

Studie KUNST IM TREND? ARTISTS' VOICES.

kanonmedia, Wien 2007/2008

Autorin: Alexandra Reill, 2007/2008

**Auswertung der Ergebnisse
einer auf internationaler und nationaler Ebene
durchgeführten Befragung von KünstlerInnen
zu ihrem Selbstverständnis und Eigendefinitionen
ihrer Rollen und Funktionen in einer Gesellschaft
sowie zu ihren Einkommensverhältnissen
im Kontext einer Recherche aktueller Entwicklungen
kulturpolitischer Strategien zu Creative Industries
auf EU- und auf österreichischer Ebene.**

Studie *Kunst im Trend? Artists' Voices*.

Auswertung der Ergebnisse einer auf internationalen Ebene durchgeführten Befragung von KünstlerInnen und Analyse aktueller kulturpolitischer Entwicklungen im Kontext Creative Industries auf EU- und österreichischer Ebene.

kanonmedia, Alexandra Reill, Wien 200/2008

KünstlerInnen

Unser Dank gilt allen KünstlerInnen, die anonym an der Umfrage *Kunst im Trend? Artists' Voices*. teilgenommen haben.

TeilnehmerInnen Public Video Interviews:

Evrin Asutay, Sängerin/SchauspielerIn, TR
Ricarda Denzer, VideokünstlerIn/FilmmacherIn, A
Korhan Erel, Sound Artist, TR
Heidulf Gerngross, Architekt, A
Genco Gülan, Performer/Medienkünstler, TR
Kurt Hofstetter, Medienkünstler, A
Gerald Kofler, Journalist/Fotograf, A
Tina Leisch, Theater-/FilmregisseurIn, A
Alexander Nikolic, Filmmacher/Communication Guerilla, Cosmopolitan
PRINZGAU/podgorschek, Kunst im öffentlichen Raum/Konzeptkunst/bildende Kunst, A
Marika Schmidt, FilmmacherIn, A
Walter Stach, bildender Künstler/Kunstvermittler, A
Eve Tsirigotakis, TV Journalistin, GR
Herbert Wulz, In-/Exformatic designer, A

TeilnehmerInnen Public Text Interviews:

Nicole Baier, Film-/Video-/MedienkünstlerIn, A
Sarawut Chutiwongpeti, Mixed Media/Video Installationen, THA
Anita Hafner, Visual Artist, A
Jeremy Hight, Konzeptkünstler/Autor/Musiker, US
Salvatore Iaconesi, künstlerisch geneigtes menschliches Wesen/Process Artist/Medienkünstler, I
Mandana Alavi Kia, TänzerIn/PerformerIn/SängerIn/MalerIn, IR
Brigitte Neufeldt, MedienkünstlerIn, D
Alexander Stanzel, bildender Künstler/künstlerische Fotografie, A
Myriam Thyes, MedienkünstlerIn, D

Visit: <http://www.kanonmedia.com/portfolio/voices.htm>, <http://artistsvoices.blogs.sonance.net/>

Team

Konzept, Koordination Interviewführung, Recherche und Studie: **Alexandra Reill**

Technische Koordination Live Interview Screenings: **Herbert Wulz**

Kamera: **Alexandra Reill**, **Eve Tsirigotakis**, **Oscar Wlaschitz**

Schnitt und Tonmischung: **Alexandra Reill**

Produktion: kanonmedia, ngo for new media

12/24, richtergasse, a 1070 vienna, call: ++43-[0]6991-820 70 03, mailto: alexandra.reill@kanonmedia.com

FörderInnen



Kunst im Trend? Artists' Voices. wurde 2007 von der Wissenschaftsabteilung der Kulturabteilung der Stadt Wien und von der Abteilung Bezirksaktivitäten/1070 Wien gefördert.

Sponsoren



Unser Dank gilt auch dem KünstlerInnennetzwerk sonance.artistic.network und der Firma datonet für den Support mit kostenfreiem webspace, der Firma 3 ELEMENTS für die kostenfreie Unterstützung mit Veranstaltungstechnik, und WordPress und dem Surface Designer von Blue Moon 1.0. Stephen Reinhardt für die Nutzbarkeit des Content Management Systems unter einer Free License.

Wien/Gümüslük, 2006-2008

Seite 2

Studie *Kunst im Trend? Artists' Voices*.

Auswertung der Ergebnisse einer auf internationalen Ebene durchgeführten Befragung von KünstlerInnen und Analyse aktueller kulturpolitischer Entwicklungen im Kontext Creative Industries auf EU- und österreichischer Ebene.

kanonmedia, Alexandra Reill, Wien 200/2008

Studie *Kunst im Trend? Artists' Voices*.

