

Anne Kammerzelt / Katja Hermes

Leben für die Musik **Reicht die Musik zum Leben?**

*Beschäftigungsverhältnisse und Lebenssituation von
Musikern und Musikschaaffenden in Berlin*

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek: Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Copyright © 2008 Diplomica Verlag GmbH
ISBN: 9783842821279

Katja Hermes, Anne Kammerzelt

Leben für die Musik - Reicht die Musik zum Leben?

**Beschäftigungsverhältnisse und Lebenssituation von Musikern und
Musikschaffenden in Berlin**

Anne Kammerzelt / Katja Hermes

Leben für die Musik

Reicht die Musik zum Leben?

Beschäftigungsverhältnisse und Lebenssituation von Musikern und Musikschaaffenden in Berlin

Katja Hermes/Anne Kammerzelt

Leben für die Musik - Reicht die Musik zum Leben?

Beschäftigungsverhältnisse und Lebenssituation von Musikern und Musikschaaffenden in Berlin

ISBN: 978-3-8428-2127-9

Herstellung: Diplomica® Verlag GmbH, Hamburg, 2012

Zugl. Universität Trier, Trier, Deutschland, Diplomarbeit, 2008

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt. Die dadurch begründeten Rechte, insbesondere die der Übersetzung, des Nachdrucks, des Vortrags, der Entnahme von Abbildungen und Tabellen, der Funksendung, der Mikroverfilmung oder der Vervielfältigung auf anderen Wegen und der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen, bleiben, auch bei nur auszugsweiser Verwertung, vorbehalten. Eine Vervielfältigung dieses Werkes oder von Teilen dieses Werkes ist auch im Einzelfall nur in den Grenzen der gesetzlichen Bestimmungen des Urheberrechtsgesetzes der Bundesrepublik Deutschland in der jeweils geltenden Fassung zulässig. Sie ist grundsätzlich vergütungspflichtig. Zuwiderhandlungen unterliegen den Strafbestimmungen des Urheberrechtes.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Die Informationen in diesem Werk wurden mit Sorgfalt erarbeitet. Dennoch können Fehler nicht vollständig ausgeschlossen werden und der Verlag, die Autoren oder Übersetzer übernehmen keine juristische Verantwortung oder irgendeine Haftung für evtl. verbliebene fehlerhafte Angaben und deren Folgen.

© Diplomica Verlag GmbH

<http://www.diplomica.de>, Hamburg 2012

Danksagung

Wir danken allen, die uns bei der Erstellung dieser Arbeit unterstützt haben.

Unser Dank gilt unseren Gutachtern, Herrn Prof. Dr. Heiner Monheim, Frau Prof. Dr. Marlies Schulz und Frau Dr. Katja Adelhof für die Übernahme der Betreuung der Arbeit, ihren wertvollen Anregungen und ihren fachlichen Rat.

Unser besonderer Dank gilt Dr. Marco Mundelius vom Deutschen Institut für Wirtschaftsforschung, der uns statistische Daten der Musikwirtschaft zur Verfügung gestellt hat, sich die Zeit für fachliche und anregende Diskussionen genommen und alle Nachfragen geduldig beantwortet hat.

Wir danken allen Interviewpartnern, die zum Gelingen der Studie durch ihre bereitwillige und offene Auskunft beigetragen haben!

Ein ganz besonderer Dank geht an unsere Familien, die uns während des gesamten Studiums unterstützt haben und uns bei der Diplomarbeit jederzeit mental zur Seite standen.

Des Weiteren danken wir Herbert, Sabine, Raimo, Daniel, Isa und Nikola.

