

Kunst, Kreativität und Kröten

Zur Situation der Kultur- und Kreativwirtschaft in Bayern

Von Sabine Busch-Frank

München – Dass zur Kunst immer das Adjektiv „brotlos“ gehört, scheint zwangsläufig: Man denkt offenbar eher an halbverhungerte Maler in zugigen Dachkammern und nicht unbedingt an Künstlerfürsten wie Lenbach, Wagner, Goethe, die in Villen residierten und zu guter Letzt ordentlich was zu vererben hatten. Künstlerinnen und Künstler, die mit hohem Elan und Ethos ihre Projekte verfolgen, wollen meist auch nicht ausgerechnet auf ihre Wirtschaftskraft reduziert werden.

Carola Kupfer, die als Autorin arbeitet, macht sich seit einigen Jahren für die Verbandsarbeit unter eben jenem wirtschaftlichen Aspekt stark. So sitzt sie dem Verein Forum Kreativwirtschaft Regensburg und dem Bayerischen Landesverband der Kultur- und Kreativwirtschaft vor. Sie findet: „Sicher gibt es den Mythos der freien Kunst. Aber spätestens seit Corona ist klar: Wer keine wirtschaftliche Tätigkeit nachweisen kann, der bekommt eben auch im Notfall keine finanzielle Hilfe. Ich muss mit meiner Kunst Geld verdienen, das bitte auch in meiner Steuererklärung erscheint. Das war für viele Menschen in den letzten Jahren eine bittere Erfahrung.“

Zumal Mischkalkulationen in diesem Sektor eher Regel, denn Ausnahme sind: Menschen, die halbtags im Brotjob arbeiten, um nebenbei schreiben zu können, Tänzerinnen oder Tänzer, die ihre Miete von den Einnahmen aus Pilates-Stunden im Fitness-Studio begleichen oder Maler, die eigentlich Kunst unterrichten oder vom Einkommen des Partners leben, sind solche Lebensentwürfe auf zwei Standbeinen. Durch derartigen Einkommensmix fallen viele aus den Voraussetzungen, die beispielsweise eine Versicherung in der Künstlersozialkasse ermöglichen, heraus. Auch die professionelle Ausbildung taugt nicht als gemeinsamer Nenner. Wer wollte künstlerische Qualität auch an einem Hochschulabschluss festmachen? „Der Bindestrich ist daher vielleicht das Wichtigste im Begriff ‚Kultur- und Kreativwirtschaft‘“, macht Carola Kupfer deutlich. „Uns geht es bei unserer Arbeit um alle kreativen Teilbranchen, die mit ihrem Schaffen Geld verdienen. Für sie machen wir Verbandsarbeit, wie andere Branchen auch – denken Sie beispielsweise an die Energieverbände. Da sind auch Windkraft und Kohlebergbau nebeneinander vertreten und ähnlich schwierig haben wir es, wenn wir für unsere verschiedenen Ressorts eine politische Position definieren und vertreten wollen.“

Ihr Anliegen ist, alle Sparten, so divers sie auch auftreten und so zahlenmäßig unterschiedlich sie gefasst werden, gleichermaßen abzubilden.

„Die umsatzstärkste Teilbranche ist definitiv Software/Games, die umsatzschwächste die freiberufliche Darstellende Kunst. Aber gera-



Den Mythos von den brotlosen Künsten bedient kein anderes Kunstwerk treffender als „Der arme Poet“ von Carl Spitzweg. Aber müssen Maler und Musiker darben? Sind sie nicht auch eine Wirtschaftsmacht? Für die ökonomische Situation der Künstler setzen sich Carola Kupfer vom Bayerischen Landesverband der Kultur- und Kreativwirtschaft und Oliver Wittmann von Bayern Innovativ ein. Fotos: Kupfer/dpa