Auswertung der Ergebnisse einer auf internationalen Ebene durchgeführten Befragung von KünstlerInnen und Analyse aktueller kulturpolitischer Entwicklungen im Kontext Creative Industries auf EU- und österreichischer Ebene.

kanonmedia, Alexandra Reill, Wien 200/2008

EINLEITUNG

kanonmedia hat eine Umfrage unter KünstlerInnen veranstaltet, die sich den folgenden Themenkreisen widmete:

- der Ermittlung jener unter KünstlerInnen als gemeinsam feststellbaren Inhalte und Anliegen, die in der künstlerischen Produktion angestrebt/gesucht/zu manifestieren versucht werden;
- der Ermittlung jener unter KünstlerInnen als gemeinsam feststellbar vorliegenden Motivationen, Kunst zu produzieren;
- der Erfassung von Eigendefinitionen von KünstlerInnen zu deren Rollen und Funktionen in jeweils der Gesellschaft, in der sie leben;
- der Erfassung der persönlichen Einkommensverhältnisse im Kalenderjahr 2007;
- der Erfassung der Haushaltseinkommen der Haushalte, in denen die KünstlerInnen leben, im Kalenderjahr 2007;
- der Erfassung der Erwartungen/Einschätzungen der KünstlerInnen bzgl. der jeweils nationalen Entwicklungen von Kunstförderung durch Unternehmen der Wirtschaft in den kommenden zehn Jahren;
- der Erfassung der Erwartungen/Einschätzungen der KünstlerInnen bzgl. der jeweils nationalen Entwicklungen von Kunstförderung durch die öffentliche Hand in den kommenden zehn Jahren.

Den KünstlerInnen wurde volle Anonymität in der Auswertung¹ und im Rahmen der Publikation von Ergebnissen dieser Studie zugesichert. Es sind daher wörtliche Formulierungen, die sich in ihrem Ausdruck als signifikant für die Eingrenzung von Argumentationskreisen bzw. Themenfeldern, die von mehreren KünstlerInnen vorgebracht wurden und sich daher für eine Auswertung eigneten, direkt in die Auswertung eingeflossen. Diese sind im Text unter Anführungszeichen angeführt. Zur Gewährleistung voller Anonymität wurde jedoch bewusst darauf verzichtet, die AutorInnen solcher Formulierungen zu zitieren.

¹ Die Fehlerquote dieser Studie beträgt 10,00%.

Die folgenden statistischen Methoden wurden angewandt:²

- Umfrage per Fragebogen;

All jene eingesandten Fragebögen wurden in die Auswertung aufgenommen, die sich aufgrund vollständiger Angaben als auswertbar erwiesen bzw. noch im Zeitraum der Auswertung eintrafen. Insgesamt sind per 13.04.2008 51 ausgefüllte Fragebögen eingetroffen.

Die Definition, ob sich jemand als KünstlerIn versteht, wurde den TeilnehmerInnen überlassen und autorinnenseitig nicht bewertet. Daher wurden auch KünstlerInnen, die angaben, dass ihre Kunstproduktion hauptberuflich in einem angewandten Kreativfeld angesiedelt ist bzw. KünstlerInnen, die die künstlerische Produktion als Nebenberuf kennzeichneten, in der Auswertung der Befragung berücksichtigt. Eine Aufschlüsselung in den Genres, in denen die TeilnehmerInnen an dieser Studie 2007 tätig waren, wie der Stammdaten der KünstlerInnen³ findet sich im Anhang. Von einer genauen Definition der Genres im Lichte internationaler Ansätze der Normierung wurde Abstand genommen, da dies den Rahmen dieser Studie sprengen würde.

- Erarbeitung eines Interviews in Textführung per Emailkorrespondenz, ausgehend von dem Fragebogen (9 TeilnehmerInnen; in diesen Fällen wurde entweder der Fragebogen oder das Text Interview als Auswertungsgrundlage herangezogen.);
- öffentliche und nicht-öffentliche Video Interviews in einer persönlichen Gesprächsführung (10 TeilnehmerInnen, davon 5 ausgewertete);
- Öffentliche KünstlerInnengespräche in Runden mit mindest drei TeilnehmerInnen plus Moderation unter Videoaufnahme (7 TeilnehmerInnen, davon 4 ausgewertete);
- Rücksprache mit KünstlerInnen bei unklaren Angaben in den Fragebögen bzw. im Rahmen der persönlichen Gespräche/Text Interviews unter Anwendung direkt

² In allen Fällen, in denen in der Auswertung Unklarheit in der Evaluierung auftraten, wurde unter persönlichen Rückfragen Klärung vorgenommen. Wo dies nicht möglich war, entfielen die TeilnehmerInnen aus der Umfrage.

³ In dieser Studie sind in allen Fällen, in denen von den oder allen KünstlerInnen die Rede ist, jene 100% an Personen bezeichnet, die an dieser Studie teilgenommen haben. Die Studie mutet sich nicht zu, in Bezug auf tatsächlich „alle“ KünstlerInnen prozentuelle Angaben zu machen, da keine Referenz auf entsprechende Statistiken auf nationalen Ebenen genommen wurde, welche alleinig gestatten würde, repräsentativen Anspruch zu erheben. Die Herstellung entsprechender Relationen wäre zwar sehr interessant, übersteigt jedoch den budgetär/organisatorischen Rahmen dieser Studie.

und indirekt gestellter Fragen im tiefenpsychologischen Verfahren (Bei 36,36% der KünstlerInnen konnten Teilergebnisse – vorrangig hinsichtlich der Einkommensverhältnisse – erst über nachfragende Tiefeninterviews ermittelt werden.).