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	3
Abbildungsverzeichnis	6
Tabellenverzeichnis	6
1 Einleitung.....Katja Hermes (K.H.) / Anne Kammerzelt (A.K.)	7
1.1.1 Fragestellung und Ziele	9
1.1.2 Aufbau.....	11
2 Kultur- und Kreativwirtschaft Katja Hermes	12
2.1 The Rise of the Creative Class?	12
2.2 Begriffsbestimmung	13
2.2.1 Kulturindustrie / Cultural Industries	14
2.2.2 Creative Industrie	14
2.2.3 Kulturwirtschaft.....	15
2.2.4 Einigung der Begriffsbestimmung	16
2.3 Kultur und Kreativwirtschaft im Rahmen der Wirtschafts- und Stadtentwicklung	18
2.3.1 Kultur- und Kreativwirtschaft als Zukunftsbranchen für Berlin	20
2.3.2 Agglomerationen und Standortwahl der Kultur- und Kreativwirtschaft in Berlin	22
2.3.3 Kultur- und Kreativwirtschaft im Rahmen urbaner Transformations- prozesse.....	25
2.4 Zusammenfassung	26
3 Musikwirtschaft Anne Kammerzelt	27
3.1 Abgrenzung der Musikwirtschaft.....	27
3.2 Struktur der Musikindustrie	31
3.2.1 Musiklabels als zentraler Mittelpunkt der Musikindustrie.....	33
3.2.2 Independent Labels	33
3.2.3 Major Labels.....	35
3.2.4 Netzwerke der Musikwirtschaft	36
3.3 Musik in der Stadt.....	38
3.4 Zusammenfassung	41
4 Beschäftigungsverhältnisse der Kultur- und Kreativschaffenden.....	42
4.1 Veränderungen im Arbeitsmarkt	K.H. 42
4.1.1 Das Phänomen der neuen Selbstständigkeit	A.K. 44
4.1.2 Bildung und Qualifikation	K.H. 48
4.1.3 Einkommenssituation und Einkommensungleichheiten	K.H. 49
4.1.4 Netzwerke	K.H. 51
4.1.5 Mehrfachbeschäftigung	A.K. 52
4.1.6 Vereinbarkeit von Erwerbsarbeit und Privatleben	A.K. 53

4.1.7	Arbeitslosigkeit	K.H. 54
4.1.8	Soziale Absicherung und Altersvorsorge	K.H. 56
4.2	Zusammenfassung	K.H. / A.K. 58
5	Förderung	59
5.1	Allgemeine Fördersituation	A.K. 59
5.2	Öffentliche Förderung	K.H. 61
5.3	Deutsche Musikförderung	K.H. / A.K. 63
5.4	Sponsoring	A.K. 65
5.5	Zusammenfassung	K.H. / A.K. 66
6	Empirische Untersuchung	Katja Hermes / Anne Kammerzelt 67
6.1	Zielsetzungen der Untersuchung	67
6.2	Thesen	67
6.3	Methodisches Vorgehen und ausgewählte Instrumente	68
6.3.1	Datengrundlage	69
6.3.2	Durchführung der qualitativen Interviews	72
6.3.3	Auswertung der qualitativen Interviews	73
7	Darstellung der Untersuchungsergebnisse	74
7.1	Die Beschäftigungsverhältnisse und Lebenssituation von Musikern und Musikschaffenden	74
7.1.1	Motive für das Leben in der Musikbranche	K.H. 74
7.1.2	Bedeutung von Qualifikation und Ausbildung für die Beschäftigung und das Einkommen	K.H. 76
7.1.3	Festanstellung versus Selbstständigkeit	A.K. 82
7.1.4	Einkommenssituation der Musiker und Musikschaffenden	K.H. / A.K. 85
7.1.5	Arbeitsvolumen und Arbeitszeiten	A.K. 89
7.1.6	Mehrfachbeschäftigung in der Musikbranche	K.H. 93
7.1.7	Netzwerke und Unentgeltliche Arbeit in der Musikbranche	K.H. 95
7.1.8	Ökonomie versus Kreativität	A.K. 96
7.1.9	Unterstützung durch Familie, Partner und Mäzene	K.H. 98
7.1.10	Soziale Absicherung und Alterssicherung der Akteure	A.K. 98
7.1.11	Zukunft	K.H. 100
7.2	Musikförderung	102
7.2.1	Staatliche und institutionelle Musikförderung	K.H. 102
7.2.2	Privatwirtschaftliche Musikförderung	A.K. 105
7.3	Zusammenfassung	K.H. / A.K. 107
8	Fazit	Katja Hermes / Anne Kammerzelt 110
	Quellenverzeichnis	115
	Literaturverzeichnis	115
	Anhang	124

A.1 Interviewpartner	124
A.2 Statistische Abgrenzung der Teilmärkte und deren Berufe.....	125
A.3 Interviewleitfaden Musikbranche	126
A.4 Anschreiben.....	128
A.5 Panels.....	129