de die Solo-Selbständigen, die Einzelkämpfer, können letztlich so flexibel reagieren, dass die ganze Branche von ihnen profitiert“, erklärt sie. Verbandsarbeit ist klassische Lobbyarbeit: „Wir fragen über Mitgliedsbeauftragte alle Mitglieder ab, welche Fragen für die jeweilige Branche wichtig sind, jetzt beispielsweise wieder für die Landtags-Wahlen. Daraus entsteht meistens ziemlich schnell eine Gewichtung. Größere Themen wie das Sozialversicherungsrecht finden sich genauso wie kleinere, konkrete Anregungen wie der Wunsch nach höheren Stipendien in Zeiten der Inflation. Das Papier, das wir daraus entwickeln, wird dann nach außen kommuniziert.“ Die Abstimmung nach allen Seiten, das Werben um Unterstützung erfordert Geduld, so Kupfer. „Ich bin seit drei Jahren, seit der Gründung des Verbandes Präsidentin. Das ist ein Ehrenamt. Ich habe mich früher immer gewundert, dass immer nur Ältere den Verbänden vorstehen. Heute meine ich: Diese Arbeit kann man gar nicht machen, wenn man jung und im Aufbau einer Selbständigkeit ist. Ich komme übers Jahr auf über 300 Termine, mein Stellvertreter Philipp Ernst und ich arbeiten quasi halbtags und unbezahlt für den Verband.“

Nicht ehrenamtlich, sondern im Auftrag des Bayerischen Staatsministeriums für Wirtschaft, Landesentwicklung

und Energie setzt sich Oliver Wittmann für die Branche ein. Er leitet das Beratungsfeld Kultur- und Kreativwirtschaft bei der Bayern Innovativ GmbH in Nürnberg. Diese halbstaatliche Landeseinrichtung soll dafür sorgen, dass die Förderung Roman Herzogs nach der „Symbiose“ aus Laptop und Lederhose“ im Süden Deutschlands weiter umgesetzt wird. Wittmanns Team von derzeit 18 Mitarbeitenden will die Branche voranbringen, doch bei „Bayern Innovativ“ wird man kein Mitglied, und politische Weichen stellt Wittmann auch nicht, schließlich ist der Geldgeber ja das Wirtschaftsministerium.

Hier stehen gerade Einzelkämpferinnen und Solo-Selbständige im Fokus: „Unsere Branche hat keine Hingucker. Wenn man bei Audi vorbeikommt, merkt man das: Man sieht das Werk. Wir hingegen haben fast ausschließlich Klein- und Kleinstunternehmen, da ist es schon viel, wenn ein Firmenschild am Haus hängt. Solche Unternehmer bemerken einander nicht, selbst wenn sie in Parallelstraßen arbeiten. Wir sehen uns daher als Netzwerk der Netzwerke: Wir bringen Menschen zusammen, schaffen Sichtbarkeit“, so Wittmann. Mit Workshops, Infoveranstaltungen und einer Datenbank von gängigen Förderinstrumenten soll das Angebot von „bayernkreativ“ daher in die einzelnen Regionen hinein wirken, denn der Flächenstaat stellt eine besondere Herausforderung dar.

„Architekturbüros, Grafiker, Fotografie, Design sind Bereiche, die wir in ganz Bayern finden, auch in ländlicheren Regionen“, erklärt Wittmann. „Es gibt aber auch Branchen, die gibt es überwiegend in Ballungszentren, so beispielsweise die Filmwirtschaft in und um München. Ingolstadt als sehr wirtschaftsstarke Stadt hat eine spannende Branchenzusammenstellung, hat er festgestellt: „Hier kontrastieren sehr künstlerisch agierende Menschen mit denen, die am Markendesign mitarbeiten. Hier musste sich eine Stadtgesellschaft ihr eigenes Format erfinden. Das Netzwerk ist hier dicht und man redet miteinander.“

Das Team von bayernkreativ beschäftigt sich fortwährend mit der Erhebung von statistischen Zahlen und möchte gerne im Rahmen einer neuen Studie sichtbar machen, wo genau es in der Krise gehapert hat. Laut dem zweiten Bayerischen Kultur- und Kreativwirtschaftsbericht von 2018 war damals bereits jedes 13. Unternehmen in Bayern eines aus dem Bereich der Kultur- und Kreativwirtschaft. Der Gesamtumsatz, in dem die knapp 43 000 Unternehmen und Selbständigen der bayerischen Kultur- und Kreativwirtschaft im Jahr 2019 erwirtschafteten, lag bei rund 40,6 Milliarden Euro (2018 waren es 38,32 Milliarden). Damit trugen die Unternehmen und Selbständigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft knapp 3,2 Prozent zum Gesamtumsatz der bayerischen Wirtschaft bei. 339 805 Erwerbstätige gab es insgesamt 2018 in Bayern in der Branche, das sind 3,7 Prozent der Gesamtzahl. Zum Vergleich: In der Branche Maschinenbau arbeiten 3,2 Prozent. Corona, unterbrochene Lieferketten und Inflation gingen dann nicht spurlos an der Kultur- und Kreativwirtschaft vorbei, wenn auch einzelne Bereiche die Rezession kaum gespürt haben.

