

Komplementäre Kulturfinanzierung

Das Zusammenwirken von staatlichen und privaten Zuwendungen bei der Finanzierung
von Kunst und Kultur

Von der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät

der Universität Leipzig

genehmigte

DISSERTATION

zur Erlangung des akademischen Grades

Doctor rerum politicarum

Dr. rer. pol.

vorgelegt

von: Diplom-Kaufmann Markus Görsch

geboren am: 24. Oktober 1971 in Leipzig

Gutachter: Professor Dr. Adolf Wagner
Professor Dr. Thomas Lenk
Professor Dr. Horst Brezinski

Tag der Verleihung: 14. Februar 2001

Komplementäre Kulturfinanzierung

Das Zusammenwirken von staatlichen und privaten Zuwendungen bei der Finanzierung von Kunst und Kultur

ABBILDUNGSVERZEICHNIS.....	8
VERWENDETE ABKÜRZUNGEN UND SYMBOLE.....	9
1 EINLEITUNG.....	11
2 GRUNDLAGEN DER KULTURÖKONOMIK.....	14
2.1 Kunst und Kultur.....	14
2.1.1 Begriffsbestimmung.....	14
2.1.2 Live-Charakter der Kultur.....	18
2.1.3 Kulturelle Vielfalt.....	20
2.1.4 Künstlerische Freiheit.....	24
2.1.5 Kann- oder Soll-Leistung des Staates.....	27
2.2 Gutcharakter der Kultur.....	29
2.2.1 Öffentliche Güter.....	29
2.2.2 Externe Effekte.....	32
2.2.3 Meritorische Güter.....	35
2.2.4 Informationsdefizite.....	38
2.2.5 Mischgüter.....	41
2.3 Angebot an und Nachfrage nach Kultur.....	42
2.3.1 Produktion der Kultur.....	42
2.3.2 Kulturelles Angebot.....	44
2.3.3 Kosten der Erstellung von Kultur.....	45
2.3.4 Nachfrage nach Kultur.....	47
2.3.5 Preisgestaltung.....	50
2.4 Subventionen für Kultur.....	51
2.4.1 Versuche der Legitimation.....	51
2.4.2 Umwegrentabilität.....	52
2.4.3 Kulturpolitische Ansätze.....	59
2.4.4 Subventionsvergabe.....	62
2.4.5 Gutscheinsysteme.....	64
2.5 Zusammenfassung.....	67

3 DIE KOSTENKRISE DER KULTURELLEN INSTITUTIONEN ...70

3.1 Kostenentwicklung der Kultur.....	70
3.1.1 Hohe Fixkosten.....	70
3.1.2 Geringere variable Kosten.....	71
3.1.3 Kosten pro Platz.....	72
3.1.4 Baumolsche Kostenkrankheit.....	73
3.2 Möglichkeiten der Kosteneinsparung.....	75
3.2.1 Kosten und Qualität der Kultur.....	75
3.2.2 Einsparpotentiale.....	78
3.2.3 Möglichkeiten des Marketing.....	81
3.2.4 Möglichkeiten des Controlling.....	85
3.3 Abschöpfen der Konsumentenrente.....	88
3.3.1 Kulturkonsumenten.....	88
3.3.2 Verteilungseffekte.....	91
3.3.3 Nachfragefunktionen nach Kultur.....	93
3.3.4 Preisspielräume und Preisdifferenzierung.....	97
3.3.5 Zweigeteilter Tarif.....	100
3.4 Zusammenfassung.....	104

4 DIE INTERAKTION VON STAATLICHER UND PRIVATER

KULTURFINANZIERUNG.....107

4.1 Staatliche Unterstützung.....	107
4.1.1 Föderalistische Kulturförderung.....	107
4.1.2 Verhalten von Kulturpolitikern.....	110
4.1.3 Präferenzbildung für Kultur.....	113
4.1.4 Steuerliche Anreize.....	117
4.1.5 Vergleich mit den USA.....	119
4.2 Private Unterstützung.....	122
4.2.1 Mäzenatentum.....	122
4.2.2 Sponsoring.....	127
4.2.3 Spendenanreize.....	133
4.2.4 Soziale Verantwortung.....	140
4.2.5 Fund-Raising.....	143
4.3 Crowding-Out-Effekte.....	147
4.3.1 Verdrängung privater Finanzierung.....	147
4.3.2 Rent-Seeking.....	151
4.3.3 Free-Rider-Verhalten.....	152
4.3.4 Verdrängung staatlicher Finanzierung.....	154

4.3.5	Verhalten von kulturellen Institutionen.....	157
4.4	Komplementäre Kulturfinanzierung.....	162
4.4.1	Nutzen durch Kultur.....	162
4.4.2	Non-Profit-Organisationen.....	166
4.4.3	Matching-Grant-Systeme.....	170
4.4.4	Komplementäre Inputgüter.....	173
4.4.5	Public Private Partnership.....	175
4.5	Zusammenfassung.....	178
5	ZUKUNFTSWIRKUNGEN VON KUNST UND KULTUR.....	183
5.1	Der Optionswert von Kunst und Kultur.....	183
5.1.1	Langfristiger Nutzen.....	183
5.1.2	Optionale Nachfrage nach Kultur.....	186
5.1.3	Prestigewert der Kultur.....	189
5.1.4	Förderung von bildender Kunst und Denkmalpflege.....	190
5.2	Kultur und kommende Generationen.....	193
5.2.1	Verantwortung für kommende Generationen.....	193
5.2.2	Altruismus zwischen den Generationen.....	196
5.2.3	Kunst als Geldanlage.....	199
5.2.4	Kunst und Innovationen.....	201
5.3	Langfristige Aspekte privater Finanzierung.....	204
5.3.1	Langfristige Effekte von Sponsoring.....	204
5.3.2	Langfristige Effekte von Spenden.....	206
5.3.3	CorporateCoilectingundCorporateCitizenship.....	210
5.3.4	Staat und Private - Angebot und Nachfrage nach Kultur in der Zukunft.....	212
5.4	Zusammenfassung.....	215
6	ZUSAMMENFASSUNG UND AUSBLICK.....	217
	LITERATURVERZEICHNIS.....	221