdownfristen dauern.

Diese düsteren Aussichten erfahren jedoch einige leichte Aufhellungen. Ein Teil der befragten Kunst- und Literaturschaffenden gibt an, dass sich der Lockdown als positiv erweisen könnte, sofern sie über ausreichende Ressourcen für Nahrungsmittel und Miete verfügen. Der Musiker Brett Gleason gibt Folgendes zu Protokoll: «Auf der emotionalen Ebene ist Kreativität meistens ziemlich schwierig. In dieser Hinsicht ist der Lockdown eine Chance, da er einen Ausbruch aus der Routine ermöglicht und die Gelegenheit bietet, die eigenen Projekte neu aufzugleisen, die eigenen Prioritäten zu überdenken und schöpferisch tätig zu sein. Ich persönlich kann mein neues Album verfassen. Natürlich ist dies nur möglich, wenn man nicht erkrankt und wirtschaftlich überleben kann.»

II.3 – Die Teilsektoren der Kreativwirtschaft.

Neben der Betrachtung der allgemeinen Lage des Kulturwesens ist daher eine sektorspezifische Analyse angebracht. Je nach Sparte, Region, Instrumenten oder wirtschaftlichen Modellen zeigen sich unzählige Sonderfälle.

Live Events und Festivals

Festivals, Konzerte und Live-Veranstaltungen haben besonders unter der Coronavirus-Krise zu leiden. Die Absagen jagen sich wie nie zuvor; ein herzbrechendes Schauspiel angesichts der Vorbereitungen, der Investitionen, der vorgeschossenen Gagen und der Anzahl Fachleute, die an diesen Festivals eingesetzt worden wären.

⁸ - Caleb Triscari, «Coronavirus: Healthcare expert predicts concerts and festivals will not return until autumn 2021 », *New Musical Express*, 13. April 2020.

Die nachstehende kurze Liste vermittelt eine konkrete Idee des Ausmasses der Abgesagen: Schweiz (Montreux Jazz Festival, Paléo Festival etc.), Deutschland (Rock am Ring & Rock im Park, Lollapalooza Festival, Superbloom Festival etc.), Frankreich (Festival de Cannes, Festival d'Avignon, Chorégies d'Orange, Festival Radio France in Montpellier, Festival de musique lyrique in Aix, Solidays, Vieilles Charrues, Eurockéennes in Belfort, Francofolies in La Rochelle, Main Square etc.), Grossbritannien (Wide Awake, BST Hyde Park, Glastonbury Festival, Download Festival, Isle of Wight Festival etc.), Niederlande (Best Kept Secret, Pinkpop, Awakenings Festival, Down the Rabbit Hole, NN North Sea Jazz Festival, Zwarte Cross, Milkshake Festival, Dekmantel Festival, Psy-Fi Festival, Lowlands, Mysteryland Festival etc.), Spanien (San Fermin Festival in Pamplona), USA (SXSW, Burning Man 2020 etc.), Dänemark (Roskilde), Schweden (Sweden Rock), Dänemark (NorthSide), Polen (Orange Warsaw Festival), Belgien (Graspop; Pukkelpop), Portugal (Rock in Rio Lissabon) etc. sowie Hunderte weiterer Veranstaltungen auf der ganzen Welt. «Ganz einfach: In Japan wurden alle Veranstaltungen abgesagt, alle Sommerfestivals sind gestrichen», so die Zusammenfassung von Jonas Pulver, Kulturberater der Schweizer Botschaft in Tokio.

Er weiss nur zu gut, wovon er spricht. Seit langem befasste er sich mit den Vorbereitungen der kulturellen Begleitveranstaltungen («Side-Events») der Olympischen Spiele in Tokio im Sommer 2020 ... und nun wurde alles abgesagt. «Die Kulturolympiade mit dem Titel Tokyo-Tokyo wurde ebenfalls abgesagt», wie Pulver anmerkt. Alle Veranstaltungen wurden um ein Jahr verschoben. Die Weltausstellung Expo Dubai 2020 wird schliesslich von September 2021 bis März

2022 abgehalten und trägt einen neuen Namen: Dubai 2021! Die Herbst- und Winter-saison 2020 dürften für die gesamte Kultur-diplomatie ein Risiko darstellen, da die Pro-gramme in hohem Masse von den Flugver-kehrsmöglichkeiten und der Verfügbarkeit der Kunstschaffenden abhängen.



Credits: Pexels

Die abgesagten Festivals, Tournées, Konzerte und zahlreichen anderen Live-Veranstaltungen sind eine Gefahr für die gesamte Branche, da diese aus fragilen und häufig unabhängigen Unternehmen besteht. Diese plötzliche Krise ist insofern einzigartig, als dass sie alle Glieder der Wertschöpfungskette im Musikwesen in allen Ländern der Welt zugleich erfasst hat (Konzertsäle und -hallen, Clubs, Produzentinnen und Produzenten, DJs und DJanes, technische Dienstleisterinnen und Dienstleister, Kunstschaffende, Management-Teams ...). «Eine echte Tragödie für die Live-Veranstaltungen, da alle Konzerte auf kurzfristigen Geschäftsmodellen beruhen. Zahlreiche kleinere Konzertlokale werden schliessen», so Mattieu Dartiguenave, Leiter des Exportbüros Musik in Singapur aus seinem Lockdown im Stadtstaat. Wie er weiter ausführt: «In Asien sind alle regionalen Musiktournées seit Februar ins Wasser gefallen, da sie im Allgemeinen durch China führten. In China setzte die Epidemie frühzeitig ein und löste eine Absage

nach der anderen aus. Das Problem besteht darin, dass die öffentliche Hand in Asien kaum Unterstützung [für das Musikwesen] leistet. Südkorea, Japan, Taiwan, Australien und Singapur bilden hier eine Ausnahme. In anderen Ländern wie Thailand, Vietnam, Indonesien, den Philippinen, Malaysia oder Kambodscha gibt es keinerlei Hilfsfonds. Hier ist jeder sich selbst der Nächste!»

Die grosse Asientournee des «Latino»-Musikers Manu Chao konnte zwar in Indien ihren Anfang nehmen, wurde dann aber jäh abgebrochen: Von den sechs ursprünglich geplanten Auftrittsländern wurde nur ein einziges bespielt. «Hier in Asien», so Dartiguenave, «ist man der Ansicht, dass die Lage sich bis zur traditionellen Festivalsaison entspannen dürfte. Im Moment sind die professionellen Kulturschaffenden einigermaßen optimistisch und denken, dass sich alles arrangieren wird. Weltweit aber geht man von einem veranstaltungslosen Jahr 2020 aus.»

So haben zum Beispiel in Deutschland die massgeblichen Berufsverbände im Musikwesen eine Schätzung der Verluste in ihrem Teilsektor vorgelegt: EUR 5,4 Milliarden für die nächsten sechs Monate ...⁹. Aber diese Gesamtzahlen sind nur ein approximatives Abbild einer Realität, die sich der Beschreibung entzieht. Beschreibungen der Lage einzelner Kunstschaffender sind aussagekräftiger, hier z. B. eine Beschreibung der Lage des belgischen Musikers Éric Legnini, eines Jazzpianisten mit internationalem Renommee: «Die Rechnung ist schnell gemacht. Im Zeitraum zwischen Ende Juni und Ende August 2020 war ich für 26 Konzerte

gebucht, vom Jazz Fest Wien bis zum Montreux Jazz Festival, nicht zu vergessen St. Juan-les-Pins etc. Von diesen 26 Konzerten – wurden 26 abgesagt! Diese zwei nicht länger gebuchten Monate bedeuten für mich einen Verlust von rund 15% meines Jahreseinkommens.» Da er nicht konzertieren kann, konzentriert sich Legnini auf seine Musik und seine Lehrtätigkeit: «Ich habe ein eigenes Studio und bin damit freier als andere. Und da ich am Conservatoire Royal in Brüssel unterrichte, kann ich meine Lektionen online weiterführen. Von meinen zwölf Studierenden haben elf keine Mühe mit dieser Art Unterricht; ein einziger ist in Verzug geraten.» Als Nachtrag merkt Éric Legnini Folgendes an: «Etabliertere Musikerinnen und Musiker, so wie ich, werden über die Runden kommen. Für uns bietet sich sogar eine Chance, aus der Routine und der pausenlosen Aktivität auszubrechen. Man kann Kraft tanken, über die eigene Musik nachdenken oder arbeiten. Ich spiele jeden Tag zwölf Stunden Klavier. Aber was ist mit den anderen?»

In der klassischen Musik dürfte die Lage noch wesentlich schwieriger sein, da die Kunstschaffenden mehrere Jahre im Voraus «gebucht» werden und die eigentlichen Orchesterproben nicht stattfinden können. Sämtliche internationalen Festivals sind abgesagt und die grossen Häuser, wie die nationalen und regionalen Opernhäuser, haben keinerlei Perspektiven für die Saison 2020–2021. Die Defizite sind bereits von beträchtlichem Ausmass; niemand weiss, ob sie durch Spenden (USA) oder Mittel der öffentlichen Hand (Europa) gedeckt werden können. «Wenn der Staat eingreift, um die

⁹ - Veröffentlichung der Verbände der Musikindustrie Deutschland: «Live» (BDKV, LiveMusikKommission, BVPop), Musiklabel (BVMI, VUT), Musikverlage (DMV), Autorengesellschaften (GEMA und VPL). Der Ertragsverlust von EUR 5,4 Milliarden bezieht sich auf

sämtliche Kunstschaffenden, Konzertagenturen, Organisatorinnen und Organisatoren von Festivals, Labels, Musikverlage und Veranstaltungsorte (Quelle: MusikWoche).

grossen Strukturen zu unterstützen – was bereits eine komplizierte Angelegenheit ist – dann geht diese Finanzierung zwingend auf Kosten der Budgets für die Musikschulen oder innovativen Kunstschaffenden», so die Befürchtungen von Yves Riesel, dem Gründer des Plattenlabels Abeille Musique und der Plattform für klassische Musik Qobuz.

jedoch nicht! Wird sich die klassische Musik monatelang auf Kammermusikensembles mit Saiteninstrumenten beschränken müssen?

In dieser für Live-Aufführungen desolaten Konjunkturlage darf der Hinweis auf die zahlreichen neuen Online-Initiativen aber nicht fehlen. Dank der wesentlichen



Credits: Manuel Nägeli

Auch nach dem Ende des Lockdowns darf man die mittelfristigen Perspektiven nicht aus den Augen verlieren. Wird es eine Maskenpflicht für das Publikum geben? Wie steht es mit den Musikerinnen und Musikern? Für Geigerinnen und Geiger, Bassistinnen und Bassisten, Cellistinnen und Cellisten sowie bestimmte Perkussionistinnen und Perkussionisten dürften Masken möglich sein; für die Solistinnen und Solisten, Trompeterinnen und Trompeter sowie die Blechbläserinnen und Blechbläser im Allgemeinen

Fortschritte bei der Synchronisierung und Regulierung von Internetgeschwindigkeiten werden Online-Konzerte möglich, bei denen sich Musikerinnen, Musiker, Sängerinnen und Sänger physisch an unterschiedlichen Orten befinden. Da es aber im Internet sozusagen kein Geschäftsmodell gibt, handelt es sich hierbei hauptsächlich um Kommunikationsaktionen, Unterstützung für das Personal im Gesundheitswesen oder Proben ...