75,00% der ausgewerteten TeilnehmerInnen wurden per Fragebogen befragt, 11,36% per Textinterview, 9,09% per persönlicher Gesprächsführung in einem Video Interview, 4,55% in öffentlichen Gesprächsrunden unter Rückfrage finanzieller Angaben unter jeweils vier Augen.

Die Mehrzahl – fast 70,00%⁴ - der KünstlerInnen, die an der Umfrage teilgenommen haben, haben ihren Hauptwohnsitz in Österreich. Aus Europa, den USA und Thailand sind Stichproben eingelangt und wurden in die Auswertung aufgenommen.⁵ Die Studie wirft pro Frage einerseits jeweils den ermittelten Prozentsatz aus allen Antworten auf der internationalen Ebene - unter Einbeziehung aller eingelangter, auswertbarer Aussagen - auf, andererseits auf der nationalen Ebene jene Prozentsätze, die sich aus der Auswertung der Angaben von KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich ergaben.

44 Befragungen wurden insgesamt ausgewertet. Von diesen haben 30 KünstlerInnen, somit 68,18%, ihren Hauptwohnsitz in Österreich. Die 14 Stichproben aus dem internationalen Ausland ergeben einen Anteil von 31,82%. Von den TeilnehmerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich haben⁶ 93,33% ihren Hauptwohnsitz in Wien und je 3,33% in Salzburg bzw. in Vorarlberg.⁷

Zur Einschätzbarkeit eines Profils der TeilnehmerInnen an dieser Studie soll an dieser Stelle auch angeführt werden, dass sich unter den TeilnehmerInnen in ausgewogener Weise auf nationaler und internationaler Ebene weniger wie durchaus namhafte KünstlerInnen finden. Nicht vertreten sind so genannte internationale Weltstars aus der Kunst- und Kulturszene – KünstlerInnen also, die auf so genannten Weltruhm blicken können.⁸

⁴ Vgl. im Anhang Kapitel Stammdaten zu den genauen Prozentangaben

⁵ 3 Ein rd. 20%iger Anteil an KünstlerInnen aus der Türkei an der Gesamtanzahl aller Stichproben aus dem Ausland ergab sich aus einem Artists in Residency-Aufenthalt in der Türkei, während dem eine Reihe von Video Interviews entstand.

⁶ In allen Fällen, in denen in diesem Dokument die Gegenwart angewendet wird, beziehen sich die Angaben auf das Kalenderjahr 2007.

⁷ Vgl. Anhang.

⁸ Die Einschätzung des Bekanntheitsgrads der KünstlerInnen wurde von der AutorIn auf der Grundlage von Internetrecherchen zu den der AutorIn zu nahezu 100,00% bekannten Namen der KünstlerInnen, die an dieser Studie teilgenommen worden, vorgenommen und ist daher letztlich als persönliche Einschätzung zu definieren. Die Namhaftigkeit wurde keiner statistischen Auswertung unterzogen, da dies nicht Thema der Studie ist.

INHALTSVERZEICHNIS

EINLEITUNG	4
EINKOMMENSITUATION DER KÜNSTLERINNEN	13
EINLEITUNG ZU DEN ERGEBNISSEN DER STUDIE	13
ZU KULTUR- UND WIRTSCHAFTSPOLITISCHEN ENTWICKLUNGEN IM KONTEXT VON CREATIVE UND CULTURAL INDUSTRIES	13
AUSREICHENDER LEBENSUNTERHALT AUS KÜNSTLERISCHEN TÄTIGKEITEN	20
NICHT AUSREICHENDER LEBENSUNTERHALT AUS KÜNSTLERISCHEN TÄTIGKEITEN	24
REZIPIENZ DES BERUFSBILDS KÜNSTLERIN	26
REZIPIENZ DER KÜNSTLERISCHEN PRODUKTION ALS HAUPTBERUF	26
REZIPIENZ DER KÜNSTLERISCHEN PRODUKTION ALS NEBENBERUF	26
REZIPIENZ DER KÜNSTLERISCHEN PRODUKTION ALS GLEICHWERTIG MIT EINER ELTERNCHAFT	27
REZIPIENZ DER KÜNSTLERISCHEN PRODUKTION ALS GLEICHWERTIG MIT KUNSTNAHEN/KREATIVEN TÄTIGKEITEN	27
REZIPIENZ DER KÜNSTLERISCHEN PRODUKTION ALS TÄTIGKEIT, NICHT ALS BERUFSBILD	27
REZIPIENZ DER KÜNSTLERISCHEN PRODUKTION ALS GLEICHWERTIG MIT ANDEREN FORMEN VON (ERWERBS-) TÄTIGKEITEN BZW. DEFINITION ALLER TÄTIGKEITEN IM LEBEN ALS KÜNSTLERISCHE TÄTIGKEITEN	28
ZU VERÄNDERUNGEN IN ARBEITSWELTEN	29
EINFÜHRENDE WORTE ZUR AKTUELLEN SITUATION	29
EINKOMMENSMODELLE BEI NICHT AUSREICHENDEM EINKOMMEN	32
PERSÖNLICHES JAHRESEINKOMMEN	57
MONATLICHES HAUSHALTSEINKOMMEN	63
DURCHSCHNITTLICHER ANTEIL DES PERSÖNLICHEN JAHRESEINKOMMENS DER KÜNSTLERINNEN AM HAUSHALTSEINKOMMEN	66
KOOPERATIONSMODELLE	74
EINZELKÜNSTLERINNEN	81
KOMBINATION EINZELKÜNSTLERINNENSCHAFT UND ARBEIT IM TEAM	82
ARBEIT IM TEAM	83
ZUR DIENSTLEISTUNG VON KÜNSTLERINNEN	85

Seite 7

Studie *Kunst im Trend? Artists' Voices*.