Solche Zahlen sind politische Botschafter, schließlich lebt Wirtschaftsforschung von Erhebungen und Statistiken. Kulturwissenschaftler kennen Auftragsbücher, Tantiemenabrechnung oder Verträge ebenfalls als spannende Quellen ihrer Arbeit. Denn egal, ob am Rokoko-Hof oder im Filmstudio: Dass Kulturschaffende nicht verhungern oder von Mäzenen abhängig sind, ist eine Grundvoraussetzung für kreative Arbeit. **DK**

DK

„Wir bringen Menschen zusammen, schaffen Sichtbarkeit.“

Oliver Wittmann
Bayern Innovativ

staltungen und einer Datenbank von gängigen Förderinstrumenten soll das Angebot von „bayernkreativ“ daher in die einzelnen Regionen hinein wirken, denn der Flächenstaat stellt eine besondere Herausforderung dar.

„Architekturbüros, Grafiker, Fotografie, Design sind Bereiche, die wir in ganz Bayern finden, auch in ländlicheren Regionen“, erklärt Wittmann. „Es gibt aber auch Branchen, die gibt es überwiegend in Ballungszentren, so beispielsweise die Filmwirtschaft in und um München. Ingolstadt als sehr wirtschaftsstarke Stadt hat eine spannende Branchenzusammenstellung, hat er festgestellt: „Hier kontrastieren sehr künstlerisch agierende Menschen mit denen, die am Markendesign mitarbeiten. Hier musste sich eine Stadtgesellschaft ihr eigenes Format erfinden. Das Netzwerk ist hier dicht und man redet miteinander.“

Das Team von bayernkreativ beschäftigt sich fortwährend mit der Erhebung von statistischen Zahlen und möchte gerne im Rahmen einer neuen Studie sichtbar machen, wo genau es in der Krise gehapert hat. Laut dem zweiten Bayerischen Kultur- und Kreativwirtschaftsbericht von 2018 war damals bereits jedes 13. Unternehmen in Bayern eines aus dem Bereich der Kultur- und Kreativwirtschaft. Der Gesamtumsatz, in dem die knapp 43 000 Unternehmen und Selbständigen der bayerischen Kultur- und Kreativwirtschaft im Jahr 2019 erwirtschafteten, lag bei rund 40,6 Milliarden Euro (2018 waren es 38,32 Milliarden). Damit trugen die Unternehmen und Selbständigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft knapp 3,2 Prozent zum Gesamtumsatz der bayerischen Wirtschaft bei. 339 805 Erwerbstätige gab es insgesamt 2018 in Bayern in der Branche, das sind 3,7 Prozent der Gesamtzahl. Zum Vergleich: In der Branche Maschinenbau arbeiten 3,2 Prozent. Corona, unterbrochene Lieferketten und Inflation gingen dann nicht spurlos an der Kultur- und Kreativwirtschaft vorbei, wenn auch einzelne Bereiche die Rezession kaum gespürt haben.

Solche Zahlen sind politische Botschafter, schließlich lebt Wirtschaftsforschung von Erhebungen und Statistiken. Kulturwissenschaftler kennen Auftragsbücher, Tantiemenabrechnung oder Verträge ebenfalls als spannende Quellen ihrer Arbeit. Denn egal, ob am Rokoko-Hof oder im Filmstudio: Dass Kulturschaffende nicht verhungern oder von Mäzenen abhängig sind, ist eine Grundvoraussetzung für kreative Arbeit. **DK**

DK

DK

Serie zu Harry Potter angekündigt

New York – Einer der berühmtesten Zauberschüler der Welt soll auf die Fernsehbildschirme zurückkommen: Das US-Unternehmen Warner Bros. Discovery will die erste Serie zur „Harry Potter“-Saga produzieren. Wie das Unternehmen am Mittwoch bekanntgab, soll die Serie eine getreue Adaption der Bücher von Schriftstellerin J.K. Rowling sein. Ausgestrahlt werden soll sie später auf Max, dem Streamingdienst des Unternehmens.

