



## 1. Kulturwirtschaftsbericht

Kulturwirtschaft und  
öffentlicher Kultursektor:  
Verflechtungen und  
Entwicklungspotenziale



## 1 Einführung

Schon Mitte der 1990er Jahre hat Thüringen als erstes der neuen Länder die Kulturwirtschaft in dem Initiativbericht „Kulturwirtschaft in Thüringen“ untersuchen lassen. Es zeigte sich seinerzeit bereits u.a., dass

- Thüringen relevante Bestände an Selbstständigen und Unternehmen der Kulturwirtschaft besitzt,
- der öffentlich geförderte Kultursektor wichtige Potenziale und Funktionen für die Entwicklung der Kulturwirtschaft wie für den Kulturtourismus des Landes aufweist und
- der auf Kinder bezogene Medienbereich ein zukunftsweisendes Entwicklungsfeld für Thüringen sein könnte.

In der Kulturwirtschaft, also der erwerbswirtschaftlich ausgerichteten Produktion und Distribution von Gütern und Dienstleistungen, zeichnen sich in Deutschland und Europa seitdem zahlreiche neue Herausforderungen ab: Hierzu zählen die weitere Ausdifferenzierung der Nachfrage nach Produkten und Dienstleistungen der Kulturwirtschaft bei gleichzeitig steigenden Qualitätsansprüchen (z.B. im Veranstaltungsmarkt), die technikbedingten Marktveränderungen wie die Etablierung neuer Vertriebskanäle für digitalisierbare Kulturprodukte (z.B. Musik, Film, TV über Internet) und die damit einhergehenden Konvergenz und Reorganisation entsprechender Märkte. Zu den neuen Herausforderungen zählt auch die Internationalisierung kulturbezogener Produkte und Dienstleistungen und damit die Notwendigkeit für Unternehmen, sich auf internationalen Märkten zu positionieren. Nicht zuletzt ist es auch ein neuer nationaler und internationaler Wettbewerb der Städte, Regionen und Metropolen um kreative Branchen und Wissensindustrien, der neue Herausforderungen an die Branchen der Kulturwirtschaft stellt.

In diesem Kontext ist ebenfalls der im Kulturtourismus gestiegene Wettbewerb der Städte und Regionen in Deutschland sowie in Europa mit ebenfalls wachsenden Herausforderungen an die touristischen Leistungsträger der öffentlich geförderten Kulturangebote (z.B. Museen) und an die der Kulturwirtschaft (z.B. Kleinkunsttheater, Festivals) zu nennen. Zudem haben sich die politischen Rahmenbedingungen zu einer Stärkung der Kulturwirtschaft positiv verändert: So ist beispielsweise die Kulturwirtschaft in der EU und auf Bundesebene inzwischen ein anerkanntes und förderfähiges Handlungsfeld.

Vor dem Hintergrund dieser veränderten Herausforderungen ist für das Land Thüringen eine zukunftsweisende Ortsbestimmung der „Kulturwirtschaft“ im Kontext der öffentlich geförderten Kultur erforderlich.

## 4.1 Das Tanz- und Folkfestival Rudolstadt

Die Wurzeln des dreitägigen Tanz- und Folkfestivals in Rudolstadt reichen ins Jahr 1955 zurück, als hier das „1. Fest des deutschen Volkstanzes“ ausgerichtet wurde. Aufgrund einer wachsenden Ideologisierung zogen sich seinerzeit westdeutsche Teilnehmer/innen zurück und es traten bis 1989 zunehmend Gruppen aus östlichen Ländern auf. Nach der Wende erfuhr das Festival 1991 eine Neuausrichtung und erhielt den Namen „Tanz- und Folkfest Rudolstadt“ (TFF.Rudolstadt).