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Drei-Sektoren-Modell	19
Abbildung 2:	Wertschöpfungskette der Musikwirtschaft	29
Abbildung 3:	Zusammenhang Musikkultur und Musikwirtschaft	30
Abbildung 4:	Professionelles Musikschaffen	31
Abbildung 5:	Marktanteile der Majors	35
Abbildung 6:	Netzwerke der Musikindustrie	37
Abbildung 7:	Standorte Berliner Musikunternehmen	40
Abbildung 8:	Entwicklung der Selbstständigen in den Kulturberufen im Vergleich zu allen Selbstständigen 1995- 2003.....	45
Abbildung 9:	Entwicklung der Versichertenzahlen unterteilt nach den Kunstbereichen ab dem Jahr 1991	56
Abbildung 10:	Qualifikationsniveau - Abitur und Hochschulabschluss	77
Abbildung 11:	Anzahl Festangestellte und Selbständige in Berlin und Bund.....	83
Abbildung 12:	Monatsnettoeinkommen der Musiker, der Kreativberufler in Berlin und allen Berufen im Vergleich mit dem Bund und 6 Regionen im Jahr 2006.....	86
Abbildung 13:	Abendarbeit bei Musikern, Kreativschaffenden und allen Berufen in Berlin	91
Abbildung 14:	Mehrfachbeschäftigung bei Musikern, Kreativschaffenden und allen Berufen in Berlin	93

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Teilmärkte der Kulturwirtschaft in Berlin	17
Tabelle 2:	Abgrenzung Musikwirtschaft.....	28

Anmerkungen

Bei Personenbezeichnungen wird in dieser Arbeit im Allgemeinen die männliche Form verwendet, um die Lesbarkeit zu vereinfachen. Damit sind sowohl männliche als auch weibliche Personen eingeschlossen, falls nicht anders vermerkt. Die Autoren der einzelnen Kapitel werden lediglich im Inhaltsverzeichnis vermerkt, um Wiederholungen im Text zu vermeiden.

1 Einleitung

Die wirtschaftliche Struktur der Städte und Regionen in den Industriestaaten hat sich in den letzten Jahrzehnten erheblich verändert. Der Prozess des strukturellen Wandels von einer industriellen zu einer postindustriellen Wirtschaft ist noch lange nicht abgeschlossen. In vielen Ländern soll der Rückgang des Industrie- und des Dienstleistungssektors durch den Anstieg des kreativen Sektors abgefangen werden. Seit Ende der Neunziger versprechen sich Politiker, Investoren und Wirtschaftsfachleute von der auf Information und Innovation basierenden Kreativwirtschaft neue Märkte und Arbeitsformen sowie neue Arbeitsplätze.

Auch Berlin setzt auf die Kultur- und Kreativwirtschaft als „Zukunftsbranche“, um wirtschaftsstrukturelle Widrigkeiten der vergangenen Jahre zu überwinden. Sie soll die Schlüsselindustrie für wirtschaftliches Wachstum sein und der Stadtentwicklung neue Impulse geben. Gerade für die Musikwirtschaft, die Teil des Kreativsektors ist, hat sich Berlin als einer der zentralen Knotenpunkte der Branche herausgestellt.

Die Stadt bietet sowohl Großkonzernen als auch klein- und mittelständischen Musikunternehmen sowie den Musikern optimale Standortbedingungen. Die hier ansässige Musikindustrie und das Vorhandensein wichtiger Verbände und Institutionen sowie die vielfältige Konzert- und Clublandschaft lassen die Vermutung aufkommen, dass die Stadt eine gute berufliche Perspektive für Musiker und Musikschaaffende bietet. Gleichwohl wird die berufliche und private Situation der Kreativen in den Medien kontrovers diskutiert.

Die TAZ widmet bereits 2006 dem *„Prekären Leben in Berlin“* eine ganze Serie und weist auf die kritische Lage hinsichtlich der Lebens- und Beschäftigungssituation von Kreativen in Berlin hin. Sie sind hoch motiviert, finden trotz allem keine feste Anstellung und unterbieten sich als Freie gegenseitig.

Der SPIEGEL beschreibt im Artikel „Großstadt ohne Größenwahn“ die Situation auf seine Weise: *„Es ist diese Lässigkeit, aus der heraus Ideen für morgen geboren werden, auch wenn das kreative Caféleben in der Gegenwart aus dem Hartz-Programm kofinanziert wird...Auf Glamour allein kann man keine Stadt gründen, aber Glamour hilft, der Stadt ein neues wirtschaftliches Unterfutter zu geben“* (DER SPIEGEL 12/2007, 19.03.2007).