In der modernen Musik ist es dagegen möglich, dass sich die zahlreichen neuen

Auftritte auf Plattformen wie Twitch, YouTube oder gar Zoom in gewissem Ausmass monetarisieren lassen. Diese Bewegung zeigt in jedem Fall, dass «der Live-Musik-Sektor einerseits mit am schwersten unter der Krise leidet und andererseits zu den derzeit agilsten und innovativsten Branchen zählt», wie Matthieu Dartiguenave in Singapur feststellt.

Die tonangebende Musikmesse Midem hat ihre für Juni 2020 vorgesehene «physische» Austragung in Cannes abgesagt; unter dem Namen «Midem Digital Edition» findet sie aber in einem völlig neu konzipierten, digitalen Format dennoch statt. Diese Dienstleistung steht allen Musikschaffenden und Vertreterinnen bzw. Vertretern der Musikbranche in Form von «Live-streamed Keynote Sessions», Talks und Präsentationen zur Verfügung, nicht zu vergessen die von der physischen Messe übernommenen «Online Conversations» und «Speed Meetings». In diesem Sinn und Geist wird auch die im September 2020 in Singapur angesetzte massgebliche Messe der asiatischen Musik (Music Matters) für ausländische Teilnehmende grösstenteils online stattfinden.

Hier kristallisiert sich ein interessantes neues Modell heraus, bei dem es sich nicht um das früher vielbeschworene «glocal» – eine Mischung von globalem und lokalem Geschäft – handelt, sondern um ein Modell, das ich als «LOGO» bezeichnen möchte: «Local Outside, Global Online», d. h. eine Veranstaltung, die physisch für die lokalen Teilnehmenden stattfindet («out» oder «outdoors»), sich für globale Teilnehmende aber auf «Online-Veranstaltungen» beschränkt.

Derartige gemischte Modelle im «LOGO»-Format sind ein kleiner Hoffnungsschimmer am Horizont, da sie zeigen, dass die Branche sehr rasch reagiert und sich auf den Livestream verlagert hat und zugleich

mit neuen Modellen zur Monetarisierung von Online-Inhalten (Spenden, Subskriptionen, Abonnements etc.) experimentiert.

Musik (Absatz von CDs und Vinyl)

Nicht nur die Aktivitäten auf den Bühnen und die Live-Auftritte sind derzeit völlig zum Erliegen gekommen, auch die «physische» Tonträgerindustrie befindet sich im Sinkflug. Konzertverbote und Ladenschliessungen tun das ihrige!

Die spärlichen verfügbaren Daten zu den Tonträgermärkten bestätigen den massiven Absatzeinbruch bei CDs und Vinyl während des Lockdowns. Die Verwerfungen des Vertriebs physischer Tonträger erklären diese Entwicklung nicht zur Gänze.



Das Coronavirus beschleunigt die Digitalisierung der Kultur: Es findet ein Übergang von «Kulturprodukten» zu «Kulturdienstleistungen» statt; die Dematerialisierung schreitet voran. Der Online-Musikvertrieb ist dagegen ins Stocken geraten. Mittelfristig dürfte iTunes als Verkaufsstätte von MP3-Titeln dem Untergang geweiht sein. Die gesamte Wertschöpfungskette im Musikwesen ist somit aus dem Gleichgewicht geraten.

Yves Riesel, Gründer des Plattenlabels Abeille Musique und der Plattform für klassische Musik Qobuz, ist der Ansicht, dass diese Krise «den Tod des Produkts CD beschleunigt». Für ihn «hätten die grossen und die unabhängigen Musiklabels härter

durchgreifen müssen, da die Preise für CDs immer tiefer sanken und die Produktions- und Logistikkosten immer weiter zunahmen. Der Vertrieb von physischen Tonträgern beschränkt sich inzwischen auf Ketten mit enger Auswahl bzw. auf Amazon. Nicht einmal in den Nischenmärkten finden sich noch Käuferinnen und Käufer für CD-Angebote von Supermärkten! Die Labels für klassische Musik werden ausgehungert. Und niemand kommt auf die Idee nachzufragen, weshalb man zweit- und dritrangige Künstlerinnen und Künstler produziert, während die besten Aufnahmen sich für sehr wenig Geld bereits streamen lassen? Ehrlich gesagt bin ich überzeugt, dass die letzten noch existierenden Labels für klassische Musik mit dem Verschwinden des CD-Vertriebs Probleme haben werden. Umso besser! Sobald die Läden wieder öffnen, haben wir Gewissheit.»

Film und audiovisuelle Medien

Die audiovisuellen Medien – d. h. der Film, das Fernsehen und die audiovisuellen Inhalte im Streaming-Format – zählen mehr als jeder andere Teilsektor zu den grossen Gewinnern und grossen Verlierern der durch das Coronavirus ausgelösten Gesundheitskrise.

Einerseits ist die Nachfrage nach Filmen und Fernsehserien wegen des Lockdowns so gross wie fast nie zuvor; andererseits verzögert sich die Produktion (Fernsehen) bzw. sie kommt wegen der Präventionsprobleme an den Drehorten völlig zum Erliegen (Spielfilme, Serien)¹⁰. Diese massive Dichotomie

ohnegleichen in einer im Umbruch begriffenen Branche könnte einen Wendepunkt in der Geschichte der Kulturbranchen darstellen und eine Beschleunigung des Konsums von Spielfilmen, Serien und Ausstrahlungen im Streaming-Format bewirken¹¹.

An dieser Stelle ist es angebracht, ins Detail zu gehen. Zunächst befassen wir uns kurz mit den fast überall auf unbestimmte Zeit geschlossenen Kinos. Auch wenn es sich bei Kinos nicht um einen Live-Sektor im eigentlichen Sinn handelt, sind sie doch Publikumsorte: Das ist die Magie des Kinos und derzeit auch seine Tragödie. Werden sie in gewissen Ländern diesen Sommer wieder öffnen können? In der aktuellen Lage sind Zweifel angebracht. Einerseits können Kinos ihre Dimensionen um 50% verkleinern und die Zuschauerinnen und Zuschauer auseinandersetzen: Mehrere Kinoverbände haben dieses Prinzip bereits umgesetzt. Es lässt sich aber nicht *ad infinitum* fortsetzen: Ein kleines Kino mit weniger als 50 Plätzen ist in reduziertem Massstab nicht mehr rentabel.

Die Fachleute der Branche schlagen daher Alarm. Die meisten Produzentinnen, Produzenten und Akteure der europäischen Spielfilmbranche haben in einem gemeinsamen Communiqué radikale staatliche Massnahmen gefordert¹².

Die beunruhigenden Entwicklungen in der Spielfilmbranche gehen aber weit über die Kinos als Spielstätten hinaus: Den Kinos könnten die Inhalte ausgehen. Das Publikum besucht nach wie vor Kinos, da [neue] Spielfilme hier exklusiv zu sehen sind; die Backlist und das Filmerbe sind definitiv ins Internet

¹⁰ - Vgl.: Joe Flint, Benjamin Mullin, Lillian Rizzo, «With America at Home, the Streaming War Is Hollywood's Ultimate Test», *The Wall Street Journal*, 11. April 2020.

¹¹ - Vgl.: Erich Schwartzel, R. T. Watson, «The Hollywood Premiere Is Moving to Your Living Room», *The Wall Street Journal*, 11. April 2020.

¹² - Unterzeichnende des gemeinsamen Communiqués: Animation in Europe, CEPI, EUROKINEMA, FIA, FIAPF, FERA, FSE, UNI MEI.

abgewandert. Der Grossteil der internationalen Erstaufführungen wurde nun aber auf den Herbst 2020 oder – bei grossen Blockbustern – auf das Jahr 2021 verschoben. Selbst wenn in gewissen Ländern ein Teil der Kinos wieder öffnen kann, stehen ihnen keine Publikumsmagnete zur Verfügung. Ihre Kosten dürften steigen, ihre Einnahmen nicht.

Bei den Online-Videoinhalten verhält es sich offensichtlich deutlich anders. Der Streaming-Bereich verzeichnet einen rasanten Aufschwung, auch wenn sich Schwierigkeiten abzeichnen. Die verfügbaren Daten für das erste Halbjahr 2020 deuten darauf hin, dass 16 Millionen Neuabonnentinnen und -abonnenten weltweit sich Netflix angeschlossen haben – dies ist ein Rekord. Die Netflix-Aktie verzeichnet an der Wall Street einen Kurssprung von 11%. Die Lockdown-Massnahmen haben die Zuschauerinnen und Zuschauer in Richtung Video-Streaming gedrängt. Dies kommt auch Amazon Prime Video, Apple TV+ und Disney+ zugute.

Wenn aber der Lockdown in der einen oder anderen Form weitergeführt wird, könnte das Angebot an audiovisuellen Inhalten versiegen. Die temporäre Einstellung aller Dreharbeiten aufgrund des Lockdowns oder aufgrund von Schutzmassnahmen ist eine schwere Belastung der gesamten Wertschöpfungskette bei den audiovisuellen Medien. Bestimmte Teile der nachgelagerten Dreharbeiten (Spezialeffekte ...) und der Post-Produktion für entsprechend fortgeschrittene Filme konnten mittels Telearbeit erledigt werden, dennoch dürfte die Wertschöpfungskette noch monatelang massiv desorganisiert sein. Die über längere Zeit und zum Teil auch in mehreren Ländern abgedrehten Fernsehserien werden ebenfalls mehrere Monate lang nicht weitergedreht. Mindestens bis zum Beginn des nächsten

Jahres ist mit einer ausgeprägten Destabilisierung der Produktionskette zu rechnen.

Der Libanese Mazen Hayek ist der offizielle Sprecher der Mediengruppe MBC mit Sitz in Dubai. Das Netzwerk ist Marktführer bei frei empfangbaren Fernsehsendungen in der arabischen Welt und dominiert den Markt im Nahen Osten, den Golfstaaten und in Nordafrika dank seiner 18 Sender. Dies sind unter anderem: MBC 1, MBC 2, MBC 4, MBC Drama, MBC Bollywood, MBC Max, MBC Masr (in Ägypten), MBC Irak, MBC Persia (im Iran) und der 24-Stunden-Nachrichtensender Al Arabiya. «Der arabische Markt erlebt während des Ramadan einen Höhepunkt, d. h. gerade jetzt zwischen dem 24. April und dem 24. Mai. Glücklicherweise waren wir seit März bereit: Wir hatten die meisten Dreharbeiten und die Produktion für die grössten Serien vor dem Lockdown nahezu abgeschlossen. Somit verfügen wir über sämtliche Programme für den Fastenmonat Ramadan, ... Der sich umgehend an den Lockdown anschliesst», erklärt Mazen Hayek über Zoom aus seinem Lockdown-Wohnsitz in Dubai. Die Streaming-Sites der MBC-Gruppe weisen seit März ebenfalls spektakuläre Ergebnisse aus: Das kostenlose Online-TV Shahid und vor allem das kostenpflichtige Online TV Shahid VIP, eine Art von arabischem Netflix, gewinnen massiv an Marktanteil. «Unsere digitalen Sender und Plattformen hatten nie zuvor ein derart grosses Publikum», so Hayek abschliessend.