Das Konzept des jeweils im Sommer stattfindenden TFF.Rudolstadt beruht auf jährlich wechselnden Länder-, Instrumenten- und Musikschwerpunkten. Damit hat sich die Veranstaltung zum Weltmusikfestival entwickelt, das sowohl auf traditionellen, alternativen als auch experimentellen Inhalten beruht. Mit insgesamt knapp 70.000 Besucher/innen an drei Veranstaltungstagen gilt es zurzeit als das größte Festival seiner Art in Deutschland und Europa. Ausgerichtet wird es vom Fachdienst Kultur der Stadtverwaltung Rudolstadt mit einem organisatorisch angegliederten Team.

## 4.1.1 Wirtschaftliche und regionale Wirkungen des TFF.Rudolstadt

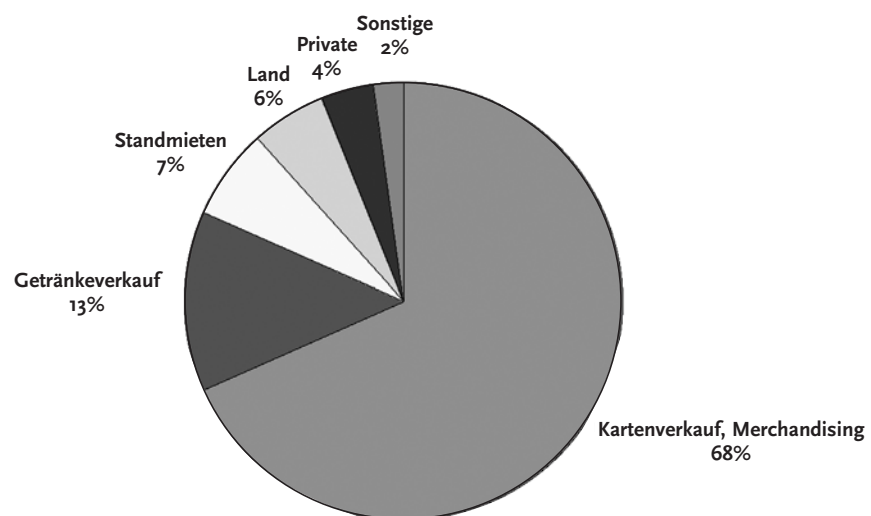
### Tangible Effekte des Festivals

*Relevante wirtschaftliche Effekte für Unternehmen in der Region und nur geringe öffentliche Zuschüsse erforderlich*

Das TFF.Rudolstadt hatte im Jahr 2007 Einnahmen in Höhe von 1,4 Mio. Euro (Übersicht 4.1.1). Dazu trugen insbesondere der Verkauf von Eintrittskarten und Merchandising-Artikeln bei (965.000 Euro), aber auch der Getränkeverkauf (188.000 Euro) sowie die Standmieten (92.100 Euro). Das Land hat das Festival mit 78.000 Euro unterstützt, also mit rund 6 Prozent der Gesamteinnahmen.

Die Ausgaben für das TFF.Rudolstadt beliefen sich 2007 auf 1,49 Mio. Euro. Der größte Teil davon (rund 1,24 Mio. Euro) wurde für Dienstleistungen und Produktlieferungen von Unternehmen verausgabt. Diese Leistungen für das Festival (u.a. Bühnentechnik, Hotelübernachtungen für Künstler/innen, Sicherheitsdienste) wurden mit einem Auftragsvolumen von rund 720.000 Euro (52 Prozent der Gesamtausgaben) von Unternehmen aus Thüringen (u.a. Rudolstadt, Ilmenau, Jena, Erfurt, Weimar), aber auch aus Sachsen-Anhalt (Magdeburg, Halle) erbracht. Zusätzliche 650.000 Euro flossen in die Wirtschaft außerhalb Thüringens (z.B. Künstler/innen-Honorare, Flugkosten etc.).