Auswertung der Ergebnisse einer auf internationaler Ebene durchgeführten Befragung von KünstlerInnen und Analyse aktueller kulturpolitischer Entwicklungen im Kontext Creative Industries auf EU- und österreichischer Ebene.

kanonmedia, Alexandra Reill, Wien 200/2008

REALITÄT SCHAFFEN/ERFINDEN/ENTDECKEN/ SCHAFFEN VON FRAGEN/FREIRÄUMEN/ DAS DENKBARE UND DENKENSWERTE ERWEITERN-----	100
AUSDRÜCKEN/INHALTE/IDEEN KLAR/IN ANGEMESSENER FORM FORMULIEREN/ AUTHENTIZITÄT DER RELATIONEN ZWISCHEN FORM UND INHALT/ ÄSTHETISCHE PRÄZISION -----	101
SUBJEKTIV AUTHENTISCHER AUSDRUCK/ DIE EIGENE INDIVIDUALITÄT FINDEN -----	102
REFLEXION/ VERÄNDERUNG VON PERSPEKTIVEN/BLICKWINKELN/ ERKENNTNISGEWINN INITIIEREN -----	103
FREUDE WAHRNEHMEN UND SICHTBAR MACHEN/INSPIRATION ERLEBEN UND ERZEUGEN/ KUNST ALS ETWAS PRODUZIEREN, DAS LEBENSNOTWENDIG IST, ALS ETWAS, DAS EINFACH DA IST WIE DAS ATMEN -----	105
AUSEINANDERSETZUNG MIT GESELLSCHAFT/SPIEGELUNG/ AUFZEIGEN VON MIßSTÄNDEN/KRITIK ÜBEN-----	106
(HOF-)NA(E)RR/IN/WEISE/R/ VORBILD BEI GLEICHZEITIGER MARGINALISIERUNG/NICHTWAHRNEHMUNG -----	107
BEITRAG ZU EINER VERBESSERUNG DER WELT/ BEREICHERUNG VON KULTUR -----	109
DAS MEDIUM KUNST WEITERENTWICKELN/ NEUES PRODUZIEREN/ EINZIGARTIG/UNIQUE SEIN -----	110
ANERKENNUNG FINDEN/WAHRGENOMMEN WERDEN/ VERÖFFENTLICHEN KÖNNEN-----	111
VERWIRKLICHUNG VON VISION/ ÜBERMITTLUNG VON BOTSCHAFTEN/ ANDERE AUFRÜTTELN -----	112
LEBENS-/PRODUKTIONS-/MARKETINGFINANZIERUNG ERWERBEN KÖNNEN -----	113
DEKONSTRUKTION/ GENERIERUNG VON RAUM ZWISCHEN DEN DINGEN/ STILLSTAND DER ZEIT -----	114
THERAPEUTISCHE FUNKTION/ ERZEUGEN VON ERLEICHTERUNG/ENTSPANNUNG/KATHARSIS/ ERTRAGEN VON LANGEWEILE -----	115
SPIELEN WIE IN DER SANDKISTE/INTUITION FOLGEN/ERSPÜREN/ INHALTE UND FORMEN UNBEWUSST FINDEN-----	116
TRANSDISZIPLINARITÄT ZWISCHEN DISZIPLINEN BZW. ZWISCHEN MEDIEN -----	117
RELIGIÖS CHARAKTERISIERBARE MOTIVATION/ SPIRITUALITÄT/SUCHE „NACH DEM MYSTISCHEN“ -----	118
LERNEN/FORSCHEN/DEN EIGENEN HERAUSFORDERUNGEN BEGEGNEN -----	120
KUNST HAT KEIN ZIEL/KUNST IST SO SELBSTVERSTÄNDLICH WIE DAS LEBEN -----	121
FREIHEIT UND AUTONOMIE IN DER KÜNSTLERISCHEN PRODUKTION -----	122
MITTLERINNEN ZWISCHEN INNEN- UND AUßENWELT -----	122
EKSTASE/ERLEBEN INTENSIVER GEFÜHLE/ LEIDENSCHAFT/BESESSENHEIT -----	123

Studie *Kunst im Trend? Artists' Voices*.

Auswertung der Ergebnisse einer auf internationalen Ebene durchgeführten Befragung von KünstlerInnen und Analyse aktueller kulturpolitischer Entwicklungen im Kontext Creative Industries auf EU- und österreichischer Ebene.

