

KULTURWIRTSCHAFT IN BERLIN

Entwicklungen und Potenziale



Vorwort

Berlin ist, fast 20 Jahre nach der Wiedervereinigung, wieder ein international stark beachteter und geschätzter Standort der Kultur- und Kreativwirtschaft. Die Stadt knüpft damit an alte, zum Teil Jahrzehnte zurückliegende Stärken an. Zugleich setzt Berlin darauf, neue Qualitäten zu entwickeln und seine besonderen, zum Teil aus den Umbrüchen seit 1989 resultierenden Potenziale zu bewahren. Ebenso wie andere Metropolen profitiert Berlin von der steigenden Anerkennung des ökonomischen Stellenwerts von Kunst und Kultur, Mode und Medien, Kommunikation und Kreativität.

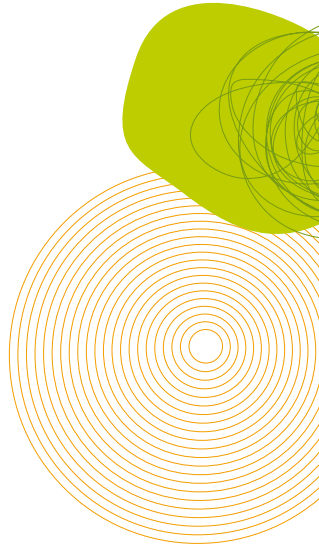
Der strategische Beitrag der Kreativwirtschaft zur Innovationsfähigkeit von Wirtschaftsräumen ist unübersehbar: Wo Kunst und Kultur florieren, geht es auch der Medien- und Kommunikationsbranche gut. Ob Werbewirtschaft, Architektur, Mode- und Designstudios oder Musik – die kreativen Branchen inspirieren sich gegenseitig. Barrieren zwischen einstmals eher getrennten Feldern sind oft nur noch schwer auszumachen. Auf den Grenzlinien entstehen zukunftsgerichtete Unternehmen und aufregende kulturelle Projekte.

Kultur und Kreativität ist ein Standort- und Wirtschaftsfaktor von hoher Bedeutung. Die Zahl derjenigen, die in diesem Bereich arbeiten, steigt kontinuierlich an. Junge, zumeist hochqualifizierte Menschen aus ganz Europa und der Welt kommen nach Berlin, um hier neue Perspektiven und Entwicklungen kennen zu lernen und das kreative Potenzial der Stadt mit ihren Ideen zu bereichern. Berlin ist auf diesen Talenzustrom angewiesen, obwohl die Stadt auch selbst viele kreative Köpfe ausbildet.

Der vorliegende Kulturwirtschaftsbericht räumt mit dem Vorurteil auf, dass Kultur nur ein – notfalls verzichtbarer – „weicher Standortfaktor“, ein Sahnehäubchen ist. Kultur ist die Basis, auf der sich Kreativität entwickelt, deren zündende Ideen am Anfang aller Wertschöpfung stehen und den faszinierenden neuen technischen Möglichkeiten buchstäblich erst „Inhalt“ geben.

Kreativität braucht die Stadt, das urbane Milieu, um sich zu entfalten. Dieser Kulturwirtschaftsbericht hat daher erstmals auch untersucht, welche Einflüsse die Stadtentwicklung auf die räumliche Entfaltung von Kulturwirtschaft hat beziehungsweise wie sich kreative Milieus in der Stadt abbilden.

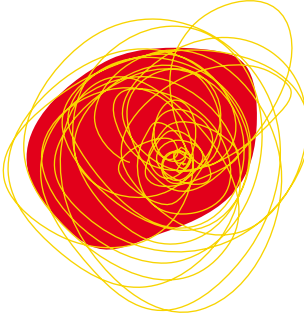
Kreativität braucht die Stadt. Nicht die fertige und satte Stadt, sondern die Nischen und Brüche, den Dialog der Kulturen, den Reiz des Übergangs. Das bietet Berlin und macht seine Faszination aus.



Klaus Wowereit
Der Regierende
Bürgermeister von Berlin

Ingeborg Junge-Reyer
Senatorin für
Stadtentwicklung

Harald Wolf
Senator für Wirtschaft,
Technologie und Frauen




Die Gesamtzahl der Beschäftigten im Berliner Kunstmarkt ging von 2000 bis 2006 um 3% insbesondere aufgrund des Stellenabbaus bei den Fotoateliers (-320 Beschäftigte) zurück². Auf nationaler Ebene reduzierte sich die Beschäftigtenzahl sogar um 15%. Neue Arbeitsplätze wurden in Berlin bei den Bildenden Künstlerinnen und Künstlern (+160), im Einzelhandel mit Kunstgegenständen wie auch mit Antiquitäten (jeweils +50 bis 60 Beschäftigte) geschaffen.



