



Kultur- und Kreativwirtschaft im Land Bremen – wenn Corona auf einen fragilen Arbeitsmarkt trifft

Branchenanalyse mit Fokus
auf Rundfunksektor und Pressemarkt

IMPRESSUM

Arbeitnehmerkammer Bremen

Bürgerstraße 1
28195 Bremen
Telefon 0421.3 63 01-0
Telefax 0421.3 63 01-89
info@arbeitnehmerkammer.de
www.arbeitnehmerkammer.de

Autor

Adrian Rudershausen
Redaktur, Bremen

Die empirisch-quantitativen Analysen zur Kultur- und Kreativwirtschaft in Bremen wurden von Michael Söndermann, Büro für Kulturwirtschaftsforschung, Köln, erstellt.

Lektorat

Martina Kedenburg

Gestaltung

GfG/Gruppe für Gestaltung GmbH, Bremen

Druck

Wilhelm Brüggemann Buchbinderei und
Druckerei GmbH

Stand: August 2020

Inhalt

4	Vorwort		
6	1	Kultur- und Kreativwirtschaft – Definition und statistischer Überblick	
7	1.1	Eckdaten und gesamtwirtschaftliche Bedeutung	
9	1.2	Erwerbstätigkeit in der Kultur- und Kreativwirtschaft	
10	1.3	Kultur- und Kreativwirtschaft im Land Bremen	
12	2	Kultur- und Kreativwirtschaft im Wandel – Auswirkungen auf Arbeit und Beschäftigung	
13	2.1	Arbeitsmarktstrukturen der Kultur- und Kreativwirtschaft	
16	2.2	Das Arbeiten in der Kultur- und Kreativwirtschaft verändert sich	
18	2.3	Die Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft: große Unterschiede	
22	3	Entwicklungen und Trends im Mediensektor	
24	3.1	Rundfunksektor	
28	3.2	Fokus: Radio Bremen	
34	3.3	Pressemarkt	
38	3.4	Fokus: Bremer Tageszeitungen	
46	4	Die Corona-Krise und ihre Auswirkungen auf die Kultur- und Kreativwirtschaft	
47	4.1	Ausgangslage	
50	4.2	Erfahrungsberichte	
53	4.3	Unterstützungsprogramme des Bremer Senats	
54	4.4	Perspektiven	
56	Literatur		

Vorwort

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

als einer der von der Corona-Krise am stärksten betroffenen Bereiche ist die Kultur- und Kreativwirtschaft in aller Munde. Im Zuge von Maßnahmen zum Infektionsschutz und dem Lockdown mussten Kulturstätten schließen, Veranstaltungen wurden abgesagt und Kulturschaffende konnten nicht mehr auftreten. Dabei ist jeder sogenannte Teilmarkt der Kultur- und Kreativwirtschaft – vom Kunst-, dem Buch- oder Werbemarkt über die Designwirtschaft und die Architektur bis zur Musik- oder Filmwirtschaft – von den Pandemie-Folgen unterschiedlich betroffen. Gemeinsam ist allen Teilbereichen der Kultur- und Kreativwirtschaft jedoch, dass der schöpferische Akt und das Gestalten den Kern ihrer Aktivität bilden. Autoren, Filmemacherinnen, Musiker, bildende und darstellende Künstlerinnen, Architekten, Designerinnen und Entwickler von Computerspielen schaffen und verbreiten kreative Inhalte, Produkte oder Dienstleistungen. In dieser Branchenanalyse betrachten wir die wirtschaftlichen Aspekte des kulturellen Sektors – und die starke Wechselwirkung mit anderen Unternehmen und Branchen ist ein zentrales Merkmal dieser Kultur- und Kreativwirtschaft. Aus der Industrie geben vier von fünf Unternehmen an, in den vergangenen Jahren Kultur- und Kreativleistungen extern nachgefragt zu haben. Kulturelle und kreative Erzeugnisse sind meist wegen ihres Inhalts wirtschaftlich wertvoll – vom gesellschaftlichen Wert handelt diese Studie nicht –, nicht wegen ihrer materiellen Hülle. Insofern sind sie mit forschungs- und wissensintensiven Branchen verwandt – auch wenn sie noch nicht deren Anerkennung genießen. Dabei steht die Kultur- und Kreativwirtschaft als kleinteiliger und höchst innovativer Wirtschaftszweig für eine beträchtliche wirtschaftliche Dynamik.

Obwohl andere Städte vielleicht noch eher als Zentren der Kultur- und Kreativwirtschaft gelten, hat sich in Bremen und Bremerhaven eine lebendige Szene entwickelt, zudem gibt es einige große Player. Von der Kreativität, die sie ausstrahlt, profitieren Bremen und Bremerhaven. Die Kultur- und Kreativwirtschaft hat darüber hinaus noch ganz handfeste Bedeutung: Mehr als 19.000 Menschen sind im Land Bremen in Branchen der Kultur- und Kreativwirtschaft erwerbstätig. Der bedeutendste Teilmarkt ist mittlerweile die Software-/Games-Industrie. Dieser umsatzstarke Bereich ist allerdings eher untypisch für die Kultur- und Kreativwirtschaft, da sich Erwerbstätigkeit hier tatsächlich oft als gut bezahlt, sozialversicherungspflichtig und in Vollzeit abspielt. Jenseits dieser Teilbranche ist der kultur- und kreativwirtschaftliche Arbeitsmarkt zerklüftet. Es finden sich viele verschiedene Beschäftigungsformen, soziale Absicherung oder auch nur Existenzsicherung werden dabei oft genug nicht erreicht. Man darf von einem verletzlichen, fragilen Arbeitsmarkt sprechen. Das gilt mehr und mehr auch für den Medienbereich. In Rundfunkwirtschaft und Pressemarkt wird das „Normalarbeitsverhältnis“ zur Ausnahme. Die Zahl an sozialversichert Vollzeitbeschäftigten sinkt. Das hat nicht nur Auswirkungen auf die tägliche Arbeit, auch finanzielle Absicherung schwindet und Interessenvertretung wird erschwert.

Corona hat auch auf den Mediensektor gravierende Auswirkungen. Der Anzeigenmarkt ist eingebrochen, freie Mitarbeitende dürfen in Redaktionen in Kurzarbeit nicht beauftragt werden. Das Einkommen von Freiberuflern ist während der Corona-Krise laut einer Befragung auf ein Drittel des Vorkrisenniveaus gesunken. Die erwarteten Umsatzverluste sind gravierend, es zeigt sich die besondere Anfälligkeit der Kultur- und Kreativwirtschaft – nicht zuletzt eben wegen ihres verletzlichen Arbeitsmarktes. Hilfsmaßnahmen wurden zwar in die Wege geleitet, kommen jedoch nicht überall und zielgenau an. Insgesamt zeigen sich die hiesigen Akteure der Kultur- und Kreativwirtschaft zufrieden mit den Anstrengungen der Bremer Politik während der Corona-Krise. Gleichwohl ist diese noch lange nicht ausgestanden. Es wird erwartet, dass die Branche noch lange bis ins Jahr 2021 mit den Folgen zu kämpfen haben wird – und viele wirtschaftliche Existenzen auf dem Spiel stehen.

Schon vor Corona hat die Arbeitnehmerkammer die Branchenanalyse zur Kultur- und Kreativwirtschaft in Auftrag gegeben. So konnten Erkenntnisse zur Ausgangslage gewonnen werden, die Folgen der Pandemie wurden sauber nachgezeichnet. Erstellt hat den qualitativen Teil der Studie Adrian Rudershausen, der ein exzellenter Kenner der Bremer Kulturwirtschaftsszene ist. Zahlen, Daten und Fakten aus der statistischen Analyse hat Michael Söndermann vom Büro für Kulturwirtschaftsforschung in Köln beigesteuert, der auch die heute bundesweit gängige Definition von Kultur- und Kreativwirtschaft erarbeitet hat. Beiden danken wir sehr herzlich für ihre Arbeit. Ebenso bedanken wir uns bei allen, die für Interviews im Rahmen der Studie zur Verfügung standen. Interessante O-Töne aus diesen Gesprächen finden sich an vielen Stellen im Text.

Bei der Lektüre der vorliegenden Studie wünschen wir viel Freude und spannende Einblicke in die bremische Kultur- und Kreativwirtschaft.

Arbeitnehmerkammer Bremen, im September 2020

1 — Kultur- und Kreativwirtschaft – Definition und statistischer Überblick

➔ Unter dem Begriff Kultur- und Kreativwirtschaft werden Kultur- beziehungsweise Kreativunternehmen erfasst, die überwiegend erwerbswirtschaftlich orientiert sind und sich mit der Schaffung, Produktion, Verteilung und/oder medialen Verbreitung von kulturellen und/oder kreativen Gütern und Dienstleistungen befassen. Die Studie stützt sich auf die Definition der Wirtschaftsministerkonferenz.¹ Damit ist eine vergleichende Bewertung mit anderen Kulturwirtschaftsberichten in Deutschland und dem Monitoringbericht Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes möglich.

Entsprechend dieser Definition der Wirtschaftsministerkonferenz setzt sich die Kultur- und Kreativwirtschaft aus elf Teilmärkten zusammen (siehe Abbildung 1): Die (1.) Musikwirtschaft, der (2.) Buchmarkt, der (3.) Kunstmarkt, die (4.) Filmwirtschaft, die (5.) Rundfunkwirtschaft, der (6.) Markt für darstellende Künste, die (7.) Designwirtschaft, der (8.) Architekturmarkt und der (9.) Pressemarkt bilden die Kulturwirtschaft, der (10.) Werbemarkt und die (11.) Software- und Games-Industrie bilden die Kreativwirtschaft. Autoren, Filmemacherinnen, Musiker, bildende und darstellende Künstlerinnen, Architekten, Designerinnen und Entwickler von Computerspielen schaffen „künstlerische Qualität, kulturelle Vielfalt und kreative Erneuerung. Zugleich stehen sie für die wirtschaftliche Dynamik einer auf Wissen und Innovation basierenden Ökonomie“.² Der schöpferische Akt und das

Gestalten bilden den Kern kultur- und kreativwirtschaftlicher Aktivität. Damit sind „alle künstlerischen, literarischen, kulturellen, musischen, architektonischen oder kreativen Inhalte, Werke, Produkte, Produktionen oder Dienstleistungen gemeint, die als wirtschaftlich relevanter Ausgangskern den elf Teilmärkten zugrunde liegen“.³ Die übliche Definition umfasst lediglich den marktwirtschaftlich orientierten Teil der Kultur- und Kreativwirtschaft. Im Verlauf dieser Studie wird jedoch auch der intermediäre und öffentliche Kulturbetrieb in die Analyse einbezogen, was vor allem der großen Bedeutung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in Bremen geschuldet ist.

Dabei ist ein wichtiges Merkmal der Kultur- und Kreativwirtschaft die starke Wechselwirkung mit anderen Unternehmen und Branchen. Vier von fünf Unternehmen der Kreativwirtschaft liefern Produkte oder Dienstleistungen an andere Unternehmen und leisten damit einen Beitrag in deren Wertschöpfungsketten.⁴ Diese Bedeutung als Impulsgeber ist nicht nur branchenintern oder bezogen auf den Dienstleistungssektor relevant, sondern besonders auch für die Industrie, deren Unternehmen zu rund 80 Prozent angeben, in den vergangenen Jahren Kultur- und Kreativleistungen extern beauftragt zu haben. Die Kultur- und Kreativwirtschaft verbindet traditionelle Wirtschaftsbereiche, neue Technologien und moderne Informations- und Kommunikationsformen⁵ und nimmt damit eine „Vorreiterrolle für Innovationen und die gesamtwirtschaftliche Entwicklung“⁶ ein.

1 Vgl. Söndermann (2009). Eine Systematisierung der Kultur- und Kreativwirtschaft anhand der Klassifikation der Wirtschaftszweige liefert Wirtschaftsministerkonferenz (2016).

2 BMWi: Die Branche.

3 Wirtschaftsministerkonferenz (2016).

4 Vgl. BMWi (2019b), S. 64 f.

5 Vgl. BMWi: Branchenskizze.

6 BMWi (2019b), S. 59.

Abbildung 1:**Der Branchenkomplex der Kultur- und Kreativwirtschaft**

Quelle: BMWi (2019a)

1.1 Eckdaten und gesamtwirtschaftliche Bedeutung

Im Folgenden werden zunächst ausgewählte Kennzahlen der Kultur- und Kreativwirtschaft aus dem Monitoringbericht der Bundesregierung zur Kultur- und Kreativwirtschaft⁷ zusammengefasst, um eine grundlegende Einordnung der Branche in den gesamtwirtschaftlichen Kontext in Deutschland zu ermöglichen und den Hintergrund zu skizzieren für die weiteren Betrachtungen im Rahmen des vorliegenden Berichtes.

In der volkswirtschaftlichen Betrachtung der **Bruttowertschöpfung** verzeichnet die Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland – wie in den meisten europäischen Ländern – eine jährliche positive Entwicklung und ist in 2018 auf einen Wert von 100,5 Milliarden Euro gestiegen. Der Anteil am Bruttoinlandsprodukt in Deutschland liegt aktuell bei rund 3,0 Prozent. Damit liegt die Kultur- und Kreativwirtschaft etwa gleichauf mit dem Maschinenbau und weist einen deutlich höheren Anteil auf als andere wichtige Branchen in Deutschland, wie die chemische Industrie, die Energieversorger oder die Finanzdienstleister.

⁷ Vgl. für die in diesem Abschnitt genannten Kennzahlen BMWi (2019a), sofern nicht anders gekennzeichnet.

Der **Unternehmensbestand** in der Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland ist seit 2010 in ähnlicher Größenordnung wie die Gesamtwirtschaft gewachsen und erreicht in 2018 einen geschätzten Wert von 256.600 Unternehmen. Damit kommen rund 7,8 Prozent aller Unternehmen in Deutschland aus der Kultur- und Kreativwirtschaft.

Der **Gesamtumsatz** der Branche ist im selben Zeitraum um 31 Milliarden Euro auf geschätzt 168,3 Milliarden Euro für das Jahr 2018 gestiegen, was einem Anteil von knapp 2,6 Prozent am Gesamtumsatz deutscher Unternehmen entspricht.

Kennzeichnend für die Branche ist in diesem Zusammenhang ihre extreme **Kleinteiligkeit**: Knapp 97 Prozent der Marktakteure in der Kultur- und Kreativwirtschaft sind Freiberufler und Kleinunternehmen mit weniger als zwei Millionen Euro Jahresumsatz, die zusammen jedoch gut ein Viertel des Gesamtumsatzes der Branche erzielen. Rechnet man die Kleinunternehmen mit unter zehn Millionen Euro Jahresumsatz hinzu, ergibt sich ein Anteil von über 99 Prozent an Freiberuflern, Kleinst- und Kleinunternehmen, die zusammen rund 40 Prozent des Branchenumsatzes erzielen.⁸

Zwar liefert die Kultur- und Kreativwirtschaft überwiegend keine materiellen Produkte wie Autos, Flugzeuge oder Schiffe, sondern immaterielle Güter und Dienstleistungen. Wirtschaftlich wertvoll sind diese kulturellen und kreativen „Produktionen“ wegen ihres Inhalts, nicht wegen ihrer materiellen Hülle (siehe Musik, Buch, Kunst, Film, Design, Architektur). Sie sind daher mit den wissens- und forschungsintensiven Branchen verwandt, genießen aber – noch – nicht deren wirtschaftliche Anerkennung.

Durch die kleinteilige Branchenstruktur der Kultur- und Kreativwirtschaft müssen Gesamtbetrachtungen der Kennzahlen, Leistungen und Effekte der Branche immer vor dem Hintergrund eingeordnet werden, dass sich die einzelnen Teilmärkte in ihrer Größe, Wertschöpfung, (Beschäftigungs-)Struktur, Dynamik et cetera zum Teil erheblich voneinander unterscheiden und jeweils charakteristische Spezifika aufweisen. Dennoch lassen sich teilmarktübergreifende Aspekte benennen, welche die Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland als einen Faktor für mehr Wirtschaftswachstum, Innovation und Arbeitsplätze⁹ kennzeichnen. So konstatiert der Monitoringbericht der Bundesregierung¹⁰ in Bezug auf Innovation, Digitalisierung und Crossover-Effekte der Kultur- und Kreativwirtschaft

- ▶ überdurchschnittlich viele eigene Innovationen mit einem direkt messbaren Beitrag zur gesamtwirtschaftlichen Entwicklung;
- ▶ eine Vorreiterrolle in der Entwicklung, Anwendung und Verbreitung von innovativen digitalen Technologien;
- ▶ hybride, branchenübergreifende Marktaktivitäten, die durch kreative Spill-overs in andere Branchen neue Geschäftsmodelle entwickeln, ganze Märkte verändern oder neue Märkte kreieren;
- ▶ eine Vorreiterrolle in flexiblen Arbeitsweisen, wie projektbasiertes Zusammenarbeiten in Netzwerken, Co-working Spaces oder Remote-Arbeit, die in einer digitalen Arbeitswelt der Zukunft in allen Branchen an Bedeutung gewinnen.

8 Vgl. BMWi (2019b).

9 Vgl. Deutscher Bundestag (2007).

10 Vgl. BMWi (2019b), S. 56 ff.

Abbildung 2:
Umsatz und Erwerbstätigkeit in der Kultur- und Kreativwirtschaft 2018

	Land Bremen		Deutschland
	absolut	Anteil an der Gesamtwirtschaft	
I. Kernbereich			
Kernerwerbstätige	11.993	3,4 %	3,3 %
davon: Selbstständige	1.867	8,3 %	7,8 %
davon: sozialversicherungspflichtig Beschäftigte	10.126	3,1 %	2,9 %
Umsatz in Millionen Euro	1.005,30	1,4 %	2,6 %
II. Minibereich			
Mini-Selbstständige	1.482	11,9 %	10,6 %
geringfügig Beschäftigte	3.450	4,9 %	3,8 %
III. Beschäftigte im öffentlichen Kulturbetrieb*	2.102	k. A.	k. A.
I.–III. Gesamterwerbstätige einschl. öffentlicher Kulturbetrieb	19.027	4,4 %	3,5 %**

Hinweis: Mini-Selbstständige erzielen einen Jahresumsatz von weniger als 17.500 Euro. Zahlen teilweise vorläufig bzw. geschätzt.

* sozialversicherungspflichtig und geringfügig Beschäftigte. Mindestangaben zum öffentlichen einschließlich intermediären Kulturbetrieb mit Theater, Bibliotheken, Museen, VHS, Musikschulen, öffentl.-rechtlichem Rundfunk u.Ä.

** Anteil ohne Beschäftigte des öffentlichen Kulturbetriebs berechnet.

Quelle: Statistisches Landesamt Bremen; Bundesagentur für Arbeit; BMWi (2019a); eigene Berechnungen Büro für Kulturwirtschaftsforschung, Köln

1.2 Erwerbstätigkeit in der Kultur- und Kreativwirtschaft

Die Gesamtzahl¹¹ der Erwerbstätigen im Arbeitsmarkt der Kultur- und Kreativwirtschaft liegt für das Jahr 2018 insgesamt bei knapp 1,7 Millionen, was einem Anteil von gut 3,5 Prozent an allen Erwerbstätigen in Deutschland entspricht.¹² Davon sind knapp 1,2 Millionen Kernerwerbstätige¹³ – rund 260.000 Selbstständige und rund 940.000 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte.

Die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten wächst seit Jahren in der Kultur- und Kreativwirtschaft stärker als in der Gesamtwirtschaft und ist zuletzt noch einmal deutlich angestiegen. Neben den Kernerwerbstätigen sind weitere 0,5 Millionen geringfügig erwerbstätig¹⁴ – mit rückläufiger Tendenz bei den geringfügig Beschäftigten und etwa gleichbleibender – und in der Kulturwirtschaft außerordentlich hoher – Zahl an Mini-Selbstständigen. Die Zahl der geringfügig Tätigen, also der Selbstständigen mit weniger als 17.500 Euro Jahresumsatz, ist in der Kulturwirtschaft außerordentlich hoch.

11 Vgl. für die in diesem Abschnitt genannten Kennzahlen BMWi (2019a).

12 Rechnet man die Kultur- und Kreativberufe außerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft (zum Beispiel Designer/innen in der Automobilbranche) hinzu, wächst der Gesamtmarkt nach Berechnungen der UNESCO auf rund 4,1 Millionen Erwerbstätige bundesweit.

13 Kernerwerbstätige umfassen steuerpflichtige Unternehmerinnen und Unternehmer beziehungsweise Selbstständige mit mindestens 17.500 Euro Jahresumsatz und sozialversicherungspflichtig Beschäftigte.

14 Geringfügig Erwerbstätige umfassen Mini-Selbstständige (Jahresumsatz unter 17.500 Euro) sowie geringfügig Beschäftigte (Arbeitsverhältnisse mit weniger als 450 Euro im Monat oder weniger als 3 Monate beziehungsweise weniger als 70 Arbeitstage im Jahr).

1.3 Kultur- und Kreativwirtschaft im Land Bremen

Im Jahr 2018 sind in der Bremer Kultur- und Kreativwirtschaft rund 1.870 **Selbstständige beziehungsweise Unternehmen** tätig. Das entspricht einem Anteil von 8,3 Prozent an allen Unternehmen. Im Bundesgebiet liegt der Anteil bei 7,8 Prozent und damit etwas darunter. Gemessen an dieser ersten Kennzahl ist Bremen eine Region mit einer überdurchschnittlichen Konzentration von Kultur- und Kreativproduktionen. Da dieser Bereich jedoch ohnehin verstärkt im urbanen Raum angesiedelt ist, überrascht das nicht. Der **Gesamtumsatz** der Bremer Kultur- und Kreativwirtschaft erreicht im Jahr 2018 erstmals den Wert von 1 Milliarde Euro. In den Jahren 2010 bis 2016 hatte er noch zwischen 800 und 960 Millionen Euro gelegen und stieg danach rapide an. Die Wachstumsrate lag zwischen 2016 und 2018 bei rund 18 Prozent. Entscheidend für die Dynamik der Kultur- und Kreativwirtschaft war das Wachstum der Software-/Games-Industrie, die in Bremen zwischen 2016 und 2018 um 43 Prozent zulegte. Trotz Wachstums und dem Erreichen der Milliardenmarke liegt der kultur-/kreativwirtschaftliche Anteil an der Bremer Wirtschaft insgesamt bei nur 1,4 Prozent. Bundesweit hat die Kultur- und Kreativwirtschaft einen Umsatzanteil von 2,6 Prozent.¹⁵

Die Entwicklung am Arbeitsmarkt spiegelt das Umsatzwachstum der Bremer Kultur- und Kreativwirtschaft wider. In den Jahren 2010 bis 2016 bewegt sich die Zahl der Beschäftigten zwischen 7.400 bis 8.200. Ab 2016 steigt die Zahl stark an und erreicht 2018 – dem letzten Jahr, für das umfangreiche Daten in dieser Form verfügbar sind – schließlich einen neuen Höchststand. Das entspricht einer Zuwachsrate von mehr als 20 Prozent in zwei Jahren. Auch hier sei darauf hingewiesen, dass die Software-/Games-Industrie der Hauptträger dieser Entwicklung war.

Im Minibereich waren in Bremen 2018 schätzungsweise rund 1.480 Selbstständige aktiv, das sind anteilig 11,9 Prozent, hinzu kamen 3.450 geringfügig Beschäftigte, das sind anteilig 4,9 Prozent. Damit gab es im Jahr 2018 insgesamt rund 4.930 Erwerbstätige in geringfügiger Tätigkeit. Diese Zahlen liegen erwartungsgemäß über den Vergleichswerten im Kernbereich. Der Bremer Anteil liegt mit 11,9 Prozent auch deutlich über dem Bundesdurchschnitt von 10,6 Prozent. Zusammengefasst ergibt sich folgendes Bild: In der Bremer Kultur- und Kreativwirtschaft waren im Jahr 2018 rund 3.350 Selbstständige und Unternehmen tätig, die rund 13.600 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter beschäftigten. Der Gesamtumsatz lag bei über einer Milliarde Euro. Addiert man die rund 2.100 Beschäftigten im öffentlichen und gemeinnützigen Kulturbetrieb hinzu, sind in Bremen mehr als 19.000 Erwerbstätige im Kultur- und Kreativsektor aktiv (siehe Tabelle 1). Zur Erläuterung: Der öffentliche und intermediäre Kulturbetrieb umfasst etwa öffentliche Theater, Museen, Bibliotheken, die öffentlich finanzierten Musikschulen, aber auch den öffentlich-rechtlichen Rundfunk, der sich über Gebühren und nicht über den Markt finanziert.

¹⁵ Dies könnte zum einen an der relativen Stärke anderer Branchen liegen, aber auch daran, dass der Unternehmenssitz kultur- und kreativwirtschaftlicher Betriebe nicht im Land Bremen ist. Der Umsatz wird steuerrechtlich am Unternehmenssitz ermittelt, die Beschäftigten jedoch am Arbeitsort. Im Gegensatz zu den privatrechtlich organisierten Tochterunternehmen ist der Jahresumsatz der Landesanstalt Radio Bremen als Anstalt öffentlichen Rechts in Höhe von 110,0 Millionen Euro im hier genannten Umsatzvolumen der Bremer Kultur- und Kreativwirtschaft nicht enthalten, da die Kultur- und Kreativwirtschaft laut Definition den öffentlichen Kulturbetrieb nicht umfasst.

Die Bremer Kultur- und Kreativwirtschaft gehört damit trotz ihrer ausgeprägten Kleinteiligkeit in der Summe zu den beachtenswerten Wirtschaftsbranchen der lokalen Wirtschaft. Im Städtevergleich – und Kultur- und Kreativwirtschaft sind vor allem städtische Phänomene – zeigt sich aber, dass es einen deutlichen Nachholbedarf gibt. In der Gruppe „Kunst/Unterhaltung u. Ä.“ erreichte die Stadt Bremen 2015 beim Unternehmensbesatz einen Anteilswert von 4,7 Prozent an der Gesamtwirtschaft und liegt damit zwar über dem Bundesdurchschnitt von 4,1 Prozent. Die Werte von Kiel und Hannover (je 5,2 Prozent) werden aber ebenso wenig erreicht wie von Frankfurt am Main (5,7 Prozent) oder Stuttgart (6,2 Prozent). Andererseits müsste Bremen sein kreatives Potenzial lediglich um rund 150 selbstständige Künstlerinnen und Künstler ausbauen, um zahlenmäßig das Niveau von Hannover zu erreichen. Der Abstand zu München, Hamburg, Köln oder Berlin, deren Werte zwischen 7,6 und 12,8 Prozent liegen, ist hingegen noch deutlich größer. In der Rubrik „Umsatz“ belegt Bremen im Vergleich sogar den letzten Platz und liegt mit einem Anteil von 0,5 Prozent auch unter dem Bundesdurchschnitt von 0,7 Prozent.

Die Bremer Kultur- und Kreativwirtschaft ist zweigeteilt: Die kleineren Teilmärkte Musikwirtschaft, Buchmarkt, Kunstmarkt, Filmwirtschaft, Rundfunkwirtschaft und der Markt für darstellende Künste sind eher kulturell orientiert. Die größeren Teilmärkte – Designwirtschaft, Architekturmarkt, Pressemarkt, Werbemarkt und die Software-/Games-Industrie – sind stärker wirtschaftlich ausgerichtet. Die Kultur- und Kreativwirtschaft als heterogener Branchenkomplex bietet aus der Unternehmensperspektive ein relativ ausgewogenes Gesamtbild – kein Teilmarkt dominiert hier aufs Ganze gesehen eindeutig. Anteilig liegt die Designwirtschaft mit 21 Prozent aller Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft an der Spitze, es folgen die Software-/Games-Industrie mit 14 Prozent, der Pressemarkt mit 12 Prozent und der Architekturmarkt und der Werbemarkt mit jeweils zehn Prozent.

Die diesbezüglich breite Aufstellung stabilisiert die Branche insgesamt. Das Schwächeln einzelner Teilmärkte wird so insbesondere in konjunkturell kritischen Phasen ausgeglichen. Das konnte zum Beispiel in und nach der Finanz- und Wirtschaftskrise 2009 beobachtet werden. Zwar wurden damals einzelne Segmente wie die Werbung oder der Export von Kulturgütern hart getroffen, nicht aber der Großteil der überwiegend auf den inländischen Absatzmarkt agierenden Kultur- und Kreativwirtschaft.

Wird auf die Umsatzzahlen und damit auf die wirtschaftliche Perspektive abgestellt, verschieben sich die Gewichte. Mit einem Anteil von 35 Prozent dominiert hier die Software-/Games-Industrie. Ihre Vorrangstellung innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft hat sie seit 2010 ständig ausgebaut. Lagen in jenem Jahr Software-/Games-Industrie und der Pressemarkt mit je 20 Prozent Anteil noch gleichauf, sank der Anteil des Pressemarkts bis 2018 auf nur noch 14 Prozent – weniger als die Hälfte des aktuellen Softwareumsatzes. Der Anteil der Designwirtschaft an der Kultur- und Kreativwirtschaft liegt nunmehr bei elf Prozent, der des Werbemarktes bei zehn Prozent. Die restlichen eher kulturellen Teilmärkte erreichen nur noch geringe Umsatzanteile von zwei bis vier Prozent. Die starke Verschiebung der Umsatzanteile zugunsten der Software weist darauf hin, dass sich die Bremer Kultur- und Kreativwirtschaft immer mehr zu einer stark von Softwareleistungen geprägten Branche entwickelt hat.

Diese deutliche Verschiebung zugunsten der Software-/Games-Industrie bestätigt sich auch beim Blick auf die Zahl der Beschäftigten: 48 Prozent entfallen auf diesen Teilmarkt. Auf den Plätzen folgen weit abgeschlagen der Pressemarkt mit 13 Prozent und der Werbemarkt mit elf Prozent. Damit sind diesen drei Teilmärkten knapp drei Viertel aller Stellen in der Bremer Kultur- und Kreativwirtschaft zuzurechnen. Dagegen erreichen die sechs kulturellen Teilmärkte von der Musikwirtschaft bis zum Markt für darstellende Künste nur noch 15 Prozent des Umsatzes insgesamt. Nur folgerichtig prägt die Software-/Games-Industrie durch ihre dominante Rolle bei Umsatz und Beschäftigung die strukturellen Bedingungen des gesamten Branchenkomplexes. Bei der Untersuchung von Arbeitsmarktstrukturen in der Kultur- und Kreativwirtschaft nimmt dieser dominierende Teilmarkt so eine Sonderstellung ein.

2 — Kultur- und Kreativwirtschaft im Wandel – Auswirkungen auf Arbeit und Beschäftigung

➔ Im Rahmen der Reihe der Arbeitnehmerkammer mit Branchenanalysen vor dem Hintergrund des Strukturwandels wurden bereits zentrale Merkmale eines Wandels der Arbeitsverhältnisse und deren Auswirkungen auf verschiedene Branchen untersucht. Zentrale Befunde, die besonders auch für die Kultur- und Kreativwirtschaft relevant sind, betreffen die Zunahme atypischer Beschäftigungsverhältnisse¹⁶ als Abweichung vom Normalarbeitsverhältnis sowie die Entgrenzung von Arbeit.

Normalarbeitsverhältnis versus atypische Beschäftigung

Nach Definition des Statistischen Bundesamtes wird unter einem Normalarbeitsverhältnis „ein abhängiges Beschäftigungsverhältnis verstanden, das in Vollzeit oder in Teilzeit ab 21 Wochenstunden und unbefristet ausgeübt wird“. Normalarbeitsverhältnisse bieten in der Regel geregelte Gehälter sowie Sozialversicherungen, die Arbeitslosigkeit, Krankheit, Mutterschaft, Alter oder Ähnliches absichern. Dazu sind im Idealfall Aufstiegsmöglichkeiten und Weiterqualifizierungen innerhalb des Betriebes möglich.¹⁷

Demgegenüber zählen zu den atypischen Beschäftigungsformen Teilzeitbeschäftigungen mit 20 oder weniger Arbeitsstunden pro Woche, geringfügige Beschäftigungen beziehungsweise Minijobs, befristete Beschäftigungen sowie Zeitarbeitsverhältnisse, Leiharbeit oder Werkverträge.