Übersicht 4.1.1: Aufschlüsselung der Einnahmen des TFF.Rudolstadt 2007 in Prozent (ohne kommunalen Zuschuss)



Quelle: STADTart/NIW 2008; nach Angaben der Stadt Rudolstadt

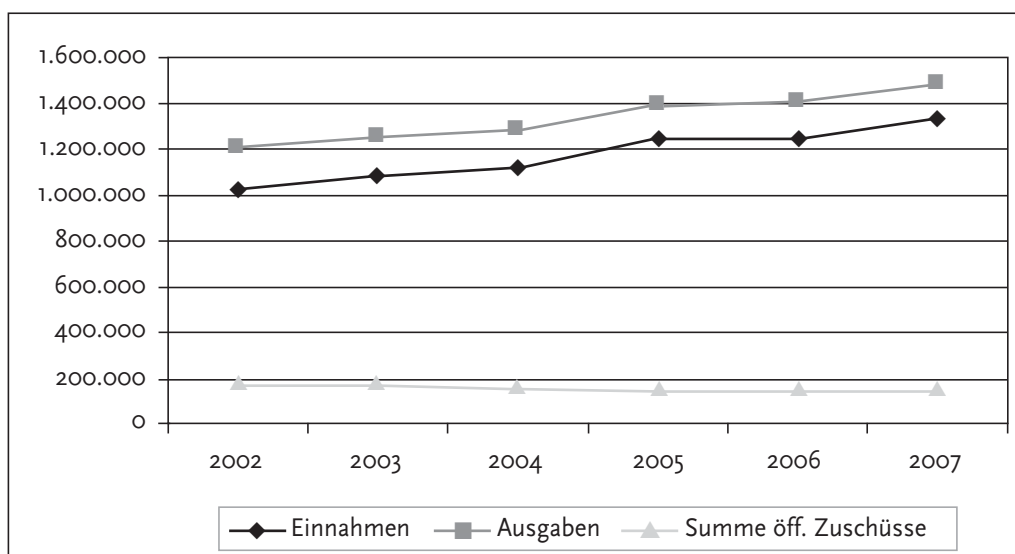
Mit Gesamteinnahmen von 1,33 Mio. Euro (ohne Kommunal- und Landeszuschüsse) und Ausgaben von 1,49 Mio. Euro für die Vorbereitung und Durchführung des Festivals ergibt sich im Jahre 2007 ein Kostendeckungsgrad von 89,5 Prozent, der im Vergleich zu anderen Festivals als ausgesprochen hoch zu bewerten ist.

Die Entwicklung der Einnahmen, der Ausgaben sowie der notwendigen öffentlichen Zuschüsse zum TFF.Rudolstadt seit 2002 bis 2007 zeigen im Zeitverlauf für dieses Festival positive Ergebnisse (Übersicht 4.1.2).

- Die Einnahmen (ohne öffentliche Zuschüsse des Landes und der Stadt) sind von 1,02 Mio. Euro auf 1,33 Mio. Euro gestiegen (+30 Prozent) bei gleichzeitiger Steigerung der Gesamtausgaben von 1,21 Mio. Euro auf 1,49 Mio. Euro (+23 Prozent).
- Trotz steigender Gesamtausgaben sanken im Zeitverlauf 2002 bis 2007 die öffentlichen Zuschüsse um rund 15 Prozent, da die Einnahmen aus eigener wirtschaftlicher Tätigkeit stärker anstiegen als die Ausgaben.

Der Anteil öffentlicher Zuschüsse von Land und Kommune an den Gesamtausgaben ist damit in einem relativ kurzen Zeitraum von 15,2 Prozent (2002) auf 10,5 Prozent (2007) gesunken, bei gleichzeitiger Steigerung des Kostendeckungsgrades durch wirtschaftliche Tätigkeit von 84,8 auf 89,5 Prozent.

Übersicht 4.1.2: Entwicklung der Einnahmen, Ausgaben und öffentlichen Zuschüssen des TFF.Rudolstadt durch das Land Thüringen und Rudolstadt von 2002 bis 2007 in Euro