2.6.7 Situation und Perspektiven des Kunstmarktes

Kunstmarkt national und international³

Die Bedeutung des Kunstmarktes hat in den vergangenen Jahren deutlich zugenommen. Im Jahre 2005 setzten die Auktionshäuser erstmals mehr mit Gegenwartskunst als mit den Werken des Impressionismus und der Klassischen Moderne um. Der globale Marktwert des Kunstmarktes verdoppelte sich im Zeitraum 2000 bis 2006 auf 43,3 Mrd. Euro und erreichte damit seinen bisherigen Höchststand. Die höchsten Wachstumsraten verzeichnen die USA und Asien – sowohl bezogen auf die Produktion als auch bezogen auf die Kunstexportquote. Indien hat die höchste Exportsteigerungsrate und China ist zur viertgrößten Kunstmarktnation mit einem Weltmarktanteil von 5% aufgestiegen. Obwohl der Marktanteil Deutschlands innerhalb Europas von 3% (2000) auf 7% (2006) gestiegen ist, stagniert der Anteil Deutschlands am Weltmarkt seit Jahren bei rund 3%.



Technologische Entwicklungen werden die Wertschöpfungskette des Kunstmarktes künftig stärker denn je beeinflussen. Dazu gehören die Digitalisierung der Bilder, Online-Dienste, Internet-Auktionen, Online-Kataloge, internetgestützte Daten- und Preissammlungen sowie Werbe- und Marketingmaßnahmen. Seit 1995 betreibt eBay eine Plattform für den Kunsthandel mit inzwischen 233 Millionen Nutzern, 6,5 Mio. Seitenaufrufen täglich und einem Umsatz mit Kunstwerken von

einer Mrd. Euro allein im ersten Quartal 2007. Weiterentwicklungspotenziale bestehen bei speziell auf den Kunstmarkt zugeschnittenen Vermittlungsformen sowie Bewertungs- und Sicherungssystemen.

Kunstmarkt in Berlin

Nach dem Mauerfall hat sich der Kunstmarkt in Berlin auf die Gegenwartskunst konzentriert. Berlin ist in die erste Reihe der führenden Kunststandorte in Europa aufgestiegen. Gegenwartskunst hat weltweit die höchsten Wachstumsraten. Trotz guter Ausgangsbedingungen und anhaltender Sogwirkung liegt Berlin bei den Umsätzen mit Kunst noch weit hinter London und New York zurück. Berlin ist jedoch erfolgreichster Produktionsstandort mit dem größten Zuzug von Bildenden Künstlerinnen und Künstlern aus der ganzen Welt. 2007 kamen über die Hälfte der auf der Biennale in Venedig und der Documenta in Kassel vertretenen Künstlerinnen und Künstler aus Berlin (Hohmann/Ehlers 2007).

60% der Bildenden Künstlerinnen und Künstler gaben in einer DIW-Befragung (Mundelius 2006) an, sich in Produzentengalerien oder Internetplattformen selbst zu vermarkten, d. h. ein hoher Prozentsatz agiert unabhängig und nimmt dafür Umsatzeinbußen in Kauf. Möglicherweise liegt auch deshalb das durchschnittliche Einkommen bei Kunstschaufenden im unteren Drittel der Einkommensklassen in Berlin (vgl. Kapitel 3).

Mit mindestens 420 Galerien gilt Berlin inzwischen als dichtester Galerienstandort Europas. Zu den Pionieren, die einst in der eigenen Wohnung begannen, gehören Galeristen wie Friedrich Loock oder Gerd Harry Lybke. Mit internationalen Kooperationen begannen Galerien wie Neugerriemschneider oder Klosterfelde. Arndt & Partner, Contemporary Fine Arts oder Max Hetzler entwickelten ihre Galerieräume fast zu Ausstellungshallen. Renommiertere Galerien aus dem gesamten internationalen Raum haben heute Dependancen in Berlin – darunter Nordenhake oder Gerhardsen. Im Gegenzug haben einige Berliner

² Die Künstlersozialkasse gab 2007 rund 8.000 Bildende Künstler in Berlin an. Diese Zahl schließt auch angewandte Bildende Künstler wie z. B. Designerinnen und Designer mit ein.