Bei den Anbieterinnen und Anbietern mit einer eher künstlerischen oder «Indie-Ausrichtung» der Produktion ist der Optimismus eher verhalten. Für kleinsten Produzentinnen und Produzenten und die Regisseurinnen und Regisseure von Programmfilmern ist die Lage gar verzweifelt zu nennen. Miguel Rojas Palencia, Regisseur von «Indie-Filmern»,

bestätigt diese Einschätzung: «Auf meinem spezifischen Gebiet, der Filmkunst, verläuft die Krise anders als im Rest des Kultursektors. Es geht nicht nur darum, dass wir unsere Filme nicht länger an einer Festival- oder Kinopremiere lancieren können, es geht nicht nur darum, dass man uns nicht länger bezahlen kann, es geht vor allem darum, dass unsere Produktionen nur noch im Internet gezeigt werden können, wo es sozusagen kein tragfähiges Geschäftsmodell für uns gibt. Manche Kunstschaffenden, etwa die Musikerinnen und Musiker, die Schriftstellerinnen und Schriftsteller oder die Malerinnen und Maler können von zu Hause arbeiten. Unsere Produktionen, Videoclips und selbst die Werbung beruhen auf Dreharbeiten und Castings – und diese sind derzeit schlicht und einfach unmöglich.»

Digitalisierung

Die Kultur versucht, sich beschleunigt neu zu erfinden, ob mittels Streaming oder im Rahmen von gemischten Modellen des Typs LOGO («Local Outside, Global Online»). Wie bereits gezeigt, sind alle Befragten derselben Ansicht: Die COVID-19-Krise wird die Digitalisierung der Kultur beschleunigen. Neue Konsumgewohnheiten kommen auf und werden teilweise auch nach der Krise andauern. Im Übrigen belegen die Zahlen den unverschämten Erfolg der digitalen Plattformen, die in der aktuellen Gesundheits- und Kulturkrise eine Ausnahme bilden. Eine gewaltige Ausnahme! Der Umsatz der Marktführer (Amazon, Netflix, Spotify, Deezer) ist erheblich gewachsen. Noch bemerkenswerter sind die Ergebnisse der Online-Händler sowie der «Food Delivering-»,

«Online-Healthcare-», Bildungs- oder Videokonferenzangebote (Zoom hatte Ende 2019 10 Millionen Nutzerinnen und Nutzer ... heute sind es 200 Millionen ...). Ein explosionsartiges Wachstum verzeichnen auch die Anbieter von gedruckten Büchern: Waterstones, der britische Marktführer, verzeichnet derzeit einen Anstieg der Bestellungen um 400 %¹³.

Bei den GAFA-Anbietern (Google, Amazon, Facebook, Apple) fällt allerdings auf, dass Apple im März mit Schwierigkeiten zu kämpfen hatte: Der Aktienkurs hat sich vom Markt abgekoppelt, das neue iPhone ist durchgefallen und die Fertigung in China wurde lahmgelegt. Seit Mitte März hat auch Alphabet (Google) Probleme zu bewältigen, ebenso Facebook, da der Werbemarkt massiv eingebrochen ist.

Der Konjunkturinbruch zog nämlich einen unmittelbaren und massiven Rückgang in der Werbung nach sich; sogar bei YouTube sind die Erträge deutlich rückläufig (während das Publikum zunimmt). Für unzählige Kunstschaffende führt dieser unerwartete Nebeneffekt zu bedeutenden finanziellen Verlusten.

Ebenso enttäuschend ist die Tatsache, dass die Streaming-Abonnements für Musik wie Spotify, Apple Music oder Deezer kaum Abonnentinnen und Abonnenten hinzugewonnen haben. Sie stagnieren. Entgegen jeder Erwartung und ohne dass sich bis jetzt ein Drama abzeichnet, dürfte feststehen, dass die Hördauer bei diesen Plattformen sogar um 5% bis 10% rückläufig ist. Die Analysten führen diese enttäuschenden Ergebnisse auf einen massiven Rückgang der in öffentlichen Verkehrsmitteln oder im Auto verbrachten Zeit («Drive Time») zurück. In den

¹³ Vgl.: <https://www.bbc.com/news/entertainment-arts-52048582>

eigenen vier Wänden dürften die Konsumentinnen und Konsumenten zu Unterhaltungszwecken vermehrt auf Video-Streaming-Sites setzen¹⁴. Zudem beobachtet Deezer eine Verschiebung der «Stosszeiten»: Zuvor lagen sie bei 7 Uhr morgens, inzwischen haben sie sich auf 9 bis 10 Uhr morgens verschoben.

Selbst wenn der «Tech-Sektor» weltweit einen starken wirtschaftlichen Aufschwung verzeichnet, gibt es auch hier Ausnahmen. Sämtliche Start-ups aus den Gebieten Fahren, Verkehr, Tourismus oder Reisen sowie die Sites für E-Bikes, E-Scooter etc. haben mit Schwierigkeiten zu kämpfen (Expedia, Trip Advisor, Kayak etc.). Uber erlebt ebenfalls schwierige Zeiten, auch wenn Uber-Eats einen kleinen Teil der Verluste kompensiert. Das Geschäftsmodell von AirBnB wird derzeit radikal in Frage gestellt. In einer allgemeineren Perspektive beunruhigen sich gewisse Analysten schliesslich über die derzeitige vorsichtige Einstellung der Venture-Capital-Fonds, die den Digitalsektor mittelfristig vor Probleme stellen könnte. Dennoch besteht in diesem Sektor kaum Grund zur Sorge: Die Europäische Union hat vor kurzem eine Liste von rund hundert Unternehmen in Europa erstellt, deren Wert bereits über eine Milliarde Dollar betragen dürfte (die berühmten «Einhörner») und damit die gute Verfassung der Digitalanbieter in Europa und ihre globalen Ambitionen bestätigt¹⁵.

Hernan Botbol, der mit Taringa! eine grosse Streaming-Plattform in Argentinien auf die Beine gestellt hat und inzwischen eine Preisvergleichswebsite in Austin, Texas, leitet, merkt Folgendes an: «Wir beobachten

die Markt- und Preisentwicklung in Echtzeit auf Amazon und seit dem Lockdown sind die Ankäufe von Kosmetikprodukten in den USA bedeutend gestiegen (+60 %), ebenso die Ankäufe von Sport- und Fitnessgeräten (+100 %) sowie die Ankäufe von Produkten für Babys (+600 %). Schmuck und Luxusgüter bilden eine erhebliche Ausnahme (Umsatzrückgang von -40 %), ansonsten verzeichnet der Onlinehandel ein ausgeprägtes Wachstum. Elektronik verkauft sich besser, Informatik ebenfalls und vor allem bei Büchern ist die Umsatzsteigerung geradezu spektakulär. Sämtliche Bereiche der Unterhaltung, des Streaming und der sozialen Netze verzeichnen ein sehr starkes Wachstum. Auf dem Gebiet der Technologie verläuft der Zuwachs in allen Bereichen explosionsartig, mit einigen wenigen Ausnahmen.» Botbol rechnet auch mit einer Entwicklung der Geschäfts- und Arbeitspraxis im Technologiesektor: «Unser Sitz ist hier in Austin, Texas, da sich diese Stadt nach dem Silicon Valley zum zweitgrössten Zentrum der USA für Start-ups und Technologie entwickelt hat. Apple und Google eröffnen in Austin ihre zweiten Campus-Standorte und die Stadt zählt zu den «fastest cities» der USA. Meiner Meinung nach wird die Coronavirus-Krise bereits deutlich vorhandene Tendenzen zusätzlich verstärken: Immer mehr Menschen betreiben in Zukunft Telearbeit von zu Hause aus. Bei uns war dies schon vor dem Coronavirus Usus, wir pflegten nur ein «Daily Checking» und ein «Weekly Meeting», aber dies wird nach der Krise noch wesentlich breiter eingeführt werden. Arbeit im Home Office bedeutet, dass man keine wertvolle Zeit im Verkehr verliert – hier in Austin

¹⁴ Vgl. die von Music Business Worldwide erhobenen und analysierten Daten auf Basis der Angaben von SpotifyCharts.com.

¹⁵ - Nach Angaben von Pēteris Zilgalvis, Leiter der Unit for Digital Innovation der Europäischen Kommission.

können das bis zu zwei Stunden pro Tag sein –, dass man sich vernünftiger ernährt und sich besser um seine Kinder kümmert. Die Softwareentwicklerinnen und -entwickler lieben diese Art von Freiheit und wissen es zu schätzen, dass sie ihre Arbeitszeiten frei wählen können. Und für unser Start-up rechnet es sich auch deutlich: Wir haben sieben Mitarbeitende, alle im Home Office. Die Aufwendungen für Büroräume entfallen!»

Diese Digitalisierungstrends beschleunigen sich mit jedem Lockdown und könnten ein fester Bestandteil der Arbeitswelt werden. Für die traditionelleren Akteure im Kulturbereich ist dies ein Grund zur Beunruhigung, da sie derzeit eine Welt erleben, in der die Kunst fast ausschliesslich virtuell existiert. Laurence Engel, Präsidentin der Bibliothèque nationale de France, kommentiert die Entwicklungen folgendermassen: «Anschliessend müssen wir in wirtschaftlichen Kategorien überlegen und unsere Modelle auf den Prüfstand stellen, um die besten Wege zur Erhaltung der Produktionskapazität und – wichtiger noch – zur Erhaltung der Vertriebs- und Verbreitungskapazität unserer Schöpfungen zu finden. Es geht nicht nur darum, die akute Gefahr zu bestehen und punktuell Flickwerk zu betreiben. Es geht auch darum, nachhaltig die sogenannte Diversität des künstlerischen Ausdrucks zu erhalten, wenn wir vermeiden wollen, dass der Trend zur Konzentration und zum Mainstream nicht alles andere erstickt. Dieses Risiko ist umso höher, als dass die digitale Verbreitung während des Lockdowns den gesamten Raum für die Verbreitung von Kunst besetzt hat. Für mich ist dies die wesentliche Stossrichtung. Sie scheint mir aussichtsreich. Ein erster Ansatz könnte darin bestehen, in der physischen Welt neue Formen zur Verbreitung von Kunst zu entwickeln. Natürlich sollen Aufführungen und

Veranstaltungsorte oder auch Ausstellungen nicht einfach aufgegeben werden, man könnte aber intimeren Formen mehr Platz einräumen. Eine Art Entschleunigung der Kultur im Sinne der Nachhaltigkeitslogik. Dieser Grundsatz lässt sich in allen Teil-Sektoren anwenden.»