Quelle: STADTart/NIW 2008; nach Angaben der Stadt Rudolstadt

### *Beachtenswerte direkte wirtschaftliche Effekte durch zusätzliche Ausgaben von Besucher/innen und Akteuren*

Rund 35.000 Personen besuchten im Jahre 2007 das TFF.Rudolstadt. Der größere Teil von ihnen waren Mehrtagesbesucher mit Dauerkarten (18.000). Zusammen mit den insgesamt 15.000 Tagesbesuchern hatte das Festival insgesamt 69.000 Besuchertage. Die durchschnittlichen Tagesausgaben je Besucher wurden für das TFF.Rudolstadt auf 40 Euro geschätzt (Ausgaben für Hotels, Gaststätten, Restaurants, private Verkaufsstände, jedoch ohne Ausgaben für Eintritt und Einnahmen aus Ständen der Veranstalter). Dieser moderate Ansatz beruht darauf, dass trotz überdurchschnittlicher Kaufkraft der Besucher/innen nur 9 Prozent von ihnen in Hotels übernachteten und zudem geringere Shoppingmöglichkeiten existieren als u.a. in Großstädten.

Damit ergibt sich ein Umsatz für die lokale Wirtschaft auf der ersten Stufe von 2,76 Mio. Euro (Bruttoprimärumsatz). Die Ausgaben der Besucher aus der Region Rudolstadt und Thüringens sind von dieser Summe abzuziehen, da sie auch ohne den Festivalbesuch ihr Einkommen größtenteils in der Region ausgeben würden. Der Besucheranteil aus Thüringen umfasst rund 50 Prozent und damit reduziert sich der relevante direkte wirtschaftliche Effekt durch Besucherausgaben auf 1,38 Mio. Euro. Hinzu kommen ergänzende Ausgaben der ca. 1.000 Künstler/innen und der ca. 500 auswärtigen Beschäftigten während des Events (mit geschätzten Tagesausgaben von 20 Euro). Insgesamt steigt der direkte wirtschaftliche Effekt durch diese Ausgaben um 90.000 Euro auf insgesamt 1,47 Mio. Euro.

### *Erhebliche indirekte wirtschaftlichen Effekte (Sekundäreffekte)*

Die direkten wirtschaftlichen Effekte durch Ausgaben für das Festival an Unternehmen (0,72 Mio. Euro) und der Besucher (1,47 Mio.) für die Region Rudolstadt und Thüringen belaufen sich damit auf insgesamt 2,19 Mio. Euro. Auf der zweiten Stufe generieren diese Effekte weitere indirekte Umsätze, Einkommen und Beschäftigung. Beim TFF.Rudolstadt wird von einer marginalen Konsumneigung von 0,5 ausgegangen und dem daraus ableitbaren Multiplikator 2. Damit würde das Festival indirekt rund 4,4 Mio. Euro an Umsätzen über einen längeren Zeitraum als die Festivaldauer generieren.

### *Über einige dauerhafte Beschäftigungseffekte trägt das Festival zur Sicherung von Arbeitsplätzen in der Kulturwirtschaft bei*

Für die Planung und Durchführung des Festivals werden ganzjährig zwei Vollzeitkräfte sowie zehn Honorarkräfte mit einer Teilzeitquote von 25 bis 30 Prozent beschäftigt (entspricht vier bis fünf Vollzeitstellen). Die Aufgaben des Teams liegen im „Booking“ der Künstler/innen, in der Anwerbung und Organisation von Verkaufsständen, in der Organisation der künstlerischen Produktion (Bühne, Licht, Ton, Backline) im Catering, in der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, im Merchandising, in der Organisation der örtlichen Produktion (Zeltplatz, Gemeinschaftsunterkunft, Toiletten, Container, Elektro- und Wasserversorgung, Parkplätze usw.) sowie in der Wartung der technischen Infrastruktur (Online-

Shop etc.). Am Festivalwochenende selbst werden darüber hinaus rund 600 Personen (ca. 50 Prozent Schüler/innen) von der Stadt beschäftigt (Verkauf, Auf- und Abbauarbeiten, Bühnenhilfe, Einlass, Künstlerbetreuung, Fahrdienst, Müllentsorgung etc.). Rund 650 weitere Personen werden von den beauftragten Firmen beschäftigt (gastronomische Stände, Sicherheitsdienst, Technik, sanitäre Anlagen etc.).