Entgrenzung von Arbeit¹⁸

Durch den Einsatz moderner Informations- und Kommunikationstechnologien kann Arbeit räumlich, zeitlich und organisatorisch flexibler stattfinden, zum Beispiel durch mobiles Arbeiten von zu Hause oder unterwegs oder Arbeiten außerhalb der Betriebsstätte. Zugleich gewinnen digital gestützte Arbeitsformen und Beschäftigungsverhältnisse an Bedeutung, wie Cloudworking oder Crowdsourcing, also die Vergabe von genau definierten Arbeitspaketen an Selbstständige.

An Bedeutung verlieren demgegenüber betrieblich vorgegebene Strukturen mit festen Arbeitszeiten und Arbeitsorten sowie die langfristig angelegte Bindung von Mitarbeitern an den Betrieb.

Plurale Erwerbsformen

Vor dem Hintergrund dieser und ähnlicher Transformationsprozesse in der Arbeitswelt plädiert die von der Hans-Böckler-Stiftung eingesetzte Expertenkommission „Arbeit der Zukunft“ in ihrem Abschlussbericht dafür, dass die Pluralität von Erwerbstätigkeiten und -formen auch in gesellschafts- und arbeitspolitischen Rahmensetzungen stärker berücksichtigt wird, da diese derzeit mit höchst unterschiedlichen Formen der sozialen Absicherungen und der arbeitsrechtlichen Behandlung einhergehen: „Soziale Absicherung, Arbeitsschutz und kollektive Vertretungsrechte sollten in allen Erwerbsformen zur Geltung kommen.“ Es gelte,

¹⁶ Vgl. Gabriel/Salot/Ludwig (2015).

¹⁷ Vgl. Gabriel/Salot/Ludwig (2015).

¹⁸ Vgl. BMAS (2017) und Gabriel/Salot/Ludwig (2015).

„ein neues System abgestufter Rechte zu finden und einen Arbeitnehmerbegriff, der für die digitale Transformation trägt“¹⁹.

Demnach sollten neue Gruppen und Zwischenbereiche zwischen abhängiger Beschäftigung und Selbstständigkeit (wie zum Beispiel auch organisatorisch oder wirtschaftlich von einem Arbeitgeber abhängige Selbstständige) in den Schutz einbezogen werden, der bislang am Arbeitnehmerbegriff festgemacht war. Verwiesen wird in diesem Zusammenhang auf die für eine Ausweitung beispielgebende Kategorie der „arbeitnehmerähnlichen Person“ beziehungsweise der „festen Freien“, die im Mediensektor der Kultur- und Kreativwirtschaft bereits existiert.

2.1 Arbeitsmarktstrukturen der Kultur- und Kreativwirtschaft

Seit den Siebziger- und Achtzigerjahren hat sich im Arbeitsleben ein Strukturwandel vollzogen, der im Dienstleistungssektor am ausgeprägtesten und vor allem auch in der Kultur- und Kreativwirtschaft zu beobachten ist. Es lassen sich verschiedene Phänomene identifizieren. Dazu gehört die Vielfalt der Beschäftigungsformen von der Selbstständigkeit, über die sozialversicherungspflichtige bis hin zur geringfügigen Beschäftigung. Ein weiteres Phänomen ist die „Flexibilisierung“, also die Auflösung fester Arbeitsverhältnisse hin zu zeitlich befristeten Verträgen oder gar zu kurzfristiger Beschäftigung. Hinzu kommt eine ausgeprägte Mehrfachtigkeit, die Künstlerinnen und Künstlern schon immer vertraut war. Sie reicht von der eigenständigen Produktion über freie Mitarbeit bis hin zu Teilzeitbeschäftigungen, die der Sicherung einer – oft bescheidenen – Existenz dienen. Inzwischen sind auch andere Berufsgruppen in der Kultur- und Kreativwirtschaft von diesem „Strukturwandel“ betroffen, zum Beispiel Werbegestalter, Architektinnen/Architekten, Designerinnen/Designer und Softwareentwicklerinnen/Softwareentwickler. Diese

Mischformen führen dazu, dass eine Zuordnung zum Unternehmer- oder Arbeitnehmerstatus nicht mehr eindeutig vorgenommen werden kann. So kann ein Künstler in einem Jahr gleichzeitig als Honorarkraft (zum Beispiel in einer Musikschule), als freier Mitarbeiter (zum Beispiel beim Rundfunk), als unstetig Beschäftigter (zum Beispiel in der Filmproduktion), als freiberuflicher Dozent (zum Beispiel an der Volkshochschule), als Produzent eigener Werke (zum Beispiel als bildende Künstlerin/bildender Künstler) und als Gewerbetreibender (zum Beispiel als Kleinverleger) tätig sein.

Passend dazu nimmt die Vollzeitbeschäftigung in der Kultur- und Kreativwirtschaft seit Jahren ab. Die hier beschriebenen kombinierten Tätigkeiten sichern zunehmend die Existenz von immer mehr Künstlerinnen und Künstlern und Kreativen, gelten jedoch bis heute je für sich als „atypische Beschäftigungsform“. Dabei kann empirisch belegt werden, dass die Kombination von „atypischem“ inzwischen eher typisch geworden ist – dies gilt vor allem jenseits des gesondert zu betrachtenden Teilmarkts Software-/Games-Industrie.

19 Hans-Böckler-Stiftung (2017), S. 26 und 28.

Abbildung 3:
Arbeitsmarktstruktur des Kultur- und Kreativsektors im Land Bremen 2018

	Kultur- und Kreativwirtschaft		Gesamtwirtschaft	
	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil
Kultur- und Kreativwirtschaft				
Selbstständige (ohne Mitarbeiter)	1.195	6 %	10.575	2 %
Selbstständige (mit Mitarbeitern)	672	4 %	11.926	3 %
Mini-Selbstständige	1.482	8 %	12.482	3 %
sozialversicherungspflichtig Beschäftigte (Vollzeit)	7.523	40 %	232.788	53 %
sozialversicherungspflichtig Beschäftigte (Teilzeit)	2.603	14 %	97.602	22 %
geringfügig Beschäftigte	3.450	18 %	69.896	16 %
öffentlicher Kulturbetrieb				
Beschäftigte im öffentlichen und intermediären Kulturbetrieb	2.102	11 %	-	-
Erwerbstätige insgesamt	19.027	100 %	435.269	100 %

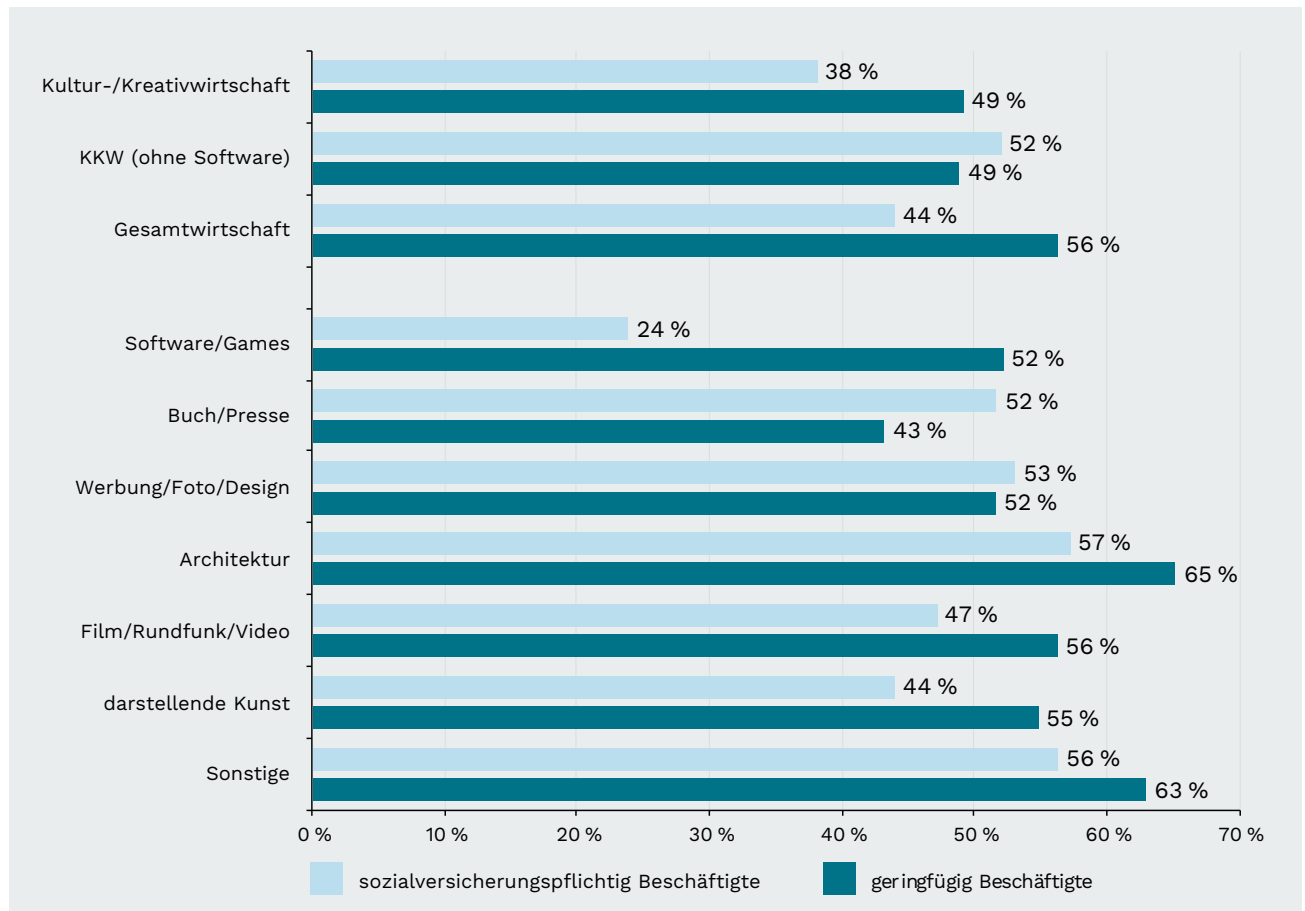
Quelle: Statistisches Landesamt Bremen; Bundesagentur für Arbeit; eigene Berechnungen Büro für Kulturwirtschaftsforschung, Köln

Exkurs: Frauen in der Bremer Kultur- und Kreativwirtschaft

Bei der Analyse der Lage der **selbstständigen Frauen** muss auf die Daten der Künstlersozialkasse (KSK) zurückgegriffen werden, weil die amtliche Statistik derzeit noch keine tiefergehende, frauenspezifische Untersuchung ermöglicht. Das hat zur Folge, dass sich der Blick auf die vier in der KSK vertretenen Künstlergruppen verengt. Dazu zählen die Berufsgruppen Wort, bildende Kunst, Musik und darstellende Kunst.

Im Land Bremen waren im Jahr 2019 demnach 1.891 freiberufliche Künstlerinnen und Künstler tätig, 933 oder 49,3 Prozent davon sind Frauen. Die Zahl der Männer beträgt 958 oder 50,7 Prozent. Aus diesen Zahlen wird deutlich, dass der Anteil der Frauen in der Künstlersozialkasse in den vergangenen Jahren deutlich gestiegen ist. Inzwischen stellen sie in drei der vier Berufsgruppen die Mehrheit. Nur im Musikbereich liegen die Männer mit 55 Prozent noch deutlich vorn. Nur deshalb fällt beim Endergebnis für alle Kulturgruppen ein minimales Plus zugunsten der Männer an. Ob diese Zahlen die Marktrealität der freiberuflichen Künstlerinnen wirklich abbilden, kann nicht eindeutig beantwortet werden. Die amtliche Statistik liefert hierzu bisher keine zusätzlichen Erkenntnisse.

Allerdings können die Zahl und die Verteilung der **abhängig beschäftigten Frauen** in der Kultur- und Kreativwirtschaft auf der Basis der amtlichen Statistik analysiert werden. Aus datenschutzrechtlichen Gründen liegen allerdings nur eingeschränkte Angaben vor. Statt auf elf Teilmärkte kann hier nur auf gröber aggregierte Wirtschaftsgruppen zugegriffen werden. Auch eine Differenzierung der sozialversicherungspflichtigen Arbeitsplätze nach Voll- und Teilzeit ist nicht möglich. In der Bremer Kultur- und Kreativwirtschaft arbeiten im Jahr 2019 rund 14.100 Personen in abhängiger Beschäftigung. Diese Zahl umfasst sowohl den Kern- wie den Minibereich. Bei den Beschäftigten insgesamt liegt der Anteil der Frauen bei 5.748 oder 41 Prozent. Diese verhältnismäßig geringe Zahl erstaunt, weil die Frauenquote der Bremer Gesamtwirtschaft immerhin bei 46 Prozent liegt. Einer der Gründe dafür könnte sein, dass die sozialversicherungspflichtigen Arbeitsplätze des Kernbereichs nur zu 38 Prozent von Frauen eingenommen werden, das entspricht einer Zahl von 4.038 Frauen. Auch der Minibereich der Bremer Kultur- und Kreativwirtschaft erreicht mit 49 Prozent eine unerwartet niedrige Frauenquote. In der Bremer Wirtschaft insgesamt liegt sie bei 56 Prozent.

Abbildung 4:**Frauenanteil in der Kultur- und Kreativwirtschaft nach Teilmärkten im Land Bremen 2019**

Quelle: Bundesagentur für Arbeit; eigene Berechnungen Büro für Kulturwirtschaftsforschung, Köln

In der Unterscheidung nach den sozialversicherungspflichtig und den geringfügig Beschäftigten macht die Abbildung deutlich, dass die unterdurchschnittlichen Frauenquoten zum einen mit der prägenden Branche der Software-/Games-Industrie zusammenhängt. Dort erreichen die Frauen in der sozialversicherungspflichtigen Beschäftigung lediglich 24 Prozent. Hier wirkt sich wiederum der überstarke Anteil der Softwarebranche auf den gesamten Arbeitsmarkt der Kultur- und Kreativwirtschaft aus, denn ohne die Softwarebranche läge die Frauenquote bei 52 Prozent. Bei der Gruppe der geringfügig Beschäftigten bleibt die unterdurchschnittliche Frauenquote von 49 Prozent bestehen, da hier die Softwarebranche keine relevante Rolle für den Frauenarbeitsmarkt spielt.

In qualitativer Hinsicht ist die Gruppe Buch/Presse für die Frauenbeschäftigung bedeutsam. Hier belegen Frauen die sozialversicherungspflichtigen Arbeitsplätze mehrheitlich und erreichen einen

Anteil von 52 Prozent, während die geringfügige Beschäftigung unterdurchschnittlich bei 43 Prozent liegt. Die sozialversicherungspflichtig in Werbung/Foto/Design Beschäftigten sind ebenfalls mehrheitlich weiblich: Der Frauenanteil liegt bei 53 Prozent. Auch geringfügige Beschäftigung wird hier – wie in den restlichen Teilmärkten – mehrheitlich von Frauen ausgeübt.

Insgesamt ist die Lage der Frauen im Bremer Arbeitsmarkt der Kultur- und Kreativwirtschaft – bei Ausklammerung der Softwarebranche – in vier der sechs übrigen Gruppen bei den sozialversicherungspflichtigen Arbeitsplätzen so, dass der Frauenanteil jeweils über 50 Prozent liegt. In den Gruppen Film/Rundfunk/Video und darstellende Kunst liegt die Frauenquote geringer jeweils unterhalb von 50 Prozent. Eine Unterscheidung nach Voll- und Teilzeit ist aus datenschutzrechtlichen Gründen nicht möglich.

2.2 Das Arbeiten in der Kultur- und Kreativwirtschaft verändert sich

In allen Branchen verändert sich die Arbeit durch Digitalisierung, Automatisierung und technische Innovation im Bereich Information, Kommunikation und Produktion, wie unter anderem auch der Monitoringbericht Kultur- und Kreativwirtschaft der Bundesregierung 2018 unter dem Schwerpunktthema „Arbeit und Beschäftigung“ konstatiert. Dabei seien „viele der diskutierten Veränderungen von Arbeit durch den Einsatz digitaler Technologien [...] bereits heute in einigen Branchen zu beobachten. Zu diesen ‚Vorreiter-Branchen‘ der Digitalisierung gehören auch die Teilbranchen der Kultur- und Kreativwirtschaft [...]. Hier wird die Flexibilisierung von Arbeit durch mehr projektbezogene, organisationsübergreifende und marktbezogene Tätigkeiten vielfach und schon seit längerem praktiziert“²⁰. Der Monitoringbericht für das Folgejahr hält fest, dass die aktuellen Arbeitstrends der Kultur- und Kreativwirtschaft den zukünftigen Entwicklungen am Arbeitsmarkt entsprechen.²¹

Wie bereits anhand der aufgeführten Kennzahlen verdeutlicht wurde, ist für den Kultur- und Kreativsektor ein hoher Anteil an Teilzeitarbeit und Minijobs sowie von Solo-Selbstständigen signifikant. In der Verteilung der Erwerbsformen überwiegen atypische Beschäftigungs- und Tätigkeitsformen sogar im Verhältnis zu Normalarbeitsverhältnissen und klassischen Selbstständigen. Damit ist die Tendenz hin zu atypischer Beschäftigung im Zuge des Strukturwandels in der Arbeitswelt in der Kultur- und Kreativwirtschaft bereits zum größten Teil vollzogen.²² Diese in der Kultur- und Kreativwirtschaft besonders ausgeprägten Kennzeichen eines Wandels der Arbeitswelt gehen jedoch damit einher, dass der Sektor ein höheres Maß an externer Flexibilität und Lohnspreizung aufweist und kaum durch Kündigungsschutz und Tarifverträge reguliert wird.²³

Die derzeitigen Steuer- und Sozialsysteme beziehen sich in ihrer Regulierung und Absicherung von Erwerbstätigkeit „in weiten Teilen auf die unterschiedlichen Statusformen von sozialversicherungspflichtiger Beschäftigung einerseits und unternehmerischer Selbstständigkeit andererseits“²⁴. Der Kultur- und Kreativsektor ist hingegen von projektbezogenen Arbeitsverträgen und Tätigkeiten dominiert. „Deshalb sind weder das Normalarbeitsverhältnis noch das finanziell unabhängige Unternehmertum dominante Formen kreativer Erwerbstätigkeit. Häufiger sind befristete aufeinander folgende Anstellungen, Solo-Selbstständigkeit oder ‚hybride Erwerbsformen‘.“²⁵

So sind Beschäftigungen insbesondere in den von digitalen Arbeitsformen geprägten Bereichen des Kultur- und Kreativsektors „durch instabile Rahmenbedingungen mit prekären Einkommen und geringer Sicherheit des Arbeitsplatzes charakterisiert“²⁶. Gleiches gilt für Solo-Selbstständige und Freiberufler sowie für Beschäftigte in befristeten, projektbezogenen Arbeitsverhältnissen: „Viele von ihnen stehen parallel in verschiedenen Beschäftigungsverhältnissen und bewegen sich überdurchschnittlich häufig im Grenzbereich prekärer Beschäftigung.“²⁷

Auch die Studie „Kultur- und Kreativwirtschaft in Stadt und Region“ stellt fest, dass bei einem großen Teil der Akteure in der Kultur- und Kreativwirtschaft erwerbsbiografische Unsicherheit vorherrscht, die sich in der Altersvorsorge fortsetzt. „Während Beschäftigte großer und mittlerer Unternehmen noch von relativ geregelten Arbeitszeiten und garantierten Bezügen ausgehen können, gilt dies für die Mehrheit der Beschäftigten kleiner Unternehmen nicht.“²⁸ Genau diese Kleinst- und Kleinunternehmen bilden jedoch zusammen mit den

20 BMWi (2018), S. 44.

21 Vgl. BMWi (2019b), S. 59.

22 Vgl. Söndermann (2018), S. 11.

23 Vgl. Eichhorst et al. (2010), S. 27.

24 Basten (2019), S. 91.

25 Basten (2019), S. 92.

26 BMWi (2018), S. 48.

27 BMWi (2018), S. 48.

28 BBSR (2011), S. 32.

Solo-Selbstständigen und Freiberuflern 99 Prozent des Unternehmensbestandes der Kultur- und Kreativwirtschaft. Weiter heißt es in der Studie, dass zwar Akteure einiger Teilmärkte über die Künstlersozialkasse in Deutschland sozialversicherungsrechtlich integriert sind, für die Mehrheit der Selbstständigen jedoch keinerlei obligatorische Einbindung in Sozialversicherungssysteme besteht. „Grundsätzlich kann ein Hinterherhinken dieser Regulierungen hinter den tatsächlichen flexiblen Arbeitsstrukturen in diesem Bereich konstatiert werden, was zu einer mangelhaften sozialen Absicherung in diesem Feld führt. Die kollektive als auch individuelle Vorsorge für soziale Risiken vieler Selbstständiger zum Beispiel sozialer Armutsrisiken bei längerer Krankheit, Erwerbsunfähigkeit, Auftragslosigkeit und Alter muss als unzureichend bezeichnet werden.“²⁹ Gleiches gilt für zeitlich befristete Beschäftigungsverhältnisse, bei denen „trotz angemessener Entlohnung in sozialversicherungspflichtiger, projektbasierter Anstellung [...] auch erfolgreiche Erwerbstätige vor höheren Prekarisierungsrisiken“³⁰ stehen. Dazu kommen Risiken, wie fehlende Arbeitnehmerrechte oder fehlende Möglichkeiten zu gemeinschaftlicher Organisation und Vertretung.³¹

Zudem bildet die empirische Erfassung der Kultur- und Kreativwirtschaft in ihrer notwendigen Abgrenzung zum Beispiel zwischen abhängiger und selbstständiger Arbeit beziehungsweise zwischen privatwirtschaftlichen und öffentlich geförderten Bereichen nur zum Teil die Realität der Erwerbstätigkeiten ab. So wechseln viele Akteure innerhalb kreativer und kultureller Wertschöpfungsketten zum einen zwischen öffentlich geförderten und privatwirtschaftlich organisierten Projekten, zum anderen werden ihre Tätigkeiten oder Teile davon je nach Beschäftigungsfeld mal dem privatwirtschaftlichen, mal dem öffentlichen Sektor zugeordnet.

Vor diesem Hintergrund werden in der Forschung und Literatur verschiedene Ansätze diskutiert, deren Gemeinsamkeit eine Revision und Anpassung bestehender Regulierungssysteme von Erwerbsarbeit ist. In diesem Zusammenhang wird – oftmals ausgehend von gewachsenen Strukturen, Lösungsansätzen und Best-Practice-Modellen der „Pionierbranche“ Kultur- und Kreativwirtschaft – unter anderem angeregt:

- ▶ Neue Konturierung des Arbeitnehmerbegriffs, um Zwischenbereiche zwischen abhängiger Beschäftigung und in Selbstständigkeit Arbeitenden sichtbar zu machen, zum Beispiel indem die bereits existierende Kategorie der „arbeitnehmerähnlichen Person“ ausgeweitet wird, bislang nur auf kleine Gruppen, zum Beispiel auf sogenannte „feste Freie“ im Medienbereich, angewendet wird und die soziale Schutzvorschriften, wie zum Beispiel der Anspruch auf Urlaub, Pflegezeit oder Bildungsurlaub sowie die Möglichkeit zum Abschluss von Tarifverträgen;³²
- ▶ Ausweitung beziehungsweise lebenslauforientierte Anpassung branchenübergreifender sozialer Sicherungssysteme³³, insbesondere Kranken- und Rentenversicherung, an Selbstständige³⁴ und freiberuflich Tätige³⁵ sowie an projektbasierte Arbeitsverhältnisse, zum Beispiel durch Prüfung einer Übertragbarkeit von bestehenden Systemen wie der Künstlersozialkasse (KSK) oder der Pensionskasse Rundfunk (PKR)³⁶;
- ▶ breitere Abdeckung kreativer Erwerbstätigkeit in Sozialpartnerschaften, zum Beispiel durch Erforschung und Unterstützung von Initiativen und Ansätzen zur kollektiven Organisation von Akteuren mit projektbasierter Tätigkeit³⁷, wie zum Beispiel Verbände auf Bundes- und Länderebene, regionale und kommunale Netzwerke oder das ver.di-Beratungsangebot „mediafon“;
- ▶ empirische Erfassung der realen Lage auf dem Segment des Arbeitsmarktes, der von atypischen Beschäftigungsverhältnissen und hybriden Erwerbsformen dominiert wird;³⁸
- ▶ Entwicklung neuer und anderer unternehmens- und arbeitsmarktpolitischer „Leitplanken“, um die Rahmenbedingungen für die jenseits des klassischen Normalarbeitsverhältnisses tätigen Beschäftigten, Selbstständigen, Unternehmer und so weiter nicht nur im Kultur- und Kreativsektor, sondern auch in anderen Segmenten des Arbeitsmarktes längerfristig zu verbessern.³⁹

29 BBSR (2011), S. 32.

30 Basten (2019), S. 97.

31 Vgl. Söndermann (2018), S. 16.

32 Vgl. Hans-Böckler-Stiftung (2017), S. 30.

33 Vgl. BMAS (2017), S. 194.

34 Vgl. Eichhorst et al. (2010), S. 47.

35 Vgl. BMWi (2018), S. 145.

36 Vgl. Basten (2019), S. 98.

37 Vgl. Basten (2019), S. 98.

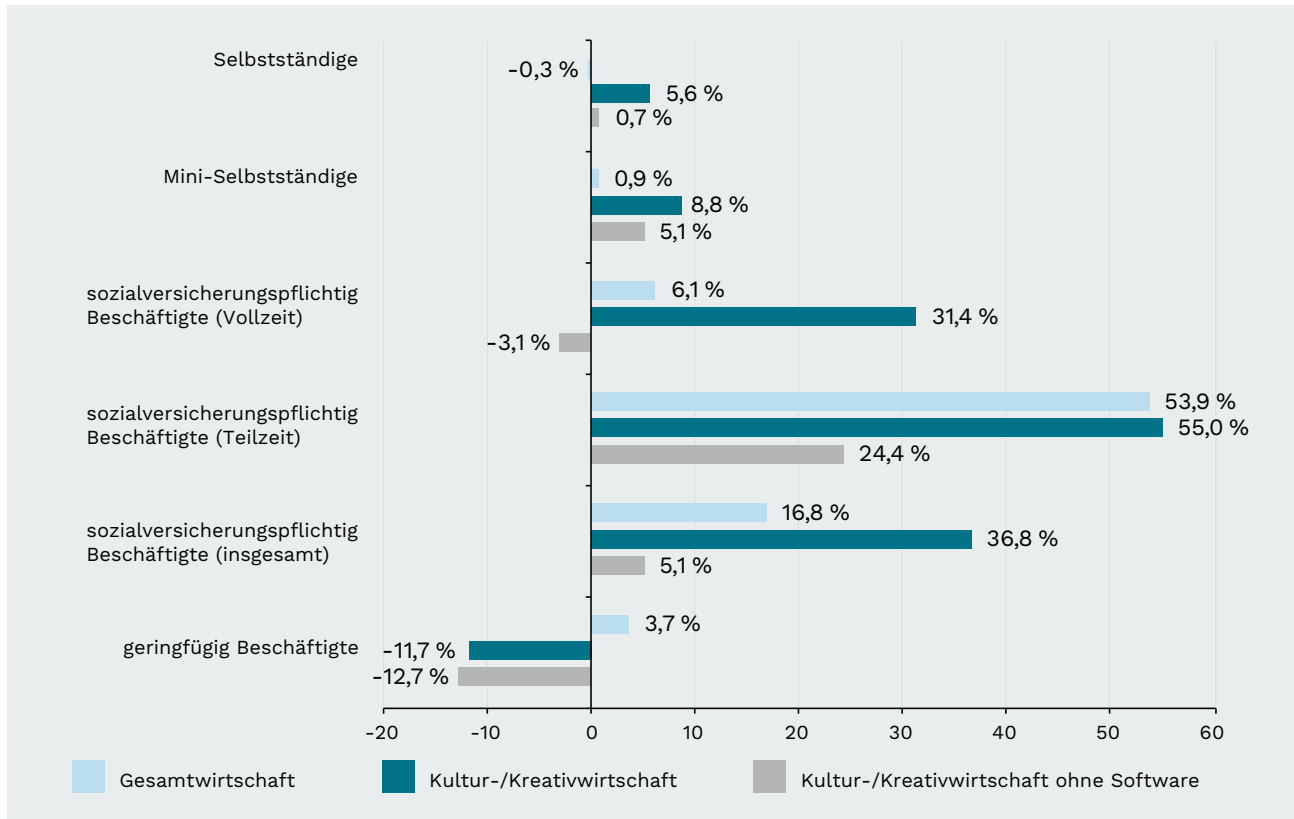
38 Vgl. Söndermann (2018), S. 17.

39 Vgl. Söndermann (2018), S. 17.

2.3 Die Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft: große Unterschiede

Ein erster Blick auf die Arbeitsmarktstatistik zeigt, dass die Kultur- und Kreativwirtschaft im Vergleichszeitraum zwischen 2010 und 2018 jeweils stärker zugelegt hat als die Gesamtwirtschaft. Besonders eindrucksvoll sind die Wachstumsraten bei sozialversicherungspflichtiger **Voll- und Teilzeitbeschäftigung**. Wird der Teilmarkt Software-/ Games-Industrie, der wie erwähnt speziell gelagert ist, aus der Kultur- und Kreativwirtschaft ausgeklammert, relativiert sich das Bild allerdings deutlich.