Selbstverwirklichung hat für die Kreativen einen so hohen Stellenwert, dass sie oftmals trotz schlechter Einkünfte an ihrem Wunsch festhalten, durch kreatives Schaffen ihren Lebensunterhalt zu generieren.

Als Reaktion auf die fortschreitende Individualisierung und die derzeitige Lage auf dem

Arbeitsmarkt sehen FRIEBE und LOBO in ihrem Bestseller „Wir nennen es Arbeit“ die Entstehung der „digitalen Bohème“. Darunter subsumieren sie junge, kreative Menschen, die nicht nur auf den erschwerten Zugang zur Festanstellung reagieren, sondern im Idealfall das Modell eines selbstbestimmten Arbeitslebens innerhalb von Netzwerken aus Gleichgesinnten auch aus ideologischen Gründen vorziehen. Die Zielsetzung der „digitalen Bohème“ lautet: So arbeiten, wie man leben will, und trotzdem ausreichend Geld damit verdienen; das Ganze ermöglicht und befördert durch das Internet, und zwar auch in Bereichen, die auf den ersten Blick nichts mit dem Netz zu tun haben.

Aufgrund der verschiedenen Perspektiven stellt sich die Frage: Wie sieht die Arbeits- und Beschäftigungssituation der Kreativen und speziell der Musikschaaffenden tatsächlich aus? Welche Konsequenzen hat diese Situation für das alltägliche Leben?

Können die kreativen Arbeitsmärkte als „Arbeitsmärkte der Zukunft“ angesehen werden?

Die folgende Untersuchung setzt sich wissenschaftlich mit den aufgezeigten Fragestellungen auseinander.

1.1.1 Fragestellung und Ziele

Die vorliegende Arbeit wurde im Rahmen der Untersuchung „Die Einkommenssituation der Berliner Kultur- und Kreativberufe“ des Deutschen Instituts für Wirtschaftsforschung (DIW Berlin) erstellt und von der Berliner Senatsverwaltung für Wirtschaft, Technologie und Frauen in Auftrag gegeben.

Während sich die Studie des DIW's auf die gesamte Kultur- und Kreativbranche bezieht, ist das Ziel dieser Diplomarbeit, einen empirischen Beitrag mit einer umfassenden Betrachtung des Forschungsgegenstandes „Beschäftigungsverhältnisse und Lebenssituation von Musikern und Musikschaaffenden in Berlin“ zu leisten.

Der aktuelle Forschungsbedarf ergibt sich aus der zunehmenden Bedeutung dieser Branche, im Hinblick auf die allgemeine Entwicklung der Arbeitsmärkte und der daraus resultierenden Situation der Beschäftigten.

Zusätzlich zeigt die derzeitige rege öffentliche Auseinandersetzung in den Medien und in der Wissenschaft die Relevanz des Themas.

Die publizierten wissenschaftlichen Abhandlungen beschäftigen sich hauptsächlich mit der Situation von Künstlern und Kreativen allgemein. Dabei wird eine empirische Betrachtung zur Lage der Selbstständigen außer Acht gelassen. Dieses Defizit erklärt sich aus der fehlenden Datenlage; da sie nicht sozialversicherungspflichtig sind, tauchen die Selbstständigen in keiner Statistik auf.

Aus diesem Grund liegt der Fokus dieser Studie auf der Darlegung einer empirischen, statistisch belastbaren Datenbasis der Selbstständigen im Kultur- und Kreativsektor am Beispiel Musik.

Die Musikbranche im Independent Bereich eignet sich besonders, das aktuelle Phänomen der „Neuen Selbstständigen“¹ zu repräsentieren, da sich die Akteure hauptsächlich aus Musikern und Musikschaaffenden, die als Ein-Personen-Unternehmen agieren, zusammensetzen.

Daraus ergeben sich folgende zentrale Fragestellungen:

- Aus welchen Gründen wählen die Akteure diesen beruflichen Weg?
- Welche Bedeutung hat der Faktor Ausbildung für die Beschäftigung?
- Wie wird das Einkommen generiert?
- Gibt es eine klare zeitliche Trennung zwischen Arbeit und Freizeit?
- Sind soziale Absicherung und Altersvorsorge ausreichend?

¹ Die „Neuen Selbstständigen“ zeichnen sich durch Flexibilität, Mobilität, Parallelarbeit und ein hohes Maß an Risikobereitschaft aus.