Soziale Netze und Videospiele

Bei den sozialen Netzen und den Videospielen läuft alles gut. Sie geniessen alle Vorteile der Digitalisierung und haben keine der Nachteile von Dreharbeiten. Der ägyptische Community Manager Hady el Hady, Spezialist für Instagram-Kommunikation befindet sich derzeit im Lockdown in Berlin. Auch er beobachtet derzeit kulturelle Mutationen in den sozialen Netzen: «Die Entwicklungen sind ziemlich spektakulär. Die Kunstschaffenden nutzen die sozialen Netze als Outlet für ihre Kunst und das Publikum bekundet online sein Interesse. Die beiden meistgenutzten Netze sind wahrscheinlich Instagram Live Feature (Teil von Facebook) und Twitch (Teil von Amazon). Interessant ist, dass Twitch ursprünglich für Videospiele und Gamer aufgelegt wurde. Seit dem Ausbruch der Coronavirus-Pandemie wird das Netzwerk aber für alle möglichen Inhalte verwendet.»

Tatsächlich hat sich das Publikum von Twitch in den letzten Wochen massiv vergrössert: + 31 %. Bemerkenswert ist auch, dass Twitch derzeit einerseits von Musikschaffenden für Konzertangebote (und zum Versuch, auf diesem Weg Geld zu verdienen) genutzt wird und andererseits von Lehrpersonen für Unterrichtsangebote – eine

weiter mögliche Erklärung für die Zunahme der Nutzerzahlen¹⁶.

Noch aussagekräftiger sind die «Concerts in-game». Dies ist kein neues Phänomen (DJ Marshmello hatte bereits letztes Jahr eine erfolgreiche Veranstaltung absolviert), aber es werden neue Rekorde gesetzt: Der amerikanische Rapper Travis Scott hat tatsächlich ein Konzert auf der Plattform des Videospieles Fortnite veranstaltet, um auf die Veröffentlichung seiner neuen Single The Scotts (feat. Kid Cudi) aufmerksam zu machen. Dieses Konzert rief 12 Millionen Online-Zuschauerinnen und Zuschauer auf den Plan. Und selbst wenn das Format nicht mit einem Live-Konzert zu vergleichen ist, war es visuell doch recht gut geraten. Es waren vier weitere «Auftritte» vorgesehen. Der Gedanke liegt nahe, dass diese Art von «Concerts in-game» bis zur Wiederaufnahme des Konzertbetriebs eine interessante Alternative verspricht. Wird sie sich bewähren?

Der Ägypter Hady el Hady weist auch auf folgende Entwicklung hin: «Ich beobachte auch den Verlauf bei TikTok, das sich perfekt an den Lockdown angepasst hat, wie ein vor kurzem im Guardian» erschienener Artikel aufzeigt¹⁷. Alle diese Entwicklungen führen zu einer bedeutenden Umwälzung bei der Nutzung der sozialen Netze, etwa bei Inhalten, die für Instagram erstellt wurden und in TikTok überführt werden, um grössere Nutzerkreise zu erreichen. Die Plattformen bieten den Kunstschaffenden neue Räume, in denen sie ihre Arbeiten zeigen und sogar Einnahmen generieren können (Twitch bietet eine Möglichkeit, ein «Trinkgeld» zu

hinterlassen und die Künstlerin bzw. den Künstler so zu honorieren). Mir fällt allerdings auch auf, dass die Plattformen etwas absurde Regeln zu dem vorgeben, was man sagen, teilen oder sogar anziehen darf. So wurden zahlreiche «Drag Performer» von Twitch ausgeschlossen, da ihr Äusseres angeblich zu provokativ wirkte.»



Credits: Florian Olivio

Anders als andere Bereiche scheint der Sektor Videospiele sich auch in Zeiten der Coronavirus-Pandemie entwickeln zu können; hier ist die Produktion anscheinend weniger stark betroffen als bei Spielfilmen. Mario von Rickenbach, ein Zürcher Designer von Videospiele, erläutert seine Lage: «In der Praxis sehe ich derzeit nicht allzu viele Veränderungen. An der Art, wie Videospiele produziert werden, hat sich nichts geändert. Ich habe mein eigenes Studio und ich arbeite mit anderen Personen zusammen, die häufig im Ausland sitzen. Meine direkten und indirekten Einkommensquellen, der Verkauf von Apps und die öffentlichen Zuschüsse haben sich – wenn überhaupt – kaum geändert. Ich würde sogar sagen es sei «Business as

¹⁶ - Auf Huya, einer chinesischen «Variante» von Twitch mit Schwerpunkt Videospiele im Live-Stream, lässt sich eine vergleichbare Entwicklung der Nutzerzahlen beobachten. Neben Videospiele ist Huya zudem marktführend in den Bereichen Sportveranstaltungen, Kochen und Bildung.

¹⁷ - Coco Khan, «TikTok is the social media sensation of lockdown. Could I become its new star?», The Guardian, 14. April 2020.

usual». Man hört ja, dass die Nachfrage nach Videospiele gestiegen sei, aber ich habe bis jetzt noch nichts davon gemerkt. Ich frage mich, ob die Leute im Endeffekt wirklich mehr Zeit für sich selber haben, auch wenn sie zu Hause bleiben.»

Medien und Werbung

Zunächst ging man davon aus, dass die durch das Coronavirus ausgelöste Gesundheitskrise sich vor allem in den Live-Sektoren des Kulturwesens niederschlagen würde. Mehrere neuere Studien zeigen aber, dass der Teilsektor Medien, Radio und Fernsehen sowie Presse ebenfalls betroffen ist, da der Werbemarkt brutal in die Knie gezwungen wurde. Henry Finder, Editorial Director des Magazins *The New Yorker* wagt sich an eine Lageanalyse für die USA: «Inzwischen wissen wir über die Lage der Nachrichtenmedien insgesamt ziemlich gut Bescheid: Die Zugriffszahlen auf die Website steigen; die Abonnements haben Aufwind; die Werbung ist rückläufig. Es wurde beispielsweise angekündigt, dass der *Guardian* für das laufende Jahr von einem Umsatzrückgang von 20 Millionen Pfund im Bereich Werbung ausgeht. Die Zeitungskioske kämpfen mit Problemen und Werbebereiche wie Reisen oder Hotellerie haben sich in Luft aufgelöst. Die *Tampa Bay Times*, eine seit 1912 herausgegebene Tageszeitung, gab vor Kurzem bekannt, dass sie wöchentlich nur noch zwei Ausgaben herausbringen werde. Lokalzeitungen haben den Betrieb eingestellt oder ihre Veröffentlichung suspendiert. Hierzu zählen auch bestimmte Lokalausgaben der Gruppe *Time Out*. «Pure Player» im Onlinebereich wie Vox oder BuzzFeed haben Entlassungen und Beurlaubungen angekündigt (und damit unendliche Debatten über den arbeitsrechtlichen Unterschied zwischen einer

Entlassung und einem Zwangsurlaub ausgelöst). Bei Zeitschriften mit einem umfangreichen und treuen Abonnentenkreis dürfte die Krise die bestehenden Trends zusätzlich beschleunigen: erhöhte Abhängigkeit von den Umsätzen mit Leserinnen und Lesern; Verschiebung in den digitalen Bereich; geringere Unterstützung durch die Inserenten.»

Der Rückgang der Werbung sorgt somit überall für Beunruhigung, obwohl sich die Lage vor Ort nicht überall gleich gestaltet. In Dubai zeigt sich auch Mazen Hayek beunruhigt über den Einbruch bei den Werbeeinnahmen, obwohl das arabische Fernsehen sich in der entscheidenden Fastenzeit (Ramadan) gut zu halten vermochte: Die Werbung für sogenannte «FMCG», Fast-Moving Consumer Goods, d. h. Massenartikel oder notwendige Güter wie Nahrungsmittel, kohlenstoffhaltige Getränke und andere in erster Linie in Supermärkten gekaufte Artikel, läuft gut. Befürchtungen haben wir bei der Werbung für Fluggesellschaften, Autos, Haushaltsartikel, Luxusgüter oder Kosmetik, da diese rückläufig ist. Noch aber lässt sich der Werbemarkt 2020 retten, wenn die Einnahmen im Ramadan gut ausfallen. A priori verlaufen unsere Werbekampagnen im Ramadan korrekt. Wir haben den Schaden begrenzt.»

Bildende und visuelle Kunst

Die Museen und Bildergalerien haben dagegen stark unter der Krise zu leiden. Für sie geht es um die Quadratur des Kreises: Auch ohne Publikum fallen hohe Betriebskosten an; die Personalkosten laufen weiter, sofern keine Kurzarbeit eingeführt wurde; die Einnahmen aus dem Billettverkauf entfallen vollständig; die Spenden trocknen ein. «Im laufenden Jahr ist ein ausgewogener Haushalt für die Museen ein Ding der

Unmöglichkeit», so fasst die ehemalige französische Kulturministerin Aurélie Filipetti die Lage zusammen.

In den USA mussten zahlreiche Museen ihre Mitarbeitenden arbeitslos melden oder entlassen. Werden sie in Bälde oder zumindest im Juni ihre Pforten wieder öffnen können, sodass sich der Schaden in Grenzen hält? Wenn sich die Schliessungen bis im Herbst fortsetzen, besteht ein Risiko, dass sich die Lage wesentlich verschlechtert. Aus Expertensicht dürfte eine gewisse Anzahl kleiner oder mittelgrosser Museen Gefahr laufen, nicht zu überleben.

Müssen die bildenden Künste unterstützt werden? Wenn ja, sollten die Mittel in erster Linie an die Institutionen fliessen oder an die einzelnen Kunstschaffenden? Sean Buffington, Vizepräsident der Henry Luce Foundation, meldet sich zu diesem Thema aus dem Lockdown in New York: «Die Henry Luce Foundation unterstützt in erster Linie Museen anstatt individuelle Kunstschaffende. Sobald sich die Gesundheitskrise deutlich abzeichnete, stand auch fest, dass die Museen schwer getroffen würden. Der grösste Teil der amerikanischen Museen finanziert sich über einen Mix aus Billettverkäufen, Schenkungen, Subventionen und Zinsen aus ihren «Endowments» (Stiftungen). Mit der Schliessung verschwinden sämtliche Einnahmen aus dem Billettverkauf voll und ganz. Die geplanten Ausstellungen wurden abgesagt und können auch nicht als Wanderausstellungen gezeigt werden – sodass sich sämtliche Möglichkeiten für Erstattungen in einem sehr engen Rahmen halten. Mit der Baisse der Börsenkurse schrumpft der Wert der Stiftungen; das Fundraising ist ebenfalls abgesagt, sodass sich auch auf diesem Wege keine Mittel auftreiben lassen.»