Zusätzliche feste Arbeitsplätze durch Kapazitätserweiterungen werden durch das Festival nicht geschaffen. Die Aufträge tragen jedoch dazu bei, bestehende Arbeitsplätze auch in der Kulturwirtschaft zu sichern, was sich mit den Ausgaben für die Leistungen Dritter für Bühnentechnik, Licht- und Tontechnik, Securitydienste etc. mit rund 410.000 Euro im Jahr 2007 zeigt.

### **Intangible Effekte des TFF.Rudolstadt**

*Deutliche Imageeffekte für die Stadt durch hohe Medienpräsenz und die Funktion der Besucher/innen als „Botschafter“ in ganz Deutschland*

Das TFF.Rudolstadt leistet durch seine hohe Medienpräsenz einen wichtigen Beitrag zur überregionalen Imagewerbung für Rudolstadt und Thüringen. Für das Fernsehen kooperiert das TFF.Rudolstadt mit der ARD, die ihre Mitschnitte anderen öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten zur Verfügung stellt. So wurde im Jahr 2007 in mehr als zehn Radiosendern über 30 Mal vom oder über das Event berichtet. Bundesweit wurden in den öffentlich-rechtlichen Hörfunkanstalten (u.a. WDR, hr2, Bayern 4, SR2) über das ganze Jahr hinweg Mitschnitte des Events ausgestrahlt. Nach Aussagen des Veranstalters wird das Festival auch für niederländische, tschechische und skandinavische Sender (auszugsweise) live übertragen und mitgeschnitten.

In den Printmedien erschienen 2007 insgesamt 68 Artikel und Artikelserien (darunter auch mehrseitige so genannte „Specials“). Die meisten erschienen in Regionalzeitungen (36), aber auch in überregionalen Zeitungen wurde ausführlich über das Festival berichtet (31), zum Beispiel in der Süddeutschen Zeitung, der Saarbrücker Zeitung, dem Nordbayrischen Kurier, dem Kulturspiegel oder in Fachzeitschriften wie dem „Folker!“ oder der „Melodie&Rhythmus“ bzw. den Printmedien von Deutschlandradio Kultur und MDR. Diese Imageeffekte kommen nicht nur dem Festival selbst, sondern auch Rudolstadt und der Region zugute.

Positiv auf das Event und die Stadt wirkt sich die Besucherresonanz aus. So sind mehr als 90 Prozent mit dem Event „sehr zufrieden“ oder „zufrieden“ (Online-Umfrage der Stadt Rudolstadt 2006 unter ca. 1.800 Besuchern). Diese hohe Zufriedenheitsquote schlägt sich in der hohen Anzahl an Stammesbesuchern und damit in einer hohen Besucherbindung nieder. So haben rund 90 Prozent der Besucher das Festival schon mehrfach besucht, davon 20 Prozent über acht mal. Die überaus positive Einstellung der Besucher zum Festival überträgt sich auf eine positive Einstellung zur Stadt und zur Region. Die Besucher werden damit auch zu

„Botschaftern“ für die Stadt. Da die Festivalbesucher aus allen Teilen Deutschlands stammen, ist von einer räumlich großen Breitenwirkung auszugehen. Die Qualität des Festivals wertet die Region als Ganzes auf und macht sie auch für die Besucher als Tourismusziel interessant.

### *In regionale und internationale Netzwerke eingebunden*

Die langjährige Tradition des TFF.Rudolstadt hat zu einer Einbindung in regionale und internationale Netzwerke geführt, u.a. durch die kontinuierliche Kooperation mit Künstleragenturen aus dem internationalen Raum und mit Medienanstalten. Der Veranstalter kooperiert zudem mit zahlreichen regionalen Unternehmen der Kulturwirtschaft (z.B. aus der Licht- und Tochtechnik) und mit Sponsoren. Durch diese Zusammenarbeit entstehen neue Netzwerke und werden bestehende gestärkt.