Abbildung 5: Entwicklung der Erwerbsformen im Land Bremen von 2010 bis 2018



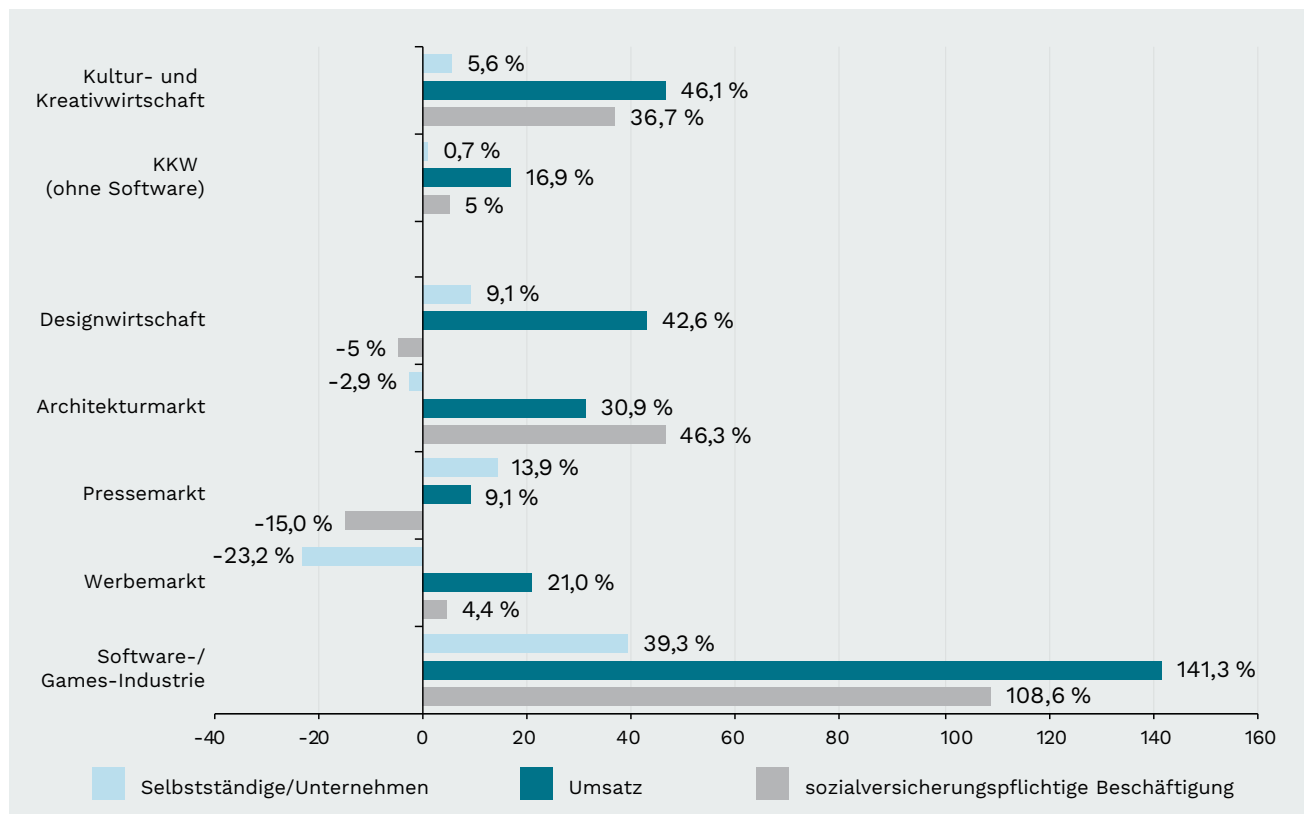
Quelle: Statistisches Landesamt Bremen; Bundesagentur für Arbeit; eigene Berechnungen Büro für Kulturwirtschaftsforschung, Köln

Während die Gesamtwirtschaft in der **Vollzeitbeschäftigung** lediglich um sechs Prozent wachsen konnte, erreichten die kreativen Branchen insgesamt eine Steigerung von 32 Prozent. Die Entwicklung der **Teilzeitbeschäftigung** verlief in der Kultur- und Kreativwirtschaft in etwa so wie im Durchschnitt der anderen Branchen. Dem 54-Prozent-Zuwachs der Gesamtwirtschaft stehen 55 Prozent in der Kultur- und Kreativwirtschaft gegenüber. Die Entwicklung der Zahl von **Selbstständigen und Mini-Selbstständigen** ist in der Kultur- und Kreativwirtschaft stärker als in der Gesamtwirtschaft. Die Kultur- und Kreativwirtschaft ist als experimentierfreudige Branche auf einen ständigen „Zuzug“ von neuen Akteuren angewiesen, um als Branche lebendig zu bleiben.

Minijobs sind in der Kultur- und Kreativwirtschaft merklich auf dem Rückzug. Auch in anderen Branchen nimmt die geringfügige Beschäftigung seit Einführung des Mindestlohns anno 2015 zugunsten sozialversicherungspflichtiger (Teilzeit-)Beschäftigung ab. Insbesondere das ausschließliche Arbeiten im Minijob wird weniger, Mini- als Nebenjobs haben hingegen nach wie vor Zulauf. Im Zeitraum seit 2010 ist die Zahl der Minijobs gesamtwirtschaftlich leicht um vier Prozent gestiegen, in der Kultur- und Kreativwirtschaft ging sie dagegen von 2010 bis 2018 um 12 Prozent zurück.

Trotz der Einschränkungen bleibt als Fazit, dass beim Vergleich der Arbeitsmarktstrukturen die Kultur- und Kreativwirtschaft insbesondere bei der Gruppe der abhängig Beschäftigten eine überdurchschnittliche Wachstumsdynamik aufweist – zumindest bei Einbeziehung des Bereichs Software-/ Games. Ohne diesen Teilmarkt ist die Vollzeitbeschäftigung in der Kultur- und Kreativwirtschaft in den vergangenen Jahren gesunken. Ohnehin verläuft die Entwicklung der Teilmärkte sehr unterschiedlich, wie Abbildung 6 zeigt.

Abbildung 6:
Entwicklungen in der Kultur- und Kreativwirtschaft und ihren wichtigsten Teilmärkten im Land Bremen von 2010 bis 2018



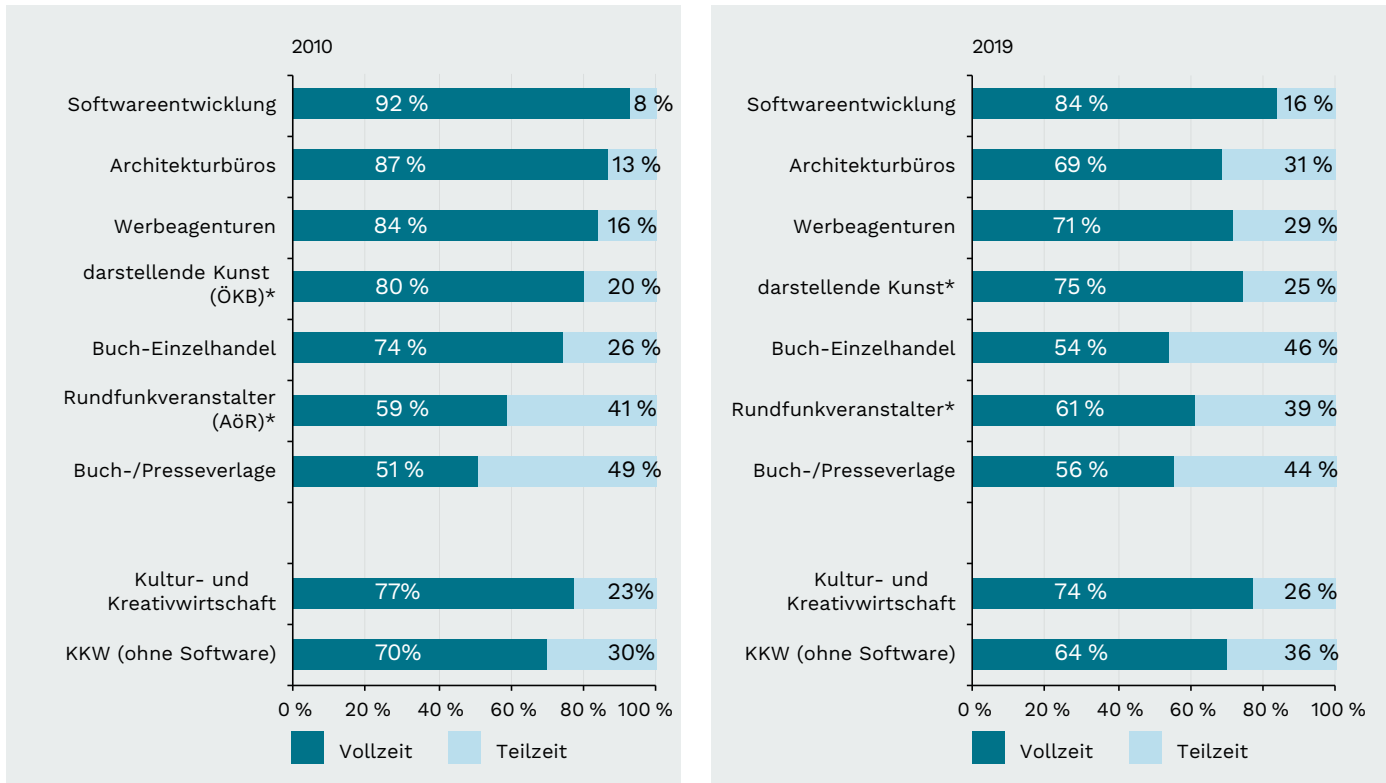
Quelle: Statistisches Landesamt Bremen; Bundesagentur für Arbeit; eigene Berechnungen Büro für Kulturwirtschaftsforschung, Köln

Insgesamt zeigt die Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft im Vergleich des Jahres 2018 zu 2010 eine Zuwachsrate von sechs Prozent bei den Selbstständigen/Unternehmen, einen weit überdurchschnittlichen Zuwachs von 46 Prozent beim Umsatz und einen ähnlich überdurchschnittlichen Zuwachs bei der sozialversicherungspflichtigen Beschäftigung.

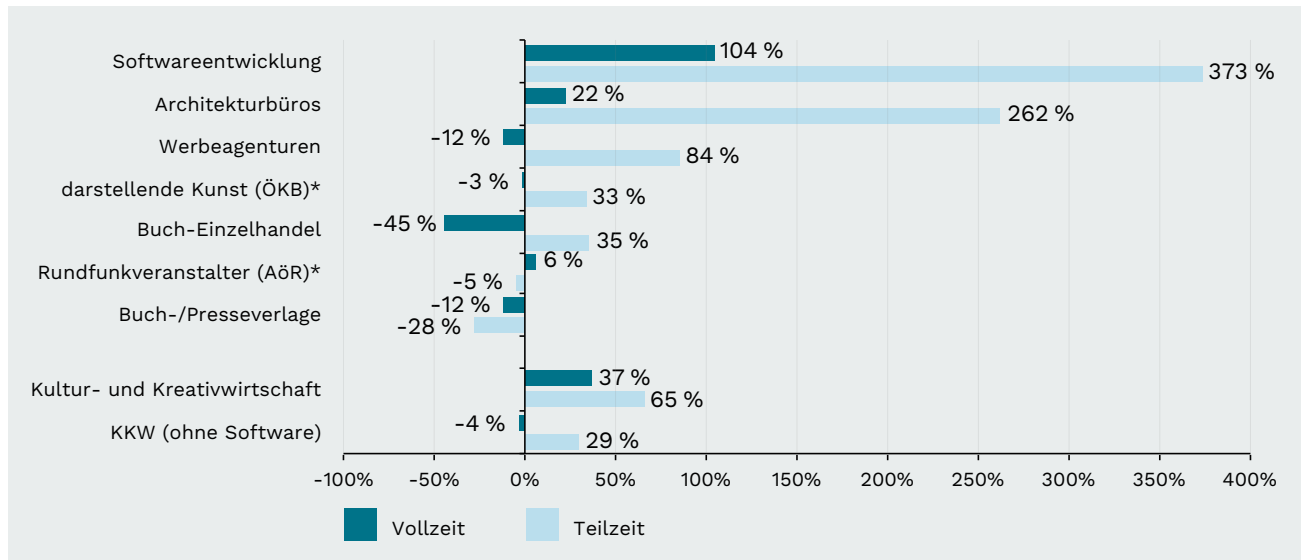
Betrachtet man jedoch die Entwicklung ohne den Teilmarkt Software-/Games-Industrie, so wird deutlich, dass beim Umsatz lediglich ein Zuwachs von 17 Prozent im Jahr 2018 gegenüber 2010 erzielt werden konnte. Die Zahl der Selbstständigen und Unternehmen sowie der Beschäftigung stagniert im Zeitverlauf. Der Blick auf die dargestellten Teilmärkte zeigt, dass die Designwirtschaft, der Architekturmarkt und der Werbemarkt ein nennenswertes Umsatzplus zwischen 21 Prozent und 43 Prozent erzielen können. Zusammen mit dem Plus im Pressemarkt können diese größeren Teilmärkte die Kultur- und Kreativwirtschaft insgesamt in wirtschaftlicher Hinsicht in einem positiven Wachstum halten.

Eine Darstellung der anteiligen Beschäftigungsverhältnisse zeigt deutlich den strukturellen Wandel: Bei allen dargestellten Wirtschaftszweigen ist Vollzeit zwar noch die vorherrschende Beschäftigungsform, im Jahresvergleich 2010 zu 2019 wird aber deutlich, dass der Anteil der Vollzeit in nahezu allen Wirtschaftszweigen kleiner geworden ist. Bei der Software geht er von 92 Prozent auf 84 Prozent zurück, bei der Architektur von 87 Prozent auf 69 Prozent. Insgesamt schrumpft der Vollzeitanteil in der Kultur- und Kreativwirtschaft einschließlich Software von 77 Prozent auf 74 Prozent. Wiederum deutlicher verschiebt sich das Verhältnis der Kultur- und Kreativwirtschaft ohne die Software. Dann sinkt der Anteil im Jahr 2019 bei der Vollzeit von 70 Prozent im Jahr 2010 auf 64 Prozent. Eine Darstellung der anteiligen Beschäftigungsverhältnisse zeigt deutlich den strukturellen Wandel: Bei allen dargestellten Wirtschaftszweigen ist Vollzeit zwar noch die vorherrschende Beschäftigungsform, im Jahresvergleich 2010 zu 2019 wird aber deutlich, dass der Anteil der Vollzeit in nahezu allen Wirtschaftszweigen kleiner geworden ist. Bei

Abbildung 7:
Anteil von Teil- und Vollzeit in beschäftigungsstärksten Teilbereichen der Kultur- und Kreativwirtschaft im Land Bremen



* überwiegend öffentlich finanziert Kulturbetrieb (ÖKB) beziehungsweise Anstalt öffentlichen Rechts (AöR)
 Quelle: Bundesagentur für Arbeit; eigene Berechnung Büro für Kulturwirtschaftsforschung, Köln

Abbildung 8:**Entwicklung der sozialversicherungspflichtigen Beschäftigung in ausgewählten Wirtschaftszweigen der Kultur- und Kreativwirtschaft im Land Bremen von 2010 bis 2019**

* überwiegend öffentlich finanziert (ÖKB) beziehungsweise Anstalt öffentlichen Rechts (AöR)
 Quelle: Bundesagentur für Arbeit; eigene Berechnungen Büro für Kulturwirtschaftsforschung, Köln

der Software geht er von 92 Prozent auf 84 Prozent zurück, bei der Architektur von 87 Prozent auf 69 Prozent. Insgesamt schrumpft der Vollzeitanteil in der Kultur- und Kreativwirtschaft einschließlich Software von 77 Prozent auf 74 Prozent. Wiederum deutlicher verschiebt sich das Verhältnis der Kultur- und Kreativwirtschaft ohne die Software. Dann sinkt der Anteil im Jahr 2019 bei der Vollzeit von 70 Prozent im Jahr 2010 auf 64 Prozent.

Auch die Darstellung der Entwicklung der Arbeitsverhältnisse vom Jahr 2010 zum Jahr 2019 zeigt die extremen Veränderungen. Der Wirtschaftszweig Softwareentwicklung ist auch hier der am stärksten wachsende, sowohl bei der Vollzeit mit einem Zuwachs von über 100 Prozent als auch bei der Teilzeit mit weit überdurchschnittlichen 373 Prozent. Deutlich wird hier, dass auch in der Software immer mehr Teilzeitarbeitsplätze entstehen. Die Softwareentwicklung signalisiert damit bereits den allgemeinen Trend der anderen Wirtschaftszweige, deren Beschäftigungszuwächse, wenn überhaupt meist nur bei der Teilzeit erfolgen, die Vollzeit wird mehrheitlich abgebaut. Die einzigen, die in den Vergleichsjahren von 2010 zu 2019 noch Vollzeitbeschäftigung aufbauen, sind die vom Bau-Boom

profitierenden Architekturbüros mit immerhin 22 Prozent und der öffentlich-rechtliche Rundfunk mit sechs Prozent.⁴⁰

Inklusive der Softwareentwicklung ist der Trend der Kultur- und Kreativwirtschaft in beiden Beschäftigungsformen ein deutlich positiver: Es steht ein Zuwachs von 37 Prozent bei der Vollzeit und von 65 Prozent bei der Teilzeit. Ohne die Softwareentwicklung ergibt sich jedoch auch hier ein gänzlich anderes Bild: Bei der Vollzeit wurden sogar vier Prozent der sozialversicherungspflichtigen Arbeitsplätze abgebaut, während die Zahl der Teilzeitarbeitsplätze ein Wachstum von 29 Prozent erzielte. Jenseits der umsatz- und beschäftigungsstarken Software-/Games-Industrie ist der Beschäftigungsaufwuchs in der Kultur- und Kreativwirtschaft also unterdurchschnittlich. Arbeitsplätze werden hier eher im atypischen Bereich geschaffen.

40 Bei der Beschäftigung sind sogenannte „feste Freie“ einbezogen, wenn sie sozialversicherungspflichtig von Radio Bremen bei der Bundesagentur für Arbeit angemeldet werden. Sofern feste Freie sich selbst über die Künstlersozialkasse versichern, zählen sie nicht zu den Beschäftigten. Wie viele feste Freie jeweils zur einen oder anderen Gruppe gehören, veröffentlicht Radio Bremen nicht.

3 — Entwicklungen und Trends im Mediensektor

➔ Der vorliegende Bericht konzentriert sich in der folgenden detaillierteren qualitativen Untersuchung auf die Teilmärkte der Rundfunkwirtschaft und des Pressemarkts – sowohl auf Bundesebene als auch mit einer gesonderten Betrachtung der Situation in Bremen.

Die Rundfunkwirtschaft und der Pressemarkt sind im Rahmen der Branchenberichte der Arbeitnehmerkammer zum Strukturwandel aus mehrerer Hinsicht interessant. Zum einen sind in diesen Teilmärkten die Auswirkungen der Digitalisierung auf Arbeit und Beschäftigung besonders signifikant.⁴¹ Zum anderen ist die Rundfunkwirtschaft am Standort Bremen in besonderem Maße durch die Landesrundfunkanstalt Radio Bremen geprägt, die zwar als öffentlich-rechtlicher Betrieb der Kultur- und Kreativwirtschaft definitorisch nicht zugeordnet ist, die jedoch aufgrund der Verflechtung mit Unternehmen und Akteuren der Kultur- und Kreativwirtschaft am Standort sowie aufgrund der deutlichen Marktdominanz den Kern des bremischen Rundfunksektors bildet. Gleiches gilt für den Pressemarkt, der einen der umsatzstärksten Teilmärkte in Bremen bildet und zudem durch wenige Player dominiert wird.

Beide Bereiche – der Teilmarkt Rundfunksektor unter besonderer Berücksichtigung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks sowie der Pressemarkt – bilden wichtige Teile des Mediensektors, der als definierter Forschungsgegenstand eine Vielzahl von Untersuchungen besonders im Hinblick auf Entwicklungen, Trends sowie auf Arbeit und Beschäftigung aufweist und der sich deshalb für eine Darstellung und für einen überregionalen Vergleich des Standorts Bremen eignet.

Die Medienlandschaft hat in den vergangenen Jahrzehnten einen fundamentalen Veränderungsprozess durchlaufen, der weiter anhält und dessen Ende noch nicht abzusehen ist. Im Zuge der Digitalisierung findet eine fortschreitende Mediatisierung aller Lebensbereiche statt, die einhergeht mit einer Konvergenz der Medienangebote – also einem Zusammenwachsen verschiedener medialer Dienste, Geräte und Inhalte – sowie einem tief greifenden Wandel des medialen Nutzerverhaltens.⁴² Die Produktion, die Inhalte und die Verbreitungswege medialer Angebote befinden sich dadurch ebenso in einem Prozess fortlaufender Entwicklung und Neuorientierung, wie die dahinterstehenden Unternehmens- beziehungsweise Produzentenstrukturen.

41 Ein weiterer, in diesem Zusammenhang relevanter Teilmarkt ist die Software-/Games-Industrie, die jedoch im Rahmen der vorliegenden Schriftenreihe bereits in weiten Teilen untersucht wurde, vgl. Gabriel/Salot/Ludwig (2015).

42 Vgl. Die Bundesregierung (2019), S. 3 f.

Auf Plattformen und mobilen Endgeräten konkurrieren öffentlich-rechtlich finanzierte Inhalte mit denen privater Anbieter um die Aufmerksamkeit der Nutzerinnen und Nutzer. „Im Zuge der Digitalisierung ist eine unmittelbare Konkurrenz um die Aufmerksamkeit der Mediennutzenden nicht nur zwischen öffentlich-rechtlichem und privatem Rundfunk, sondern auch mit Angeboten von Presseverlagen und neuen Anbietern bis hin zu nutzergenerierten Inhalten in sozialen Netzwerken und auf entsprechenden Plattformen entstanden“⁴³, konstatiert der Medien- und Kommunikationsbericht der Bundesregierung. Die klare Unterscheidung zwischen den vorher getrennten Mediengattungen fällt dadurch zunehmend schwer; eine Differenzierung nach Verbreitungswegen ist nicht mehr möglich. Im Zuge dessen wandeln sich „Verlage und Rundfunkveranstalter [...] zu Medienhäusern, die im direkten Wettbewerb um die Aufmerksamkeit der Nutzer stehen“⁴⁴ und mit Crossmedia-Strategien verfolgen, um ihre Angebote über mehrere Medienbereiche hinweg zu platzieren⁴⁵.

Exemplarisch für den Prozess der Medienkonvergenz und den damit verbundenen rechtlichen und regulatorischen Herausforderungen in der Konkurrenz von öffentlichen und privaten Medienanbietern steht die Debatte um den Telemedienauftrag der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten, der zuletzt 2019 neu geregelt wurde. Im Kern ging (und geht es weiterhin) um die Frage, welche Angebote die Rundfunkanstalten im Internet bereitstellen müssen und dürfen. Die Konkurrenten, insbesondere die Presseverlage, monieren eine Marktverzerrung durch beitragsfinanzierte, kostenfrei zugängliche Angebote des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Durch Nachrichtenangebote der öffentlich-rechtlichen Anstalten im Internet würde „die Existenzgrundlage in Bezug auf digitale Nachrichtenportale und andere Inhalteangebote entzogen“⁴⁶, da sie dazu führten, dass kostenpflichtige private Angebote nicht genutzt werden.

Eine weitere Entwicklung, den Journalismus in seiner Gesamtheit betreffend, ist der Verlust des „journalistischen Gatekeeper-Monopols“, einhergehend mit einer „Veränderung des tradierten Verhältnisses zum Publikum, das sich immer weniger als Sender-Empfänger-Relation beschreiben lässt“⁴⁷. Vorher klar getrennte Rollenverteilungen in „Sender“

(Rundfunk und Presse) und „Empfänger“ (Publikum und Leser) lösen sich zunehmend auf, neue Interaktions- und Partizipationsmöglichkeiten entstehen: „Der professionelle Journalismus bzw. die klassischen Massenmedien haben ihr faktisches Monopol auf die öffentliche Darstellung und Deutung von gesellschaftlichen, wirtschaftlichen und politischen Entwicklungen verloren. Leser, Hörer, Zuschauer und Internetnutzer sind längst nicht mehr nur Konsumenten, sondern erstellen eigene Inhalte und beteiligen sich unmittelbar am öffentlichen Kommunikationsprozess.“⁴⁸

Auswirkungen auf den Journalismus

Der Journalismus ist vor dem Hintergrund der oben beschriebenen Entwicklungen von einem von tief greifenden Veränderungen und einem hohen Anpassungsdruck geprägt, wie die 2017 publizierte Studie „Journalismus in Deutschland“⁴⁹ feststellt. Die Studie gründet sich auf eine repräsentative Befragung von 775 hauptberuflichen Journalistinnen und Journalisten in Deutschland und greift zurück auf Vergleichswerte aus einer Studienreihe, deren Ergebnisse unter gleichem Titel 1994 beziehungsweise 2006 veröffentlicht wurden.⁵⁰ Durch die anhaltende Digitalisierung ist den Ergebnissen der Studie zufolge der Journalismus aus seiner „Monopolstellung als exklusiver Informationsproduzent“⁵¹ verdrängt worden. Die Medienhäuser stehen vor strukturellen und finanziellen Herausforderungen, weil „traditionelle Geschäftsmodelle ins Wanken geraten“⁵². Durch die Diversifikation von Medienaktivitäten, neuen oder weiterentwickelten Strukturen treten neue Medienanbieter in den Markt und verstärken mit günstigen oder kostenlosen Nachrichtenportalen im Internet die Konkurrenz für traditionelle Medienhäuser. Zudem entstehen neue interaktive und partizipative Medienangebote, die die Zugänge zu Informationen diversifizieren und das eigene Verbreiten von Informationen erlauben. Die ehemalige Zielgruppe der Informationskonsumenten wird so selbst zu (konkurrierenden) Produzenten und nutzt neue, dynamische Verbreitungswege, um „user generated content“ innerhalb immer neuer medialer Kanäle zu verbreiten und mit Informationen aus traditionellen Medien zu verknüpfen.

43 Die Bundesregierung (2019), S. 45.

44 Die Bundesregierung (2019), S. 45.

45 Vgl. HBI (2017), S. 229.

46 Die Bundesregierung (2019), S. 46

47 HBI (2017), S. 202 ff.

48 Die Bundesregierung (2019), S. 4.

49 Vgl. Steindl et al. (2017).

50 Vgl. Weischenberg/Löffelholz/Scholl (1994); Weischenberg/Malik/Scholl (2006).

51 Steindl et al. (2017), S. 421.

52 Steindl et al. (2017), S. 405.

In der Folge kommt es in den traditionellen Medienhäusern zu Einbußen durch sinkende Auflagen, Verluste im Anzeigen- oder Werbegeschäft und schrumpfende Marktanteile, vor allem im Printsektor. Durch Umstrukturierungen und Sparmaßnahmen wird versucht, diesen Herausforderungen zu begegnen. Dazu zählen zum Beispiel „die Einführung integrierter Newsrooms sowie crossmedialer Produktions- und Vertriebsweisen, ebenso wie Entlassungen und die Auslagerung redaktioneller Arbeit auf freie Journalisten, Pauschalisten und Zulieferer“⁵³.

Auswirkungen auf den Arbeitsmarkt Journalismus

Diese strukturellen Entwicklungen wirken sich auch auf den Arbeitsmarkt Journalismus und die Arbeitsbedingungen aus. So ist der Studie „Journalismus in Deutschland“ zufolge die Anzahl der hauptberuflichen Journalistinnen und Journalisten gegenüber den Vorgängerstudien weiter abgesunken; geschätzt werden 41.250 hauptberufliche Journalistinnen und Journalisten in Deutschland, inklusive rund 9.600 hauptberuflicher Freiberufler.⁵⁴ Das Berufsfeld ist von „zunehmend prekären Arbeitsbedingungen“⁵⁵ geprägt und von einer Zunahme außerjournalistischer Tätigkeiten, da viele Journalistinnen und Journalisten wegen der wirtschaftlichen Bedingungen, unter denen sie arbeiten, auch auf Tätigkeiten im Bereich PR und Öffentlichkeitsarbeit angewiesen sind.

Die Digitalisierung prägt auch den Arbeitsalltag der Journalistinnen und Journalisten durch eine Ausweitung von Aufgaben, Tätigkeiten und dafür geforderten Kompetenzen. Beispielhaft nennt die Studie hier den „Computational Journalism“ und die damit verbundenen neuen Berufsbilder wie Videojournalist, Social-Media-Redakteure, Mediengestalter und so weiter, die Zunahme von crossmedialen Produktionen in Wort, Bild und Ton oder die parallele Entwicklung des Bürgerjournalismus mit einer zunehmenden journalistischen Produktion vor allem der jüngeren Generation. „Derartige Entwicklungen verschieben die Grenzen von Journalismus und sorgen

für Qualitätsprobleme.“⁵⁶ Zudem gewinnt die Publikumsorientierung mit dem stärkeren Abgleich mit dem Nutzungsverhalten und der Erwartungshaltung der Zielgruppen im journalistischen Rollenverständnis an Bedeutung. So haben sich „die journalistischen Arbeitsprozesse [...] beschleunigt, und deutsche Journalisten empfinden ihre Arbeitsbelastung als deutlich höher“, was als problematisch gesehen wird, „da derartige Entwicklungen eine seriöse, qualitativ-hochwertige und hintergründige Berichterstattung erschweren und sich Journalismus zudem an neuen Selektions-, Interpretations- und Inszenierungslogiken ausrichtet.“⁵⁷

Vor dem Hintergrund dieser Entwicklungen und Herausforderungen verändern sich auch die Ansprüche und die Arbeitsroutinen im Berufsfeld des Journalismus: „Journalisten stehen oft vor dem Problem, die Nachrichtenproduktion mit weniger Ressourcen bei höherem technischen Anspruch zu bewältigen.“⁵⁸ Dies zeige sich der Studie zufolge auch in der Empfehlung des Deutschen Journalisten-Verbandes (DJV) für Berufsanfängerinnen und Berufsanfänger, der die Bedeutung von „crossmediale[n] Kenntnisse[n] und Fähigkeiten“ hervorhebt, und eine ‚flexible Umsetzungscompetenz‘ mit „breit gefächertes Fachkenntnis in den journalistischen Arbeitsbereichen und neuen Medientechniken“⁵⁹ anrät.

3.1 Rundfunksektor

Seit Ende der 1980er-Jahre wird der Rundfunksektor in Deutschland durch die duale Rundfunklandschaft geprägt. Seitdem existiert neben dem öffentlich-rechtlichen Fernsehen und Hörfunk ein privatwirtschaftlicher Rundfunkbereich. Zusätzlich gibt es einen kleinen nicht kommerziellen Rundfunkbereich (Bürgerfunk, Offene Kanäle etc.).

Entsprechend der Empfehlung der Wirtschaftsministerkonferenz bildet in der Kultur- und Kreativwirtschaft der privatwirtschaftliche Rundfunk den Teilmarkt der Rundfunkwirtschaft. Dies schließt zum Beispiel neben privaten Rundfunkanbietern

53 Steindl et al. (2017), S. 405.

54 1993: 54.000 hauptberufliche Journalisten (davon 18.000 Freie); 2005: 48.000 hauptberufliche Journalisten (davon 12.000 Freie); vgl. Steindl et al. (2017), S. 411.

55 Steindl et al. (2017), S. 405.

56 Steindl et al. (2017), S. 405.

57 Steindl et al. (2017), S. 406.

58 Steindl et al. (2017), S. 406.

59 DJV (o.J.).

und Programmproduzenten auch die Gruppe der selbstständigen Journalistinnen und Journalisten und Journalistenbüros ein. Gemäß dieser Abgrenzung werden in der Kultur- und Kreativwirtschaft der öffentlich-rechtliche sowie der gemeinnützige Rundfunk nicht zur Rundfunkwirtschaft gezählt, da sie weitgehend durch Rundfunkgebühren und nicht über den Markt finanziert werden. Diskutiert wird jedoch, diesen Bereich in die kultur- und kreativwirtschaftlichen Branchenanalysen einzubeziehen, da „die starke Produktionspräsenz der öffentlich-rechtlichen Unternehmen [...] den gesamten Rundfunkmarkt in einer Weise [prägt], wie dies in keinem anderen Teilmarkt der Kultur- und Kreativwirtschaft der Fall ist“⁶⁰.

Dies gilt in besonderem Maße für den Standort Bremen, da hier der Rundfunkmarkt deutlich von der Landesrundfunkanstalt Radio Bremen geprägt ist und demgegenüber nur eine geringe Zahl privater Rundfunkanbieter – die Landesmedienanstalt führt fünf Radiounternehmen auf, die alle Kleinstunternehmen darstellen – aufweist. Der vorliegende Bericht befasst sich daher zunächst mit dem Rundfunksektor insgesamt und setzt im zweiten Schritt den Fokus auf den öffentlich-rechtlichen Rundfunk in Bremen.