Wie die grossen und kleinen Institutionen haben auch die einzelnen Kunstschaffenden kaum gute Aussichten. «Die Lage der Kunstschaffenden», so Sam Buffington weiter, «ist ebenfalls schwierig, wenn auch in anderer Hinsicht. In den USA lebt der grösste Teil der Kunstschaffenden nicht von seiner Kunst, sondern von einer Unterrichtstätigkeit oder einer Tätigkeit im Dienstleistungssektor. Häufig bestreiten sie ihren Lebensunterhalt aus einer Reihe von Einkommensquellen. Nun aber haben viele Kunstschaffende ihre Haupteinkommensquelle wegen der COVID-19-Pandemie verloren. Häufig können sie ihre Kunst im Lockdown nicht ausüben. Nur selten verfügen die Kunstschaffenden zudem über eine angemessene Versicherungsdeckung bei Krankheiten. Kunstschaffende sind von Natur aus widerstandsfähig. Nicht wenige von ihnen erleben tagtäglich, was es heisst, arbeitslos oder unterbeschäftigt zu sein. Sie opfern sich – in finanzieller und persönlicher Hinsicht – auf für ihre Kunst. Daher glaube ich, dass sie diese Krise überleben werden, aber die Schmerzen werden gross und die Kosten hoch sein.»

Wie Buffington abschliessend ausführt: «Für uns als Stiftung ist diese Gesundheitskrise auch ein Anlass, uns mit bestimmten Fragen zu beschäftigen. Auch wenn es zu früh ist, um Schlüsse zu ziehen, stellt sich doch die Frage, ob wir unsere gesamte Spenden- und Sponsoringstrategie im Hinblick auf die Zukunft nicht überdenken müssen. Was brauchen unsere Partner am meisten? Wie lasse sich unsere Ideen und Ziele angesichts der anstehenden Lehren aus dieser Krise fördern?» Die offenen Fragen sind zahlreich.

Daher verdoppeln die Museen ihre Online-Initiativen. Eines von zahllosen Beispielen findet sich in Buenos Aires bei der Stiftung Proa, die «den grossen Exponenten des

Sektors keine Konkurrenz machen will, sondern sich voll und ganz der Online-Kunsterziehung verschrieben hat», wie ihre Präsidentin Ariana Rosenberg bestätigt. Online bietet sie «Dutzende von kostenlosen Kunsterziehungs-Lehrgängen über Zoom» an (das Programm nennt sich «Proa en Zoom»). Diese Initiative hat in einem Land, in dem die Wirtschaftskrise bereits Millionen Menschen ohne Arbeit und ohne Arbeitslosenversicherung in ihrem Bann hält, einen gewissen Erfolg. Zur Wirtschaftskrise kommt nun noch die Gesundheitskrise hinzu.

Die frühere Ministerin Aurélie Filipetti ist ebenfalls der Ansicht, dass «etwas neu zu erfinden ist. Der digitale Weg stellt hier eine Möglichkeit dar. Langfristig könnte sich eine Neukonzeption der Ausstellungen mit mehr Social Distancing und besserer Sicht auf die Exponate bewähren.»

Der Amerikaner Jacob Bromberg, seines Zeichens Visual Artist / Multimedia Poet und Übersetzer, erlebt den Lockdown auf dem Lande mit seiner Frau und seinem Sohn im Kleinkindalter. Er erlebt seine Lage mit gemischten Gefühlen: «Einerseits wurde meine Hauptausstellung verschoben, da uns keine Unternehmen mehr zur Verfügung standen, um die Vinyl-Schallplatten herzustellen, die für meine Gedichte in Baumstruktur unerlässlich sind. Alles steht auf Pause. Die Agenden sind völlig durcheinandergeraten und es wird noch viele Monate dauern, bis wieder Stabilität herrscht. Meine schriftstellerische Tätigkeit ist dagegen deutlich weniger betroffen. Ich kann schreiben, mir Zeit nehmen, um nachzudenken und zu arbeiten. Mein innerer Visual Artist leidet, mein innerer Schriftsteller kommt gut über die Runden.»

Ergänzend merkt Bromberg an, dass «der Lockdown uns mit dem Gedanken vertraut macht, dass unser Leben in einigen Jahren wegen des Klimawandels vielleicht endgültig so aussieht.»

Theater

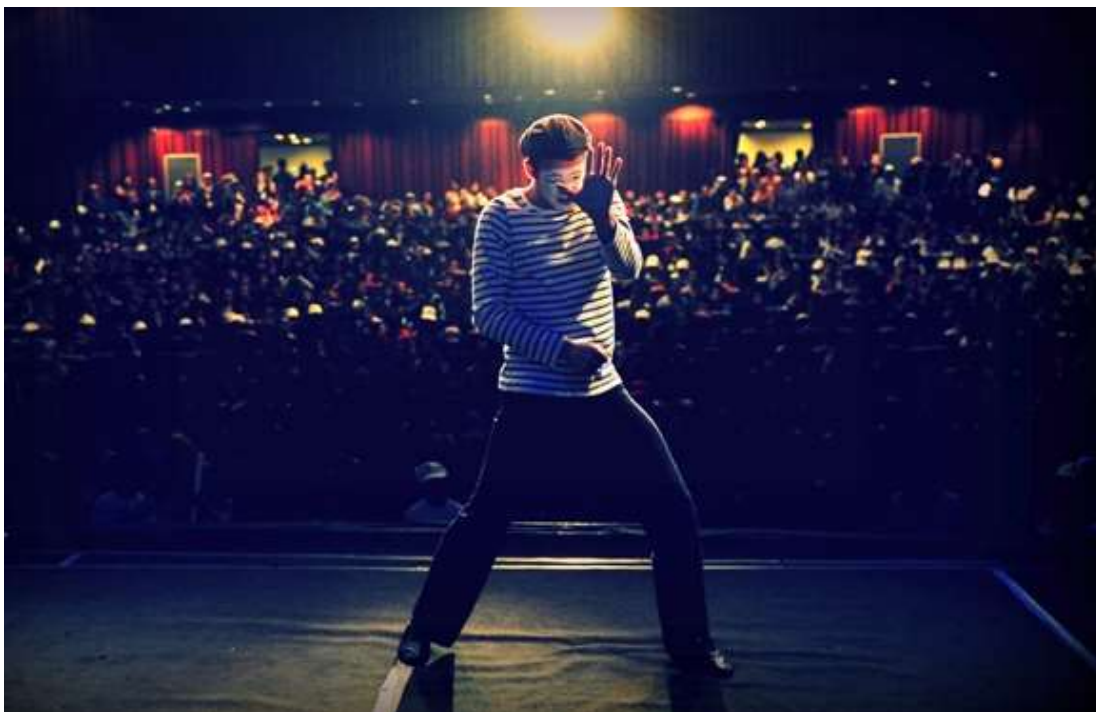
Da die Theater naturgemäss publikums-offene Orte sind, betrifft sie die Krise ebenfalls. In den USA ist dies besonders deutlich: «Wir sehen ganz ähnliche Entwicklungen bei Live-Aufführungen wie in den Museen. Auch die Theater leiden an Geldmangel und hängen in hohem Mass von ihrem Kartenverkauf ab.» So fasst Sean Buffington die Lage zusammen. Einer Studie der bedeutenden Bühnengesellschaft Stage Entertainment zufolge geht das Publikum davon aus, dass es frühestens im September 2020 wieder Theater, Musicals oder Konzerte besuchen wird. Nur sehr wenige Konsumentinnen und Konsumenten erwägen, im Vorverkauf Karten zu erwerben, selbst wenn ihnen die Rückerstattung bei Absagen zugesichert wird¹⁸.

Joe Melillo gehört zu den berühmtesten Produzenten von Theater- und Tanzaufführungen in den USA; lange war er der Programmleiter der Brooklyn Academy of Music (BAM). Seine Analyse der Lage in den USA ist schonungslos: «Die Intendanten und die Kunstschaaffenden ermessen allmählich das ganze Ausmass der Katastrophe. Hier wurden die Gehälter im besten Fall um 20% bis 50% gekürzt, wenn man nicht offiziell beurlaubt oder entlassen wird ... Die Budgets wurden drastisch zusammengestrichen, was sich bei der künstlerischen Qualität bemerkbar machen dürfte. Und da weniger Kunstschaffende und weniger Kulturverwalter zur

¹⁸ - Vgl.: Stage Entertainment Corona Study, April 2020.

Verfügung stehen oder man sie nicht bezahlen kann, wird an allen Ecken und Enden Mangel herrschen. Der Druck auf die privaten Mäzene ist gross, aber sie werden uns keine Blankoschecks ausstellen! Tatsache ist, dass die amerikanische Kultur in allen Bereichen mindestens ein Jahr lang schrumpfen wird.»

Massensterben! Ganz besonders bei den noch nicht etablierten Kunstschaaffenden. Schon zuvor war das System sehr prekär aufgestellt. Um mich selbst mache ich mir keine allzu grossen Sorgen, auch wenn ich wegen dieser Krise mit Sicherheit ein Jahreseinkommen verliere. Ich hoffe aber, diesen Verlust im Jahr 2021 wieder auszugleichen.



Credits: Atih Kilic

Die einzelnen Kunstschaaffenden zahlen einen hohen Preis für diese unerwarteten Entwicklungen. In den USA haben sie selten eine feste Anstellung, sondern arbeiten zu meist als «Freelancer». Sie waren die ersten, die ihre Engagements und ihre Ressourcen verloren. Tim Miller ist ein «Performance Artist» mit Wohnsitz in Los Angeles. Er lebt im Lockdown bei sich zu Hause in Venice: «Ich bin wirklich erschrocken, als mir klar wurde, wie fragil unser Kunstsystem sowohl auf der kommerziellen als auch auf der eher experimentellen Seite ist. Dies ist ein

Sorgen mach ich mir um das System und den Nachwuchs. Überall lassen mich die Theater und Universitäten jetzt schon wissen, dass «In Person Meetings» und Auftritte vor Publikum im Herbst schwierig sein dürften. Dies ist aber der Kern meines Geschäftsmodells! Wir werden sehen. Die Kunstwelt wird in 18 Monaten ganz anders aussehen als heute.»

Christopher Kriese gehört dem als «Neue Dringlichkeit» bekannten Kollektiv von Theateraktivisten und -aktivistinnen in Zürich an. Er analysiert die Lage unter zwei

Gesichtspunkten: «Im Moment sehe ich zwei wesentliche Auswirkungen für das Theater. Einerseits haben wir es mit finanzieller Unsicherheit, Geldverlusten und grosser Ungewissheit in einem bereits prekären Sektor zu tun. Andererseits sehe ich Versuche von Umsetzungen oder Experimenten im Bereich digitale Technologien. Hierbei denke ich zum Beispiel an Theater im Streaming-Format oder interaktive Online-Theaterformate. Unser Kunstkollektiv erhält derzeit eine Zwei-Jahres-Subvention von der Stadt Zürich, die nicht direkt an Live-Auftritte gekoppelt ist; daher haben wir im Umgang mit der Situation mehr Freiheit. Wir überlegen aber, ein Online-Format zu nutzen. Das ist nicht ganz einfach, da unser Theater sehr von der Beteiligung des Publikums lebt. Daher überlegen wir auch, wie sich ein Theaterpublikum in einem Online-Format einbinden lässt.»