³ Vgl. *The International Art Market, A survey of Europe in a global context*, hrsg. von The European Fine Art Foundation (TEFAF), Niederlande 2007.

Galerien Brückenköpfe im Ausland aufgebaut wie Volker Diehl in Moskau und Alexander Ochs in Peking. Mit der Villa Grisebach hat das erfolgreichste deutsche Kunstauktionshaus seinen Sitz in Berlin. Die Auktionshäuser Lempertz und Ketterer haben erst kürzlich Dependancen in Berlin eröffnet.

Sammler wie Berggruen oder Scharf-Gerstenberg ergänzen eine der vielfältigsten Museumslandschaften der Welt. Investoren wie Christian Boros entwickeln brachliegende Gebäude zu attraktiven Orten der Kunst – gelungene Beispiele dafür, wie strukturschwache städtische Räume durch Kunst neu-kodifiziert und umgenutzt werden können.

Die Berliner Museen können ihre wichtige Funktion als Akteure des Kunstmarktes nur unzureichend erfüllen. „Berlin sammelt Sammler“ – so resümierte Peter-Klaus Schuster die rege Sammlertätigkeit und die fehlenden Einkaufsetats der Berliner Museen.

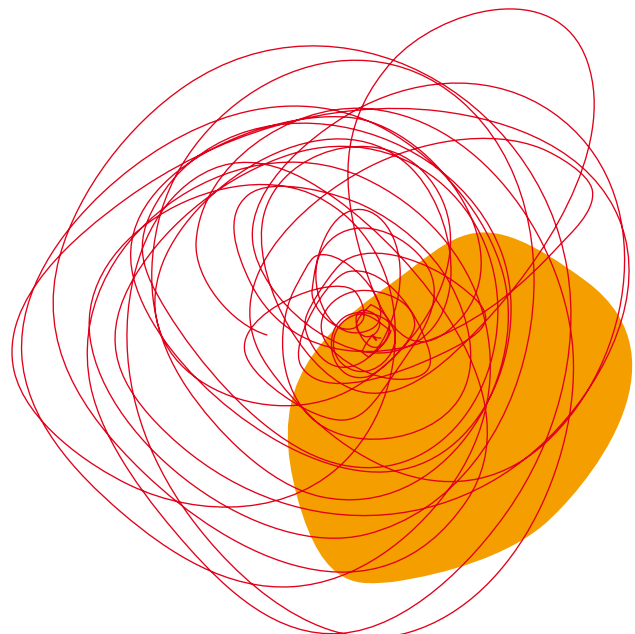
Das Art Forum Berlin veränderte sich in den acht Jahren unter der Leitung von Sabrina van der Ley zu einer der spektakulärsten Messen der Gegenwartskunst und begründete damit den heutigen Ruf der Stadt. Daneben entwickelten sich weitere Messen und Formate wie die „Preview“, die „Berliner Liste“ oder der „Berliner Kunstsalon“. Zusammen mit Kunstausstellungen wie der Berlin Biennale, dem Gallery Weekend und der neu konzipierten Art Berlin Contemporary (ABC) bilden diese das Spektrum internationaler Gegenwartskunst ab.

Dennoch finden viele Bildende Künstlerinnen und Künstler noch keine angemessenen Ausstellungsmöglichkeiten in der Stadt vor. Die von der Stiftung Zukunft Berlin Ende Oktober 2008 auf dem Schlossplatz eröffnete temporäre Kunsthalle „White Cube“ stellt deshalb eine willkommene Initiative dar. Überdies werden im Jahre 2009 auch die Anstrengungen des Senats zur Errichtung einer neuen städtischen Ausstellungshalle für Gegenwartskunst fortgeführt werden.