ZERSTÖRERIN/ERZEUGERIN VON BEGEISTERUNG UND FURCHT-----	124
KÜNSTLERINNEN SPIELEN EINE MARGINALE ROLLE IN IHRER GESELLSCHAFT -----	125
ANSTREBEN VON TECHNISCHEM/HANDWERKLICHEM KNOW HOW -----	126
TOLERANZ ZWISCHEN MENSCHEN/TOLERANZ ZWISCHEN KULTUREN -----	127
KASSANDRA-ROLLE -----	127
MOTIVATIONEN KÜNSTLERISCHER PRODUKTION-----	129
KOMMT KUNST VON „MÜSSEN“?-----	129
KUNST KOMMT „MÜSSEN“ UND „WOLLEN“ -----	130
KUNST KOMMT VON „WOLLEN“ -----	132
DIE MOTIVATION KUNST ZU PRODUZIEREN HAT ZENTRAL NICHT MIT „MÜSSEN“ ODER „WOLLEN“ ZU TUN -----	133
FREIWILLIGKEIT DER KÜNSTLERISCHEN PRODUKTION ALS WESENTLICHER FAKTOR ZUR ERZEUGUNG VON INTERESSE BEI REZIPIENTINNEN -----	133
IST KUNST ENTERTAINMENT? -----	134
KUNST IST ENTERTAINMENT -----	135
KUNST HAT NICHTS MIT ENTERTAINMENT ZU TUN-----	136
DIE KÜNSTLERISCHE PRODUKTION IST EINE TÄTIGKEIT WIE ANDERE TÄTIGKEITEN IM LEBEN AUCH -----	137
PRODUZIERT KUNST GESELLSCHAFTLICHEN MEHRWERT?-----	138
GENERIERUNG VON ÄSTHETISCHEM MEHRWERT EHER DENN GENERIERUNG VON GESELLSCHAFTLICHEM MEHRWERT -----	139
IST KUNST IMMER SCHON GESELLSCHAFTLICHE VORREITERIN GEWESEN? -----	140
KUNST GILT NICHT ALS GESELLSCHAFTLICHE VORREITERIN -----	141
KUNSTPRODUKTION IST GLEICHZEITIG BERUF UND BERUFUNG -----	142
AUFFASSUND DER KÜNSTLERISCHE PRODUKTION ALS BERUF, NICHT ALS BERUFUNG -----	143
DIE KÜNSTLERISCHE PRODUKTION WIRD ALS BERUFUNG UND NICHT ALS BERUF AUFGEFASST -----	144
KÜNSTLERISCHE PRODUKTION ALS LEBENSAKT/ LEBEN ALS KUNST UND KUNST ALS LEBEN -----	145
ZU QUALITÄT VON KUNST-----	156
KOMMT QUALITÄT VON KUNST VON EINEM „MÜSSEN“ ZUR KÜNSTLERISCHEN PRODUKTION?-----	156
QUALITÄT VON KUNST KOMMT NICHT VON EINEM „MÜSSEN“ ZUR KÜNSTLERISCHEN PRODUKTION -----	157
KOMMT QUALITÄT VON KUNST VON TALENT? -----	158
QUALITÄT VON KUNST KOMMT NICHT VON TALENT-----	159
KOMMT QUALITÄT VON KUNST VON „KÖNNEN“? -----	160
QUALITÄT VON KUNST KOMMT NICHT VON „KÖNNEN“ -----	162