Kennzahlen

Im dualen Rundfunksystem in Deutschland erzielten die privaten und öffentlich-rechtlichen Rundfunkanbieter im Jahr 2018 Gesamterträge von rund 22 Milliarden Euro. Davon entfielen 11,39 Milliarden Euro auf den privaten Rundfunk und 9,72 Milliarden Euro⁶¹ auf den öffentlich-rechtlichen Rundfunk. Während der private Rundfunk insgesamt kostendeckend arbeitete, waren bei den meisten öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten die Gesamtkosten höher als die Erträge. Den weitaus größten Teil der Erträge machen im öffentlich-rechtlichen Rundfunk die Erlöse aus dem Rundfunkbeitrag aus (81 Prozent in 2018), während die Werbeerlöse (auch Sponsoring) und die sonstigen Einnahmen (zum Beispiel Zinserträge oder Beteiligungen) mit sechs beziehungsweise 13 Prozent entsprechend gering sind. Im Trend der vergangenen zehn Jahre

zeigen hier die Zahlen der jährlichen Geschäftsentwicklung eine nahezu ausgeglichene Bilanz, während 2018 die jährlichen Aufwendungen erstmals deutlich über den Erträgen lagen.⁶²

Entwicklungen und Trends

Die bereits für den Mediensektor allgemein skizzierten Auswirkungen der Digitalisierung und der Medienkonvergenz haben besonders auch im Rundfunksektor in den vergangenen Jahrzehnten zu erheblichen Veränderungen geführt und neue Anforderungen und Herausforderungen in Bezug auf die Herstellung, die Inhalte und die Verbreitungswege von Medienangeboten mit sich gebracht. In der neuen digitalen Medienwelt wird „die vormalige Knappheit von Kanälen durch quasi unbegrenzte Übertragungskapazitäten über Kabel, Satellit, IPTV und offenes Internet abgelöst“⁶³, wie der Medien- und Kommunikationsbericht der Bundesregierung feststellt. Über diese Infrastrukturen ermöglichen multifunktionale Endgeräte (Smartphones, Smart-TVs) den Nutzern den zeitunabhängigen, mobilen Zugriff auf eine Vielzahl an Medienangeboten, die nicht mehr nur durch klassische Sendeanstalten bereitgestellt, sondern die auch durch intermediäre Anbieter wie soziale Netzwerke und Plattformen vermittelt werden. Dies führt zu deutlichen Verschiebungen des medialen Nutzungsverhaltens.

Insbesondere bei der jüngeren Generation verlieren lineare Programmangebote (also klassisch ausgestrahltes Fernsehen oder Radio beziehungsweise Livestreams im Internet) rapide an Bedeutung, wie auch der ergänzende Forschungsbericht der Landesmedienanstalten konstatiert. Demnach hat sich im Hinblick auf Bewegtbildangebote bei den 14- bis 29-jährigen Zuschauern „der Anteil des ‚klassischen‘ linearen Fernsehens [...] innerhalb der letzten beiden Jahre von fast der Hälfte (47%) auf etwas mehr als ein Viertel (29%) des Zeitbudgets verringert“. Und auch im Hörfunkbereich „hört mittlerweile gut ein Drittel der Bevölkerung (37,7%) zumindest gelegentlich Radio über das Internet. Dies führt dazu, dass im Onlinebereich „das ‚klassische‘ Radioprogramm als Stream [...] in starker Aufmerksamkeitskonkurrenz zu anderen Angeboten wie (zur Audionutzung verwendete) Videoplattformen und Musik-Streamingdienste“⁶⁴ steht.

60 Söndermann et al. (2009), S. 95.

61 Vgl. Goldmedia (2020), S. 15 (nicht eingerechnet die Erträge der Deutschen Welle in Höhe von 470 Millionen Euro).

62 Vgl. Goldmedia (2020), S. 15 f.

63 Die Bundesregierung (2019), S. 43.

64 die medienanstalten (2019), S. 4 ff.

Um ihre Reichweite und Relevanz zu behaupten und damit ihrem öffentlichen Auftrag gerecht zu werden, stehen die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten vor der Herausforderung, ihre Inhalte und Angebote auch über die neuen Verbreitungswege verfügbar zu machen und sie für die crossmediale Verbreitung im Internet technisch und inhaltlich aufzubereiten. Dies führt zu neuen Konkurrenzsituationen und zu rechtlichen Auseinandersetzungen – zum Beispiel ob und in welchem Umfang ein mit öffentlichen Mitteln subventioniertes, audiovisuelles Nachrichtenangebot auch in Textform aufbereitet werden darf und wann hier die Grenze zu einer „Presseähnlichkeit“ und einer wettbewerbsverzerrenden Konkurrenz mit privatwirtschaftlichen Anbietern (Intermediäre, Plattformen) überschritten ist.⁶⁵

Darüber hinaus reagieren die Rundfunkanstalten auf die „Verschiebung der Mediennutzung von Jüngeren hin zu Abrufdiensten, Plattformen und in Soziale Netzwerke“ mit der Entwicklung von neuen, crossmedialen Rundfunkformaten. Ein Beispiel ist das non-lineare Jugendangebot „funk“ der ARD und des ZDF seit Oktober 2016: „Auf über 60 verschiedenen Verbreitungswegen [...] werden Videos veröffentlicht, die in Zusammenarbeit mit verschiedenen Partnern aus der Webvideowelt und jungen Medienschaffenden entstehen.“⁶⁶

Die Rundfunkanstalten stehen also unter einem hohen Innovationsdruck und zugleich vor hohen Anforderungen an flexible Anpassung an die dynamische technologische Entwicklung mit den sich stetig ändernden Nutzergewohnheiten, Verbreitungskanälen und Endgeräten. Zugleich ist die grundsätzliche Frage nach der Aufgabe und Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in Verbindung mit Forderungen nach Kostensenkungen und Anpassung der Organisationsstrukturen „Gegenstand einer intensiven Debatte“⁶⁷. Dies wirkt sich auch auf die Beschäftigungsverhältnisse und die Arbeitsbedingungen im öffentlich-rechtlichen Rundfunk aus.

Arbeitsmarkt öffentlich-rechtlicher Rundfunk

Im deutschen Rundfunksektor waren 2018 insgesamt 46.924 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter erwerbstätig, die Hälfte davon im Rahmen von besetzten Planstellen der Öffentlich-Rechtlichen.⁶⁸ Nicht berücksichtigt sind hier allerdings die freien Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die für die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten tätig sind und deren Gesamtzahl nicht eindeutig zu ermitteln ist. Der 22. KEF-Bericht⁶⁹ geht von 8.225 Freien aus, dagegen schätzen die Interessenvertretungen und Gewerkschaften die Zahl der Personen mit arbeitnehmerähnlichem Status auf rund 18.000⁷⁰.

Die Möglichkeit zur Beschäftigung von „freien“ Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern durch die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten ist eine Besonderheit in Deutschland, die verfassungsrechtlich legitimiert wurde, um den Rundfunkanstalten Flexibilität und Vielfalt bei Programmplanung und Programminhalten zu ermöglichen und damit die Sicherung der Programmfreiheit zu gewährleisten.⁷¹ Eingeschränkt wird dies allerdings durch die Eingrenzung auf Personen, die inhaltlich gestaltend an Hörfunk- und Fernsehsendungen mitwirken.

In dieser Möglichkeit zur Beschäftigung freier Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sieht die Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten einen wesentlichen Faktor für die Gewährleistung der Wirtschaftlichkeit der Anstalten. So wird eine „überproportionale Steigerung“ des Personalaufwands der Rundfunkanstalten festgestellt, der zum einen auf die „Umschichtung von Freier Mitarbeit zur Festanstellung“⁷² zurückzuführen ist, zum anderen von den Rundfunkanstalten mit „Personalmehrbedarf und Arbeitsverdichtung für cross- und trimediale Neuausrichtung, für die Ausstattung des Online-Angebots ab 2017 und für die strategische Ausrichtung hin zu mehr Eigen- und Koproduktionen“⁷³ begründet wird. Demgegenüber würden die Anstalten jedoch „durch die Beschäftigung von festem Personal und durch die tarifvertragliche Verfestigung der Freien Mitarbeit [...] langfristige Bindungen ein[gehen]. Je höher die festen Bindungen

68 Ohne Planstellen ausgegliederter Gemeinschaftsaufgaben (GSEA), ohne eigene Rechtsformen.

69 Vgl. KEF (2020), S. 147.

70 Vgl. ARD-Freie (2020).

71 Vgl. Langer/Dienel (2019), S. 5 f.

72 KEF (2018), S. 268.

73 KEF (2018), S. 134.

65 Vgl. Die Bundesregierung (2019), S. 44 ff.

66 Die Bundesregierung (2019), S. 48.

67 Die Bundesregierung (2019), S. 44 f.

sind, desto schwieriger ist die kurz- und mittelfristige Anpassung an veränderte technische oder programmliche Anforderungen. Dies gilt umso mehr, da sich die Medienwelt in einem umfassenden Wandlungsprozess befindet⁷⁴. Angemahnt wird vor diesem Hintergrund, dass „Produktivitätssteigerungen und insbesondere die Auswirkungen der Digitalisierung zu weiteren Reduzierungen bei den besetzten Stellen und damit zur Begrenzung des Personalaufwands führen“ und dass zukünftig „Fehlsteuerungen wie die arbeitsrechtlichen Verfestigungen in der Freien Mitarbeit“⁷⁵ vermieden werden, da diese Flexibilität verringern, den Strukturwandel sowie notwendige Neuausrichtungen erschweren und „langfristige Zusatzkosten insbesondere in der Altersversorgung“⁷⁶ verursachen.

Die Kategorie der freien Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ist also für den Arbeitsmarkt im öffentlich-rechtlichen Rundfunk von besonderer Bedeutung und markiert zugleich eine noch wenig erfasste und arbeitsmarktpolitisch kaum geregelte Grauzone zwischen dem öffentlich geförderten Kultursektor und der privatwirtschaftlichen Kultur- und Kreativwirtschaft einerseits sowie den Kategorien von Arbeitnehmern und Selbstständigen andererseits.

Eine aktuelle Studie, die erstmals umfänglich die berufliche Situation dieser freien Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bei den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten untersucht, geht von rund 19.000 Personen aus, die „freiberuflich als Reporter*innen, Kameraleute, Cutter*innen, Redaktionsassistent*innen und in vielen weiteren Feldern für die Öffentlich-Rechtlichen“⁷⁷ arbeiten. Dass ihre Gesamtzahl nicht genau beziffert werden kann, liegt an der nicht einheitlichen Auslegung der Rundfunkanstalten, welche Beschäftigungsverhältnisse als „arbeitnehmerähnlich“ im Sinne des Tarifvertragsgesetzes gelten und damit vergleichbar einem Arbeitnehmer sozial schutzbedürftig sind und welche als „sonstige freie Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter“ ohne besonderen Schutz kategorisiert werden.

So stellt die Studie fest, dass eine Zugehörigkeit zur Gruppe der arbeitnehmerähnlichen Personen durch eine Vielzahl unterschiedlicher Tarifverträge geregelt wird, die jede Anstalt einzeln mit den Gewerkschaften abschließt.⁷⁸ Davon exemplarisch untersucht wurden im Rahmen der Studie 30 Tarifverträge und zwölf Honorarrahmen, in denen jeweils unterschiedliche Kriterien für die Kategorisierung als „arbeitnehmerähnlich“ oder „sonstige Freie“ ausschlaggebend sind, wie zum Beispiel die Höhe des erhaltenen Gesamtjahreshonorars, der Anteil der erhaltenen Honorare am Gesamtumsatz oder die Dauer beziehungsweise Kontinuität der Beschäftigung. Entsprechend große Unterschiede gibt es nicht nur bei den geschätzten Gesamtzahlen, sondern auch im Hinblick auf die Beschäftigungs- und Vergütungsbedingungen für freie Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der verschiedenen Rundfunkanstalten.

Übergreifend kommt die im Rahmen der Studie durchgeführte Befragung von 1.617 arbeitnehmerähnlichen Freien und 447 Personen mit sonstigen freien Beschäftigungsverhältnissen zu dem Ergebnis, dass freie Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gegenüber Festangestellten mehrheitlich schlechter gestellt sind. In Bezug auf Arbeitsbedingungen (zum Beispiel Wochenend- und Feiertagsarbeit), Vergütung, soziale Absicherung und Kündigungsschutz. So berichtet im Hinblick auf die Arbeitsbedingungen eine Mehrheit der Befragten von hohen physischen und psychischen Belastungen, nicht etwa wegen „neuer digitaler Workflows oder aufgrund des Übergangs zur trimedialen Arbeitsweise“, sondern „aufgrund der Bemühungen der Anstalten, Kosten einzusparen“ und der Erhöhung des Arbeitspensums „bei gleicher oder gar niedrigerer Vergütung“.⁷⁹ Im Honorarvergleich schneiden der Studie zufolge die freien Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gegenüber den fest angestellten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern bedeutend schlechter ab. Die Urlaubsvergütung und die Vergütung im Krankheitsfall sind geringer und Zuschläge bei Überstunden, Nacht-, Wochenend- oder Feiertagsarbeit wird nur in den seltensten Fällen gezahlt. Entsprechend ist weniger als die Hälfte der Befragten mit den Arbeits- und Lebensbedingungen zufrieden, nur rund ein Viertel sieht eine „sehr gute“ oder „gute“ berufliche Perspektive. Insgesamt nur rund die Hälfte der Befragten ist Mitglied in einer Gewerkschaft, bei den unter 30-Jährigen sogar weniger als ein Fünftel.

74 KEF (2020), S. 306.

75 KEF (2018), S. 268.

76 KEF (2018), S. 268.

77 Langer/Dienel (2019), S. 3.

78 Vgl. Langer/Dienel (2019), S. 25 ff.

79 Vgl. Langer/Dienel (2019), S. 53.

Als Handlungsempfehlungen benennt die Studie resümierend, dass unter anderem

- ▶ die Rundfunkanstalten jährlich die Zahl ihrer freien Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aufgeschlüsselt nach „arbeitnehmerähnlichen Freien“ und „sonstigen Freien“ veröffentlichen;
- ▶ das Verfahren zur Vergabe des Status der Arbeitnehmerähnlichkeit sowie der damit verbundenen tariflichen Leistungen vereinheitlicht wird;
- ▶ für vergleichbare Tätigkeiten eine vergleichbare Vergütung für Festangestellte und freie Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gewährleistet wird;
- ▶ die Freienvertretungen finanziell und personell gestärkt werden und Personalvertretungsgesetze auch auf arbeitnehmerähnliche Beschäftigte ausgeweitet werden.⁸⁰

3.2 Fokus: Radio Bremen

Wie schon in der Vorbemerkung zur Analyse des Rundfunksektors in Deutschland begründet, legt die vorliegende Untersuchung den Fokus auf die Betrachtung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Dieser ist auch für die Untersuchung der Situation in Bremen von herausragender Bedeutung, da der Rundfunkmarkt in Bremen in hohem Maße durch die ARD-Landesrundfunkanstalt Radio Bremen dominiert wird.

Demgegenüber spielt der privatwirtschaftliche Rundfunk am Standort eine deutlich untergeordnete Rolle und ist lediglich mit wenigen kleineren privaten Hörfunkstudios beziehungsweise Regionalstudios privater Fernsehsender vertreten.⁸¹ Weiterhin gibt es noch einige kleinere (Produktions-)Unternehmen sowie freiberuflich beziehungsweise selbstständig tätige Akteure (wie zum Beispiel Kameraleute, Cutter, Gestalter, freie Journalisten), die in wechselnden Beschäftigungsverhältnissen (zum Beispiel befristet, auf Honorarbasis oder als Pauschalisten) in den sich überschneidenden Märkten des regionalen und überregionalen Rundfunksektors, des Pressemarktes, des Werbemarktes, der Designwirtschaft oder der Filmwirtschaft agieren.

„Bremen ist im klassischen Sinne kein Medienstandort wie Hamburg, Köln oder München. Aber es gibt eine Kreativwirtschaft und darin eingebettet eine Medienlandschaft mit Playern wie Radio Bremen und dem Weser-Kurier. Wir sind hier sehr gut vernetzt – Kleinheit kann auch ein Vorteil sein.“

Kennzahlen

Mit Blick auf den öffentlich-rechtlichen Rundfunksektor in Deutschland ist Radio Bremen mit Abstand die kleinste unter den Landesrundfunkanstalten. So liegen die jährlichen Erträge aus Rundfunkbeiträgen entsprechend der Vorgaben der Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten (KEF) bei anteilig 1,56 Prozent am gesamten Beitragsaufkommen und damit deutlich hinter dem Saarländischen Rundfunk (1,98 Prozent) und weit hinter den großen Anstalten wie dem WDR (20,43 Prozent) oder dem NDR (17,12 Prozent).⁸²

Auch im Hinblick auf die Mitarbeiterkapazitäten bildet Radio Bremen im Vergleich die kleinste Anstalt mit einem Anteil von weniger als einem Prozent am gesamten fest angestellten Personal der neun ARD-Rundfunkanstalten. Hinzu kommen freie Mitarbeiter, deren Anteil an den freien Mitarbeiterkapazitäten aller ARD-Anstalten mit rund zwei Prozent jedoch deutlich höher liegt.⁸³

⁸⁰ Vgl. Langer/Dienel (2019), S. 54.

⁸¹ Vgl. Bremische Landesmedienanstalt (o.J.).

⁸² Inklusive Finanzausgleich, KEF (2020), S. 337.

⁸³ Vgl. KEF (2020), S. 164 ff.

Der Altersdurchschnitt der fest angestellten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter entspricht mit 49 Jahren in etwa dem der anderen Landesrundfunkanstalten. Der Frauenanteil unter den festen Mitarbeitenden weist mit 64,4 Prozent⁸⁴ mit Abstand den höchsten Wert unter den Landesrundfunkanstalten auf⁸⁵. Der Anteil von Frauen in Führungspositionen liegt mit rund 43 Prozent⁸⁶ deutlich darunter, zeigt aber im Verlauf der vergangenen fünf Jahre einen deutlichen Trend nach oben und hat sich im Verlauf der vergangenen zehn Jahre nahezu verdoppelt⁸⁷. Die Quote der Teilzeitbeschäftigten in Festanstellung liegt mit fast 40 Prozent weit über dem Schnitt der Rundfunkanstalten. Rund 80 Prozent der Teilzeitbeschäftigten bei Radio Bremen sind Frauen.⁸⁸

Entwicklung Finanzsituation

Vor dem Hintergrund des strukturellen Wandels der Arbeitswelt im Mediensektor sind für die folgende fokussierte Betrachtung der jüngsten Entwicklung von Radio Bremen besonders die tief greifenden Umstrukturierungen von Bedeutung, die durch Änderungen der Finanzausgleichsregelungen im Rundfunkgebührensysteem ausgelöst wurden sowie der damit verbundene Standortwechsel von Radio Bremen in das Medienquartier im Bremer Stephanienviertel.

Der Finanzausgleich zwischen den ARD-Anstalten soll sicherstellen, dass aus der nach Maßgabe des Gesamtbedarfs der ARD-Anstalten festgesetzten einheitlichen Rundfunkgebühr einerseits die kleinen Anstalten trotz der geringen Zahl der Teilnehmer in deren Sendegebieten bedarfsdeckende Gebührenerträge erhalten und andererseits die großen Anstalten nicht mit Finanzmitteln ausgestattet werden, die über deren Finanzbedarf hinausgehen. Nach einem Beschluss der Ministerpräsidenten der Länder im

November 1999 wurden die Mittel für den ARD-internen Finanzausgleich schrittweise von 2,18 Prozent des gesamten Gebührenaufkommens auf ein Prozent zum Jahr 2006 gesenkt.⁸⁹ Ziel war es, einen „Rationalisierungsdruck“⁹⁰ insbesondere bei den kleinen Anstalten zu erzeugen – möglicherweise auch, um Modellbildungen für Rationalisierungsprozesse auch im Hinblick die großen Anstalten zu forcieren und zu erproben. Im Falle von Radio Bremen bedeutete dies für diesen Zeitraum eine Senkung der Einnahmen um jährlich fast ein Drittel.⁹¹

Um Radio Bremen auch unter diesen Rahmenbedingungen als eigenständige Landesrundfunkanstalt zu erhalten, waren umfassende Sparmaßnahmen erforderlich, die mit einer grundlegenden Neustrukturierung einhergingen. Als kurzfristige Maßnahmen wurden Kooperationen mit anderen Anstalten ausgebaut und das Programmangebot reduziert. Zudem wurde die Organisationsstruktur verändert und mehrere Betriebsbereiche in neu gegründete, privatwirtschaftliche Tochtergesellschaften ausgelagert, was einen „massiven Personalabbau“⁹² nach sich zog. So sank allein im Zeitraum von 1999 bis 2006 die Zahl der fest angestellten Beschäftigten um fast 40 Prozent.⁹³

84 Vgl. Radio Bremen (2020b).

85 Vgl. ARD Personalkennzahlen 2018. URL: https://www.ard.de/home/die-ard/fakten/Mitarbeiterinnen_und_Mitarbeiter_in_der_ARD/309568/index.html, letzter Zugriff: 03.07.2020.

86 Vgl. Radio Bremen (2020a).

87 Vgl. Radio Bremen (2020b).

88 Vgl. Radio Bremen (2019a).

89 Vgl. KEF (2007), S. 200 ff.

90 KEF (2003), S. 195.

91 Unternehmensmitteilung Radio Bremen vom 07.06.2007. URL: <https://m.radiobremen.de/unternehmen/presse/unternehmen/pressemitteilung5164.html>, letzter Zugriff: 26.06.2020.

92 KEF (2003), S. 195.

93 Vgl. Radio Bremen (2007).

Auslagerung in Tochtergesellschaften

Im Zuge der Spar- und Rationalisierungsmaßnahmen erfolgte im Zeitraum 2001 bis 2006 auch eine Reihe von Auslagerungen von Betriebsbereichen in eigenständige privatwirtschaftliche Gesellschaften, die zum einen Kosteneinsparungen durch die Möglichkeit außertariflicher Beschäftigung erlaubten und die zum anderen zusätzliche Einnahmen durch externe Aufträge generieren sollten.

2001 wurde die **Radio Bremen Media GmbH** gegründet, in der „Aktivitäten und Beteiligungen des Senders in den Bereichen Werbung, Medienservice und Medienproduktion zusammengefasst“⁹⁴ wurden – mit dem Ziel, „durch effektive Vermarktung und kostengünstige Dienstleistungen für Radio Bremen das Finanzergebnis der Muttergesellschaft zu verbessern“⁹⁵.

Mit Jahresbeginn 2006 nahm die **Bremer Bühnenhaus GmbH**⁹⁶ ihren Betrieb auf mit dem Schwerpunkt auf der Ausstattung von Film- und TV-Produktionen für Radio Bremen sowie für externe Auftraggeber.

Im selben Jahr folgte mit der Überleitung von fast einem Drittel der Festangestellten bei Radio Bremen die Auslagerung der gesamten Bereiche Produktion und Technik in die **Bremedia Produktion GmbH** mit den Gesellschaftern Radio Bremen und Bavaria Film GmbH. Auch hier sollen neben den Produktionen für Radio Bremen zusätzliche Einnahmen durch externe Aufträge generiert werden.⁹⁷

„Ich wüsste keine ARD-Anstalt, die noch gar nichts ausgegliedert hat. Aber Radio Bremen war aus der Not heraus eine der Ersten, die das so konsequent und in dieser Größenordnung gemacht haben. Das ist deutschlandweit einmalig.“

Das „neue“ Radio Bremen

Mit dem Ziel zusätzlicher langfristiger Kosteneinsparungen wurden – unterstützt durch eine ARD-Strukturhilfe in Höhe von rund 65 Millionen Euro – mit der Neuerrichtung eines Redaktions- und Produktionsgebäudes im Bremer Stephanienviertel und dem 2007 erfolgten Umzug dorthin die Betriebsflächen halbiert und die vormals standortlich getrennten Bereiche Hörfunk und Fernsehen unter einem Dach zusammengefasst.

Die Neustrukturierung am neuen Standort sollte genutzt werden, „nicht nur zu prüfen, wo und wie gespart werden kann, sondern vor allem auch zu den Überlegungen, wie ein moderner und zukunftsfähiger Sender gestaltet werden würde, wenn er ohne Rücksicht auf Bestehendes neu errichtet werden könnte“⁹⁸. Ziel war es, neben Kosteneinsparungen auch auf die bereits beschriebenen, durch die Digitalisierung ausgelösten Veränderungsprozesse der Medienlandschaft und den damit verbundenen neuen Anforderungen an Produktion, Inhalte und Verbreitungswege medialer Angebote zu reagieren und die Anstalt finanziell, strukturell, technisch und inhaltlich zukunftsfähig aufzustellen. Entsprechend sollten im neuen „Medienzentrum Radio Bremen“ auf technischer Ebene die Voraussetzungen für multimediales, vernetztes Arbeiten geschaffen werden sowie auf inhaltlicher Ebene künftig Fachredaktionen Inhalte in den Bereichen Hörfunk, Fernsehen und Internet tri- beziehungsweise crossmedial entwickeln, produzieren und distribuieren.

Der erklärte Weg war: Auf die Konvergenz der Medien folgt die „Konvergenz der Technik folgt [...] die Konvergenz der Redaktionen“⁹⁹.

94 Unternehmensmitteilung Radio Bremen vom 27.06.2002. URL: <https://m.radiobremen.de/unternehmen/presse/unternehmen/pressemitteilung458.html>, letzter Zugriff: 26.06.2020.

95 Radio Bremen (2019b), S. 28.

96 Gesellschafter: elko-Gruppe und Radio Bremen.

97 Zuletzt wurde in 2019 die Bremedia Produktion GmbH zur alleinigen Tochtergesellschaft von Radio Bremen und in 2020 mit der Radio Bremen Media GmbH verschmolzen. Vgl. hier KEF (2020).

98 Radio Bremen (2007).

99 Radio Bremen (2007).

„Der Neubau war eine Chance für einen Blick in die Glaskugel: Mit welchen Technologien, auf welchen Plattformen und wie wird die Arbeit in einer Rundfunkanstalt morgen und übermorgen stattfinden? Die Annahme war, dass die Arbeit immer vernetzter werden wird und durch die Internetplattform immer weniger zwischen Hörfunk und Fernsehen unterschieden wird. Der Neubau wurde deshalb mit einer komplett vernetzten Servertechnologie angelegt. Als kleinster Sender der ARD war Radio Bremen damit in Deutschland, aber auch europaweit ganz weit vorn.“

Crossmedia-Strategie

Neben dem seither erfolgten verstärkten strukturellen und inhaltlichen Ineinandergreifen der Hörfunk-, Fernseh- und Online-Angebote von Radio Bremen werden in den vergangenen Jahren auch Angebote für die crossmediale Verbreitung umgesetzt, die sich vornehmlich an jüngere Zielgruppen richten. So startete 2016 das crossmediale Programm NEXT, das sich an die Zielgruppe der 15- bis 25-Jährigen richtet.

Im selben Jahr begann in Zusammenarbeit mit externen Akteuren die Entwicklung und Produktion von Formaten für das non-lineare Jugendangebot „funk“ der ARD, das Social-Media-Kanäle beziehungsweise YouTube für die Verbreitung nutzt. Ein wesentlicher Player in diesem Bereich ist das „Y-Kollektiv“ der Sendefähig GmbH, deren Gründer und Mitarbeitende zum Teil aus ehemaligen (freien) Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern von Radio Bremen und anderen Rundfunkanstalten bestehen und mit Studios in Bremen und Berlin im Auftrag von Radio Bremen, aber auch für andere Sendeanstalten beziehungsweise Auftraggeber vornehmlich journalistische Web-Videoformate für eine junge Zielgruppe produzieren.

Aktuelle Finanzsituation

Trotz der Sparmaßnahmen blieb und bleibt die finanzielle Situation von Radio Bremen angespannt, wie die Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten wiederholt festgestellt hat. Als Reaktion auf eine „strukturelle Unterfinanzierung“ wurden deshalb 2008 zunächst zusätzliche

Maßnahmen zur finanziellen Entlastung vereinbart¹⁰⁰ und ab 2017 der Finanzausgleich von einem Prozent wieder auf 1,6 Prozent des Beitragsaufkommens angehoben¹⁰¹.

Durch diese Finanzhilfen sei zwar Radio Bremen als eine der kleineren Anstalten inzwischen auf „eine transparente und kalkulierbare Grundlage gestellt worden“, was „allerdings nicht die wirtschaftlich zunehmend herausfordernde Situation“ beseitige. Es sei für die Zukunft „Sache der Länder und der ARD, hierfür geeignete, langfristige und transparente Lösungen zu finden.“¹⁰²

Beschäftigungssituation

Die oben beschriebenen tief greifenden strukturellen Wandlungsprozesse spiegeln sich auch im Wandel der Tarif- und Honorarstrukturen bei Radio Bremen. Diese bilden eine Übergangssituation ab zwischen gewachsenen Tarifmodellen im öffentlich-rechtlichen Hörfunk und neuen Beschäftigungsstrukturen, die durch Auslagerungen, durch Verschiebungen von fester zu freier Mitarbeit sowie durch Neuordnungen aufgrund von sich ändernden Aufgabenbereichen, Anforderungen und Rahmenbedingungen gekennzeichnet sind. Eine detaillierte Aufschlüsselung dieser Prozesse kann im Rahmen dieser Untersuchung nicht vorgenommen werden. Beispielhaft sollen jedoch im Folgenden einige Entwicklungen skizziert werden.

100 Vgl. KEF (2009), S. 252; vgl. auch Übersicht der Finanzhilfen bis 2016 in KEF (2018), S. 284 ff.

101 Vgl. KEF (2016), S. 21.

102 Vgl. KEF (2020), S. 317 f.

Im Zuge der Auslagerungen von Betriebsbereichen in neu gegründete Gesellschaften wurde für die übergeleiteten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ein tariflicher Bestandsschutz vereinbart. Für Neueinstellungen, zum Beispiel aufgrund von altersbedingten personellen Wechsels oder durch Schaffung zusätzlicher Stellen, wurde jedoch „ein eigenständiger Tarifvertrag vereinbart, der in stärkerem Maße branchen- und ortsüblich war, als dies in einer Produktionsabteilung innerhalb von Radio Bremen der Fall gewesen wäre. Mit anderen Worten: Er war um etwa ein Drittel niedriger“¹⁰³. Ziel ist es, auf diesem Weg mittelfristig Personalkosten einzusparen, „denn sobald die nach RB-Tarif bezahlten Beschäftigten ausscheiden, können billigere Kräfte eingekauft werden“¹⁰⁴, wie ver.di kritisierte. Die Neueinstellungen sind demnach „was Arbeitsbedingungen und Gehälter/Honorare betrifft deutlich schlechter gestellt als ihre Kolleginnen und Kollegen bei Radio Bremen“¹⁰⁵. Zudem würde, wie auf dem Freienkongress 2018 in Bremen diskutiert wurde, „die Spaltung der Belegschaft in zwei Gruppen, die für gleiche Arbeit unterschiedlich bezahlt werden, [...] die alltägliche Arbeit [belasten]. Auch die Trennung der Interessenvertretungen (Personalrat bei der Sender-Mutter, Betriebsrat bei der Produktions-Tochter) schwäche die Position der Belegschaft. Parallel übrigens zur ohnehin traditionellen Spaltung in Festangestellte und Freie: Trotz der privaten Gesellschaftsform, die sich nicht auf ein redaktionelles Abwechslungsbedürfnis berufen kann, beschäftige Bremedia in nennenswerter Zahl freie Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter“¹⁰⁶.

Freie Mitarbeitende

Mit dem Abbau beziehungsweise der Auslagerung fester Stellen ging eine deutliche Erhöhung der Beschäftigung freier arbeitnehmerähnlicher Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter einher. Diese Entwicklung spiegelt sich bei allen Rundfunkanstalten, betrifft Radio Bremen jedoch in besonderem Maße. So liegt bei den Rundfunkanstalten insgesamt der Anteil der freien Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gegenüber dem fest angestellten Personal bei etwa 30 Prozent.¹⁰⁷ Demgegenüber ist bei Radio Bremen

der Anteil der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in freier, arbeitnehmerähnlicher Beschäftigung seit 2006 von unter 30 Prozent auf fast 50 Prozent¹⁰⁸ gestiegen.