Vom Kunstmarkt profitieren zahlreiche vor- und nachgelagerte Wirtschaftszweige – von Fotoateliers und Druckereien bis zu Transportfirmen und Versicherungen. **Neue Geschäftsfelder entwickeln sich wie Kunstvermittlung und kunstbezogene Stadtführungen, die von Unternehmen wie Arthur-Berlin oder GoArt! angeboten werden.**

In Berlin sind mit Monopol, Artery-Berlin oder dem Kunst Magazin neue Zeitschriften rund um die Kunst entstanden. Allein drei große internationale Kunst- und Galerienportale werden von Berlin aus betrieben. Bereits vor 10 Jahren wurde artnet gegründet, das weltweit größte Online-Galerien-Netzwerk, mit dessen Hilfe Kunst recherchiert, ge- und verkauft werden kann. Mehr als 2.000 Galerien präsentieren von Berlin aus über 100.000 Arbeiten von mehr als 25.000 Künstlern weltweit. Die „Price Database“ ist das umfassendste Archiv von Auktionsverzeichnissen und zeigt Preistrends auf. Von den Alten Meistern bis zur Gegenwartskunst beinhaltet die Datenbank mehr als 3,6 Mio. Kunstwerke von über 180.000 Künstlern und Künstlerinnen.

Welche Bedeutung das Nebeneinander von Kunstmarkt und öffentlichem Kunstangebot in Berlin für den Kulturtourismus hat, lässt sich bisher nicht quantifizieren, die Bedeutung der Kunst für den Städtetourismus ist aber unbestreitbar.



Ein Schlüsselprojekt ist das von der Landesinitiative Projekt Zukunft initiierte und 2007 gestartete Museumsportal, das einen Überblick über die Sammlungen von rund 200 Berliner Museen gibt und aktuell um ein Berliner Galerienportal erweitert wird. Das Portal präsentiert öffentliche und private Ange-

bote sowie Dienstleistungen von Museen und Kunstmarkt nebeneinander und orientiert sich damit an den übergreifenden Interessen des Kunstpublikums. Das Portal wird von der x:hibit GmbH privatwirtschaftlich betrieben, die Redaktion erfolgt durch die landeseigene Kulturprojekte Berlin GmbH.

In der Branche sowie Verwaltung/ Politik diskutierte Handlungsansätze:

- *Ausbau Berlins als Kunsthandelsstandort der Zukunft, konzeptionelle Neuorientierung und Stärkung des Art Forums durch die Erweiterung von Sammlerprogrammen, international ausstrahlende Pressearbeit und Marketingmaßnahmen.*
- *Präsentation zeitgenössischer Kunst auf international höchstem Niveau in einer permanenten Kunsthalle in Berlin.*
- *Einrichtung eines Fonds „Bildende Kunst“ zur Stimulierung des Kunstkaufs mittels spezieller Darlehen (auf Anregung des Landesverbandes Berliner Galerien).*
- *Verbesserung von Qualifizierung und Professionalisierung der Akteure des Kunstmarktes.*
- *Entwicklung von signifikanten Kunstprojekten im öffentlichen Raum, um weitere Zielgruppen zu gewinnen.*
- *Unterstützung von Kooperationsprojekten zwischen Kunst, Wissenschaft und Technologie.*

Best Practice-Beispiel: Urban Screens

Mit neuen Perspektiven für Kunst in Kooperation mit Wirtschaft und innovativen Technologien befasst sich das „Urban Screens“-Projekt, das als Medienfassaden-Festival Ende 2008 erstmals in Berlin stattfand. Das Festival zeigte, wie „urban screens“ zu einem kommunikativen Element im öffentlichen Raum werden können. An fünf ausgewählten Fassaden – O2-World, SAP, Wall, Ströer Megaposter, Collegium Hungaricum – wurden beispielhafte Screenings erprobt. Am Projekt beteiligt sind Immobilien- und Veranstaltungsunternehmen, Technologie- und Medienfirmen sowie Kultureinrichtungen, Künstlerinnen und Künstler, Werbeagenturen und Architekturbüros. In Kooperation mit der Landesinitiative Projekt Zukunft ist ein Runder Tisch eingerichtet worden, der die Entwicklung von interaktiven Medien im städtischen Raum in den kommenden Jahren unterstützen und begleiten wird.

Best Practice-Beispiel: Prometheus Projekt

BildhauerInnen, ArchitektInnen, DesignerInnen und DenkmalschützerInnen haben zusammen mit der Technischen Universität und dem Fraunhofer Institut für Produktionsanlagen und Konstruktionstechnik (IPK) einen CNC-Maschinenpark entwickelt, mit dem monumentale Baukunstwerke – in Europa in dieser Form einmalig – berührungslos kopiert oder rekonstruiert werden können. Im Unternehmen wird traditionelles Handwerk mit hochspezialisierter Software, Maschinen- und Produktionstechnologie verbunden. Die Kunden kommen inzwischen aus ganz Europa.