Die Serie um die magische Welt der Zaubereischule Hogwarts soll sich laut Warner Bros. Discovery mit den Geschichten aus jedem der sieben Bücher insgesamt über zehn Jahre erstrecken. Vorgesehen ist demnach eine neue Besetzung, „Harry Potter“-Schöpferin Rowling soll ausführende Produzentin sein. „Ich freue mich darauf, Teil dieser neuen Adaption zu sein, die einen Grad an Tiefe und Detailreichtum ermöglicht, den nur eine lange Fernsehserie bieten kann“, erklärte sie. Wann die Serie gedreht wird, war zunächst nicht bekannt.

Der erste „Harry Potter“-Band war am 26. Juni 1997 erschienen. Bis heute verkauft sich die sieben Bände mehr als 450 Millionen Mal in aller Welt, sie wurden in 79 Sprachen übersetzt. Die Romane wurden in acht Teilen verfilmt, die an den Kinokassen weltweit rund 6,5 Milliarden Euro einspielten. **app**

Tarantino: Dreh startet im Herbst

Berlin – US-Regisseur Quentin Tarantino (60) will mit den Dreharbeiten für seinen neuen Film voraussichtlich im Herbst beginnen. Das erzählte der Filmmacher bei einer Lesung seines Buchs „Cinema Speculation“ am Mittwochabend in Berlin. Dort wurde er von Moderator Steven Gätjen nach seinem nächsten Film „The Movie Critic“ gefragt, der angeblich auch Tarantinos letzter Film werden soll.

„Wir drehen ihn voraussichtlich im Spätherbst dieses Jahres“, sagte Tarantino und scherzte an dem Abend, man solle sich nicht zu viele Hoffnungen bei dem Film machen. Zur Besetzung machte er keine Angaben, auch zu inhaltlichen Details schwieg er. Von der spanischen Zeitung „La Vanguardia“ wurde er neulich gefragt, ob es wirklich stimme, dass der nächste Film sein letzter sein werde? „Ja, Filme machen motiviert mich einfach nicht mehr“, wurde Tarantino von der Zeitung zitiert. Im Berliner Admiralspalast reagierte Tarantino eher zurückhaltend auf eine Anmerkung Gätjens, hoffentlich werde es nicht sein letzter Film sein. **dpa**

INITIATIVEN FÜR DIE KULTUR

Bayerischer Landesverband der Kultur- und Kreativwirtschaft: Der Verband besteht seit Oktober 2020 und ist die Interessensvertretung von Kultur- und Kreativschaffenden auf Landesebene.
Bayern Innovativ GmbH: Gemeinsam durch Vertreter der bayerischen Politik, der Wirtschaft und der Wissenschaft wurde das Unternehmen 1995 initiiert, um

Wirtschaft und Forschung besser zu vernetzen, innovative Impulse zu entdecken und besonders an kleinere und mittlere Unternehmen zu vermitteln. Unter anderem werden Weiterbildungen und Beratungen hinsichtlich vielversprechender Geschäftsfelder oder Fördermöglichkeiten für Kultur- und Kreativwirtschaft angeboten. **DK**

Mit Verve und Witz

Das Münchner Museum Brandhorst zeigt die Ausstellung „What happened?“ der Künstlerin Nicole Eisenman

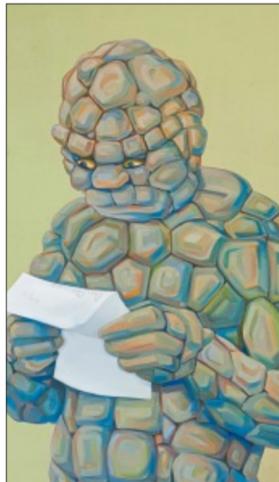
Von Barbara Reitter

München – „What happened?“, also „Was geschah?“ in den letzten 30 Jahren in den USA? Dort lebt die 1965 im französischen Verdun geborene, in London ausgebildete Künstlerin Nicole Eisenman nun schon seit Jahrzehnten. Ihr Blick zurück geht in die amerikanische Geschichte; doch ebenso intensiv wie mit gesellschaftspolitischen, allgemein menschlichen und feministischen Themen beschäftigt sie sich als Lesbierin auch mit dem queeren Milieu ihrer Wahlheimat New York.