Die Zahl der „freien freien“ Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, also ohne Status der Arbeitnehmerähnlichkeit, scheint bei Radio Bremen wie auch bei anderen Rundfunkanstalten eher gering zu sein. Jedoch differenzieren sich innerhalb der Gruppe der freien arbeitnehmerähnlichen Mitarbeitenden die Tarife beziehungsweise Honorare weiter aus. So wurde für die Redaktion des neu eingerichteten crossmedialen Angebots Bremen NEXT ein eigener Tarifvertrag abgeschlossen, der die Vergütung für arbeitnehmerähnliche Mitarbeitende regelt, die keine journalistische oder vergleichbare Ausbildung haben. Die Honorierung richtet sich demnach gestaffelt nach der Dauer ihrer Tätigkeit für Bremen NEXT.¹⁰⁹

Vergleichende Betrachtung

Insgesamt kann für den Bremer Rundfunksektor festgestellt werden, dass sowohl die tariflichen Löhne als auch die Vergütung für freie Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und auch (aufgrund der Marktdurchdringung von Radio Bremen) die im privatwirtschaftlichen Rundfunkmarkt gezahlten Gehälter und Honorare tendenziell niedriger als an anderen Standorten liegen. Dies gilt insbesondere im Vergleich mit größeren Medienstandorten. Allerdings sind im Hinblick auf die freien Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter die Tarifverträge der Rundfunkanstalten in ihren jeweiligen Rahmenbedingungen, zum Beispiel den Regelungen zu Umfang, Dauer, sozialen Ansprüchen oder Honorierung der Beschäftigung, so unterschiedlich, dass ein solcher direkter Vergleich kaum möglich ist.¹¹⁰

Für die Gewinnung und Bindung von Fachkräften am Standort Bremen scheinen jedoch neben tarifvertraglichen Besonderheiten in Bezug auf Beschäftigungssicherheit und Sozialleistungen auch Faktoren wie Arbeitsbedingungen, Arbeitsklima, Unternehmenskultur, die Möglichkeit zur Arbeit in

103 medienpolitik.net (2018).

104 Stengel (2005), S. 26

105 ver.di (2015a).

106 ARD-Freie (2018a).

107 Wert für 2017, ohne Personal in Gemeinschafts-sendungen, -einrichtungen und -aufgaben (GSEA) und Beteiligungsgesellschaften; vgl. KEF (2020), S. 147.

108 Wegen der Vergleichbarkeit mit den letzten verfügbaren Zahlen aus den KEF-Berichten wurde hier der Wert von 2017 zugrunde gelegt, vgl. Radio Bremen (2019a), S. 9. In 2019 unterscheidet sich das Verhältnis jedoch nicht wesentlich..

109 Vgl. Radio Bremen (2020a), S. 19.

110 Vgl. Langer/Dienel (2019), S. 25 ff.

verschiedenen Bereichen oder auch Erprobungs- und Gestaltungsspielräume bei der Entwicklung neuer Formate besonders relevant zu sein.

Entsprechend haben die arbeitnehmerähnlich Beschäftigten bei Radio Bremen Sozialleistungsansprüche, Sicherheiten und Möglichkeiten, die bei anderen Rundfunkanstalten nicht oder nicht im gleichen Umfang vorhanden beziehungsweise vertraglich fixiert sind.¹¹¹ Zu nennen sind hier beispielsweise die Zahlung eines Honorarausfalls ab dem ersten Krankheitstag (auch bei Krankheit des Kindes), Urlaubsanspruch, eine hohe Flexibilität im Arbeitsumfang bei gleichzeitiger garantierter Beschäftigung in Höhe von 80 Prozent des Verdienstes im Vorjahr sowie die Möglichkeit, im Rahmen der journalistischen Tätigkeit auch für andere Sender beziehungsweise Auftraggeber tätig zu sein.¹¹² Zudem liegt die Honorierung im Vergleich mit dem Verdienst der festen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bei Radio Bremen auf einem hohen, mindestens gleichwertigen Niveau.

Einer Radio-Bremen-internen Umfrage zufolge gibt mehr als die Hälfte der freien Mitarbeitenden an, lieber frei beschäftigt als fest angestellt zu sein. Dieser vergleichsweise gute Status ist auch darauf zurückzuführen, dass Radio Bremen in besonderem Maße auf eine enge und kontinuierliche Zusammenarbeit mit „seinen“ freien Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern angewiesen ist. Zum einen, weil rund die Hälfte der Belegschaft diesen Status hat, zum anderen auch, weil viele Redakteure und nahezu alle Reporter und Moderatoren, also die Gesichter und Stimmen von Radio Bremen, freie Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind.

„Im Vergleich mit anderen Rundfunkanstalten geht Radio Bremen verantwortungsvoll mit Freien um. Aber Radio Bremen ist auch vollständig von Freien abhängig.“

¹¹¹ Vgl. ARD-Freie (2018b).

¹¹² Vgl. Tarifvertrag Radio Bremen für arbeitnehmerähnliche Personen.

Interessenvertretungen

Der Stellenwert der arbeitnehmerähnlichen Beschäftigten zeigt sich auch in einem Beschluss des Oberverwaltungsgerichtes Bremen¹¹³, dass diesen im Jahr 2015 ein Mitbestimmungsrecht zusprach. Entsprechend wurden die Vertretungsrechte des Personalrats erweitert, zum Beispiel im Hinblick auf Dienstpläne, Arbeitszeiten oder das Mitbestimmungsrecht bei Fragen der Weiterbeschäftigung von arbeitnehmerähnlichen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern.

Auch die Zusammensetzung des Personalrats weist auf die Bedeutung dieser Beschäftigtengruppe hin: Ein Großteil der gewählten Vertreter sind arbeitnehmerähnliche Freie.¹¹⁴ Diese stellen einerseits einen großen Teil der Wahlberechtigten und haben andererseits aufgrund ihrer medialen Präsenz auch intern einen höheren Bekanntheitsgrad als ihre festangestellten Kolleginnen und Kollegen, die eher in Verwaltungsbereichen tätig sind.

Darüber hinaus ist der gewerkschaftliche Organisationsgrad jedoch eher gering. Nur eine Minderheit der festen oder freien Beschäftigten bei Radio Bremen ist Gewerkschaftsmitglied. Als Grund wird vermutet, dass viele sich durch die Arbeit des Personalrats und dessen als gut und konstruktiv beschriebenen Verhältnisses mit dem Arbeitgeber bereits ausreichend vertreten fühlen und eine weitergehende und beitragspflichtige Vertretung nicht für nötig halten.

„... aber ungesichert“

Dennoch müssen die beschriebenen, vergleichsweise guten Rahmenbedingungen für die arbeitnehmerähnlich Beschäftigten auch vor dem Hintergrund eingeordnet werden, dass das Entgegenkommen des Arbeitgebers Radio Bremen, wie auch das der anderen Rundfunkanstalten, ein freiwilliges und unsicheres ist.

„Die freien Journalisten sind nicht schlecht bezahlt, aber ungesichert.“

¹¹³ OVG: 6 LP 103/14; vgl. auch DJV (2016).

¹¹⁴ Vgl. M – Menschen Machen Medien (ver.di) (2019b).

So sind die Rahmenverträge befristet und können im Rahmen vertraglich geregelter Fristen, die sich nach der Beschäftigungsdauer richten, gekündigt werden. Zwar greift auch in diesem Fall eine 80-prozentige Einkommensgarantie in Bezug auf den Vorjahresverdienst. Es muss dabei jedoch berücksichtigt werden, dass im Bedarfsfall die Beschäftigung in einem vergleichsweise kurzen Zeitraum schrittweise so weit reduziert werden könnte, dass das Einkommen nicht mehr für eine Berufsausübung ausreichen würde.

„Die Politik hätte hier einen großen Steuerungshebel. Aber sie lässt solche Arbeitsbedingungen zweiter Klasse zu, weil Radio Bremen sonst in Finanzierungsschwierigkeiten kommt.“

Die Sonderregelung für Rundfunkanstalten zur Beschäftigung freier Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter war ursprünglich begründet mit der Möglichkeit zur Flexibilität bei Programmplanung und Programminhalten, um Vielfalt und Programmfreiheit der Sender zu gewährleisten. Dies hat jedoch auch (und möglicherweise vor allem) dazu geführt, dass die Rundfunkanstalten eine Flexibilität im Hinblick auf Beschäftigungsverhältnisse geschaffen haben, um auf sich ändernde finanzielle Rahmenbedingungen reagieren zu können.

Dass dieser strukturelle Wandel der Arbeitsverhältnisse im Rundfunksektor, der bei Radio Bremen möglicherweise prototypisch angestoßen wurde, in jedem Fall aber in besonderem Umfang stattgefunden hat, noch nicht den Endpunkt im Prozess einer Verlagerung von fester zu freier Beschäftigung darstellt, deutet sich im jüngsten Bericht der Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten an: „Die Anstalten können langfristig ihre Aufgaben nur dann wirtschaftlich erfüllen, wenn der Personalbereich effizient und effektiv gesteuert wird. [...] Durch die Beschäftigung von festem Personal und durch die tarifvertragliche Verfestigung der Freien Mitarbeit gehen die Anstalten langfristige Bindungen ein. Je höher die festen Bindungen sind, desto schwieriger ist die kurz- und

mittelfristige Anpassung an veränderte technische oder programmliche Anforderungen. Dies gilt umso mehr, da sich die Medienwelt in einem umfassenden Wandlungsprozess befindet.“¹¹⁵

3.3 Pressemarkt

Der Pressemarkt gehört, bezogen auf die Bruttowertschöpfung und den Umsatz, zu den größten Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland. Die 31.200 Unternehmen der Teilbranche erzielten in 2018 einen Umsatz von 29 Milliarden Euro und eine Bruttowertschöpfung von 12,5 Milliarden Euro. Die Kennzahlen¹¹⁶ weisen jedoch, ausgenommen die Bruttowertschöpfung, einen kontinuierlichen negativen Trend auf. So ging der Gesamtumsatz seit 2010 um 7,7 Prozent zurück, die Anzahl der Unternehmen um etwa sieben Prozent. Die Zahl der Kernerwerbstätigen sank im selben Zeitraum um rund zwölf Prozent, die Zahl der geringfügig Beschäftigten sogar um rund 42 Prozent. Signifikant für den Teilmarkt ist zudem der Trend hin zu einer deutlichen Konzentration der Umsätze auf wenige mittlere und Großunternehmen: Diese machen nur rund ein Prozent der Unternehmen im Pressemarkt aus, erwirtschaften dabei aber gut zwei Drittel des Umsatzes der gesamten Teilbranche.

Den relevantesten Wirtschaftszweig des Pressemarktes bilden im Rahmen des vorliegenden Berichtes die Verleger von Tageszeitungen. Sie bilden, bezogen auf den Umsatz und die Zahl der Kernerwerbstätigen, den größten Teilbereich und sind deshalb vor dem Hintergrund des strukturellen Wandels der Arbeitswelt von besonderem Interesse.

Entwicklungen und Trends im Zeitungsmarkt

In den vergangenen 20 Jahren ist der Zeitungsmarkt zunehmend unter ökonomischen Druck geraten. Diese Entwicklung ist auf eine Reihe von Faktoren zurückzuführen. Wesentlich ist dabei jedoch der durch die Digitalisierung ausgelöste Wandel in der Medienwelt, dessen Hintergründe und Auswirkungen bereits skizziert wurden. Dies gilt in besonderem Maße für die Tageszeitungen, die „sowohl bei

¹¹⁵ KEF (2020), S. 306.

¹¹⁶ Vgl. für die folgend genannten Kennzahlen BMWi (2019c) sofern nicht anders gekennzeichnet.

den redaktionellen Inhalten als auch bei der Werbung und den Kleinanzeigen erheblicher Konkurrenz ausgesetzt sind, die zu einer Schwächung ihrer Marktstellung geführt hat¹¹⁷.

So waren bis zur Jahrtausendwende die Werbeerlöse das Kerngeschäft der Presseverlage: Zwei Drittel der Einnahmen wurde bis dahin durch Anzeigen erzielt, lediglich ein Drittel durch den Verkauf von Zeitungen.¹¹⁸ Seitdem ist jedoch der Umsatz mit Anzeigen und Beilagen kontinuierlich zurückgegangen und macht heute nicht einmal mehr 40 Prozent der Gesamteinnahmen aus.¹¹⁹ „Als Werbemedium verliert die gedruckte Zeitung an Gewicht, weil viele Werbetreibende Strategien jenseits der traditionellen Medien entwickeln.“¹²⁰ Gleichzeitig gehen die Auflagen zurück – im genannten Zeitraum von 25 Millionen verkauften Tageszeitungen auf knapp 15 Millionen.¹²¹ Durch stetig steigende Verkaufspreise konnten die Umsatzeinbußen zwar teilweise ausgeglichen werden, auf der anderen Seite verstärken diese Preissteigerungen jedoch den Auflagenrückgang.¹²² In der Folge suchen die Verlage nach Möglichkeiten zur Rationalisierung und nach neuen Geschäftsmodellen.

So ist in der Produktion der „traditionelle Besitz von Druckereien [...] zu einem Ballast geworden“¹²³. Durch sinkende Werbebuchungen, Auflagenrückgang und geringerem Umfang der Zeitungen sind die Druckereien nicht mehr ausgelastet. „Eine Reihe von Verlagen hat sich daher in den letzten Jahren von den eigenen Druckereien getrennt oder sie sogar eingestellt [...]. Diese Entwicklung wird sich fortsetzen.“¹²⁴

Um weitere Kosten zu senken, findet zudem ein „Abbau von Redaktionsstellen auf allen Ebenen“¹²⁵ statt. „Die großen Verlagsgruppen haben Personal in ihren titelbezogenen Hauptredaktionen abgebaut und lassen stattdessen vermehrt von Zentralredaktionen die Seiten für ganze Ressorts einheitlich für alle Titel produzieren.“¹²⁶ Zu dieser „industriellen

Inhalte-Produktion“¹²⁷ werden Inhalte auch zunehmend automatisiert erstellt – bisher vor allem für Sportberichterstattungen, Nachrichtenspalten oder Digitalmedien.

Dieser Trend zur zentralen Produktion von Inhalten und zum Einkauf dieser externen redaktionellen Leistungen durch mehrere Zeitungsverlage zeigt sich auch auf dem regionalen und lokalen Zeitungsmarkt, wo komplette Lokalteile von mehreren Zeitungen vollständig übernommen werden.¹²⁸ Durch Fusionen, Übernahmen oder die komplette Einstellung von Zeitungen nimmt „die Zahl der Tageszeitungen, ihrer redaktionellen Ausgaben und der publizistischen Einheiten mit eigenem Mantelteil [...] stetig ab“¹²⁹. In der Folge wächst die Konzentration der Tagespresse auf wenige Verlagsgruppen, deren zehn größte inzwischen fast zwei Drittel der verkauften Gesamtauflage aller Tageszeitungen in Deutschland verlegen.

Der wirtschaftliche Druck führt also dazu, dass Redaktionen verkleinert werden, eigene Druckereien geschlossen werden und die Angebotsvielfalt der Zeitungen verknappt wird. „Damit werden sie zeitgleich für die verbliebenen Leserinnen und Leser sowie Werbetreibende weniger attraktiv“¹³⁰, was wiederum den finanziellen Spielraum für die Entwicklung und Erprobung neuer, tragfähiger Strategien und Angebote weiter einschränkt.

Eine Strategie der Tageszeitungen für den digitalen Markt ist der Verkauf von E-Papern. Im Verkauf von digitalen Zeitungen sehen viele Zeitungsverlage ihre Zukunft, zumal dies „die einzige nicht von Rückgängen geprägte Entwicklung bei den Tageszeitungen“¹³¹ ist. So wird inzwischen im Zeitungsmarkt insgesamt rund ein Zehntel der verkauften Auflage elektronisch vertrieben, bei den überregionalen Zeitungen schon fast ein Viertel¹³² – Tendenz steigend. Zwar fallen die Zuwächse im Vergleich zu früheren Jahren geringer aus, verzeichnen aber weiterhin stabile jährliche Steigerungen. Die höheren Vertriebs Erlöse in diesem Segment können jedoch die Verluste durch sinkende Werbeeinnahmen und zurückgehende Auflagen nur teilweise ausgleichen.¹³³

117 HBI (2017), S. 16.

118 Vgl. Röper (2018).

119 Vgl. Röper (2019).

120 BDZV (2019), S. 19.

121 Vgl. Artus (2019).

122 Vgl. Röper (2019); vgl. auch BDZV (2019).

123 Röper (2019), S. 14.

124 Röper (2019), S. 14; vgl. auch BDZV (2019).

125 Röper (2018), S. 219.

126 HBI (2017).

127 Vgl. Artus (2019).

128 Vgl. Röper (2018).

129 HBI (2017), S. 223.

130 Ballwieser (2019), S. 228.

131 Röper (2018), S. 217.

132 Vgl. BDZV (2019), S. 20.

133 Vgl. Röper (2018), S. 216 ff.

Auch Paid-Content-Modelle – ‚von der ‚harten‘ Bezahlschranke, bei der alle Inhalte kostenpflichtig sind, über Mischformen, bei denen Inhalte in verschiedenen Umfängen frei zugänglich beziehungsweise zahlungspflichtig sind, bis hin zu Spendenmodellen, die freiwillige Zahlungen vorsehen¹³⁴ – liefern bisher wenig Erlöse aufgrund der geringen Zahlungsbereitschaft der Internetnutzer für Online-Nachrichten.

Eine weitere Strategie zum Ausbau der Vertriebsgeschäfte entlang der bereits vorhandenen Wertschöpfungsketten ist, neben dem Betrieb von Druckereien, das Angebot von Postdienstleistungen (Citipost, PIN Mail) unter Nutzung des ohnehin vorhandenen Zustellernetzes. Durch die Einführung des Mindestlohns war dies jedoch ‚bislang nicht das große Geschäft‘¹³⁵ – trotz einer gesetzlichen Übergangsregelung für die Branche der Zeitungszustellungen¹³⁶.

Dazu verfolgen die großen Medienunternehmen Crossmedia-Strategien (zum Beispiel Podcast- und Videoangebote oder Nachrichtenportale) und betreiben weitere Online-Aktivitäten. So wurde beispielsweise das Rubrikengeschäft mit Anzeigen zum Immobilien-, Kfz- oder Stellenmarkt ins Internet transferiert. Jedoch sind damit nur die großen Medienkonzerne erfolgreich, da ‚lokale und regionale Zeitungsunternehmen [...] vielfach mit ihren begrenzten Verbreitungsgebieten dafür zu klein [waren]. Versuche, über gemeinsame Aktivitäten Größenvorteile zu erreichen, kamen oft zu spät‘¹³⁷.

Zu diesen Geschäftsmodellen der Tageszeitungen, die deren Reichweite und Marke nutzen, kommen auch weitere, ‚diagonale‘ Diversifizierungsstrategien mit Unternehmenskooperationen in branchenfernen Geschäftsfeldern, wie zum Beispiel Tourismus, Fahrradverleih oder Ähnliches.

Arbeitsmarkt Zeitungsbranche

Im Wirtschaftszweig der Zeitungsverlage schätzt der Monitoringbericht Kultur- und Kreativwirtschaft der Bundesregierung die Zahl der Kernerwerbstätigen für 2018 auf insgesamt 41.430 Personen, was einem Anteil von knapp 30 Prozent an der Gesamtzahl der Kernerwerbstätigen im Pressemarkt entspricht (143.470).¹³⁸ Damit bilden die Zeitungsverlage in dieser Hinsicht den deutlich größten Wirtschaftszweig im Teilmarkt.

Die Anzahl der Journalistinnen und Journalisten, die für Zeitungen in Deutschland tätig sind, hat insgesamt abgenommen. Dies betrifft sowohl die Festangestellten als auch die hauptberuflichen freien Journalisten. Laut den Studien von 2006 und 2017 zum Journalismus in Deutschland ist die Zahl in diesem Zeitraum von rund 14.000 festen und 3.000 freien Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern¹³⁹ auf rund 9.000 feste und 2.500 freie Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gesunken.¹⁴⁰

Löhne und Gehälter werden bei den Zeitungsverlagen, wie insgesamt im Mediensektor, vor allem bei den großen Unternehmen traditionell durch Tarifverträge geregelt. Insgesamt wird jedoch eine rückläufige Bedeutung von Tarifverträgen festgestellt, die im Mediensektor und hier besonders bei den Zeitungsverlagen besonders ausgeprägt ist: ‚... zahlreiche Medienunternehmen sind bestrebt, sich aus der Tarifbindung zu lösen. Neben dem Austritt aus einem Arbeitgeberverband wird seit einigen Jahren auch eine Fortdauer der Mitgliedschaft, aber ohne Tarifbindung, praktiziert. Mit der sog. OT [= ‚ohne Tarifbindung‘]-Mitgliedschaft können die Unternehmen das Serviceangebot und die gemeinschaftliche Interessenvertretung des Verbandes weiterhin nutzen, ohne zur Einhaltung der vom Verband ausgehandelten Tarifverträge verpflichtet zu sein.‘¹⁴¹

Die Journalistenverbände sprechen in diesem Zusammenhang von ‚Tarifflucht‘ und kritisieren, dass immer mehr Zeitungsverlage versuchen, die Tarifbindung zu umgehen. Demnach gehören neben der OT-Mitgliedschaft im Arbeitgeberverband auch das Outsourcen von Redakteuren in eigenständige, nicht tarifgebundene Gesellschaften und der Einsatz von Leiharbeitnehmern zu den Strategien der

134 HBI (2017), S. 94.

135 Röper (2019), S. 14.

136 Vgl. HBI (2017), S. 142.

137 Röper (2019), S. 14.

138 Vgl. BMWi (2019c).

139 Vgl. Weischenberg et al. (2006).

140 Vgl. Steindl et al. (2017), Schätzwert für 2014/15.

141 HBI (2017), S. 138.

Zeitungsverlage.¹⁴² Eine aktuelle Branchenanalyse stellt fest, dass sich in der Folge „die Arbeitsbedingungen in der Branche immer weniger an den Standards der Flächentarifverträge [orientieren]. Die Restrukturierungsprozesse, d. h. die funktionale sowie horizontale Zergliederung der Unternehmen haben in mehrerlei Hinsicht nachteilige Folgen für Beschäftigte. So nimmt die Durchsetzungsmacht kollektiver Interessenvertretungen infolge von Betriebsteilungen sowie Neugründungen sukzessive ab. Der sinkende gewerkschaftliche Organisationsgrad führt schließlich zu einer weiteren Abnahme der Durchsetzungsfähigkeit der Gewerkschaft, wodurch Tarifabschlüsse erschwert werden“¹⁴³.

Darüber hinaus beschäftigen die Zeitungsverlage – wie auch die Rundfunkanstalten – ständige freie Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die aufgrund ihrer wirtschaftlichen Abhängigkeit als arbeitnehmerähnliche Personen gelten (könnten) und entsprechend Ansprüche auf Sozialleistungen und geregelte Vergütung haben. Im Tarifregister des Bundesministeriums für Arbeit und Soziales sind jedoch 40 von den 44 registrierten Tarifverträgen mit Regelungen für arbeitnehmerähnliche Personen „sogenannte Firmentarifverträge in Rundfunk und Fernsehen. Nur vier weitere Tarifverträge sind klassische Verbandstarifverträge, aus der Branche der Grafikerdesigner [...] und aus der Branche der Zeitungsverlage [...]“¹⁴⁴.

Das Gutachten zum Medien- und Kommunikationsbericht der Bundesregierung verweist hier auf den seit 2016 gültigen „Tarifvertrag für arbeitnehmerähnliche freie Journalistinnen und Journalisten an Tageszeitungen“ und stellt in diesem Zusammenhang ein „Problem der Scheinselbstständigkeit“¹⁴⁵ fest. Demnach hat es „hinsichtlich der Stellung der ‚ständigen freien Mitarbeiter‘, die ohne sozialversicherungspflichtige Anstellung als Pauschalisten in manchen Medienunternehmen in den Betriebsablauf integriert sind, Ermittlungen wegen Vorenthaltung von Sozialbeiträgen und auch Selbstanzeigen gegeben“¹⁴⁶. Laut Journalistenverbänden wurden die Vergütungsregelungen von vielen Zeitungsverlagen nicht umgesetzt und konnten nur im Einzelverfahren von Freien eingeklagt werden. In der Folge sei es auf Druck der Gewerkschaften zu einer Neuregelung gekommen, die es auch Gewerkschaften

erlaubte, gegen Tageszeitungen wegen Nichtanwendung der Vergütungsregelungen zu klagen. „Kaum sollte diese Regelung in Kraft treten, ‚kündigte‘ der Verlegerverband der Tageszeitungen die Vergütungsregeln. Klares Kalkül: Gibt es keine Vergütungsregeln mehr, gibt es auch kein Regelwerk, auf dessen Nichtanwendung eine Zeitung verklagt werden kann.“¹⁴⁷ Ob dies zulässig ist, ist noch ungeklärt. In diesem Zusammenhang wird konstatiert, dass der Gruppe der Solo-Selbstständigen in der gewerkschaftlichen Arbeit zwar eine „hohe Bedeutung beigemessen und die Vertretung ihrer Interessen auch im Rahmen gewerkschaftlicher Schulungs- und Beratungsangebote an Betriebsräte vermittelt“ wird, sich aber „eine Diskrepanz zwischen gewerkschaftlichem Vertretungsanspruch und betrieblicher Praxis in den Betriebsratsgremien“ andeutet und „freie Mitarbeiter als Handlungsfeld von Betriebsräten eine randständige Bedeutung zu haben scheinen [...]“. Dieser Diskrepanz gilt es sowohl gewerkschaftlich als auch betriebspolitisch nachzugehen“¹⁴⁸.

Dass eine Berücksichtigung sich wandelnder Arbeitswelten im Rahmen von Gesetzesänderungen und -novellen, auch auf den Medienbereich Auswirkungen hat, zeigt die Änderung des Arbeitnehmerüberlassungsgesetzes 2016 zur Abgrenzung von abhängiger und unabhängiger Beschäftigung. Während im 2017 veröffentlichten Gutachten zum Medien- und Kommunikationsbericht der Bundesregierung noch erklärt wird, dass es abzuwarten bleibt, ob es durch „ein solches Gesetz sowie verstärkte Kontrollen durch Rentenversicherungen und zuständige Behörden zur Übernahme freier Mitarbeiter in sozialversicherungsrechtliche Beschäftigungsverhältnisse oder zu Vertragsbeendigungen kommt“¹⁴⁹, verzeichnet der Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger in seinem Bericht zur wirtschaftlichen Lage der deutschen Zeitungen 2019 einen Anstieg der beschäftigten Redakteure um knapp zehn Prozent seit dem Jahr der Gesetzesänderung und führt dies auf eine offensichtliche „Tendenz in den Zeitungsverlagen, gute Redaktionsmitarbeiter durch langfristige Verträge ans Haus zu binden“¹⁵⁰ zurück.

142 Vgl. DJU (2020) und DJV (2020a).

143 Daum/Hoppe (2020), S. 7 f.

144 BMAS (2017), S. 174.

145 HBI (2017), S. 139.

146 HBI (2017), S. 139.

147 Aktions-Website von DJV und DJU (2019).

148 Daum/Hoppe (2020), S. 65.

149 HBI (2017), S. 143.

150 BDZV (2019), S. 30.

Wie bereits im Zuge des Abschnittes zu Entwicklungen und Trends im Mediensektor beschrieben wurde, haben sich für Journalistinnen und Journalisten die Aufgaben, Tätigkeiten und dafür geforderten Kompetenzen im Zuge des Medienwandels erheblich ausgeweitet. Entsprechend konstatiert das Gutachten zum Medien- und Kommunikationsbericht der Bundesregierung „gewandelte und gestiegene Leistungserwartungen an den Journalismus (etwa im Hinblick auf Partizipation, Transparenz, Investigation) in einer Zeit, in der die Ressourcen schon allein für das Aufrechterhalten des Routineprogramms knapp geworden sind“¹⁵¹. Die „zunehmend prekären Arbeitsbedingungen“¹⁵² für Journalistinnen und Journalisten führen dazu, dass viele von ihnen für mehrere Auftraggeber tätig sind und immer häufiger auch außerjournalistische Tätigkeiten zur Finanzierung des Lebensunterhaltes annehmen müssen.

Zugleich steigt der ökonomische Druck auf die Zeitungsverlage durch eine Vielzahl von neuen Konkurrenzen in einer sich wandelnden Medienwelt, die dazu führt, dass „Redaktionen ganz oder teilweise geschlossen werden mussten und Zeitungen mit Inhalten erscheinen, die teilweise bis weitgehend in Schwester- oder Zentralredaktionen erstellt werden [...]. Zudem haben [sic] seit der Jahrtausendwende eine Vielzahl von fest angestellten Redakteurinnen und Redakteuren im Rahmen von Umstrukturierungen ihre Arbeitsplätze verloren. Diese Phase der Umstrukturierung, der Fusionen und Aufgaben ist nicht abgeschlossen [...] und dürfte noch eine Weile anhalten“¹⁵³. Kritisiert wird in diesem Zusammenhang, dass im Gegensatz zum Rundfunk der Zeitungsmarkt trotz des grundgesetzlichen Auftrags an die Politik zum „Erhalt und im Ausbau einer vielfältigen Berichterstattung für den mündigen Bürger und Wähler“¹⁵⁴ weitgehend dem Markt überlassen wird. Die fortschreitende Pressekonzentration findet demnach nur wenig politische Beachtung: „Diese Medienpolitik ist auch nicht intensiviert worden, nachdem im Zuge der Föderalismusreform die Zuständigkeit für die Printmedien weitgehend vom Bund auf die Länder übergegangen ist.“¹⁵⁵

3.4 Fokus: Bremer Tageszeitungen

Im Bremer Pressemarkt bilden die Tageszeitungsverlage den wichtigsten Wirtschaftszweig. Demgegenüber sind im Bereich der Zeitschriften und Anzeigenblätter nur einzelne Marktakteure am Markt vertreten, die regional und teils auch national verbreitet werden¹⁵⁶, sowie wenige kleinere Marktakteure mit lokalen beziehungsweise regionalen Zeitschriftentiteln¹⁵⁷. Der Markt der Tageszeitungen ist jedoch aufgrund des Gesamtumsatzes und der Beschäftigtenzahlen sowie vor dem Hintergrund des strukturellen Wandels der Arbeitswelt von besonderer Bedeutung und soll im folgenden Abschnitt genauer untersucht werden.

Kennzahlen Tageszeitungen

Im Land Bremen bilden mit der Bremer Tageszeitungen AG („Weser-Kurier“, Verlagssitz Bremen) und der Ditzen-Gruppe („Nordsee-Zeitung“, Verlagssitz Bremerhaven) zwei Verlagsunternehmen den dominierenden Teil des Tageszeitungsmarktes, die zusammen 60 Prozent des Gesamtumsatzes und 88 Prozent der abhängig Beschäftigten im Pressemarkt stellen. Hinzu kommen kleinere Lokalredaktionen von weiteren regionalen und überregionalen Tageszeitungen, die eigenständige Lokalteile produzieren, deren verkaufte Auflage jedoch deutlich hinter den eingangs genannten Titeln liegt. Zu nennen sind hier die regionale „Kreiszeitung“ (Verlagssitz Syke) oder überregional die „taz.die tageszeitung nord bremen“ und „BILD Bremen“ (beide Verlagssitz Berlin).

¹⁵⁶ Zu nennen sind hier die KPS-Verlagsgesellschaft („Weser Report“ et al.) und der Verlag W. Wächter („Gartenfreund“ et al.) mit auflagenstärkeren Titeln laut IVW (Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V.).

¹⁵⁷ Gemeldete aktive Titel laut IVW (Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V.).

¹⁵¹ HBI (2017), S. 203.

¹⁵² Steindl et al. (2017), S. 421.

¹⁵³ Ballwieser (2019), S. 227.

¹⁵⁴ medienpolitik.net (2017).

¹⁵⁵ medienpolitik.net (2017).