Während des Events kooperiert das TFF.Rudolstadt zudem mit zahlreichen städtischen Einrichtungen, wie dem Theater und Orchester, dem Schlossmuseum Heidecksburg, der historischen Bibliothek, den Kirchen und der Stadtbibliothek etc. Häufig werden nur Räumlichkeiten der Einrichtungen für Konzerte u.ä. genutzt, doch nehmen die Einrichtungen auch die Möglichkeit wahr, sich vor Ort zu präsentieren (z.B. durch Ausstellungen).

### *Zunehmende Kompetenzen beim Organisationsteam durch Professionalisierung*

Die 18-malige erfolgreiche Durchführung des Events stärkt die inhaltlichen, finanzierungsbezogenen, kommunikativen, organisatorischen und logistischen Kompetenzen des Organisationsteams und damit deren weitere Professionalisierung. Die erworbenen Fähigkeiten können in anderen Bereichen nützlich sein, beispielsweise bei der Organisation von Tagungen oder Kongressen. Überregional kann das Team ein wichtiger Kompetenzpartner beim Aufbau oder der Umstrukturierung von ähnlichen Events werden.

## **Interdependenzeffekte des Festivals mit der Kulturwirtschaft**

### *Qualifizierungsbereich: Ausgeprägte Interessens- und Wertsetzungseffekte für das Genre*

Das TFF.Rudolstadt fördert das Interesse an der Weltmusik und am Tanz und stärkt die Nachfrage nach Produkten der Musikwirtschaft (u.a. durch den Absatz von Tonträgern und Merchandising-Produkten – auch DVDs und CD-Alben der Festivals). Interviews mit jugendlichen Besuchern zeigen, dass das Festival ausgeprägte Interessens- und Wertsetzungseffekte für diese Genre erzeugt (sie hatten u.a. bereits als Kinder mit ihren Eltern regelmäßig das Festival besucht).

Workshops sind fester Bestandteil des TFF.Rudolstadt. Für das Festival haben sie zudem eine kundenbindende Nachfragefunktion, indem sie für Musik- und Tanzschulen dazu beitragen können, neue Kundengruppen zu erschließen.



*Produktionsbereich: Das Festival als Plattform für Innovationen und als Potenzial für Medieninhalte*

Das musikalische Spektrum des Festivals reicht von traditioneller Folklore bis Hip-Hop, von Jazz bis Punk, von Rock bis Techno. Bewusst werden auch Künstler mit experimentellem Ansatz engagiert, wobei Stilrichtungen miteinander verschmelzen, etwa Elektrobeats mit schottischer Folklore. Damit wird das Festival zu einer Plattform für Experimente und Innovationen, was sowohl der Musikwirtschaft innovative Impulse liefert, als auch der jährlichen Fortentwicklung und Erneuerung des Festivals dient.

Das Festival trägt mit seinen Konzerten und Veranstaltungen zu den Programminhalten von Hörfunk und Fernsehsendern der ARD bei und hat daher für die Medien eine Potenzialfunktion. Die ARD-Anstalten erhalten Mitschnittrechte zu einem günstigen Preis, sind mit zahlreichen Übertragungswagen vor Ort und können Konzerte mitschneiden und diese über das Jahr hinweg im Rundfunk und TV ausstrahlen, was wiederum zu Einnahmen führt (Festivaleinnahmen: 30.500 Euro). Einer Umfrage des Veranstalters zufolge, sind die Besucher auch stark an der Berichterstattung von und über das Festival interessiert und damit für die Sendeanstalten wiederum eine leicht zu erschließende Zielgruppe.

*Distributionsbereich: Erhebliche, sich gegenseitig verstärkende Werbeeffekte zwischen Medien und Festival*

Mit den zahlreichen Berichten über das Event in Presse, Hörfunk und TV sind wiederum für das TFF.Rudolstadt erhebliche Werbeeffekte verbunden, die dem Festival zu größerem Bekanntheitsgrad verhelfen. Gleichzeitig profitiert das Genre von dem Festival: So ist die Kooperation des Verbandes PROFOLK mit dem TFF.Rudolstadt eine Form der Öffentlichkeitsarbeit. Der Verband wird häufiger in den Medien erwähnt und profitiert von der Reputation des Festivals. Das Festival profitiert zudem durch die von der Musikindustrie unterstützte Popularität einzelner Künstler/innen, wie zum Beispiel 2007 mit Gianna Nannini, die wiederum Werbewirksamkeit des Festivals und mediale Berichterstattung garantiert.