Dank sei dem Brandhorst Museum, dass es nun erstmals diese spannende Malerin, Zeichnerin und Bildhauerin mit mehr als 100 Arbeiten, darunter auch einige monumen-

tal Skulpturen, in einer Solo-Ausstellung im Untergeschoss des Hauses präsentiert. Auf dem Rundweg durch die einzelnen Kabinette folgt man ihren verschiedenen Entwicklungslinien. Denn immer wieder erfindet sich Eisenman neu, experimentiert mit Medien, Materialien und Formen.

Dabei zieht sich der sarkastische Humor dieser Crossover-Meisterin, die sich für ihre häufig großformatigen Kompositionen aus der europäischen Kunstgeschichte von der Renaissance über das Barock bis hin zur Klassischen Moderne bedient, durch ihr ganzes Oeuvre. Eine zeitlose Version von Rubens „Höllentanz“ lässt sich ebenso entdecken wie Breughel, Matisse oder Picasso, die Farb- und Formexperimente des Expres-



Nicole Eisenman: From Success to Obscurity. Foto: Conley

sionismus oder die Strenge der Neuen Sachlichkeit. Manches erinnert in seiner Flächigkeit an Werbeplakate, bei denen Rot und Orange vorherrscht. Allerdings finden sich neben Spuren der Pop Art, aus Comic- und Karikatur-Kunst auch Riesenbilder in der Tradition mexikanischer Muralisten aus den Dreißigern. Von den in den 90ern gefertigten Originalen existiert allerdings nur noch ein einziges.

Phasenweise zeichnet Nicole Eisenman fast obsessiv – und bedeckt mit den Ergebnissen die Wände ihres Ateliers. Eine von ihnen konnte man im Brandhorst Museum rekonstruieren: ein wildes Durcheinander von Skizzen, Grafiken, angepinnten Fotos, aber auch reliefartigen Figuren. So sinnlich, wie die meisten ihrer stets

figurativen Arbeiten, beispielsweise die Social Studys ihrer Biergartenszenen. Selbst wenn ihr Impetus sozialkritisch ist und die Klimakrise im Auge hat, wie bei „Coping“, das eine Gesellschaft zeigt, die fröhlich im Schlamm versinkt oder im Bild „The Triumph of Poverty“, bei der sich das Prekariat in und um ein Auto drängelt, all diese narrativen Gemälde erzählen humorvoll ihre Geschichten. Das reicht von den schwarzen Fußsohlen einer Frau bis zum Black-Lives-Matter Engagement auf dem Werk „The Abolitionists in the Park“.

Mit Verve und Witz demonstriert die Künstlerin auch immer wieder die Gefahren unkontrollierten Medienkonsums und der Digitalisierung und verwandelt ihre Protagonisten in gesichtslose Ka-

rikaturen. Beim Bild „Selfie“ ist kaum mehr ein Größenunterschied zwischen Mensch und Gerät zu sehen, beim „Drone Painting“ stiert ein einäugiges Comic-Männchen fasziniert auf die Drohne, während bei „Reality Show“ in Corona-Zeiten der Fernseher eindeutig über den Menschen siegt – und den Vordergrund des Bilds mit seiner schwarzen Fläche dominiert. 2017 entstand mit „Heading Down River on the USSJ-Bone of an Ass“ ein großartiges Menetekel auf die Trump-Ära: Hier steuert ein Einzelner das Narrenschiff aus Knochen in den Abgrund – und Hieronymus Bosch lässt grüßen. **DK**

Museum Brandhorst, Theresienstrasse 35a, bis 24. September, Di-So 10-18, Do bis 20 Uhr