KOMMT QUALITÄT VON KUNST VON FINANZIELLEN RESSOURCEN? -----	163
QUALITÄT VON KUNST HAT NICHT MIT FINANZIELLEN RESSOURCEN ZU TUN -----	164
QUALITÄTSSTEIGERUNG VON KUNST DURCH EINEN MANGEL AN FINANZIELLEN RESSOURCEN -----	165
QUALITÄT VON KUNST DEFINIERT SICH ÜBER DIE GENERIERUNG VON GESELLSCHAFTLICHEM MEHRWERT -----	167
GESELLSCHAFTLICHER MEHRWERT DEFINIERT QUALITÄT VON KUNST NICHT -----	168
GENERIERUNG EINER „WISSENSCHAFTLICH-MYSTISCHEN“ DIMENSION/TRANSZENDENZ/ VERTIEFUNG/VERDICHTUNG ALS NOTWENDIGES KRITERIUM ZUR ERZEUGUNG VON QUALITÄT IN DER KUNST -----	169
AUTHENTIZITÄT ALS KRITERIUM FÜR QUALITÄT VON KUNST -----	170
INTELLIGENZ/KLUGHEIT ALS KRITERIUM ZUR GENERIERUNG VON QUALITÄT VON KUNST-----	171
„ERZEUGUNG VON WERTEN“ ALS NOTWENDIGES KRITERIUM ZUR GENERIERUNG VON KÜNSTLERISCHER QUALITÄT -----	172
ECHO BEI REZIPIENTINNEN ALS KRITERIUM ZUR BEURTEILUNG KÜNSTLERISCHER QUALITÄT -----	172
QUALITÄT VON KUNST IST LEBEN BZW. ALS KRITERIUM AUFGRUND VON SUBJEKTIVÄT IRRELEVANT -----	173
SINNESERFAHRUNG ANBIETEN KÖNNEN ALS KRITERIUM ZUR GENERIERUNG VON QUALITÄT IN DER KUNST -----	174
„DURCHHALTEVERMÖGEN“ VON KÜNSTLERINNEN ALS QUALITÄTSFAKTOR-----	175
„FLEISS“/„SCHWEISS“/„REGELMÄSSIGES KÜNSTLERISCHES ARBEITEN“ ALS NOTWENDIGER FAKTOR ZUR ERZEUGUNG KÜNSTLERISCHER QUALITÄT -----	175
OFFENHEIT ALS KRITERIUM ZUR GENERIERUNG VON QUALITÄT IN DER KUNST -----	176
DISTANZ ZU SICH SELBST UND FÄHIGKEIT ZUR SELBSTKRITIK ALS FAKTOR ZUR ERZEUGUNG VON QUALITÄT IN DER KUNST -----	177
„UNTER-/ÜBERWANDERUNG VON KONVENTIONEN“ ALS NOTWENDIGES KRITERIUM ZUR ERZEUGUNG VON QUALITÄT IN DER KUNST -----	177
„DIALOGFÄHIGKEIT“ ALS KRITERIUM KÜNSTLERISCHER QUALITÄT -----	178
NEUGIER ALS KRITERIUM ZUR GENERIERUNG VON QUALITÄT IN DER KUNST -----	178
INSPIRATION ALS KRITERIUM ZUR GENERIERUNG VON QUALITÄT IN DER KUNST -----	179
POESIE ALS KRITERIUM ZUR GENERIERUNG VON QUALITÄT IN DER KUNST -----	179
ROLLEN UND FUNKTIONEN VON KÜNSTLERINNEN IN EINER GESELLSCHAFT-----	180
REALITÄT/EN ERWEITERN/ERÖFFNEN -----	180
GESELLSCHAFT REFLEKTIEREN/ AUF „FEHLSTELLEN“ AUFMERKSAM MACHEN/KRITIK ÜBEN-----	181
ANALYSE/REFLEXION/VERMITTLUNG VON AUSSAGEN-----	182
„VORREITERINNENROLLE“/INNOVATION -----	183
„CLOWNIN“/„HOFNA(E)RR/IN“/ „KATALYSATORIN“/ „TRANSFORMATORIN“ -----	184

ÄSTHETISCH AUTHENTISCHER AUSDRUCK -----	186
ERZEUGUNG VON WERTEN/„SINN“/„IDEOLOGIE“/ MITGESTALTUNG EINER „BESSEREN WELT“/ „BEREICHERUNG VON KULTUR“ -----	187
ROLLE DER VERNETZTEN AUTONOMIE BZW. DER LEBENSWICHTIGKEIT FÜR EINE GESELLSCHAFT BEI GLEICHZEITIGER MARGINALISIERUNG ---	188
ERPROBUNG EIGENER GRENZEN IN EINER INHALTLICHEN/ÄSTHETISCHEN SUCHE -----	189
PRODUKTION VON SINNLICHEM „INPUT“ BZW. VON UNTERHALTUNG ALS GESELLSCHAFTLICHE FUNKTION -----	190
ABTRÄGLICHKEIT DER DEFINITION VON FUNKTIONEN KÜNSTLERISCHEN SCHAFFENS IN EINER GESELLSCHAFT -----	191
KOMMUNIKATION/AUSTAUSCH ALS GESELLSCHAFTLICHE FUNKTION -----	191
VERFÜGBARKEIT VON HANDWERKLICHEM KNOW HOW ALS FUNKTIONELLE AUFGABE VON KÜNSTLERINNEN IN EINER GESELLSCHAFT-----	192
GELDERWERB ALS AUFGABE VON KÜNSTLERINNEN IN EINER GESELLSCHAFT-----	193
OPTIMALE NUTZUNG VON LEBENSZEIT ALS FUNKTION IN EINER GESELLSCHAFT -----	194
„RAUM ZWISCHEN DINGEN ERLEBBAR MACHEN“ ALS GESELLSCHAFTLICHE FUNKTION -----	195
„MEDIUM ZWISCHEN INNEN- UND AUSSENWELT“ -----	195
INSPIRATION VON ANDEREN -----	196
AUFZEIGEN DER MÖGLICHKEIT VON SELBSTBESTIMMUNG BZW. „EIGENE WEGE“ GEHEN ZU KÖNNEN ----	197
ROLLE DES/DER „ZERSTÖRERIN“/„IDOLE SCHAFFEN UND GLEICHZEITIG FURCHT ERZEUGEN“ -----	198
PSYCHOLOGISCH-THERAPEUTISCHE FUNKTION -----	198
FÖRDERUNG VON TOLERANZ -----	199
SICHERSTELLUNG VON FREIHEIT IN DER LEBENSGESTALTUNG WIE IM KÜNSTLERISCHEN SCHAFFEN ALS GESELLSCHAFTLICHE AUFGABE--	199
WEITERENTWICKLUNG VON KUNST-----	200
„DAS ZU TUN, WOZU MAN SICH BERUFEN FÜHLT“ -----	200
HERSTELLUNG VON „FREIHEIT“ IN EINER GESELLSCHAFT -----	201
ENTSPANNUNG ERZEUGEN ALS GESELLSCHAFTLICHE FUNKTION -----	201
KATHARSIS BEWIRKEN-----	201
„KASSANDRA-ROLLE“ -----	202
KUNST ALS „BÜRDE“/„LAST“-----	202
BEITRAG ZUR ERHALTUNG VON KUNSTSPARTEN ALS GESELLSCHAFTLICHE AUFGABE -----	203
PERSPEKTIVEN FÜR DIE FÖRDERUNG VON KUNST -----	204
FÖRDERUNG VON KUNST DURCH DIE WIRTSCHAFT -----	204
FÖRDERUNG VON KUNST DURCH DIE ÖFFENTLICHE HAND-----	229