Die wesentlichen Verbreitungsgebiete sind für den Weser-Kurier die Stadt Bremen und das angrenzende niedersächsische Umland, für die Nordsee-Zeitung die Stadt Bremerhaven und – mit nur wenigen Überschneidungen zum Verbreitungsgebiet des Weser-Kuriers – ebenfalls im niedersächsischen Umland.¹⁵⁸ Beide Tageszeitungen produzieren zusätzliche Regional- und Lokalteile für ihr jeweiliges Verbreitungsgebiet, die zum Teil auch als eigene Kopfausgaben des Weser-Kuriers beziehungsweise der Nordsee-Zeitung erscheinen und eigene Lokalredaktionen haben. Die verkaufte Auflage lag im ersten Quartal 2020 für den Weser-Kurier bei 128.303 Exemplaren (davon 14.802 als E-Paper) und für die Nordsee-Zeitung bei 47.740 Exemplaren (davon 4.341 als E-Paper).¹⁵⁹

Marktentwicklung

Der durch die Digitalisierung ausgelöste Wandel in der Medienwelt und der damit verbundene ökonomische Druck, unter dem insbesondere die Tageszeitungen stehen, spiegeln sich auch in Bremen.

Die verkaufte Auflage der beiden Tageszeitungen in Bremen ist seit der Jahrtausendwende um ein gutes Drittel gesunken – beim Weser-Kurier um 36,12 Prozent, bei der Nordsee-Zeitung um 35,12 Prozent.¹⁶⁰ Im Vergleich mit dem Branchentrend in diesem Zeitraum stehen die beiden Tageszeitungen in Bremen damit leicht besser da, unterscheiden sich aber nicht wesentlich von den Durchschnittswerten.¹⁶¹ Um die Verluste zumindest in Teilen auszugleichen wurden, wie auch bei anderen Zeitungsverlagen, die Bezugspreise sukzessiv erhöht.

Der Vertrieb von E-Paper-Auflagen in Bremen hat sich seit ihrer erstmaligen Erfassung in etwa verdreifacht¹⁶² und macht inzwischen etwa ein Zehntel der insgesamt verkauften Auflage aus, was dem Branchenschnitt entspricht. Die höheren Vertriebs Erlöse durch den elektronischen Vertrieb können aber auch bei den Bremer Tageszeitungen die Verluste durch Auflagenrückgang und rückläufige Werbeeinnahmen nicht kompensieren. So sind analog zum Branchentrend die Werbeerlöse durch Anzeigen und Beilagen auch in Bremen kontinuierlich zurückgegangen – zuletzt mit einem „neuerlichen Einbruch“¹⁶³ beziehungsweise einem „deutlichen Anzeigenschwund“¹⁶⁴, wie in den Jahresabschlüssen der Verlagshäuser bilanziert wird. Der anteilige Rückgang der Werbeerlöse an den Einnahmen – bis zur Jahrtausendwende noch mit gut zwei Dritteln der Einnahmen das Kerngeschäft der Presseverlage¹⁶⁵ – spiegelt sich deckungsgleich in Bremen: „Unsere Erlöse generieren sich zu 40 Prozent aus Werbung und zu 60 Prozent aus dem Verkauf unserer Zeitung und unserer digitalen Inhalte.“¹⁶⁶

Die in dieser Untersuchung im Abschnitt zu den Entwicklungen und Trends im Zeitungsmarkt beschriebenen Entwicklungen lassen sich somit umfangreich auf die Situation in Bremen übertragen.

„Weser-Kurier und Nordsee-Zeitung stehen vor ähnlichen Schwierigkeiten wie der Rest der Branche. Die Abos und Auflagen gehen zurück, die Werbeumsätze brechen ein. Der Online-Bereich wird bedient, läuft aber nicht gut.“

¹⁵⁸ Onlineatlas der Zeitungen: Verbreitungsgebiete Weser-Kurier (Gesamtausgabe) und Nordsee-Zeitung (Gesamtausgabe). URL: <http://onlineatlas.die-zeitungen.de/Atlas.aspx>.

¹⁵⁹ Jeweils verkaufte Auflage Gesamt (Mo.–Sa.) für Q1/2020 laut IVW. Der Weser-Kurier erscheint zusätzlich als Sonntagsausgabe mit vergleichbaren Auflagenzahlen.

¹⁶⁰ Vergleich Q1/2000 und Q1/2020, jeweils Gesamtausgabe (Mo.–Sa.) laut IVW.

¹⁶¹ Vgl. statista (2020).

¹⁶² Anteile E-Paper an der verkauften Auflage ab Q2/2012 (Weser-Kurier Gesamtausgabe Mo.–Sa.) beziehungsweise Q2/2013 (Nordsee-Zeitung Gesamtausgabe Mo.–Sa.) laut IVW.

¹⁶³ BTAG (2020).

¹⁶⁴ Ditzen (2020).

¹⁶⁵ Vgl. Röper (2019).

¹⁶⁶ Ditzen-Blanke (2020).

Verlagsstrukturen

Weser-Kurier und Nordsee-Zeitung gehören zu der abnehmenden Zahl von Regionalzeitungen, die noch nicht zu einer der großen Verlagsgruppen gehören, sondern von einem inhabergeführten Verlagshaus herausgegeben werden. Dieser Status ist eine Besonderheit und steht einem bundesweiten Trend entgegen. Dies ist deshalb als Hintergrund relevant, da die weitere Darstellung der Rationalisierungsmaßnahmen, der Verlagsstrategien, der Beschäftigungssituation und der Stellung der Vertretungen auch im Vergleich mit der Gesamtentwicklung der Branche gesehen werden muss.

So hat die bereits eingangs sowie im Abschnitt zum deutschen Pressemarkt skizzierte Gesamtentwicklung im Hinblick auf zunehmenden ökonomischen Druck durch sinkende Verkaufsauflagen und Werbeeinnahmen zuletzt zwar „nicht zu einem ‚Zeitungssterben‘“¹⁶⁷ geführt, aber „eine ungewöhnlich große Zahl von Fusionen [...] hat die horizontale Konzentration in der Branche sprunghaft steigen lassen. [...] Inzwischen werden 61,6 Prozent der verkauften Gesamtauflage der Tagespresse von den Top 10 der Branche verlegt“¹⁶⁸.

Demgegenüber stehen die vergleichsweise „kleinen“ inhaber- beziehungsweise mehrheitsgeführten Muttergesellschaften und Eigentümerstrukturen der Bremer Tageszeitungen.¹⁶⁹ Eine großflächige und titelübergreifende Zentralisierung beziehungsweise Zusammenlegung von Redaktionen, technischer Produktion, Verwaltungs- und Vertriebsstrukturen sowie durch Auslagerungen mit eigenen Tarifkonstruktionen verursachten Rückgang der Mitbestimmung, wie sie im Rahmen von Rationalisierungsmaßnahmen der großen Verlagsgruppen erfolgen, hat deshalb in Bremen bisher nicht im gleichen Umfang stattgefunden. Dennoch spiegelt sich dieser bundesweite Trend – in kleinerem Maßstab, aber nach ähnlichem Prinzip – auch im Bremer Pressemarkt.

„Es ist überall schlimm, in Bremen vergleichsweise weniger schlimm. Das liegt wahrscheinlich daran, dass hier keine großen Medienhäuser hinter den Zeitungen stecken, die alles vor sich herreiben. In einer solchen Struktur ist es sehr viel schwerer, sich gegen etwas zu wehren.“

„Die Situation in Bremen ist noch familiärer als woanders, die Kommunikation ist besser, die Betriebe sind nicht so groß.“

Redaktionelle Kooperationen und Auslagerungen

Auch wenn die Bremer Tageszeitungen nicht zum Verbund eines der großen Medienhäuser gehören, haben sich vergleichbare strukturelle Verknüpfungen im Markt der lokalen und regionalen Tageszeitungen der Region Bremen/Niedersachsen im Hinblick auf redaktionelle Kooperationen beziehungsweise einen „An- und Verkauf“ von redaktionellen Leistungen entwickelt. Diese komplexen Strukturen und Wechselbeziehungen vollständig abzubilden, ist im Rahmen dieser Untersuchung nicht möglich. Einige sollen jedoch folgend exemplarisch aufgeführt werden, um Rationalisierungs- und Zentralisierungsprozesse der regionalen Zeitungsverlage auch im redaktionellen Bereich zu verdeutlichen.

¹⁶⁷ Röper (2018), S. 216.

¹⁶⁸ Röper (2018), S. 233.

¹⁶⁹ Vgl. auch Heimeier (2013), S. 218.

Der Weser-Kurier ist – neben der Kopfausgabe Bremer Nachrichten – auch mit Regionalausgaben im Bremer Umland vertreten. Derzeit sind sechs Titel gemeldet¹⁷⁰, die mit kleineren Redaktionen Lokal- und Regionalnachrichten produzieren und im Weiteren redaktionell mit dem Weser-Kurier kooperieren beziehungsweise den Mantelteil von diesem beziehen. Ein großer Teil der regionalen Inhalte wird dabei allerdings vom „Pressedienst Nord“ erstellt, in den als Tochtergesellschaft der „Bremer Tageszeitungen AG“ bis 2016 nahezu alle Außenredaktionen ausgelagert wurden.¹⁷¹ Für den überregionalen Teil lässt sich der Weser-Kurier wiederum Berichte oder ganze Seiten für den überregionalen Teil vom „Tagesspiegel“ (Berlin) sowie vom „Redaktionsnetzwerk Deutschland“ zuliefern. Letzteres beliefert als Zentralredaktion über 50 Tageszeitungen in Deutschland und ist ein Tochterunternehmen einer der größten deutschen Mediengruppen.

Auch die Nordsee-Zeitung ist auf vielfältige Weise mit anderen Zeitungstiteln und Redaktionen verknüpft. Bereits 1971 wurde die „Redaktionsgemeinschaft Nordsee“ gegründet. Insgesamt neun Lokal- und Regionalzeitungen beziehen in diesem Verbund ihren redaktionellen Mantelteil von der Nordsee-Zeitung. Dazu gehören auch die „Zevener Zeitung“ und die „Kreiszeitung Wesermarsch“, die Tochtergesellschaften der Ditzen-Gruppe sind. Ein großer Teil der im Verbund kooperierenden Titel wird zudem im „Druckzentrum Nordsee“ gedruckt, das ebenfalls zur Ditzen-Gruppe gehört.¹⁷² Die Redaktionsgemeinschaft Nordsee wiederum kooperiert seit 2016 mit der „Neuen Osnabrücker Zeitung“, die „den Verbund [...] mit Berichten über die Bundespolitik aus Berlin und die niedersächsische Landespolitik aus Hannover beliefern“¹⁷³. Für die Redaktion der Nordsee-Zeitung ist seit 2009 allerdings im Haustarifvertrag vereinbart, dass während der Laufzeit „keine Auslagerung der Redaktion oder Teilen der Redaktion [...] der Nordsee-Zeitung in eine andere Gesellschaft“¹⁷⁴ stattfindet.

Weitere Auslagerungen in Tochtergesellschaften und neue Geschäftsfelder

Die Auslagerungen von weiteren Betriebsbereichen der Bremer Tageszeitungsverlage und deren teilweise Wiedereingliederung, betreffend zum Beispiel den Online-Vertrieb oder das Anzeigengeschäft, lassen sich im Rahmen dieser Untersuchung nicht vollständig darstellen. Folgend sollen aber Auslagerungsprozesse in den Bereichen Druck und Zustellung exemplarisch skizziert werden.

Die Verlagsdruckereien sind – entsprechend dem bereits im Abschnitt zu den Trends im Zeitungsmarkt dargestellten Entwicklungen – auch in Bremen bereits in eine eigene Tochtergesellschaft ausgelagert beziehungsweise sollen in Kürze geschlossen und Druckaufträge extern vergeben werden. Im Falle der Nordsee-Zeitung wurde 2008 mit dem Betriebsbeginn des „Druckzentrums Nordsee“ die Produktion ausgelagert und eine eigenständige Gesellschaft gegründet, die 2016 wieder mit der „Nordsee-Zeitung GmbH“ verschmolzen wurde.

„Für die Arbeitnehmer war die Abspaltung sehr zum Nachteil. Das Lohnniveau ist sehr stark gesunken, es gibt keine Tarifbindung.“

170 Für die Bremer Tageszeitung AG gemeldete aktive Titel laut IVW. Vgl. auch Mediadaten Weser-Kurier vom 01.07.2019.

171 Vgl. DJV (2020a).

172 Vgl. Nordsee-Zeitung (Über uns).

173 NOZ (2016).

174 DJV/ver.di-Tarifvertrag vom 25.11.2009.

Mit Blick auf den Weser-Kurier hat die Bremer Tageszeitungen AG angekündigt, zum Ende des Jahres 2020 „ihre Druckerei in Bremen-Woltmershausen [...] zu schließen. Rückläufige Auflagen führten zu Überkapazitäten und Preisverfall, daher sei das eigene Druckhaus wirtschaftlich nicht sinnvoll, teilte die BTAG mit. Die Druckaufträge für Weser-Kurier, Bremer Nachrichten und Verdener Nachrichten sollen stattdessen an die Druckhaus Delmenhorst GmbH vergeben werden.“¹⁷⁵ Nach Angabe der Gesellschaft sind davon etwa „80 festangestellte Arbeitskräfte betroffen. Laut Betriebsrat kommen noch 40 bis 50 Teilzeitkräfte dazu“¹⁷⁶.

Der Bereich der Zustellung ist verknüpft mit Post- und Logistikdienstleistungen als neuen Geschäftsmodellen entlang der bereits vorhandenen Wertschöpfungsketten der Zeitungsverlage. Auch hier spiegelt sich in Bremen eine bundesweite Entwicklung wider, die in den allgemeinen Trends im Zeitungsmarkt bereits skizziert und folgend noch einmal im Hinblick auf die komplexe Verknüpfung von Post- und Logistikdienstleistungen beziehungsweise Zustellgesellschaften der Bremer Zeitungsverlage nachgezeichnet werden soll.

Ab der Jahrtausendwende eröffnete die schrittweise Aufhebung des Postmonopols ein neues Geschäftsfeld für die Zeitungsverlage, die „ihre Kompetenz und Ressourcen bei der Zustellung nutzen“¹⁷⁷ wollten. Nachdem es zunächst zur Gründung von zahlreichen lokalen und regionalen Zustellgesellschaften (unter anderem auch in Bremen mit der PPD Privater Postdienst GmbH) und schließlich zu einem bundesweiten Zusammenschluss in einer Holding (PIN Group AG) kam, mussten nach der Einführung des Mindestlohns zahlreiche Zustellgesellschaften (auch in Bremen) und in der Folge auch die Holding Insolvenz anmelden. Einige Verlage haben jedoch ihre ursprünglichen Zustellorganisationen wieder zurückgekauft und ausgebaut.¹⁷⁸ Dazu gehörte auch die Madsack Verlagsgesellschaft (Hannover) mit der Citipost GmbH.

Heute ist mit der Citipost GmbH eine Vielzahl von eigenständigen Gesellschaften im Rahmen einer Markenpartnerschaft verbunden – darunter auch die „Citipost Bremen“ der Nordwest-Mail GmbH, die seit 2019 ein alleiniges Tochterunternehmen der Bremer Tageszeitungen AG ist¹⁷⁹, sowie die „Citipost Nordsee“ als Tochterunternehmen der Ditzgen-Gruppe beziehungsweise der Nordsee-Zeitung.

Die Zustellgesellschaften wiederum stehen mit den genannten Postdienstleistungs-Gesellschaften wie auch mit weiteren Logistikdienstleistungen von Tochterunternehmen der Bremer Zeitungsverlage in Verbindung – sowohl durch Beteiligungsstrukturen als auch durch Beschäftigte, die teils im Rahmen von „Hybrid-Zustellungen“ neben Zeitungen auch andere Produkte wie Briefe und Werbesendungen austragen.¹⁸⁰ Die genaue Zahl der Zustellerinnen und Zusteller, die in Bremen beziehungsweise der Region tätig sind, lässt sich nicht feststellen, da sich zum Beispiel im Fall der Bremer Tageszeitungen AG die Gesamtzahl auf verschiedene Gesellschaften verteilt. Die größte beschäftigt derzeit etwa 1.500 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, zumeist in Teilzeit oder im Rahmen von Minijobs.¹⁸¹ Die Nordsee-Zeitung beschäftigt eigenen Angaben zufolge selbst rund 300 Zustellerinnen und Zusteller¹⁸² sowie weitere bei den Regionalzeitungen der Tochtergesellschaften.¹⁸³ Insgesamt sind hier rund 1.000 in Teilzeit oder Minijobs beschäftigt.¹⁸⁴

Als ein abschließendes Beispiel für die im Abschnitt zu Entwicklungen und Trends im deutschen Zeitungsmarkt genannte „diagonale“ Erweiterung der Geschäftsfelder ist das Fahrradverleihsystem „WK-Bike“ der Weser-Kurier Mediengruppe beziehungsweise der Bremer Tageszeitungen AG zu nennen. In Lizenz des bundesweiten Anbieters „Nextbike“ sowie in Kooperation mit der Bremer Straßenbahn AG ist das Angebot seit 2018 am Markt und soll eine neue Erlösquelle im Werbe- und Vertriebsmarkt eröffnen.

179 DJU Quartalsbericht Übernahmen Medienwirtschaft vom 19.07.2019.

180 Vgl. hier auch im Zusammenhang der Entwicklung zum Mindestlohn: ver.di (2015b).

181 Vgl. Zusteller Bremen.

182 Vgl. Nordsee-Zeitung (Logistik).

183 Darunter Zevener Zeitung mit rund 100 und die Kreiszeitung Wesermarsch mit rund 60 Zustellerinnen und Zustellern. Vgl. Zevener Zeitung (Logistik) sowie Kreiszeitung Wesermarsch (Logistik).

184 Quelle: eigene Recherche.

175 Vollmers (2020).

176 MEEDIA (0219).

177 Stieler (2009), S. 29.

178 Vgl. Stieler (2009), S. 29.

Strategien für den digitalen Markt

Neben dem Vertrieb von E-Paper-Ausgaben der gedruckten Tageszeitungen verfolgen auch die Bremer Zeitungsverlage eigene Strategien, um zusätzliche Erlöse auf dem digitalen Markt zu erzielen. Wie auch im deutschen Zeitungsmarkt insgesamt fokussieren diese Strategien im Wesentlichen die Erhöhung der Reichweite durch den Ausbau der Onlinepräsenz und durch zusätzliche zielgruppenspezifische Portale, Paid-Content-Modelle für redaktionelle Inhalte sowie die Entwicklung und Implementierung von crossmedialen Angeboten.

auch Paid-Content Modelle für Inhalte des Weser-Kuriers schrittweise weiter etabliert werden sollen.¹⁸⁷

„Die Verlage testen nach dem Trial-and-Error-Prinzip. Bisher ist dabei keiner so richtig erfolgreich, bis auf die ganz großen Medienkonzerne.“

„Die Strategie war, sich zunächst auf ‚Mein Werder‘ zu konzentrieren. Es wurde viel Geld in die Hand genommen. Aber das wird jetzt wieder zurückgefahren, weil keiner dafür bezahlen wollte.“

Die digitalen Angebote des Weser-Kuriers umfassen derzeit zum einen das zentrale Online-Portal, auf dem Inhalte sowohl der zentralen Redaktionen als auch der regionalen Redaktionen erscheinen. Im Hinblick auf die crossmediale Verbreitung sind zudem neben einer App für das E-Paper weitere Apps mit zum Teil kostenpflichtigen Inhalten am Markt. Ein „wichtiger Baustein der digitalen Strategie, die auf bezahlpflichtige Services zu neuen Themen setzt“¹⁸⁵, war zudem das kombinierte Online- und App-Angebot „Mein Werder“. Hierfür wurde 2017, ausgestattet mit einer eigenen, elfköpfigen Redaktion, „die komplette Berichterstattung über die Werder-Bundesligaprofis in die konzerneigene Firma Weser-Kurier digital GmbH ausgelagert“¹⁸⁶. Anfangs waren die Inhalte kostenfrei zugänglich, nach und nach wurde jedoch eine Bezahlschranke eingeführt. Aufgrund von wirtschaftlichen Schwierigkeiten wurde das Vorhaben 2019 mit der Streichung eines Großteils der Redakteursstellen jedoch wieder deutlich zurückgefahren. Aktuell wird der Relaunch des Online-Portals vorbereitet, mit dem

Die Nordsee-Zeitung stellt auf ihrem Online-Portal bereits seit 2017 keine kostenfreien journalistischen Inhalte mehr bereit und bietet Zugang nur noch über ein E-Paper-Abonnement. Parallel wurde das Portal „nord24“ eingeführt, mit dem Ziel, über geschaltete Werbung Umsätze zu erwirtschaften. Darüber hinaus betreibt die Nordsee-Zeitung weitere zielgruppenspezifische Portale mit Schwerpunkt auf regionalen Geschichten und Produkten, zum Teil auch mit kostenpflichtigem Zugang. „Durch die Erschließung neuer Geschäftsmodelle im Digitalmarkt, auch mit Hilfe von Kooperationen, sowie neuer crossmedialer Produkte und Angebote im Magazinbereich werden weiterhin Ansätze verfolgt, die Erlösrückgänge im klassischen Druckbereich der Tageszeitung zu kompensieren“¹⁸⁸ heißt es dazu im Geschäftsbericht des Verlags.

„Insgesamt läuft es bei der Nordsee-Zeitung mit den digitalen Angeboten noch nicht so, wie man es sich vorgestellt hat.“

¹⁸⁵ kress news (2018).

¹⁸⁶ M – Menschen Machen Medien (ver.di) (2019a).

¹⁸⁷ Vgl. Vollmers (2020).

¹⁸⁸ Ditzen (2020).

Beschäftigungssituation

Die Beschäftigungsverhältnisse in den Bremer Zeitungsverlagen weisen eine große Bandbreite auf. Zum einen ist die jeweilige Situation abhängig von den Beschäftigungsbereichen, zum Beispiel durch unterschiedliche (Tarif-)Verträge in Redaktion, Verwaltung, Druck oder Zustellung, zum anderen abhängig davon, ob es sich um Altverträge oder Neueinstellungen handelt beziehungsweise ob die Beschäftigten in einer der ausgelagerten Tochtergesellschaften tätig sind. Eine genaue Aufschlüsselung ist aufgrund der komplexen Unternehmensstrukturen sowie aufgrund geringer Transparenz beziehungsweise fehlender Einheitlichkeit der zugänglichen Angaben zu Beschäftigtenzahlen und Beschäftigungsarten in diesem Rahmen nicht möglich. Insgesamt ist jedoch festzustellen, dass die Zahl der abhängig Beschäftigten (sozialversicherungspflichtig, geringfügig und kurzfristig) zwischen 2010 und 2019 im Land Bremen um über 40 Prozent auf noch knapp 2.800 geschrumpft ist. Als Grund hierfür kann neben Auslagerungen und Fremdvergaben (wie das Austragen von Zeitungen) auch angeführt werden, dass Tätigkeiten zusammengelegt werden, Journalistinnen und Journalisten heute also beispielsweise nicht nur schreiben, sondern auch fotografieren und so Arbeitsplätze wegfallen. Folgend soll ein Überblick der Beschäftigungsverhältnisse in den journalistischen Tätigkeitsbereichen der Bremer Verlagsgesellschaften auf Grundlage der verfügbaren Informationen¹⁸⁹ gegeben werden.

Der überwiegende Teil der beim Weser-Kurier und der Nordsee-Zeitung beschäftigten Redakteure arbeitet in einer festen Vollzeitstelle, nur wenige Mitarbeitende der Redaktionen sind teilzeitbeschäftigt. Die Vertragssituation der festangestellten Mitarbeitenden in den Verlagshäusern unterscheidet sich jedoch deutlich.

Im Falle des Weser-Kuriers hat sich der Verlag 2005 aus der Tarifbindung gelöst und ist für die kaufmännischen Angestellten und die zu diesem Zeitpunkt etwa 100 Redakteure¹⁹⁰ in die OT-Mitgliedschaft im Verlegerverband gewechselt. Den Mitarbeitenden bekannt wurde dies zunächst nicht, weil der Verlag die tariflichen Löhne für die bestehenden Verträge weiterzahlte. Allerdings wurden „seit 2006 [...] nach Angaben des Betriebsrats mit einer Ausnahme in der Redaktion neue Leute nur noch mit abgespeckten Verträgen oder als Leiharbeiter eingestellt“¹⁹¹. 2014 wurde eine Vergütungsordnung für Neueinstellungen mit dem Betriebsrat vereinbart, die an den Tarifvertrag angelehnt war – mit niedrigeren Gehältern und höherer Arbeitszeit. Die Altverträge sollten zunächst weiter bestehen bleiben. 2016 wurden die tariflichen Altverträge eingefroren¹⁹², sind nach einer erfolgreichen Klage vor dem Bundesarbeitsgericht in 2019 jedoch wieder in dynamischer Anpassung. Aktuell ist etwa die Hälfte der Mitarbeitenden nach altem Tarifvertrag beschäftigt, die andere Hälfte nach neuer Vergütungsordnung.

Bei der Nordsee-Zeitung werden die Mitarbeitenden nach einem Haustarifvertrag beschäftigt, der auf einige Leistungen aus dem Manteltarifvertrag verzichtet, dafür jedoch eine Beschäftigungssicherung sowie einen Ausschluss von Auslagerungen und Fremdvergaben beinhaltet. Damit ist die Nordsee-Zeitung nach Angabe von ver.di „eine der letzten nordwestdeutschen Tageszeitungen, die in fast allen Bereichen noch tarifgebunden ist und keine Leiharbeiter beschäftigt“¹⁹³. Allerdings ist die Verlagstochter mit der Zevener Zeitung ebenfalls in der OT-Mitgliedschaft.

Freie Mitarbeitende werden sowohl beim Weser-Kurier als auch bei der Nordsee-Zeitung beschäftigt. Sie machen jeweils etwa ein Drittel der insgesamt in den Redaktionen Beschäftigten aus. Nur wenige von ihnen sind hauptberuflich als Freie tätig, sondern nebenberuflich oder neben dem Studium, zum Beispiel im Rahmen lokaler Berichterstattung. Hinzu kommt ein Pool von Korrespondenten, die für mehrere Zeitungen arbeiten und deren Kosten unter

¹⁹⁰ Vgl. DJV (2020a).

¹⁹¹ Smolka (2014).

¹⁹² Vgl. Wolschner (2017).

¹⁹³ DRUCK+PAPIER (2015), S. 10.

¹⁸⁹ Quellen (soweit nicht anders angegeben): BTAG (2020), Ditzen (2020), eigene Recherchen.

diesen Verlagen geteilt werden. „Feste Freie“ beziehungsweise Arbeitnehmerähnliche werden seit der Änderung des Arbeitnehmerüberlassungsgesetzes im Jahr 2016 nicht mehr in den Redaktionen beschäftigt. Auch der Beschäftigungsumfang von Pauschalisten, die zum Beispiel als Editoren bei der Seitenplanung oder als freie Grafiker beim Layout arbeiten, ist seit der Gesetzesänderung zurückgegangen, da sie nicht mehr als zehn Tage im Monat beschäftigt werden dürfen, um nicht als Arbeitnehmer zu gelten. Die Honorare für freie Mitarbeitende sind sehr unterschiedlich und richten sich zum Beispiel bei Artikeln nach Art, Umfang und Ressortzugehörigkeit. Im Bereich Lokales, in dem die meisten freien Mitarbeiter tätig sind, wird ein Zeilenhonorar gezahlt.

„Die Zeilenhonorare sind so niedrig, dass man davon eigentlich nicht leben kann. Insgesamt ist die Tendenz, dass die Verlage die Honorare für Freie drücken. Eigentlich will man sie nicht mehr haben, die Budgets sind runtergefahren.“

Volontäre werden in beiden Verlagshäusern beschäftigt und durchlaufen im Rahmen ihrer Ausbildung auch Stationen in Verlags- beziehungsweise Medienhäusern in Bremen und anderen Städten. Die Zahl der Volontärsstellen wie auch der Volontärsbewerber ist jedoch tendenziell rückläufig.

„Der Berufsstand des Journalisten hat gelitten durch die Tariffucht der Verlage und sinkende Gehälter. Es wird immer schwieriger, gute Leute zu kriegen. Auch als Volontäre. Die Zahl derer, die sich das antun wollen, geht zurück.“

Interessensvertretungen

Der Organisationsgrad bei den Bremer Tageszeitungen ist aufgrund der komplexen Unternehmensstrukturen und der beschriebenen Auslagerungen in eigenständige Tochtergesellschaften sehr heterogen und hat stark abgenommen. Die Vielzahl von Betrieben mit unterschiedlichen Beschäftigungs-, Tarif- und Vertragsverhältnissen und jeweils eigenständigen Betriebsräten hat zu einer Fragmentierung geführt, die eine Abstimmung und Einigung zwischen den jeweiligen innerbetrieblichen Interessensvertretungen und Gewerkschaftsverbänden erheblich erschweren. Ein zusätzliches Hemmnis ist, dass die Redaktionen zwar einen vergleichsweise hohen Organisationsgrad aufweisen, die Beschäftigten aber auf zwei Gewerkschaften, DJV und DJU/ver.di, verteilen.

Im Fall der Bremer Tageszeitung AG hat sich ein Gesamtbetriebsrat gebildet, in dem auch die Zusteller vertreten sind. Die Gründung eines Konzernbetriebsrates hatte bisher aufgrund der komplexen Unternehmensstrukturen keinen rechtlichen Bestand. Der Betriebsrat der Nordsee-Zeitung vertritt zwar auch die Beschäftigten der Nordwestdeutschen Verlagsgesellschaft, die das Sonntagsjournal der Nordsee-Zeitung verlegt, nicht aber Beschäftigte anderer zugehöriger Verlage der Ditzen-Gruppe, wie zum Beispiel die der Zevener Zeitung.

„Der Betriebsrat der Nordsee-Zeitung hatte immer ein sehr lösungsorientiertes Verhältnis zur Geschäftsführung. Bei der BTAG ist das Fahrwasser unruhiger, der Betriebsrat hat es schwerer.“

4 — Die Corona-Krise und ihre Auswirkungen auf die Kultur- und Kreativwirtschaft

➔ Die im März 2020 in Deutschland und Bremen beschlossenen Maßnahmen zur Eindämmung der Corona-Pandemie zeigen nahezu in allen Wirtschaftsbranchen massive Auswirkungen. So ergab eine Unternehmensbefragung der Handelskammer Bremen zu Beginn des zweiten Quartals, dass die große Mehrheit der Unternehmen in Bremen und Bremerhaven als Folge der Corona-Pandemie erhebliche Umsatzeinbußen für das Gesamtjahr 2020 erwartet. In besonderem Maße betroffen sind dabei auch für Bremen wichtige Wirtschaftsbereiche wie Hotellerie und Gastronomie sowie Schlüsselindustrien aus den Wirtschaftszweigen des verarbeitenden Gewerbes und dem Bereich der maritimen Wirtschaft und Logistik.

Die Hotellerie und Gastronomie als vom Shutdown besonders stark betroffene Branche sieht demnach weitreichende Umsatzeinbußen für das laufende Jahr, wobei besonders schwerwiegend ist, dass entgangene Einnahmen auf Grund von feststehenden Betriebskapazitäten in der Regel nicht nachträglich kompensiert werden können. Stark betroffen ist auch der in Bremen wichtige Bereich des verarbeitenden Gewerbes mit der Automobilindustrie und deren Zulieferern, den Luft- und Raumfahrtunternehmen, der Schiffbaubranche, der Metallindustrie sowie der Stahlindustrie. So rechnet die IG Metall damit, dass durch die Folgen der Pandemie bis zu 20.000 Arbeitsplätze in Norddeutschland gefährdet sind. Demnach seien in „in den kommenden Wochen und Monaten [...] Konflikte um Einkommenseinbußen, Verlagerungen und Personalabbau bis hin zu Standortschließungen zu erwarten“¹⁹⁴.