Im Hinblick auf das Festival von Avignon teilt Christiane Bourbonnaud die Meinung, dass digitale Massnahmen anstehen, auch wenn sie das Theater nicht wiederaufnehmen können: «Der Einsatz von digitalen Technologien drängt sich derzeit auf; sie können einigen Zusatznutzen schaffen. Alle die über Internet direkt gezeigten Mini-Konzerte eröffnen Möglichkeiten für die Kunstschaffenden und die Theaterintendantinnen und -intendanten. Das digitale Theater kann die körperliche Präsenz zwar nicht ersetzen, es kann aber die Wartezeit durch eine Art von Nähe überbrücken. Olivier Py [der heutige Leiter des Festival d'Avignon] hat beschlossen, im Juli ein virtuelles Mini-Festival zu veranstalten und Aufnahmen von Aufführungen auszustrahlen. Eine gute Initiative, obwohl gewisse Vorbehalte gegenüber aufgezeichneten Aufführungen bestehen dürfen, die nur selten Emotionen wie in einem Theaterraum hervorrufen.»

Ist eine Weiterentwicklung der Finanzierungsprozesse für Theater angebracht? Christopher Kriese befürwortet dieses Vorgehen: «Anstatt dass die Kunstschaffenden Geld für ihren ‹Output› (wie Proben oder Auftritte) erhalten, wäre es allenfalls angebrachter, die Gelder auf Basis des ‹Input› (künstlerische Recherchen, Experimente mit neuen Formaten etc.) zuzuweisen. Wir sollten Geld erhalten, weil wir Kunstschaffende sind, nicht, weil wir Kunstwerke herstellen. Dies gilt umso mehr, als dass zahlreiche Kunstschaffende eher in einen Theaterprozess eingebunden sind als in die eigentliche Produktion von Theater. Auch ohne Coronavirus scheint es mir angebracht, diesen Gedankengang weiterzuverfolgen. Derzeit sind diese Überlegungen allerdings besonders nützlich, da keine Live-Auftritte mehr möglich sind.»

Trotz der neuen Ansätze und eines zum Teil immer noch vorhandenen Optimismus fragen sich zahlreiche Schauspielerinnen und Schauspieler, ob diese Krise ihre Karriere nicht nachhaltig belasten wird. Nicht nur auf der Einkommensebene, sondern vor allem auch in Form von verlorenen Karrierechancen. So sagt die frühere mexikanische Kulturministerin Consuelo Sáizar: «Meine Erfahrungen im Kunstmanagement führen dazu, dass ich sehr besorgt bin wegen all der Chancen, die zahlreichen darstellenden Kunstschaffenden entgehen, für die der Körper eine zentrale Rolle spielt. Ich denke dabei etwa an Tänzerinnen und Tänzer, bei denen schon eine sechsmonatige Pause die Entwicklung beeinflussen könnte. Dies bedeutet einen tragischen Aufschub für die Talententfaltung.»

Architektur & Design

Im Sektor Architektur und Design sind die Kontraste grösser und es lässt sich für jeden Beispielfall eine real existierende Person finden. «Der Lockdown kam für jeden und jede von uns in einem speziellen Moment. Manche bewältigen ihn gut; andere nicht», sagt der junge Architekt Bernard Dubois – bereits ein belgischer Star der Architektur – aus dem Lockdown in Brüssel. «Bei mir sieht es so aus, dass die meisten meiner Projekte in der Entwicklungsphase standen. Die Tatsache, dass alle Baustellen geschlossen sind, wirkt sich somit nur begrenzt auf mich aus; die Deadlines werden etwas länger. Im Allgemeinen liegt die Arbeit der Architektinnen und Architekten zu 70% bis 75% deutlich vor der Ausführung. Wir können also vom Home Office aus normal weiterarbeiten. Wir können sogar etwas Abstand nehmen, müssen nicht von Baustelle zu Baustelle hetzen. Der Qualität unserer Arbeit kommt dies zugute. Während des Lockdowns konnte ich sogar vier neue Verträge unterzeichnen», sagt Dubois. Dann aber fügt er hinzu: «Wenn dies alles zwei Monate dauert, können wir damit umgehen. Ansonsten weiss ich nicht, ob es uns glückt.» Da Architekten ihre Honorare im Allgemeinen nach jeder Entwicklungsphase beziehen (Vertragsabschlussgebühr, Konzeptentwurf, Entwurfsplanung, Designentwicklung, Ausschreibung, Bau, Nachverfolgung etc.), dürfte ihr Geschäftsmodell weniger unter Druck geraten als das anderer künstlerischer Berufe.

Diese Hypothese deckt sich mit der Meinung von Abbas Saad, Berater und Stadtplaner aus Beirut, im Libanon, der ebenfalls im Lockdown lebt: «Es ist zwischen Arbeit zu unterscheiden, bei der Menschen interagieren müssen, und Arbeit, bei der dies nicht erforderlich ist. Ich persönlich nutze diese

Gelegenheit, um mich mit politischen und philosophischen Themen zu befassen, die ich schon seit Langem eingehender studieren will. Ein Teil meiner Arbeit besteht darin, Menschen vor Ort zu befragen und Daten zu erheben. Dies ist derzeit schwierig; mein Gehalt wurde um 20% gekürzt. Aber auch hier bietet sich für jemanden, der gerne Forschung betreibt und sich mit intellektuellen Fragen befasst, eine wunderbare Gelegenheit, sich weiterzubilden. Ich kann alle Bücher lesen, die ich möchte, ohne ein schlechtes Gewissen zu haben! Im Libanon herrscht seit Langem eine Wirtschaftskrise und die aktuelle Lage verschärft die Spannungen.»

Urheberrechtsgesellschaften

Die weitgehend unbekannteren und in den Medien kaum präsenten Urheberrechtsgesellschaften sind ein weiteres wesentliches Bindeglied im Kulturwesen, d. h. für Musik und Theater (in Deutschland ist dies die GEMA, in Frankreich sind es die SACEM, SCAM und SACD, in Kanada die SOCAM, in Grossbritannien die PRS for Music, um nur einige zu nennen). Diese Strukturen verfügen im Allgemeinen über umfangreiche finanzielle Reserven. Derzeit treibt sie die Frage um, wie sich den Kunstschaaffenden am besten beistehen lässt. Einige von ihnen haben «Nothilfefonds» eingerichtet: Sie nutzen ihre Reserven, um die Kunstschaaffenden zu unterstützen. Und dabei haben sie selber mit Schwierigkeiten zu kämpfen. Da die Konzerte und Festivals abgesagt wurden, die Diskotheken, Clubs und Bars geschlossen sind und der Verkauf auf Eis liegt, werden die Erträge aus Schutzrechten für musikalische Werke mehrere Monate lang einen massiven und nachhaltigen Einbruch erfahren. Die Gebühren für Kopien zum privaten Gebrauch sind ebenfalls deutlich weniger geworden.

«Die eigentlichen Auswirkungen dieser Krise werden wir aber erst in rund 18 Monaten zu spüren bekommen. So lange benötigen wird, um die Schutzgebühren einzubringen», erklärt der Leiter einer Urheberrechtsgesellschaft¹⁹.

Es stellt sich allerdings die Frage, ob diese privaten Unternehmen, die nicht selten Milliarden von Euro an Schutzgebühren verwalten, in dieser Ausnahmesituation nicht effektive und umfassende Hilfspläne für alle ihnen angeschlossenen Personen auf die Beine stellen könnten.

Verlagswesen, Schriftstellerinnen und Schriftsteller

Im Verlagswesen zeigt sich die Lage ebenfalls in sehr unterschiedlichem Licht, je nachdem, ob es sich um einen Buchhändler bzw. eine Buchhändlerin, einen Verlag, eine Bibliothek, eine E-Book-Plattform oder einen Schriftsteller bzw. eine Schriftstellerin handelt. «Lesen ist nach wie vor eine der sichersten und zufriedenstellendsten Tätigkeiten, die man sich vorstellen kann. Auch wenn die Lage derzeit schwierig ist, bleiben wir optimistisch. Kurzfristig dürfte der Absatz zurückgehen, solange die Buchläden nicht öffnen dürfen und nicht so viele Kundinnen und Kunden anziehen, wie zuvor. Das Lesen an sich ist meiner Meinung nach aber nicht gefährdet. Man kann sogar davon ausgehen, dass die Leute im Moment mehr Zeit oder Gelegenheit zum Lesen haben», merkt Jonathan Karp, Leiter der grossen (im Besitz von CBS befindlichen) Verlagsgruppe Simon and Schuster an.

Für die Buchläden dagegen bedeutet eine einmonatige Schliessung einen umso grösseren Ertragsausfall, als dass die Monate März und April normalerweise mit bedeutenden Neuerscheinungen zusammenfallen. Die Verlage haben die im Februar und März erschienenen Bücher geopfert, während der Rest der Neuerscheinungssaison auf den Herbst oder Winter verschoben und die entsprechenden grossen Schwierigkeiten in Kauf genommen wurden. Unsicherheiten bestehen nach wie vor, was den Absatz im Sommer und im Herbst angeht. «Wir werden über ein Jahr lang für diese Krise bezahlen müssen», wie eine Verlegerin anmerkt.

Für Henry Finder, Editorial Director des New Yorker stellt sich die Lage folgendermassen dar: «Kurzfristig wurde die Veröffentlichung zahlreicher Werke aufgeschoben. Der Absatz von Büchern bekommt die Krise zu spüren. Einmal mehr sehen wir aber, dass sich bereits bestehende Trends beschleunigen. Zahlreiche unabhängige Buchhandlungen, die immer mit kleinen wirtschaftlichen Gewinnspannen operiert haben, sind derzeit geschlossen und es besteht die Gefahr, dass sie nicht überleben. Der Entschluss, Bücher im Laden zu kaufen, wird aufgeschoben. Die Nachfrage ist allerdings ungebrochen; bei den Verlagen werden nach wie vor Manuskripte eingesandt und Verträge unterzeichnet. Möglicherweise gestaltet sich die Werbung für neue Autorinnen und Autoren in Zukunft etwas schwieriger.»

Laurence Engel, Präsidentin der Bibliothèque nationale de France, spricht für die Bibliotheken: «Natürlich steht alles auf dem Kopf, weil alles geschlossen ist! Die

¹⁹ - Emmanuel Legrand, «Creative sectors assess the impact of C-19 and their needs to get through the global crisis», Legrand Network, 6. April, 2020.