## 4.1.2 Zusammenfassung und Schlussfolgerungen

Das TFF.Rudolstadt kann auf der Basis der Analyseergebnisse als Erfolgsgeschichte charakterisiert werden (Übersicht 4.1.4). Hervorzuheben ist insbesondere die hohe Eigenwirtschaftlichkeit mit rund 90 Prozent Kostendeckungsgrad über nicht-öffentliche Mittel. Damit ist das Festival ein gutes Beispiel dafür, dass sich durch eine längere Anschubfinanzierung des öffentlichen Sektors entsprechende Events zu einem erheblichen Teil eigenwirtschaftlich tragen können. Dies ist jedoch nicht zu verallgemeinern und zum Beispiel abhängig vom Genre und den individuellen Rahmenbedingungen. Der bislang ständig gestiegene Kostendeckungsgrad des TFF.Rudolstadt über die Eigenwirtschaftlichkeit ist eine gute Voraussetzung, das Festival langfristig zu sichern:

Übersicht 4.1.4: Das TFF.Rudolstadt in Zahlen (2007)

Merkmal	Anzahl/Prozent/EURO
Besucher/innen (Besuchertage)	68.800
Besucher/innen (Einzelpersonen)	34.700
Einnahmen (o. kommunale Zuschüsse u. Landeszuschüsse)	1.330.000 Euro
Ausgaben	1.488.000 Euro
Direkte wirtschaftliche Effekte für Region und Thüringen	2,19 Mio Euro
Indirekte/induzierte wirtschaftliche Effekte für Region und Thüringen	4,4 Mio. Euro
Direkte Beschäftigungseffekte (ganzjährig)	2 in Vollzeit, 10 Honorarkräfte
Temporäre Beschäftigung (vor, während, nach dem Festival)	ca. 1.250

Quelle: STADTart/NIW 2008

Die vom Festival ausgehenden wirtschaftlichen Effekte von rund 2,2 Mio. Euro und indirekten wirtschaftlichen Effekte von 4,4 Mio. Euro tragen sowohl zur Sicherung von Unternehmen der Kulturwirtschaft als auch anderer Branchen in der Region und in Thüringen bei (Kapazitätssicherungseffekte). Zur Organisation des Festivals sind ganzjährig 4 bis 5 Personen dauerbeschäftigt. Es trägt zudem dazu bei, bestehende Arbeitsplätze in der Kulturwirtschaft zu sichern und temporär Nebenbeschäftigung anzubieten.

Die hohe Medienpräsenz des Festivals und seine positive Bewertung durch die Besucher erbringen auch für den Tourismus in Rudolstadt positive Aufmerksamkeits- und Imageeffekte. Die Besucher/innen stammten im Jahr 2007 zu rund 50 Prozent nicht aus Thüringen, sondern aus nahezu allen Ländern und aus dem Ausland, sodass das Festival für den Tourismusstandort Rudolstadt und Thüringen insgesamt positive Imageeffekte hat.

Das Festival weist eine Reihe von Interdependenzen mit der Kulturwirtschaft auf (z.B. Potenzialfunktionen für Hörfunk und TV-Medien), sodass es sowohl zur Produktion von kulturellen Inhalten, zur Schaffung von Nachfrage und damit zur Kapazitätssicherung kulturwirtschaftlicher Betriebe beiträgt.

Zwei Aspekte dürften perspektivisch zur langfristigen Sicherung des Festivals beitragen: Dies ist zum einen die kontinuierliche inhaltliche Erneuerung auf hohem Niveau und zum anderen das Konzept, bei dem intensive Eigenaktivitäten zu einem hohen Anteil an Eigeneinnahmen führen.

***DEUTSCHLANDS  
STARKE MITTE.***

FREISTAAT  
THÜRINGEN 