Noch nicht absehbar ist, wie sich die Corona-Krise im Einzelnen auf die jeweiligen Unternehmen und deren Arbeitnehmer auswirken wird. Mit Blick auf den Automobilbau in Bremen war zuletzt bekannt geworden, dass Daimler „wegen der Corona-Krise noch deutlich mehr Stellen streichen [will] als bisher geplant“¹⁹⁵. Gleiches gilt für den Luft- und Raumfahrtkonzern Airbus, bei dem allein am Standort Bremen „441 Stellen auf der Streichliste“¹⁹⁶ stehen – mit Auswirkungen für den gesamten Wirtschaftszweig. Denn „wie bei den Werften hängt im Norden ein ganzer Wirtschaftszweig an Airbus, ein Netz von Zulieferern und Dienstleistern“¹⁹⁷. Entsprechend wird auch im Bereich der maritimen Wirtschaft mit „enormen Einbrüchen“¹⁹⁸ bei Schiffbau, Hafenwirtschaft und Schifffahrt gerechnet – laut Bremischer Hafenvertretung mit einem Umsatzrückgang von „20 bis 30 Prozent“¹⁹⁹. Im Bereich der Logistik ist die Situation ähnlich. Hier „sanken die Umsätze im Im- und Exportgeschäft der Spediteure in Bremen und Bremerhaven im ersten Quartal um 35 Prozent – in der Fluglogistik brach sogar knapp die Hälfte weg“²⁰⁰. Gerechnet wird damit, dass die Krise noch mindestens bis 2021 anhalten wird.

Die Bremer Kultur- und Kreativwirtschaft war unmittelbar zunächst in den künstlerischen Bereichen betroffen, da aufgrund der Kontaktbeschränkungen und Abstandsregeln sowohl der Produktions- als auch der Veranstaltungsbetrieb

195 Weser-Kurier (11.07.2020).

196 Jaklin (2020).

197 Jaklin (2020).

198 Süddeutsche Zeitung (2020).

199 BHV (2020).

200 buten un binnen (08.07.2020).

194 Boekhoff (2020).

weitgehend eingestellt werden musste.²⁰¹ Im Zuge der schrittweisen Lockerungen seit dem Ende des zweiten beziehungsweise dem Beginn des dritten Quartals 2020 konnte der Betrieb unter Auflagen zwar partiell wieder aufgenommen werden, die weiterhin bestehenden Beschränkungen im Hinblick auf Abstandsregeln und das zum Zeitpunkt dieser Berichterstellung weiterhin bestehende Verbot von Großveranstaltungen führen jedoch zu erheblichen Einschränkungen und Umsatzverlusten, deren Fortdauern auch für den weiteren Jahresverlauf erwartet wird. Erschwerend hinzu kommt, dass auch hier entgangene Umsätze nicht nachgeholt werden können.²⁰²

Neben den der Kultur- und Kreativwirtschaft zugeordneten Wirtschaftszweigen sind davon auch die verknüpften Wertschöpfungsketten betroffen: „Faktisch alle Unternehmen aus den Bereichen Messebau, Veranstaltungstechnik, Event- und Kongressmanagement, Catering, Bühnenbau, Messegesellschaft, Tagungshotel hätten derzeit 80 bis 100 Prozent Einnahmeausfall.“²⁰³ Auch langfristig werden nachhaltig negative wirtschaftliche Folgen befürchtet aufgrund von Störungen beziehungsweise Unterbrechungen von Produktions- und Wertschöpfungsketten sowie – vor dem Hintergrund der wirtschaftlichen Gesamtlage – eine Verschlechterung der Auftragslage und sinkende Honorare für kultur- und kreativwirtschaftliche Leistungen.²⁰⁴

4.1 Ausgangslage

Die Gesamtwirtschaft in Bremen hat sich bis zum Jahr 2019 über eine Dekade kontinuierlich positiv entwickelt und konnte in diesem Zeitraum mit der bundesweiten Entwicklung annähernd mithalten, wie die Zahlen des Bruttoinlandsprodukts (BIP) zeigen. In den Jahren 2018 und 2019 war der preisbereinigte Anstieg jedoch nur noch gering, erste Vorboten einer wirtschaftlichen Eintrübung zeichneten sich ab. Das Land Bremen befand sich schon vor Corona in einer Phase der konjunkturellen Abkühlung, vor allem in den stark exportorientierten industriellen Wirtschaftszweigen.²⁰⁵ Mit Beginn der Krise im März 2020 wird sichtbar, dass nun auch die inlandsbezogene Wirtschaft massiv in Mitleidenschaft gezogen wird.

Im Vergleich der Entwicklung vor und nach der Corona-Krise werden strukturelle Veränderungen erkennbar, die aller Voraussicht nach in erheblichem Ausmaß auf die Kultur- und Kreativwirtschaft zukommen werden. Die wirtschaftliche Lage der Kultur- und Kreativwirtschaft stellte sich im Jahr 2019 wie folgt dar: Der Umsatz hat sich seit 2016 kontinuierlich positiv entwickelt – dies gilt selbst dann, wenn die boomende Software-/Games-Industrie ausgeklammert wird. Die positive Umsatzentwicklung hat sich in den meisten Teilmärkten nach aktuellem Datenstand auch im Jahr 2019 fortgesetzt. Die Entwicklung bei Selbstständigen und Unternehmen war über die vergangenen Jahre insgesamt stabil, weist aber in einigen Teilmärkten eine gewisse Stagnation aus, die sich im Jahr 2019 fortgesetzt hat. Bei den Selbstständigen zeigen sich unterschiedliche Trends: Je stärker kulturell (Musik, darstellende Künste) orientiert der jeweilige Teilmarkt ist, desto schwieriger war es, den Bestand zu halten, je stärker kreativ der betroffene Teilmarkt ist, umso positiver ist die Entwicklung, wie zum Beispiel bei Design, Foto, Übersetzer und Software. Werbung und Verlage befinden sich bereits seit einiger Zeit in einer schwierigen Phase des strukturellen Umbruchs. Der Beschäftigungsmarkt ist fragil, insbesondere geht die Schere zwischen Vollzeit und Teilzeit weiter auseinander. Wird der Teilbereich Software-/Games-Industrie ausgeklammert, schrumpfte schon vor Corona die Zahl der Normalarbeitsplätze, während die atypische Arbeit zunimmt. Diese Entwicklung ist in Teilen schon im Jahr 2019 statistisch erkennbar gewesen.

201 Vgl. hier u. a. buten un binnen (04.04.2020).

202 Vgl. u. a. buten un binnen (31.05.2020); Weser-Kurier (14.07.2020).

203 taz-Nord (15.06.2020).

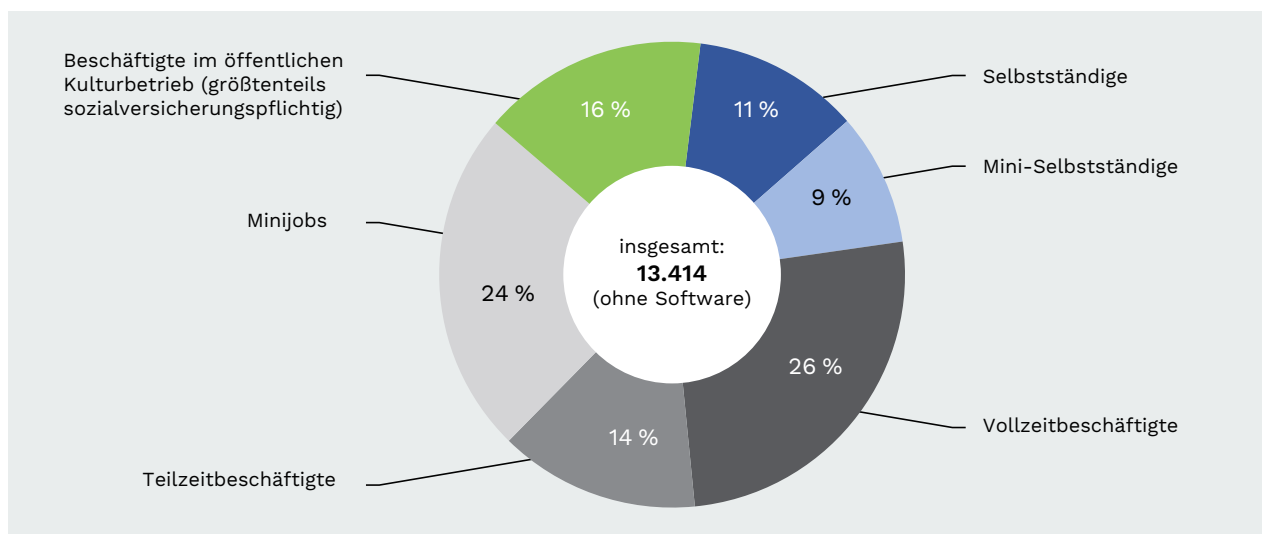
204 Vgl. Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes/Deutscher Kulturrat (2020).

205 Vgl. Peters (2020).

Der Arbeitsmarkt der Kultur- und Kreativwirtschaft ist – wie in vorherigen Kapiteln ausführlich dargestellt – ein zerklüfteter. Jenseits des Bereichs Software und Games prägen verschiedene Formen von Erwerbstätigkeit das Bild. Vergleichsweise hohe Anteile an (Mini-)Selbstständigen, an kurzfristiger und geringfügiger Beschäftigung und das simultane Arbeiten in verschiedenen Beschäftigungsformen zeugen von einem fragilen Arbeitsmarkt, der sich in der Corona-Krise als besonders anfällig erwiesen hat.

Abbildung 9:

Erwerbsformen in der Kultur- und Kreativwirtschaft im Land Bremen 2018



Quelle: Statistisches Landesamt Bremen; Bundesagentur für Arbeit; eigene Berechnungen Büro für Kulturwirtschaftsforschung, Köln

Insgesamt sind – ausgenommen der stark von den anderen Teilmärkten abweichenden Software-/ Games-Industrie – 13.414 Menschen im Arbeitsmarkt der Kultur- und Kreativwirtschaft aktiv – und dies, wie Abbildung 9 zeigt, in unterschiedlichen Beschäftigungsformen. Bewährte Sicherungssysteme wie das Kurzarbeitergeld laufen deshalb vielfach ins Leere.

Der Anteil der Selbstständigen und Unternehmerinnen an der Gesamtzahl beträgt elf Prozent. Dazu zählen Freiberufler, Solo-Selbstständige und Einzelunternehmer mit einem Umsatz von mindestens 17.500 Euro Jahresumsatz. Sofort- und Überbrückungshilfen sollen dazu beitragen, die durch die Corona-Krise ausgelösten Probleme zu kompensieren und Selbstständigkeit und Unternehmen zu retten. Allerdings hat sich die (Bundes-)Politik bisher darauf festgelegt, lediglich die Betriebskosten zu

erstaten. Diese spielen jedoch für viele Selbstständige und (Kleinst-)Unternehmer eine eher untergeordnete Rolle. Nach Berechnungen basierend auf Angaben des Statistischen Bundesamtes liegen die fixen Betriebskosten in der Kultur- und Kreativwirtschaft im Durchschnitt bei rund fünf Prozent. Das entsprechende Hilfsprogramm trägt so kaum zur Lösung der finanziellen Misere vieler Selbstständiger und Unternehmen bei. Es ist derzeit unklar, wie viele der Betroffenen Ende des Jahres oder im Frühjahr 2021 noch im Markt existieren werden.

Mini-Selbstständige mit weniger als 17.500 Euro Jahresumsatz stellen einen Anteil von neun Prozent. Da sie in der Regel als geringfügig oder im Nebenerwerb Tätige eingestuft werden, sind für sie keine Wirtschaftshilfen oder Entschädigungsmaßnahmen für ihre Einbußen vorgesehen.

Die Vollzeitbeschäftigten halten einen Anteil von 26 Prozent an den 13.414 Akteuren. Hier handelt es sich um sozialversicherungspflichtige Arbeitsplätze, für die bei wirtschaftlichen Schwierigkeiten vom Unternehmen Kurzarbeitergeld bei der Bundesagentur für Arbeit betragt werden kann. Sofern es sich um gut entlohnte Beschäftigte handelt, wird das Kurzarbeitergeld hilfreich sein und über die Krisen tragen können, zumal Betriebe mit hohen Durchschnittsgehältern oft das Kurzarbeitergeld aufstocken. Ob das Kurzarbeitergeld auf längere Sicht eine steigende Arbeitslosigkeit wird verhindern können, wird sich erst im Verlauf der folgenden Monate zeigen. In Wirtschaftszweigen mit niedrigen Entgelten kann es jedoch selbst für Vollzeitbeschäftigte schon heute problematisch werden, mit dem Kurzarbeitergeld durch die Krise zu kommen.

Der Anteil der sozialversichert Teilzeitbeschäftigten in der Kultur- und Kreativwirtschaft liegt bei 14 Prozent aller Erwerbstätigen. Ihr Lohn richtet sich nach der geleisteten Stundenzahl. Im Fall der Kurzarbeit reduziert sich die Lohnersatzleistung entsprechend und ist unter Umständen nicht existenzsichernd.

Geringfügige Beschäftigung macht einen Anteil von 24 Prozent aus. Minijobberinnen und Minijobber werden die Folgen der Corona-Krise alleine tragen müssen. In Minijobs werden keine Sozialversicherungsabgaben geleistet, weshalb folgerichtig kein Anrecht auf aus der Arbeitslosenversicherung finanziertes Kurzarbeitergeld erworben wird. Einem Wegfall des Minijobs – und des entsprechenden Lohns für Beschäftigte – steht daher zunächst einmal keinerlei Kompensation gegenüber. Gegebenenfalls bleiben nur der Gang zum Jobcenter und die Grundsicherung.

Der Anteil der Beschäftigten im öffentlichen Kulturbetrieb liegt bei 16 Prozent. Sie sind derzeit am wenigstens von der Wirtschaftskrise durch die Corona-Krise betroffen, wenn ihre Arbeitsplätze nicht über den Markt finanziert werden. Einrichtungen der kulturellen Bildung jedoch sind schon jetzt von der Krise betroffen, weil ihre Etats zum Teil von Nutzer- und Teilnehmergebühren gedeckt werden (zum Beispiel Musik-/Kunstschulen, VHS). Da die eingeleiteten Hilfsmaßnahmen in aller Regel nicht die besonderen Strukturen der Kultur- und Kreativwirtschaft berücksichtigen, muss eine Zunahme der dramatischen Entwicklung befürchtet werden. Es ist deshalb dringend erforderlich, die Instrumente zur Unterstützung an diesen speziellen Strukturen auszurichten.

Die Bundesagentur für Arbeit zählt neben Branchen wie Tourismus und Gastronomie auch den Kulturbereich zu den besonders anfälligen Branchen. In einzelnen Kulturzweigen werden bis zu 75 Prozent Kurzarbeit registriert. Übertragen auf die Lage in Bremen könnte in neun der elf Teilmärkte ein erheblicher Anteil der Beschäftigten davon betroffen sein. Von den rund 5.700 sozialversicherungspflichtig Beschäftigten, die 2019 in den neun Teilmärkten tätig waren, wären demnach schätzungsweise mehr als 3.000 betroffen. Software und Architektur wurden in diese Schätzung nicht einbezogen. Dennoch wird aus der Arbeitslosenstatistik bereits erkennbar, dass auch sie von der Corona-Krise betroffen sind.

Im Bundesdurchschnitt ist die Arbeitslosigkeit dramatisch gestiegen, sie liegt im Juni 2020 bei 2,85 Millionen Personen. In Bremen ist die Arbeitslosigkeit um 18,2 Prozent gegenüber dem Vorjahresmonat gestiegen und liegt bei 42.600 Personen.

Die Zahlen zur Arbeitslosigkeit in der Kultur- und Kreativwirtschaft haben noch stärker zugelegt. In der Berufsgruppe Design stieg die Arbeitslosigkeit um 20,1 Prozent, in der Berufsgruppe Softwareentwicklung um 13,6 Prozent, in den Berufsgruppen Werbung und Journalismus um 23,5 Prozent, in der Berufsgruppe darstellende Künste um 24,4 Prozent und in den Berufsgruppen Produktdesign und Kunsthandwerk sogar um 37,5 Prozent.²⁰⁶

206 Vgl. Bundesagentur für Arbeit, Arbeitslosenstatistik, Juni 2020; eigene Berechnung Büro für Kulturwirtschaftsforschung, Köln.

4.2 Erfahrungsberichte

Die in Bremen überdurchschnittliche Kurzarbeitsquote in der Folge der Corona-Pandemie spiegelt die Branchen- und Beschäftigungsstrukturen in Bremen. So wird Kurzarbeit laut einer Studie des Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Instituts zu den Folgen von Corona „in hohem Maße in Regionen genutzt, in denen die Metall- und Elektroindustrie verbreitet ist, insbesondere Standorte mit starker Automobilwirtschaft wiesen hohe Quoten auf“²⁰⁷. Zudem besteht ein „Zusammenhang zwischen dem Anteil des Gastgewerbes an der sozialversicherungspflichtigen Beschäftigung“²⁰⁸, insbesondere in Tourismusregionen. Entsprechend wird auf die in Bremen ebenfalls überdurchschnittlich Corona-bedingt gestiegene Arbeitslosenquote festgestellt, dass „ein großer Teil derjenigen, die aus einer Beschäftigung heraus arbeitslos geworden sind, aus dem Gastgewerbe“²⁰⁹ stammt. Darüber hinaus wurde Kurzarbeit der Studie zufolge vor allem von kleineren Unternehmen angezeigt: „Die Betriebsschließungen haben viele kleinere Betriebe hart getroffen und die haben schnell mit Kurzarbeit reagiert.“²¹⁰ Auch wenn branchenspezifische Aufschlüsselungen noch nicht vorliegen, kann vermutet werden, dass hiervon auch die vorwiegend kleineren und mittleren Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft am Standort Bremen betroffen sind. Der exemplarische Blick auf den Mediensektor zeigt dabei ein sehr differentes Bild: Während Kurzarbeit im öffentlich-rechtlichen Rundfunk insgesamt wie auch bei Radio Bremen keine Rolle spielt, sind bei den Tageszeitungen in Bremen im Sommer 2020 noch weite Teile der Beschäftigten in Kurzarbeit. Dies wird voraussichtlich noch einige Monate andauern. Hintergrund sind die Corona-bedingten, nochmaligen drastischen Einbrüche im Werbegeschäft.²¹¹

„Die Tageszeitungen haben sehr schnell die erleichterten Kurzarbeitsbedingungen genutzt und mit Kurzarbeit angefangen. Das machen alle. Die Begründung sind die hohen Umsatzeinbrüche bei der Werbung.“

Die Kurzarbeit bei den Tageszeitungen gilt – trotz des aktuell gestiegenen Informationsbedarfes der Öffentlichkeit – auch für die Beschäftigten der Redaktionen. Die Reduzierungen bewegen sich je nach Bereich und Zeitungsverlag in Bremen zwischen 10 und 50 Prozent. Die Bremer Tageszeitungen AG stockt dabei das Kurzarbeitergeld auf, was zumindest regional eine Besonderheit zu sein scheint. Ebenfalls eine Besonderheit ist, dass Radio Bremen derzeit den arbeitnehmerähnlich Beschäftigten die vertraglich vereinbarte Regelung, dass 80 Prozent des Jahreseinkommens auch im Folgejahr garantiert werden, aktuell auch auf monatlicher Berechnungsgrundlage zugesagt wurde.

Übergreifend haben sich die Arbeitsbedingungen für Journalistinnen und Journalisten im Mediensektor aufgrund der Corona-bedingten Einschränkungen und Auflagen noch einmal verschärft.²¹² Weite Teile der Beschäftigten waren oder sind weiterhin im Homeoffice – mit den damit verbundenen, besonders zu Beginn des Lockdowns noch kaum gelösten, technischen Herausforderungen – beziehungsweise arbeiten im Rundfunkbereich in kleinen Teams, um das Übertragungsrisiko gering zu halten. Zudem hat die hohe Nachfrage nach aktueller und themenbezogener Berichterstattung den Produktionsdruck weiter erhöht – bei gleichzeitiger Einschränkung von Arbeitszeiten, Kontaktmöglichkeiten und der unter den Hygieneauflagen zugänglichen technischen Infrastrukturen und Räumlichkeiten.

207 Hans-Böckler-Stiftung (2020).

208 Seils/Emmler (2020), S. 6.

209 Seils/Emmler (2020), S. 9.

210 Hans-Böckler-Stiftung (2020).

211 Laut Prognose des Statistik-Portals „statista“ vom 06.07.2020 wird der Umsatzrückgang mit Printwerbung in Deutschland auf etwa 17 Prozent gegenüber dem Vorjahr taxiert. Vgl. Brandt (2020).

212 Vgl. Deutschlandfunk (2020).

„Die Sorge ist, dass die Kurzarbeit ausgenutzt wird, um zu schauen, wie sich die Arbeit mit weniger Personal leisten lässt. Bisher haben alle schon am Limit gearbeitet, jetzt legen alle noch einmal eine Schippe oben drauf aufgrund der besonderen Situation. Aber sie stellen sich immer häufiger die Frage: Was passiert danach?“

„Die Gefahr ist, dass jetzt aus der Erfahrung der Möglichkeiten des mobilen Arbeitens gesagt wird: Warum brauchen wir noch so viele Büroräume? Aus gewerkschaftlicher Sicht wäre das schwierig, weil die Leute dann weniger zusammenkommen, sich weniger austauschen, sich weniger organisieren.“

Solo-Selbstständige und Inhaberinnen und Inhaber von kleinsten und kleinen Unternehmen, knapp zehn Prozent aller in Deutschland Erwerbstätigen, sind von den Folgen der Corona-Krise besonders stark betroffen, wie eine Untersuchung des Deutschen Instituts für Wirtschaftsforschung zeigt: „Fast die Hälfte von ihnen verzeichnet starke Umsatzrückgänge, rund 60 Prozent zum Teil erhebliche Einkommenseinbußen. Viele Selbstständige sind nicht in der Lage, solche Umsatzeinbrüche noch lange durchzustehen.“²¹³ Zu einem ähnlichen Ergebnis kommt eine Umfrage des Bundesverbands der Freien Berufe, wonach für fast jeden dritten Freiberufler „der bereits entstandene wirtschaftliche

Schaden existenzbedrohend ist“²¹⁴. In der Kultur- und Kreativwirtschaft sind hiervon nicht nur Kunst- und Kulturschaffende betroffen – wie zum Beispiel Musikerinnen und Musiker, Schriftstellerinnen und Schriftsteller, Schauspielerinnen und Schauspieler, bildende Künstlerinnen und Künstler oder an den Kulturbetrieb angelagerte technische Berufe –, sondern auch Berufsgruppen anderer Wirtschaftszweige, wie zum Beispiel Designerinnen und Designer, Grafikerinnen und Grafiker, Werbetexterinnen und Werbetexter, PR- und Marketingfachleute, Journalistinnen und Journalisten, Kameraleute oder Architektinnen und Architekten ebenso wie kleinere Unternehmen, wie zum Beispiel Film- und Tonstudios, Kinos, Kommunikations- und Eventagenturen, Literaturverlage oder Buchhandlungen.

Mit Blick auf den Mediensektor verzeichnen beispielsweise die freien Journalistinnen und Journalisten einer Umfrage des Deutschen Journalisten-Verbandes²¹⁵ zufolge im Schnitt einen Corona-bedingten Umsatzverlust von gut zwei Dritteln. Auch bei den Freien an Rundfunkanstalten sanken die Einnahmen im Schnitt um mehr als 40 Prozent. Über die Hälfte der Befragten stuft die Soforthilfen als unzureichend ein, jede/jeder Siebte hat gar keine Unterstützung beantragt, weil verspätete Honorareingänge aus den Vormonaten verzeichnet wurden.

Im Pressemarkt sind besonders Solo-Selbstständige betroffen, die als freie Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bei den Zeitungsverlagen tätig sind, da diese aufgrund der Regelungen für die Zahlung des Kurzarbeitergeldes aktuell nicht beschäftigt werden dürfen.

213 Kritik/Graeber/Seebauer (2020), S. 7.

214 BFB (2020).

215 Vgl. DJV (2020b).

„Für freie Journalisten ist es ganz schlimm. In Zeitungsverlagen ist es normal, dass etwa zwei Drittel fest angestellt sind und etwa ein Drittel frei. Für die Agentur für Arbeit ist das aber nicht nachvollziehbar, für die sind freie Mitarbeiter gleich Leiharbeiter, werden so behandelt und sind im Rahmen von Kurzarbeit nicht erlaubt. Ich kenne keine Richtlinie, die das aufhebt und berücksichtigt, dass es Geschäftsmodelle gibt, für die auch freie Mitarbeiter tragend sind. Die freien Mitarbeiter, die es nebenbei machen, betrifft es weniger. Diejenigen aber, die davon leben, sind Solo-Selbstständige. Und die haben jetzt nichts.“

Als größtes Problem insbesondere für die in der Kultur- und Kreativwirtschaft überdurchschnittlich vertretenen Solo-Selbstständigen wird gesehen, dass die bestehenden Überbrückungshilfen des Bundes für kleine Unternehmen auf die Erstattung von Fixkosten beschränkt ist, und „somit nur zu einem begrenzten Teil die Liquiditätsengpässe von Selbstständigen“²¹⁶ lösen. Da keine Lebenshaltungskosten und private Mietkosten antragsfähig sind, gehen die Hilfen „an der Lebens- und Arbeitsrealität der meisten Kulturschaffenden vorbei. Denn die wenigsten haben Betriebskosten: Meist schreiben, komponieren, entwickeln sie im Home Office, ihre Materialkosten sind oft minimal, ihre Einnahmen in normalen Zeiten fließen nicht in einen Betrieb, sondern in ihre Lebenshaltung“²¹⁷. Auch unterscheiden sich die Bedingungen der Soforthilfen „je nach Bundesland und Zeitpunkt der Antragstellung erheblich“, wie eine Petition an den Deutschen Bundestag kritisiert. „Die Rechtsunsicherheit ist so groß, dass viele

Selbstständige bis heute keinen Antrag gestellt haben.“ Zudem wirken sich bei vielen Selbstständigen „die Folgen der Corona-Krise zeitversetzt aus, aufgrund der zu kurzen Antragsfrist drohen sie leer auszugehen“²¹⁸. In der innerhalb eines Monats von knapp 60.000 Personen gezeichneten Petition wird daher unter anderem gefordert, dass die Soforthilfen verlängert, länderübergreifend rechtssicher gestaltet und auch Lebenshaltungskosten, private Mietkosten und Krankenversicherung abdecken.

„Bei den Verbänden gab es Tausende Anrufe von solo-selbstständigen Journalisten, die durch das Raster der Hilfsprogramme fallen. Bei denen sind die Betriebskosten gering und es greift die Grundversicherungs-Regelung. Aber da ist die Situation der Anrechnung von Vermögen beziehungsweise finanziellen Rücklagen unsicher.“

216 Kritik/Graeber/Seebauer (2020), S. 7.

217 Wustmann (2020).

218 Deutscher Bundestag (2020).

4.3 Unterstützungsprogramme des Bremer Senats

Am 20. März 2020, kurz nach dem Lockdown, beschloss der Bremer Senat ein Soforthilfeprogramm in Höhe von insgesamt zehn Millionen Euro, das Finanzhilfen für Kleinunternehmen²¹⁹ und Solo-Selbstständige aller Branchen bereitstellte. Ergänzend zu Liquiditätshilfen der KfW und der Bremer Aufbaubank konnten hier kurzfristig bis zu 20.000 Euro für laufende Betriebskosten, zum Beispiel für gewerbliche Mieten und Pachten, beantragt werden, um die Zeit bis zum Start der angekündigten Bundesprogramme zu überbrücken: „Gerade kleinen Unternehmen, Freiberuflern sowie Akteuren der Kultur- und Kreativwirtschaft wie auch Gastronomiebetrieben kann mit Krediten nicht immer nachhaltig geholfen werden. Aus diesem Grund hat der Senat das zusätzliche Förderprogramm zur Abmilderung der wirtschaftlichen Auswirkungen der Corona-Krise beschlossen.“²²⁰ Am 27. März 2020 beschloss der Senat eine Erweiterung des Programms auch auf Kleinunternehmen²²¹ und eine Aufstockung der Mittel um 25 Millionen Euro²²². Bis Mitte Juni wurden insgesamt etwa 13.000 im Land Bremen gestellt und bearbeitet.²²³

Am 31. März 2020 erfolgte ein Senatsbeschluss über die Bereitstellung von Soforthilfen in Höhe von 500.000 Euro „zur Unterstützung freischaffender Künstlerinnen und Künstler“²²⁴ mit Wohnsitz im Land Bremen: „Gewährt werden soll [...] unter Vorlage eines Nachweises zur Mitgliedschaft in der Künstlersozialkasse ein nicht rückzahlbarer einmaliger Zuschuss in Höhe von bis zu maximal

2.000 Euro bei nachgewiesenen Einnahmeausfällen.“²²⁵ Bis zum 2. Mai 2020 erhielten 216 freie Kulturschaffende einen Zuschuss aus dem Sofortprogramm, insgesamt wurden bis zu diesem Zeitpunkt Zuschüsse von rund 383.000 Euro bewilligt.²²⁶

Am 2. Juni wurde das Programm verlängert und mit Gesamtmitteln in Höhe 750.000 Euro dotiert. Gewährt wurde ein „einmaliger Zuschuss von bis zu 3.000 Euro pro Antragsteller/in für die Zeit von Juni bis August 2020“²²⁷. Antragsberechtigt waren auch hier „professionelle, selbstständige und freischaffende Künstler/innen, die [...] (1) Mitglied in der Künstlersozialkasse sind, (2) ersatzweise, wenn sie nachweislich professionell, selbstständig und freischaffend künstlerisch tätig sind, ohne Mitglied in der Künstlersozialkasse zu sein, (3) ersatzweise, wenn sie regelmäßig in Engagements in Kultureinrichtungen auf Grundlage kurzer befristeter Arbeitsverträge tätig sind“²²⁸. Explizit von der Förderung ausgeschlossen wurden „freie Gruppen sowie kleine Privattheater“²²⁹ sowie Journalistinnen und Journalisten „oder in ähnlicher Weise im Wesentlichen publizistisch tätig[e]“²³⁰ Personen.

Zur Finanzierung dieser und weiterer Programme wurde am 28. April 2020 ein 1,2 Milliarden Euro umfassender, kreditfinanzierter „Bremen-Fonds“ zur Bewältigung der Folgen der Corona-Krise beschlossen, um kurz-, mittel- und langfristige Maßnahmen zur unmittelbaren Krisenbekämpfung, zur Verhinderung struktureller Einbrüche in Wirtschaft und Gesellschaft, zur Verhinderung sozialer Verwerfungen sowie zur Unterstützung des gesellschaftlichen Neustarts nach der Krise zu ermöglichen.²³¹

219 Unternehmen mit weniger als zehn Beschäftigten und weniger als zwei Millionen Euro Jahresumsatz.

220 Pressestelle des Senats (20.03.2020).

221 Unternehmen bis zu 49 Beschäftigten und einem Jahresumsatz unter zehn Millionen Euro.

222 Vgl. Pressestelle des Senats (27.03.2020).

223 Vgl. buten un binnen (16.06.2020). Ab dem 10. Juli 2020 konnten in den Ländern Anträge auf Überbrückungshilfe des Bundes gestellt werden. Vgl. Pressestelle des Senats (08.07.2020).