Bibliotheken haben aber Mittel und Wege gefunden, sich über Wasser zu halten und ihren Beitrag über andere als physische Angebote zu leisten: Ressourcen, digitale Ausleihe, Webkonferenzen, Online-Präsentationen von Sammlungen und Präsentationen in den sozialen Netzen ... Hier ist die Nutzung geradezu explodiert. In der COVID-Krise sind die Bibliotheken wie vor und zweifellos auch nach der Krise ein Ort der Orientierung und der Ressourcen. Auch wenn die Krise eindeutig ein Anlass ist, die Rolle der Bibliotheken in der digitalen Welt zu überdenken und weiter auszubauen, bin ich doch sicher, dass sie auch weiterhin – sobald dies wieder möglich ist – einen Zufluchtsort für die Leserinnen und Leser darstellen, die bei uns häufig eine Art Zweitwohnsitz haben. Mit anderen Worten: Die Krise treibt die Bibliotheken zwar heftig um, erschüttert sie aber nicht in ihren Grundfesten. Dies gilt aber keineswegs für alle Kultursektoren. Wir sind einigermassen resilient.»

Bei den E-Book-Plattformen scheint sich der Lockdown dagegen positiv auszuwirken. Die meisten kommerziellen E-Book-Plattformen verzeichnen einen Nachfragezuwachs von 75 % bis 200 %. Hinzu kommt ein eigentlicher «Volksentscheid» für kostenlose E-Books und ein Boom bei der digitalen Ausleihe, dem die Bibliotheken kaum nachkommen können. Alle Plattformen profitieren von diesem Trend: Amazon Prime, ePagine, Y-ouboox, Vivlio, Tite-Live, Glose etc.²⁰

Bei den Schriftstellerinnen und Schriftstellern zeigt sich die Situation ebenfalls in einigermassen positivem Licht, auch wenn nicht wenige von ihnen die in ihrem

Geschäftsmodell inzwischen zentralen Lese-reisen absagen mussten²¹. Die ehemalige mexikanische Verlegerin Consuelo Sáizar bringt die Lage wie folgt auf den Punkt: «Als Verlegerin sehe ich nicht, dass sich für die Schriftstellerinnen und Schriftsteller viel ändert. Die Buchwirtschaft insgesamt ist aber schwer getroffen: Bei den Buchmessen beispielsweise ist die persönliche Präsenz gefragt – und derzeit nicht zu leisten. Ich sehe auch Möglichkeiten, unter diesen neuen Umständen die Veröffentlichung und den Vertrieb auf digitalen Kanälen zu beschleunigen.»

Benny Ziffer, ein international renommierter Schriftsteller und Übersetzer aus Israel sowie Chefredakteur der Literaturbeilage der berühmten Tageszeitung Haaretz, nivelliert ebenfalls: «Einerseits sind alle Buchläden in Israel geschlossen, genau wie die Theater und die Strände. Andererseits war meine Zeitung noch nie so populär, aber die Werbung ist sozusagen inexistent. Für mich als Schriftsteller hat die Situation durchaus Vorteile. Dank des Lockdowns konnte ich zwei Werke von Gérard de Nerval und Huysmans übersetzen!» Abgeschottet in seinem Kibbuz in der Jesreelebene fügt er hinzu: «Der Lockdown ist ideal für einen Schriftsteller!»

Wie Ziffer anmerkt, befindet sich jeder Schriftsteller und jede Schriftstellerin mehrere Monate pro Jahr in einem Lockdown. Für ihn ändert sich durch die Gesundheitskrise gar nichts. Die meisten Schriftstellerinnen und Schriftsteller haben sich an ihr nächstes Werk gesetzt und zum Teil bereits etwas von dem vorgeholt, was sie für den

²⁰ - Vgl. *Livres Hebdo*, «Le livre numérique explose sur toutes les plates-formes», 1. April 2020.

²¹ - Vgl.: F. Martel, «Positive Economy, Towards New Business Models for Artists», in *Entrepreneurial*

Strategies for a «Positive Economy», SS. 5–45 (40 S.), 3rd Creative Economies Report, ZHdK/CreativeEconomies Research Venture, Schweiz, 2018.

Sommer geplant hatten. Daher lässt sich der Lockdown auch als eine Art Glücksfall interpretieren. Auf manche Autorinnen und Autoren dürften dennoch wirtschaftliche Schwierigkeiten zukommen: Ihre Nebentätigkeiten stehen still, d. h. keine Unterrichtstätigkeit, kein Consulting und, wie bereits ausgeführt, keine Lesungen.

Zudem stellt sich die Frage, wie sich nach der Wiedereröffnung der Buchläden neue Autorinnen und Autoren in diesen schwierigen Zeiten bewerben lassen: «Derzeit kann man sich kaum vorstellen, das sich ein grosses Publikum dicht an dicht in einen kleinen Laden drängt und ohne Maske und Handschuhe oder leicht zugängliches Desinfektionsmittel sorglos Bücher in die Hand nimmt. Der Online-Absatz bekannter Autorinnen und Autoren dürfte stabil bleiben, aber der Buchhandel muss neue Wege finden, um auf jüngere oder weniger etablierte Schriftstellerinnen und Schriftsteller aufmerksam zu machen», betont Jonathan Karp, Leiter von Simon and Schuster.

Emmanuel Neisa leitet in Bogotá einen Verlag für Lehr- und Kinderbücher: Click Arte. «Diese Krise habe ich nicht vorhergesehen. Aber wir haben uns umgehend angepasst und in den digitalen Bereich verlagert. Wir waren uns bewusst, dass die Nachfrage für Online-Lerninhalte enorm ausfallen würde, und so haben wir uns auf Hörbücher, Mikro-Lerninhalte im Abonnement und vor allem unser Projekt laaldea.co verlegt». Diese Webseite mit Originalinhalten soll Kindern zu Wissen über das Coronavirus und den Lockdown verhelfen. Sie war auf Anhieb erfolgreich. «Für uns haben sich neue Chancen aufgetan. UNICEF hat uns kontaktiert, um unsere Bücher *en masse* in allen

kolumbianischen Schulen abzugeben, und es ist uns gelungen, in wenigen Wochen Originalinhalte zu erstellen. Wir beschäftigen Grafikerinnen und Grafiker, Autorinnen und Autoren sowie Entwicklerinnen und Entwickler. Derzeit erleben wir ein starkes Wachstum. Im Übrigen bin ich überzeugt, dass die Kinder- und Schulbücher sich digital neu erfinden müssen. Die Coronavirus-Krise kann uns dabei helfen.»

Andere, auch renommierte Verlage haben bedeutend grössere Probleme zu meistern. So hat der berühmte Buchladen und Verlag City Light Books in San Francisco auf GoFundMe einen Appell geschaltet, um den Konkurs zu vermeiden²². Diese Initiative brachte USD 450.000 ein. Er bietet auch einen Büchervorverkauf an, bei dem die Kundinnen und Kunden nach der Wiedereröffnung ihre Bücher abholen können.

«Am meisten beeindruckt mich», so Tom Avendaño, Kulturjournalist von El Pais, «wie schnell wir von unserem früheren Leben in die aktuelle traumatische Situation geraten sind.» Zweifellos ist dieser brutale Übergang von einer Realität zur anderen Stoff für zukünftige Fernsehserien und Bücher. Slavoj Žižek hat bereits ein Buch veröffentlicht, das sich mit der Pandemie befasst, Paolo Giordano ebenfalls. HBO hat Pläne, um unsere Quarantäne für das spanische Fernsehen als Fiktion aufzubereiten. Solche Werke sind im Allgemeinen selten interessant. Die nach dem 11. September veröffentlichten Bücher – es waren über 1000 und mindestens 30 Romane von Autoren wie John Updike und Don DeLillo! – sind kaum geglückte Werke. Ken Follett hat umgehend nach dem Brand von Notre Dame in Paris ein Buch veröffentlicht, das auch kein

²² - Vgl.: <https://www.gofundme.com/f/aeany-keep-city-lights-books-alive>

Research Note II
Die WeltkulturkriseDie Kreativwirtschaft,
ein Wirtschaftszweig
wie jeder andere.II.2 – Die Kreativwirtschaft,
ein Wirtschaftszweig
wie kein anderer.II.3 – Die Teilsektoren
der Kreativwirtschaft

Fazit

Meisterwerk war. Noch ist offen, ob auch das Coronavirus Anlass für diese Art von Erzählungen ist oder ob die Verarbeitung inzwischen in den sozialen Netzen erfolgt.»

Werden wir bald eine Coronavirus-Version des *Zauberbergs* von Thomas Mann (zum Thema Tuberkulose), der *Pest zu London* von Daniel Defoe (zum Thema Pestepidemie) oder des Buchs *Dem Freund, der mir das Leben nicht gerettet hat* von Hervé Guibert (zum Thema Aids) in Händen halten? Man wird sehen.

Fazit

Die heutige, noch nie dagewesene und plötzlich ausgebrochene Gesundheits- und Wirtschaftskrise wird nachhaltige Auswirkungen auf die Welt der Kultur haben. Was ist zu tun? Was können Regierungen, Stiftungen und der Privatsektor tun?

Sean Buffington, Vizepräsident der Henry Luce Foundation, die sich in den USA stark für die Kultur einsetzt, skizziert einige Möglichkeiten: «Gibt es angesichts der Art, wie Kultur bei uns finanziert wird, überhaupt Handlungsmöglichkeiten? Ich weiss es nicht. Vielleicht könnte man Anleihen ausgeben? Die Staaten könnten diesen Weg wählen und das Geld verteilen, aber ich gehe davon aus, dass sie diese Art von etwas wundersamen Finanzinstrumenten der allgemeinen Wirtschaftshilfe vorbehalten. Ich bin jedenfalls der Meinung, dass die gemeinnützige Kultur mindestens in alle Nothilfepläne aufzunehmen ist, die auf sämtlichen staatlichen Ebenen eingeleitet werden. Gewisse Kreise haben bereits nach einem neuen WPA-Projekt gerufen. Dies dürfte in der Trump-Administration allerdings kaum vorstellbar sein ...».

Die National Endowment for the Arts (NEA), d. h. die US-amerikanische staatliche

Agentur für das Kulturwesen, steht im Mittelpunkt aller Diskussionen. Sie hat vor kurzem USD 75 Millionen für ein Programm mit dem Namen CARES (Coronavirus Aid, Relief, and Economic Security) bereitgestellt, das sich indirekt (zu 40%) via die «State and Regional Arts Agencies» an die Kulturorganisationen und direkt (zu 60%) an gemeinnützige Organisationen richtet. Hierzu ist zu sagen, dass Präsident Trump kurz vor dem Ausbruch der Gesundheitskrise verlangt hat, die NEA vollumfänglich abzuschaffen. Und nicht nur die NEA, sondern auch eine weitere Agentur, die National Endowment for the Humanities, soll im Rahmen der Haushaltskürzungen für das im Juni beginnende Steuerjahr 2021 geopfert werden ...