224 Pressestelle des Senats (31.03.2020).

225 Pressestelle des Senats (31.03.2020).

226 Vgl. Pressestelle des Senats (07.05.2020).

227 Pressestelle des Senats (02.06.2020).

228 Der Senator für Kultur (02.07.2020).

229 Der Senator für Kultur (22.06.2020).

230 Der Senator für Kultur (02.07.2020).

231 Vgl. Pressestelle des Senats (28.04.2020).

Die Maßnahmen wurden, nach anfänglichen Schwierigkeiten aufgrund von Verfahrensfragen und Bearbeitungsdauer der Anträge, insgesamt gut aufgenommen und konnten mit Blick auf die Soforthilfen für Künstlerinnen und Künstler ersten Rückmeldungen zufolge unmittelbare wirtschaftliche Schwierigkeiten abmildern.²³² In ersten Einschätzungen bewerten jedoch insbesondere Kleinst- und Kleinunternehmen aus der Kultur- und Kreativwirtschaft, die weiterhin von weitreichenden Auftragsverlusten, Betriebsschließungen beziehungsweise starken Einschränkungen des Betriebes aufgrund von Hygieneauflagen betroffen sind, den Umfang der zugänglichen Hilfen als nicht ausreichend für eine Existenzsicherung, da die Mittel nur für einen kurzen Überbrückungszeitraum ausreichen.²³³

4.4 Perspektiven

Die mittel- und langfristigen Auswirkungen der Corona-Pandemie auf die Kultur- und Kreativwirtschaft lassen sich zum Zeitpunkt dieser Untersuchung noch nicht abschätzen. Übereinstimmend wird erwartet, dass sich erst im Verlauf der zweiten Jahreshälfte ein erstes Bild der wirtschaftlichen und strukturellen Folgen für die Gesamtbranche und für die einzelnen Teilbranchen zeigen wird – abhängig davon, wie sich die gesamtwirtschaftliche Lage, die Auftragssituation und die Rahmenbedingungen für den Produktions- und Veranstaltungsbetrieb entwickeln werden.

Mittelfristig wird allerdings für den Standort Bremen branchenübergreifend ein hohes Risiko für Insolvenzen und Berufsaufgaben im Jahresverlauf 2020/21 festgestellt, was mittel- und langfristige Auswirkungen auf die verzweigten Produktions- und Wertschöpfungsketten innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft und darüber hinaus hätte.

„Letztendlich hat Bremen die Sorgen von uns Künstlern aber ernst genommen und gute Möglichkeiten für uns geschaffen. Mögliche Sorgen richten sich eher in die Zukunft. Jetzt wird uns geholfen. Der finanzielle Engpass wird jedoch noch kommen. Wie wird sich die Krise langfristig auf die Kulturlandschaft auswirken? Wann wird wieder ein regulärer Spielbetrieb unter normalen Bedingungen möglich sein? Diese Fragen kann aktuell keiner beantworten, alles hängt in der Schwebe.“²³⁴

Dirk Langer alias Nagelritz

²³² Vgl. unter anderem buten un binnen (04.04.2020).

²³³ Vgl. unter anderem buten un binnen (15.04.2020); buten un binnen (13.07.2020).

²³⁴ Stadtmagazin Bremen (2020), S. 8.

So weist Bremen im ersten Halbjahr 2020 mit Abstand die höchste Insolvenzquote auf.²³⁵ Zwar hat sich im Vergleich zum Vorjahr die Gesamtzahl der Insolvenzen verringert, allerdings hat sich das Insolvenzgeschehen „von der tatsächlichen Situation der deutschen Unternehmen abgekoppelt“²³⁶ – vor allem aufgrund staatlicher Unterstützungsmaßnahmen und durch die Aussetzung der Insolvenzantragspflicht. Von letzterer Möglichkeit haben „offenbar vorrangig Kleinunternehmen Gebrauch gemacht“²³⁷, die in der Kultur- und Kreativwirtschaft überproportional vertreten sind. Eine Insolvenzelle „sei damit aber nur vertagt worden, urteilten die Fachleute. Das Risiko einer deutlichen Verschärfung des Insolvenzgeschehens in der zweiten Jahreshälfte und im kommenden Jahr steige“²³⁸.

Ein ähnliches Risiko zeichnet sich bei den Solo-Selbstständigen ab. Hier ergab eine bundesweite Befragung²³⁹, dass jeder Vierte es für sehr wahrscheinlich hält, die eigene Solo-Selbstständigkeit im Verlauf der nächsten zwölf Monaten aufgeben zu müssen. Bei den Befragten aus dem Event- und Veranstaltungsbereich sowie aus den Bereichen Kultur, Film und Fotografie befürchtet dies ein gutes Drittel. Mehr als die Hälfte der Befragten aus dieser Gruppe rechnet damit, dass die Phase der deutlich niedrigeren Umsätze noch länger als sechs Monate andauern wird.

Aktuell nehmen die Akteure den Betrieb unter den gegebenen Rahmenbedingungen wieder auf und entwickeln der Situation angepasste Veranstaltungskonzepte. So haben sich Bremer Kulturinstitutionen und -akteure zusammengeschlossen, um an verschiedenen Orten der Stadt Veranstaltungen im Rahmen des Bremer Kultursommers „Sommer Summerum“ zu organisieren. Darüber hinaus arbeitet ein Zusammenschluss von verschiedenen Akteuren aus der Veranstaltungs- und Eventbranche sowie dem Rundfunkmarkt an einem Konzept, das Live-Events mit begrenzter Zuschauerzahl vor Ort mit einem Streaming-Angebot kombinieren will.²⁴⁰

235 Vgl. Creditreform (2020).

236 buten und binnen (15.06.2020).

237 Creditreform (2020), S. 22 f.

238 buten und binnen (15.06.2020).

239 Vgl. Bertschek/Erdsiek (2020).

240 Vgl. Theiner (2020).

Literatur

Aktions-Website von DJV und DJU (2019):

Die Vergütungsregeln im Jahr 2019, Beitrag vom 28.01.2019. URL: <https://www.faire-zeitungshonorare.de/?p=922>, letzter Zugriff: 16.04.2020.

ARD-Freie (2018a): Auslagerung in Produktionsgesellschaften – Chance oder Risiko für Freie?

23.04.2018. URL: <https://www.ard-freie.de/auslagerung-in-produktionsgesellschaften-chance-oder-risiko-fuer-freie>, letzter Zugriff: 26.06.2020.

ARD-Freie (2018b): Tarif meets Wirklichkeit: Honorare und prekäre Einkommen in der ARD, 24.04.2018.

URL: <https://www.ard-freie.de/tarif-meets-wirklichkeit-honorare-und-prekaere-einkommen-in-der-ard>, letzter Zugriff: 03.07.2020.

ARD-Freie (2020): Zahlen: Feste Freie in ARD und ZDF. URL: <https://www.ard-freie.de/60-2>, letzter Zugriff: 28.02.2020.

Artus, Holger (2019): Bedeutungsverlust der Medien.

URL: <https://www.isw-muenchen.de/2019/06/bedeutungsverlust-der-medien-digitalisierung-und-virtualisierung-bestimmen-den-trend/>, letzter Zugriff: 27.02.2020.

Ballwieser, Dennis (2019): Die Auswirkungen der Digitalisierung auf Journalismus und Verlage. In: Ballwieser, Wolfgang/Hachmeister, Dirk (Hrsg.): Digitalisierung und Unternehmensbewertung. Stuttgart, Schäffer-Poeschel, S. 221–237.

Basten, Lisa Marie (2019): Ist das Arbeit oder ist das Kunst? Die doppelte Einbettung kreativer Erwerbstätigkeit. In: Kannler, Kim/Klug, Valeska/Petzold, Kristina/Schaaf, Franziska (Hrsg.): Kritische Kreativität: Perspektiven auf Arbeit, Bildung, Lifestyle und Kunst. Bielefeld, transcript, S. 87–104.

BBSR [Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung] (2011): Kultur- und Kreativwirtschaft in Stadt und Region, Voraussetzungen, Handlungsstrategien und Governance, Februar 2011.

BDZV [Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger e.V.] (2019): Zur wirtschaftlichen Lage der deutschen Zeitungen 2019. Berlin, 2019.

Bertschek, Irene/Erdsiek, Daniel (2020): Soloselbstständigkeit in der Corona-Krise. Digitalisierung hilft bei der Bewältigung der Krise. ZEW-Kurzexpertise 20-8, 27.05.2020.

BFB [Bundesverband Freie Berufe] (2020):

Ergebnisse der BFB-Konjunkturumfrage Sommer 2020. Pressemitteilung vom 28.06.2020: URL: https://www.freie-berufe.de/wordpress/wp-content/uploads/2020/06/2020-06-28_PM-Konjunkturumfrage-Sommer-2020.pdf, letzter Zugriff: 21.07.2020.

BHV [Bremische Hafen- und Logistikvertretung e.V.] (2020):

Stellungnahme der BHV gegenüber der Bremer Landespolitik zu den wirtschaftlichen Auswirkungen des neuartigen COVID-19 Virus. URL: <https://bhv-bremen.de/tiding/virus-covid-19-bremer-hafen-und-logistikwirtschaft-erwartet-deutliche-einbussen/>, letzter Zugriff: 20.07.2020.

BMAS [Bundesministerium für Arbeit und Soziales] (Hrsg.) (2017): Weißbuch Arbeiten 4.0. Stand: März 2017.

BMWi [Bundesministerium für Wirtschaft und Energie] (Hrsg.) (2018): Monitoringbericht Kultur und Kreativwirtschaft 2017. Langfassung, Stand: Februar 2018.

BMWi [Bundesministerium für Wirtschaft und Energie] (Hrsg.) (2019a): Monitoringbericht Kultur und Kreativwirtschaft 2019. Kurzfassung, Stand: Oktober 2019.

- BMWi [Bundesministerium für Wirtschaft und Energie] (Hrsg.) (2019b):** Monitoringbericht Kultur und Kreativwirtschaft 2018. Langfassung, Stand: Februar 2019.
- BMWi [Bundesministerium für Wirtschaft und Energie] (Hrsg.) (2019c):** Monitoringbericht Kultur und Kreativwirtschaft 2019. Langfassung, Stand: Dezember 2019.
- BMWi [Bundesministerium für Wirtschaft und Energie] (Hrsg.): Die Branche** – Kultur- und Kreativwirtschaft <https://www.kultur-kreativ-wirtschaft.de/KUK/Navigation/DE/DieBranche/Uebersicht/uebersicht.html>, letzter Zugriff: 20.05.2020.
- BMWi [Bundesministerium für Wirtschaft und Energie] (Hrsg.): Branchenskizze.** URL: <https://www.bmwi.de/Redaktion/DE/Artikel/Branchenfokus/Wirtschaft/branchenfokus-kultur-und-kreativwirtschaft.html>, letzter Zugriff: 19.02.2020.
- Boekhoff, Lisa (2020):** Bremer Industrie unter Druck. In: Weser-Kurier vom 22.06.2020.
- Brandt, Mathias (2020):** ... Werbeausgaben – Corona trifft Print am härtesten, 06.07.2020, abrufbar unter <https://de.statista.com/infografik/460/entwicklung-werbeausgaben-weltweit/>.
- Bremische Landesmedienanstalt (o.J.):** URL: <https://www.bremische-landesmedienanstalt.de/radio-tv-internet>, letzter Zugriff: 24.06.2020.
- BTAG [Bremer Tageszeitungen Aktiengesellschaft] (2020):** Lagebericht für das Geschäftsjahr 2018. Auszug aus dem Unternehmensregister, Tag der Erstellung: 02.03.2020.
- buten un binnen (04.04.2020):** Keine Auftritte, keine Einnahmen: Wie Corona Bremer Künstlern zusetzt.
- buten un binnen (15.04.2020):** Bremerhavener Buchhändlerin: Soforthilfen reichen nicht.
- buten un binnen (31.05.2020):** Konzerte und Veranstaltungen: Das große Hoffen auf einen Neustart.
- buten und binnen (15.06.2020):** Unternehmen in Bremen haben bundesweit die höchste Insolvenzgefahr.
- buten un binnen (16.06.2020):** Fast alle Anträge auf Corona-Hilfe in Bremen bearbeitet.
- buten un binnen (08.07.2020):** Bremens Spediteure fürchten Umsatzeinbußen bis mindestens 2021.
- buten un binnen (13.07.2020):** Autokorso statt Party: So kämpfen Bremens Veranstalter ums Überleben.
- Creditreform (2020):** Insolvenzen in Deutschland, 1. Halbjahr 2020, 15. Juni 2020.
- Daum, Mario/Hoppe, Markus (2020):** Branchenanalyse Zeitungsverlage. Herausforderung digitaler Strukturwandel – Auswirkungen auf Beschäftigung und Mitbestimmung. Düsseldorf, Hans-Böckler-Stiftung, 2020.
- Der Senator für Kultur (22.06.2020):** Fortsetzung des Programms zur Unterstützung freischaffender Künstlerinnen und Künstler aufgrund der Auswirkungen der Coronavirus-Krise in Bremen. Häufig gestellte Fragen und Antworten – FAQ. Stand: 22.06.2020; wird laufend aktualisiert.
- Der Senator für Kultur (02.07.2020):** Fortsetzung des Programms zur Unterstützung freischaffender Künstlerinnen und Künstler aufgrund der Auswirkungen der Coronavirus-Krise. Richtlinie zur Beantragung und Auszahlung von Mitteln. Stand: 02.07.2020.
- Deutscher Bundestag (2007):** Drucksache 16/5110 vom 25.04.2007: Kulturwirtschaft als Motor für Wachstum und Beschäftigung stärken.
- Deutscher Bundestag (2020):** Petition 111001: Wirtschaftsförderung und Wirtschaftssicherung – Verlängerung und rechtssichere Ausgestaltung von Soforthilfen für Selbstständige, Einreichdatum der Petition: 13.05.2020 (Quorum erreicht).
- Deutschlandfunk (2020):** Journalismus unter Corona: Wie recherchiert man, wenn kaum jemand rausgeht? 27.03.2020. URL: https://www.deutschlandfunk.de/journalismus-unter-corona-wie-recherchiert-man-wenn-kaum.2907.de.html?dram:article_id=473429, letzter Zugriff: 21.07.2020.
- Die Bundesregierung (2019):** Medien- und Kommunikationsbericht der Bundesregierung 2018.
- die medienanstalten (2019):** Forschungsaktivitäten der Landesmedienanstalten – ergänzende und aktualisierte Befunde zum Medien- und Kommunikationsbericht der Bundesregierung 2018.
- Ditzen [Ditzen GmbH & Co] (2020):** Konzernlagebericht für das Geschäftsjahr 2018. Auszug aus dem Unternehmensregister, Tag der Erstellung: 22.01.2020.
- Ditzen-Blanke (2020):** Editorial: „Regional – gemeinsam stark“. Matthias Ditzen-Blanke, Verleger und Herausgeber der Nordsee-Zeitung hat sich in einem Editorial an die Region gewandt, 22.03.2020. URL: <https://www.nord24.de/bremerhaven/Regional-gemeinsam-stark--39152.html>, letzter Zugriff: 07.07.2020.
- DJU [Deutsche Journalistinnen- und Journalisten-Union] (2020):** Verlage auf der (Tarif)Flucht. URL: <https://dju.verdi.de/geld/auf-der-tarif-flucht>, letzter Zugriff: 28.02.2020.

DJV [Deutscher Journalisten-Verband] (o.J.):

Arbeitsmarkt und Berufschancen. URL: <https://www.djv.de/startseite/info/themen-wissen/aus-und-weiterbildung/arbeitsmarkt-und-berufschancen.html>, letzter Zugriff: 27.03.2020.

DJV [Deutscher Journalisten-Verband] (2016):

Sieg der Mitbestimmung des Personalrats für arbeitnehmerähnliche Freie an Radio Bremen. News für Freie vom 04.03.2016, URL: <https://www.djv.de/startseite/service/news-kalender/freien-news/detail/article/sieg-der-mitbestimmung-des-personalrats-fuer-arbeitnehmeraehnliche-freie-an-radio-bremen.html>, letzter Zugriff: 28.02.2020.

DJV [Deutscher Journalisten-Verband] (2020a):

Tariffucht der Verlage. URL: <https://www.djv.de/startseite/info/beruf-betrieb/zeitungen-zeitschriften-agenturen/tarifumgehung-der-verlage.html>, letzter Zugriff: 28.02.2020.

DJV [Deutscher Journalisten-Verband] (2020b):

Auswirkungen der Corona-Pandemie auf die wirtschaftliche und soziale Lage der freien Journalistinnen und Journalisten. Zusammenfassung der Ergebnisse einer Umfrage im Mai 2020.

DRUCK+PAPIER (2015): Bedächtigt den Ausgleich suchen, Mai 2015. S.10. URL: <http://verdi-drupa.de/wp-content/uploads/2017/03/dp-on-2015-1.pdf>, letzter Zugriff: 10.07.2020.

Eichhorst, Werner/Marx, Paul/Thode, Eric

(2010): Atypische Beschäftigung und Niedriglohnarbeit. Benchmarking Deutschland: Befristete und geringfügige Tätigkeiten, Zeitarbeit und Niedriglohnbeschäftigung. Gütersloh, Bertelsmann Stiftung.

Gabriel, Steffen/Salot, Marion/Ludwig, Thorsten

(2015): Strukturwandel in Bremen. Befunde und Herausforderungen. Arbeitnehmerkammer Bremen (Hrsg.), August 2015.

Goldmedia (2018): Wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland 2016/2017. Studie im Auftrag der Landesmedienanstalten. Leipzig, VISTAS.

Goldmedia (2020): Wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland 2018/2019. Studie im Auftrag der Landesmedienanstalten. Leipzig, VISTAS.

Hans-Böckler-Stiftung (2017): Arbeit transformieren! Denkanstöße der Kommission ‚Arbeit der Zukunft‘. Bielefeld, transcript.

Hans-Böckler-Stiftung (2020): Corona-bedingte Arbeitslosigkeit und Kurzarbeit im regionalen Vergleich. Pressemitteilung vom 29.06.2020.

HBI [Hans-Bredow-Institut] (2017): Zur Entwicklung der Medien in Deutschland zwischen 2013 und 2016. Wissenschaftliches Gutachten zum Medien- und Kommunikationsbericht der Bundesregierung. Hamburg, Februar 2017.

Heimeier, Katharina (2013): Eigentümerstrukturen deutscher Zeitungsverlage, Berlin/Boston, De Gruyter 2013.

Jaklin, Philipp (2020): Kommentar über den Airbus-Stellenabbau. Dem Norden drohen weitere schlechte Nachrichten. In: Weser-Kurier vom 03.07.2020.

KEF [Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten] (2003): 14. Bericht. Dezember 2003.

KEF [Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten] (2007): 16. Bericht. Dezember 2007.

KEF [Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten] (2009): 17. Bericht. Dezember 2007.

KEF [Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten] (2016): 20. Bericht. Dezember 2007.

KEF [Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten] (2018): 21. Bericht. Februar 2018.

KEF [Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten] (2020): 22. Bericht. Februar 2020.

Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes/Deutscher Kulturrat

(2020): Betroffenheit der Kultur- und Kreativwirtschaft von der Corona-Pandemie. Umfrage Bundesverbände der Kultur und Kreativwirtschaft. <https://www.kulturrat.de>.

Kreiszeitung Wesermarsch (Logistik): Die Logistik der Kreiszeitung Wesermarsch. <https://www.kreiszeitung-wesermarsch.de/ueber-uns/logistik>, letzter Zugriff: 09.07.2020.

kress news (2018): Wie der „Weser-Kurier“ bezahlpflichtige Services wie die „mein Weder“-App aufbaut, vom 12.06.2018. URL: <https://kress.de/news/detail/beitrag/140427-wie-der-weser-kurier-bezahlpflichtige-services-wie-die-mein-weder-app-aufbaut.html>, letzter Zugriff: 09.07.2020.

Kritikos, Alexander S./Graeber, Daniel/Seebauer, Johannes (2020): Corona-Pandemie wird zur Krise für Selbständige. DIW aktuell Nr. 47 – 12.06.2020.

Langer, Jörg/Dienel, Elisabeth (2019): Beschäftigte zweiter Klasse? Gute Arbeit auch für Freie. Untersuchung zur sozialen und beruflichen Situation von freien Mitarbeiter*innen bei den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten. Befragung im Auftrag der Bundestagsfraktion DIE LINKE und der Rosa-Luxemburg-Stiftung, Januar 2019.

M – Menschen Machen Medien (ver.di) (2019a): „Mein Weder“ spielt nur noch zu fünft, vom 02.04.2019. URL: <https://mmm.verdi.de/medienwirtschaft/mein-werder-spielt-nur-noch-zu-fuenft-57759>, letzter Zugriff: 09.07.2020.

M – Menschen Machen Medien (ver.di) (2019b): Ohne sie geht nix. Rundfunkfreie fordern Sitze in allen Personalvertretungen. URL: <https://mmm.verdi.de/medienwirtschaft/ohne-sie-geht-nix-61627>, letzter Zugriff: 03.07.2020.

medienpolitik.net (2017): Verlage: „Die Entwicklung der Auflagen ist katastrophal“. 19.09.17 Interview mit Horst Röper. URL: <https://www.medienpolitik.net/2017/09/verlage-die-entwicklung-der-auflagen-ist-katastrophal/>, letzter Zugriff: 16.04.2020.

medienpolitik.net (2018): Radio Bremen strukturiert seine Produktions- und Dienstleistungen neu. Interview mit Jan Metzger, Intendant von Radio Bremen vom 05.11.2018. URL: <https://www.medienpolitik.net/2018/11/medienpolitikes-ging-schlicht-um-sein-oder-nicht-sein/>, letzter Zugriff: 01.07.2020.

MEEDIA (2019): ...„Der Weser-Kurier“ schließt seine Druckerei und vergibt den Druckauftrag nach Delmenhorst, 22.11.2019. URL: <https://meedia.de/2019/11/22/der-weser-kurier-schliesst-seine-druckerei-die-druckhaus-delmenhorst-gmbh-uebernimmt-den-druckauftrag/>, letzter Zugriff: 08.07.2020.

Nordsee-Zeitung (Über uns): URL: <https://www.nordsee-zeitung.de/ueber-uns/verlag>, letzter Zugriff: 08.07.2020.

Nordsee-Zeitung (Logistik): Die Logistik der Nordsee-Zeitung, URL: <https://www.nordsee-zeitung.de/ueber-uns/logistik>, letzter Zugriff: 09.07.2020.

NOZ [Neue Osnabrücker Zeitung] (2016): Medienhäuser kooperieren. NOZ liefert Politik-Inhalte an die Nordsee, 18.04.2016. URL: <https://www.noz.de/deutschland-welt/medien/artikel/695768/noz-liefert-politik-inhalte-an-die-nordsee>, letzter Zugriff: 08.07.2020.

Peters, Tobias (2020): Weltwirtschaft lahm, Gegenwind erreicht das Bundesland – Konjunktur und Beschäftigungsentwicklung im Land Bremen (vor Corona). In: Bericht zur Lage der Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer im Land Bremen 2020, Arbeitnehmerkammer Bremen (Hrsg.), März 2020, S. 9–15.

Pressestelle des Senats (20.03.2020): Zusätzliches Förderprogramm „Corona-Soforthilfe“ zur Abmilderung der wirtschaftlichen Auswirkungen der Corona-Krise.

Pressestelle des Senats (27.03.2020): Soforthilfe-Corona: Senat beschließt neues Soforthilfeprogramm für Unternehmen mit mehr als zehn Mitarbeitenden.

Pressestelle des Senats (31.03.2020): Soforthilfeprogramm für freischaffende Künstlerinnen und Künstler.

Pressestelle des Senats (28.04.2020): 1,2 Milliarden Euro für Folgen der Corona-Pandemie. Senat beschließt Bremen-Fonds zur Bewältigung der Krise.

Pressestelle des Senats (07.05.2020): Künstler-Sofortprogramm soll fortgeführt werden – Staatsrätin Emigholz dankt Kultur-Deputation für Unterstützung.

Pressestelle des Senats (02.06.2020): Unterstützung freier Kulturschaffender wird fortgesetzt.

Pressestelle des Senats (08.07.2020): Corona-Überbrückungshilfe des Bundes startet – Gemeinsame Antragsplattform und Umsetzung durch die Länder steht.

Radio Bremen (2007): Unternehmensmitteilungen: Das neue Radio Bremen. Stand: 14.11.2007. URL: <https://m.radiobremen.de/unternehmen/presse/unternehmen/pressemitteilung5448.html>, letzter Zugriff: 26.06.2020.

Radio Bremen (2019a): Bericht über die Situation der weiblichen Beschäftigten bei Radio Bremen für das Jahr 2018. Vorlage 02/2019 an den Rundfunkrat, 07. März 2019. URL: <https://www.radiobremen.de/unternehmen/organisation/veroeffentlichungen/frauenbericht104.pdf>, letzter Zugriff: 28.02.2020.

Radio Bremen (2019b): Entwicklungsbericht 2020. Stand: November 2019.

Radio Bremen (2020a): Personenkenzzahlen 2020 – Feste Mitarbeitende. Stand: 24.03.2020. URL: <https://www.radiobremen.de/unternehmen/organisation/radiobremenin zahlen/mitarbeitende100.html>, letzter Zugriff: 22.04.2020.

Radio Bremen (2020b): Bericht über die Situation der weiblichen Beschäftigten bei Radio Bremen für das Jahr 2019. Stand: 10.03.2020.

Röper, Horst (2018): Zeitungsmarkt 2018: Pressekonzentration steigt rasant. In: Media Perspektiven 5/2018, S. 216–234, korrigierte Fassung vom 18.12.2018.

- Röper, Horst (2019):** Printbranche im Wandel am Beispiel des Funke-Konzerns. In: Media Perspektiven 1/2019, S. 14–23.
- Seils, Eric/Emmler, Helge (2020):** Die Folgen von Corona. Eine Auswertung regionaler Daten. Nr. 43 Policy Brief WSI 6/2020.
- Smolka, Klaus Max (2014):** „Weser-Kurier“. Ende des Outsourcing. In: Frankfurter Allgemeine vom 29.10.2014. URL: <https://www.faz.net/aktuell/feuilleton/medien/weser-kurier-ende-des-outsourcing-13237473.html>, letzter Zugriff: 10.09.2020.
- Söndermann, Michael (2009):** Leitfaden zur Erstellung einer statistischen Datengrundlage für die Kulturwirtschaft und eine länderübergreifende Auswertung kulturwirtschaftlicher Daten, Oktober 2009.
- Söndermann, Michael (2018):** Dossier Arbeitsmärkte im Kultur- und Kreativsektor. Ausgewählte Positionen. Köln, 2018.
- Söndermann, Michael/Backes, Christoph/Arndt, Olaf/Brünink, Daniel (2009):** Kultur- und Kreativwirtschaft: Ermittlung der gemeinsamen charakteristischen Definitionselemente der heterogenen Teilbereiche der ‚Kulturwirtschaft‘ zur Bestimmung ihrer Perspektiven aus volkswirtschaftlicher Sicht. Köln, Bremen, Berlin, 2009.
- Stadtmagazin Bremen (2020):** „Konkurrenz scheint wie weggeblasen“. Theaterschauspielerinnen Petra-Janina Schultz und Kleinkünstler Nagelritz im Interview, Juli 2020, S. 7–9.
- statista (2020):** Entwicklung der verkauften Auflage der Tageszeitungen in Deutschland in ausgewählten Jahren von 1991 bis 2019. URL: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/72084/umfrage/verkaufte-auflage-von-tageszeitungen-in-deutschland/>, letzter Zugriff: 07.07.2020.
- Steindl, Nina/Lauerer, Corinna/Hanitzsch, Thomas (2017):** Journalismus in Deutschland. Aktuelle Befunde zu Kontinuität und Wandel im deutschen Journalismus. In: Publizistik (2017) 62, S. 401–423.
- Stengel, Eckhard (2005):** Outsourcing sozial abgefordert. In: M – Menschen Machen Medien, Medienpolitische ver.di-Zeitschrift, 12.2005 / 01.2006:
- Stieler, Sylvia (2009):** Strukturwandel in der Zeitungswirtschaft. Aktuelle Herausforderungen in der Wertschöpfungskette und Folgen für die Beschäftigung, IMU-Institut, Stuttgart 2009.
- Süddeutsche Zeitung (2020):** Corona-Krise: Maritime Wirtschaft erwartet Einbrüche, 03.07.2020.
- taz-Nord (15.06.2020):** Kulturschaffende in der Coronakrise. Bedrohte Arbeitsplätze.
- Theiner, Jürgen (2020):** Live-Konzerte unter Corona-Bedingungen. Wie die Bremer Veranstaltungsbranche den Neustart wagen will. In: Weser-Kurier vom 04.07.2020.
- ver.di (2015a):** Bremedia: Warnstreik. Nachricht vom 05.06.2015. URL: <https://rundfunk.verdi.de/ueber-uns/nachrichten/++co++e1de3cfc-0ace-11e5-9f08-525400a933ef>, letzter Zugriff: 26.06.2020.
- ver.di (2015b):** Häufig gestellte Fragen zum gesetzlichen Mindestlohn für Zeitungszusteller/innen vom 29.12.2015.
- Vollmers, Florian (2020):** Der Kampf um die Käufer. Aktuelles vom 09.01.2020. <https://www.djv-hamburg.de/startseite/info/auf-der-agenda/pressemitteilung/news-detail-presse/news-der-kampf-um-die-kaeuer>, letzter Zugriff: 28.02.2020.
- Weischenberg, Siegfried/Löffelholz, Martin/Scholl, Armin (1994):** Merkmale und Einstellungen von Journalisten. Journalismus in Deutschland II. In: Media Perspektiven 4/1994, S. 154–167.
- Weischenberg, Siegfried/Malik, Maja/Scholl, Armin (2006):** Journalismus in Deutschland 2005. Zentrale Befunde der aktuellen Repräsentativbefragung deutscher Journalisten. In: Media Perspektiven 7/2006, S. 346–361.
- Weser-Kurier (11.07.2020):** Betriebsbedingte Kündigungen denkbar. Autobauer Daimler will noch mehr Stellen streichen.
- Weser-Kurier (14.07.2020):** Neustart. Kulturszene sortiert sich nach Corona-Schock.
- Wirtschaftsministerkonferenz (2016):** Leitfaden zur Erfassung von statistischen Daten für die Kultur- und Kreativwirtschaft (Fassung Oktober 2016).
- Wolschner (2017):** Weser-Kurier vs. Redakteure: Tarifstreit geht in die nächste Instanz. In: taz vom 15.12.2017. URL: <https://taz.de/Weser-Kurier-vs-Redakteure/!5467774/>, letzter Zugriff: 10.07.2020.
- Wustmann, Gerrit (2020):** „Musiker sollen ihre Instrumente verkaufen“, Telepolis 04.06.2020, abrufbar unter URL: <https://www.heise.de/tp/features/Musiker-sollen-ihre-Instrumente-verkaufen-4773651.html>, letzter Zugriff: 21.07.2020.
- Zevener Zeitung (Logistik):** Die Logistik der Zevener Zeitung. URL: <https://www.zevener-zeitung.de/ueber-uns/logistik>, letzter Zugriff: 09.07.2020.
- Zusteller Bremen:** URL: <https://www.zusteller-bremen.de/>, letzter Zugriff: 09.07.2020.



Strukturwandel in Bremen Band IV – Branchenanalyse Kultur- und Kreativwirtschaft im Land Bremen – wenn Corona auf einen fragilen Arbeitsmarkt trifft

Die vorliegende Branchenanalyse aus der Reihe „Strukturwandel in Bremen“ widmet sich der Kultur- und Kreativwirtschaft. Neben den statistischen Kennzahlen zur Bedeutung von Autorinnen, Filmemachern, Musikerinnen, bildenden und darstellenden Künstlern, Architektinnen, Designern und Entwicklerinnen von Computerspielen für Wirtschaft und Arbeitsmarkt in Deutschland sowie im Land Bremen wird eine eingehende qualitative Analyse des hiesigen Geschehens geboten. Dabei wird deutlich, dass die Konstitution des Arbeitsmarktes viele Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft besonders anfällig für die Folgen der Corona-Krise gemacht hat. Ein Fokus in dieser Branchenanalyse liegt auf den allgemeinen Entwicklungen des Marktes, vor allem aber auf den damit verbundenen Entwicklungen der Arbeitsbedingungen und Beschäftigungsverhältnisse im bremischen Mediensektor.



Arbeitnehmerkammer
Bremen

Bürgerstraße 1
28195 Bremen
Telefon 0421.3 63 01-0
Telefax 0421.3 63 01-89
info@arbeitnehmerkammer.de
www.arbeitnehmerkammer.de