Der vor kurzem vom Kongress verabschiedete staatliche Hilfsplan «Stimulus Relief for the Arts» sieht USD 300 Millionen für die Kultur vor. Dies mag nach einer grossen Summe aussehen, auf die USA bezogen ist es aber nur ein Tropfen auf den heissen Stein. Die Hoffnungen ruhen nun auf den Bundesstaaten und den Städten. In New York wurden verschiedene Hilfsmassnahmen eingeführt, aber rund um ihre Verteilung haben sich bereits Spannungen ergeben: Die «aufkommenden Kunstschaaffenden» dürften zwar zu denjenigen gehören, bei denen der Unterstützungsbedarf am grössten ist. Da die Mittel und Massnahmen aber standortabhängig anstatt personengebunden sind, haben sie keinen Zugang zu ihnen. «Diejenigen, die am meisten Hilfe benötigen, werden sie am wenigsten erhalten», so Brett Gleason traurig. Allgemeiner gesagt tendieren die derzeitigen Pläne für «Nothilfe» in Richtung der sichtbarsten Angebote – der anerkannten Kulturstätten, der grossen Museen und namhaften Orchester – anstatt in Richtung individueller künstlerischer und deutlich fragilerer Werdegänge.

Henry Finder, Editorial Director des *New Yorker*, zum Stand der Dinge: «Mit den staatlichen Beihilfen gelingt es bestimmten Geschäften und Publikationen allenfalls zu überleben. Vereinigungen und Stiftungen haben gewissen Verlagen unter die Arme gegriffen. Die politische Kultur in den USA ist aber eigentlich nicht daran gewöhnt, dass die öffentliche Hand die Medien und Verlage unterstützt. Die US-amerikanische Corporation for Public Broadcast arbeitet mit einem Budget, das nur einen Bruchteil desjenigen der BBC beträgt. Die derzeit in der Vernehmlassung befindlichen Wirtschaftsförderungsgesetze der USA sollen die Konjunktur insgesamt ankurbeln und die wirtschaftlichen Folgen für die Betroffenen mindern. Vom Wert der Medienreportagen ist beispielsweise kaum die Rede, ebenso wenig wie vom Erhalt unserer kulturellen Infrastruktur, und ich weiss nicht, ob sich im Kongress der politische Wille mobilisieren liesse, die Finanzhilfen direkt in diesen Sektor zu leiten.»

Ausserhalb der USA folgt ein Konjunkturförderungsprogramm, ein Anreizplan oder sonstiger «Soforthilfeplan» auf den anderen. Zahlreiche Initiativen mit einer kulturellen Dimension wurden von der öffentlichen Hand oder von privaten Stiftungen ausgearbeitet. Eine erste Bestandesaufnahme stammt vom Think Tank KEA European Affairs²³.

In der Schweiz wurde sowohl auf Bundesebene als auch in bestimmten Kantonen und Städten ein Hilfsprogramm auf die Beine gestellt. Der Bundesrat lancierte umgehend

ein ehrgeiziges Hilfsprogramm im Umfang von CHF 280 Millionen, das mithilfe der Städte umgesetzt wird. In Zürich beispielsweise werden unverzinsliche Kredite an alle Institutionen vergeben, die entsprechende Anträge stellen²⁴; subventionierte Institutionen erhalten Liquiditätsvorschüsse; Kunstschaffende in Bedrängnis beziehen Taggelder in Höhe von CHF 186²⁵ und es erfolgen hohe Ausgleichszahlungen für finanzielle Verluste aus abgesagten oder verschobenen kulturellen Veranstaltungen etc.²⁶.

In Japan hat die Stadt Tokio ein Soforthilfeprogramm von rund EUR 1'000 pro Kulturstätte eingerichtet. Auf Antrag haben auch die einzelnen Kunstschaffenden Zugang zu diesem Programm; dem Anschein nach sind die Richtlinien für den Bezug dieser «Notsubventionen» recht flexibel und offen für alle, einschliesslich der jüngsten oder am Rande der Gesellschaft lebenden Kunstschaffenden.

In Deutschland hat die Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und Medien, Staatsministerin Monika Grütters, auf Bundesebene einen Plan umgesetzt. Zugleich haben die Länder eigene – mehr oder weniger ehrgeizige – Massnahmen getroffen²⁷.

In Frankreich hat der Kulturminister Franck Riester ein derzeit noch bescheidenes Förderungsprogramm entworfen, das im Mai in nachdrücklicherer Form vorgelegt werden soll. Bedeutende Hilfen wurden dagegen bereits an die betroffenen Unternehmen vergeben; sie haben die Form von

²³ - Vgl.: <https://keanet.eu/collaborative-map-covid-19-policy-measures/>

²⁴ - Vgl.: www.bak.admin.ch/coronavirus et www.stadt-zuerich.ch/kultur

²⁵ - Der Verein Suisseculture Sociale hat einen entsprechenden Auftrag: www.suisseculturesociale.ch

²⁶ - Vgl.: <https://www.stadt-zuerich.ch/kulturleitbild-20-23>

²⁷ - Vgl. beispielsweise «Grütters: Politik muss Künstlern in der Corona-Krise mehr Mut machen», MDR Kultur, 23. April 2020. Siehe ebenfalls die Daten des Instituts Backes & Hustedt GbR.

Steuererleichterungen oder Krediten. Hilfsmassnahmen gibt es auch für die sogenannten «zeitweiligen Bühnenkünstlerinnen und -künstler» («Intermittents du spectacle»). In diese Kategorie fallen alle, die zeitweilig auf Bühnen oder in den audiovisuellen Medien arbeiten²⁸.

In Spanien dagegen liegt noch keine ernstzunehmende Ankündigung vor. Für den jungen unabhängigen Filmregisseur Miguel Rojas Palencia ein Grund zur Verzweiflung: «In unserem System wird nicht anerkannt, das Kunstschaffende Arbeit leisten: Sie verbringen bloss ihre Zeit damit, Kunst zu machen, auf eigene Rechnung und eigenes Risiko. In Spanien gibt es in der aktuellen Lage keine Subventionen oder Hilfen. Das Kulturministerium hat vor kurzem sogar erklärt, dass der Stellenwert des Kultursektors nicht gross genug sei, um in dieser Situation prioritär unterstützt zu werden ... »

Antonio Martínez Velázquez, der Stabschef des mexikanischen Kulturministeriums, fasst das staatliche Dispositiv wie folgt zusammen: «Wir, d. h. die mexikanische Regierung, verfolgen bei der Hilfe für den Kultursektor drei wesentliche Stossrichtungen: Erstens haben wir das Programm «Contigo en la Distancia» (Zusammen auf Abstand) aufgegleist. Es bringt die gesamte künstlerische Produktion des mexikanischen Staates online zusammen und bietet einen Raum für die temporäre Beschäftigung der Kunstschaffenden und Gruppen. Zweitens haben wir für die wegen der Epidemie geschlossenen selbstständigen Veranstaltungsorte eine Unterstützung vorgesehen, die ihnen je USD 6.000 zur Verfügung stellt, um die Pandemie

zu überstehen. Drittens haben wir eine Art Bankschalter eingerichtet, an dem man Karten für Theaterstücke oder Konzerte erwerben kann, die zu einem späteren Zeitpunkt aufgeführt werden.»

Fast überall werden kollektive Hilfsfonds für atypische Strukturen in originellen Formen ausgearbeitet oder eingeführt. Das Projekt Artist Relief in den USA oder der von Spotify aufgelegte Covid-19 Music Relief Fund sind Beispiele für solche Massnahmen²⁹. Radio France³⁰ kommt seinem Auftrag als Service public mit der Einführung eines umfangreichen Solidaritätsprogramms für die Kunstschaffenden nach, in dessen Rahmen viele zusätzliche Werkaufträge erteilt, die jährlichen Festivals ausgestrahlt und die fehlenden Einnahmen der Kunstschaffenden durch Ausstrahlungen von öffentlichen Theatervorstellungen und Konzerten ausgeglichen werden. Nicht zu vergessen: Die von Lady Gaga organisierte Konzertinitiative «One World, Together at Home» vom 18. April. Auch wenn diese weltweite Initiative nicht primär auf Einnahmen ausgerichtet war, sorgte sie zumindest für einen «Feel good Moment» zwischen Gesundheitsängsten und künstlerischer Solidarität.

Trotz der zahlreichen, häufig grosszügigen oder originellen, staatlichen und privaten Initiativen besteht – noch – kein umfassender «Soforthilfeplan». Kann ein solcher Plan – wenn er denn zustande kommt – zahlreichen Hoffnungen entsprechen und ein Zeichen für den Wandel setzen? Kann er die Welt der Kultur dazu bringen, sich neu zu erfinden? Bis jetzt, am Anfang einer Massen-Wirtschaftskrise ohnegleichen, gibt es noch kein

²⁸ - Vgl.: «Franck Riester détaille les mesures en faveur du secteur culturel», *Le Monde*, 17. April 2020.

²⁹ - Vgl.: <https://www.artistrelief.org/> und <https://covid19musicrelief.byspotify.com/de-de>

³⁰ - Offenlegung: Frédéric Martel ist Produzent und Moderator bei France Culture, einem Sender von Radio France.

neuzzeitliches Äquivalent für die von Roosevelt nach der Weltwirtschaftskrise von 1929 gegründete Works Progress Administration.

Frédéric Martel

Aus dem Französischen übersetzt von
Syntax

Die vorliegende zweite Research Note ist Teil einer Reihe von vier Research Notes des Zurich Centre for Creative Economies (ZCCE) an der Zürcher Hochschule der Künste zur Frage der wirtschaftlichen Auswirkungen der Coronavirus-Krise auf das Kulturwesen.

SIEHE AUCH:

Vorbemerkung – (Christoph Weckerle)

Research Note 1 – Roosevelt, die WPA und die US-amerikanische Soforthilfepolitik in den Jahren 1936–1939 (Frédéric Martel)

Research Note 2 – Die Weltkulturkrise (Frédéric Martel)

Research Note 3 – Die Schweizer Kreativwirtschaft: Auf Statistiken basierende Überlegungen zu den aktuellen Debatten in der Schweiz (Roman Page, Christoph Weckerle)

Research Note 4 – Jenseits der aktuellen Debatten: Alternative Strategien zur Analyse der Kreativwirtschaft (Simon Grand, Christoph Weckerle)

ZURICH CENTRE FOR CREATIVE ECONOMIES (ZCCE)

Das Zurich Centre for Creative Economies (ZCCE) ist ein internationales Kompetenzzentrum, das sich in Forschung und Analyse den Creative Economies sowie dem Wissenstransfer in die Hochschulbildung und Praxis widmet. Unsere Fachgebiete sind: Kulturpolitik, Digitalisierung, Smart Cities, Kunst- und Designkarrieren, Kritik & Theorie und unternehmerische Strategien.

Wir arbeiten eng mit unseren internationalen Partnern, Forschern, Akademikern und Startup-Gründern zusammen.

Das Zurich Centre for Creative Economies (ZCCE) ist Teil der Zürcher Hochschule der Künste (ZHdK).

Frédéric Martel, Academic Director
Eva Pauline Bossow, Managing Director

KONTAKT

Zurich Centre for Creative Economies
Zurich University of the Arts
Toni-Areal, Pfingstweidstrasse 96
8031 Zürich, Switzerland
creative.economies@zhdk.ch
www.zhdk.ch/zcce

Mai 2020