EMPFEHLUNGEN AN DIE KULTURPOLITIK -----	247
ANHANG -----	261
GESAMTANZAHL DER TEILNEHMERINNEN -----	261
TEILNEHMERINNENSTATISTIK NACH NATIONALER ZUGEHÖRIGKEIT-----	261
ANGABEN ZUM GEFÜHL DER KULTURELLEN ZUGEHÖRIGKEIT-----	262
ALTER -----	267
KÜNSTLERISCHE TÄTIGKEITSFELDER-----	268
TRANSDISZIPLINARITÄT -----	277

EINKOMMENSITUATION DER KÜNSTLERINNEN

EINLEITUNG ZU DEN ERGEBNISSEN DER STUDIE

Vorauszuschicken ist, dass die Auswertung der von den KünstlerInnen eingelangten Angaben eindeutig eine massive Prekarität anzeigt. 81,82% der TeilnehmerInnen aus dem In- und Ausland und 83,33% der in Österreich hauptansässigen KünstlerInnen geben an, dass sie nicht ausreichend von ihrer künstlerischen Produktion leben können. Dieses Ergebnis gilt als eine der wichtigsten Aussagen dieser Studie.

Die Verfasserin dieser Studie ist der Ansicht, dass die Aufschlüsselung hohen Handlungsbedarf hinsichtlich der wirtschaftlichen Absicherung von KünstlerInnen zeigt, wenngleich darauf verwiesen werden soll, dass einige KünstlerInnen⁹ wie auch diverse gesellschafts- wie kunsttheoretische Positionen eine existentielle Absicherung von Kunstschaffenden als abträglich für die Herausforderung von KünstlerInnen, inhaltliche Grenzen auszuloten und neu zu definieren bzw. als abträglich für eine Qualitätäthafigkeit von Kunst ansehen.¹⁰

ZU KULTUR- UND WIRTSCHAFTSPOLITISCHEN ENTWICKLUNGEN IM KONTEXT VON CREATIVE UND CULTURAL INDUSTRIES

In ihren gesellschaftlichen Auswirkungen auf Einkommensverhältnisse von Kunstschaffenden nicht zu vernachlässigen sind gesellschaftliche/wirtschaftliche Entwicklungen, die von einer Stimulierung zu einer Erhöhung der Anzahl an künstlerischen Produktionen wie auch zu einer Qualitätssteigerung von Kunstproduktion durch die Steigerung von Konkurrenz und privatwirtschaftlicher, nicht-subventionierter Kunstproduktion ausgehen. So treten RepräsentantInnen von

⁹ Vgl. KünstlerInnenpositionen in dieser Studie zum Thema Perspektiven der Kunstförderung

¹⁰ Vgl. nur als kurzen Anriss zur Debatte u.a.: Giorgio Agamben, Heimliche Komplizen, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung, 20.09.2001; Michel Foucault, u.a.: Die Gouvernementalität, in: Ulrich Bröckling, Susanne Krasmann und Thomas Lemke (Hg.), Gouvernementalität der Gegenwart. Studien zur Ökonomisierung des Sozialen, Frankfurt am Main 2000; Walter Benjamin, Zur Kritik der Gewalt, in: Gesammelte Schriften, Band II., Hg. Rolf Tiedemann und Hermann Schweppenhäuser), Frankfurt am Main 1980; Hardt/Negri, Empire. Die neue Weltordnung, Frankfurt am Main 2002; August Ruhs, in: Matthias Dusini, „Nichts zu machen“, Falter 28/07, S. 53: *Der Verlust an Sicherheit geht einher mit der Verheißung einer Pseudofreiheit. Man muss sich grundsätzlich zwischen Sicherheit und Freiheit entscheiden, beides ist gleichzeitig nicht zu haben. Eine Gesellschaft, die mehr auf Sicherheit gründet, hat weniger Freiheit.*

Kontexten wie Creative Industries durchgängig dafür ein, dass Kunstproduktion sich als rentabel und gewinnbringend gestalten lassen soll:

Im Jahr 2000 verpflichteten sich die Mitglieder der EU auf dem Regierungsgipfel in Lissabon, Europa bis zum Jahre 2010 zum „wettbewerbfähigsten und dynamischsten wissensbasierten Wirtschaftsraum in der Welt zu machen – einem Wirtschaftsraum, der fähig ist, ein dauerhaftes Wirtschaftswachstum mit mehr und besseren Arbeitsplätzen und einem größeren sozialen Zusammenhalt zu erzielen“. [...] Europa müsse sich darauf konzentrieren, was es ohnehin schon immer am besten konnte: Konzepte und Images entwickeln [...] „We need to concentrate our efforts on where our strength lies – in adding value through innovation and creativity.“ Europa möchte damit den sich rasant wachsenden Produktionsstandorten wie China oder Indien einen Entwicklungsschritt voraus bleiben, indem es seine ökonomische Kraft nicht mehr aus der Produktion von materiellen Gütern, sondern aus der Erfindung von Ideen bezieht. Das, so verheißt es die Erklärung von Lissabon, werde ohnehin „bessere“ Arbeitsplätze und einen „größeren sozialen Zusammenhalt“ schaffen.¹¹

Culture will provide specific skills, working methods and codes that will be transferred into other sectors of the economy and combined with other skills: “creativity, imagination and the ability to adapt competencies which are developed through the Arts education are as important as the technological and scientific skills”,¹² UNESCO Director-General Mr. Koïtchiro Matsuura [...] declared [a couple of years ago].¹³

Inzwischen ist dies [...] auf höchster politischer Ebene in Europa angekommen. Der „EU-Kulturministerrat“ anerkennt erstmals seit dem Jahr 2000 die zentrale Rolle der Kulturwirtschaft/Creative Industries für Europa. Er attestiert der Kultur- und Kreativwirtschaft eine besonders attraktive Rolle bei der Entwicklung von Wirtschaftswachstum und Schaffung von Arbeitsplätzen in Europa, wie [...] in einer eigenständigen Position am 24. Mai 2007 in Brüssel veröffentlicht. Zur allgemeinen Überraschung stehen dabei nicht etwa die Potenziale der Majors und großen Medienkonzerne zur Debatte, sondern die der so genannten kleinen und mittelständischen Unternehmen (KMU). Ihnen wird eine Schlüsselrolle bei der Entwicklung des kulturwirtschaftlichen Potenzials zuerkannt. Diese Meinung

¹¹ Heike Ekea Gleibs und Tim Schmalfeldt, EGKS: Europäische Gemeinschaft für Kreativität und Selbstinitiative, in: Kulturrisse, <http://igkultur.at/igkultur/kulturrisse/1136908205/1136975005>, Aufruf 14.07.2007

¹² Koïtchiro Matsuura, Generaldirektor der UNESCO, Rede anlässlich der World Conference on Arts Education “Building Creative Capacities 6. bis 9.03.2006, zitiert in: KEA European Affairs in Kooperation mit Media Group und MKW Wirtschaftsforschung GmbH im Auftrag der Europäischen Kommission, The Economy of Culture in Europe, Brüssel 2006, S. 37

¹³ KEA European Affairs in Kooperation mit Media Group und MKW Wirtschaftsforschung GmbH im Auftrag der Europäischen Kommission, The Economy of Culture in Europe, Brüssel 2006, S. 37

vertreten im Übrigen nicht nur die EU-Kulturminister allein, sondern sie ist allgemeine Auffassung des gesamten „Rates der Europäischen Union“.¹⁴

Auch in der 2006 publizierten und von der Europäischen Kommission in Auftrag gegebenen Studie *The Economy of Culture*¹⁵ werden die Creative und Cultural Industries als Wirtschaftssektoren mit hohen wirtschaftlichen Erfolgswerten ausgewiesen:

By way of comparison with other industry sectors, there are very few manufacturing and services industries that contribute more than 3% to national GDPs - this is the case of food and beverages in Ireland, Latvia and Poland; chemical products in Belgium, Ireland and Slovenia; manufacturing of electrical and optical equipment in Ireland, Hungary and Finland; and real estate activities in Denmark and Sweden.

In France, Italy, the Netherlands, Norway and the UK, the cultural & creative sector provides the highest contribution to national GDP amongst all the sector investigated.

This means that in most European countries, the creative & cultural sector is a leading contributor to the growth of national wealth.¹⁶ Und rückwirkend in einer Analyse der Jahre 1999 bis 2003: Overall, the cultural & creative sector exhibited an impressive performance during the examined period - the years from 1999 to 2003. Whilst the nominal growth of the European economy in this period was 17.5%, the growth of the cultural & creative sector in the same years was 12.3% higher - in other words, the overall growth of the cultural & creative sector's value added was 19.7%. This means that the cultural & creative sector grew faster than the general economy and that it was therefore a vital driver for development in Europe.¹⁷

In the cultural & creative sector, between 1999 and 2003, the growth in value added to GDP was 6.6% for the EU25 and 12.3% for Europe. As for turnover growth, the highest results are to be found in new (or acceding) Member States.¹⁸

¹⁴ Deutsche Bundestagsfraktion Bündnis 90/Die Grünen, Kulturwirtschaft und Creative Industries 2007, Aktuelle Trends unter besonderer Berücksichtigung der Mikrounternehmen, unter Zitierung von: Schlussfolgerungen des Rates zum Beitrag des Kultur- und Kreativbereichs zur Verwirklichung der Ziele der Lissabon-Strategie, Brüssel (Dok.-Nr. 9021/07), <http://www.gruene-bundestag.de/cms/publikationen/dokbin/185/185891.pdf>. Aufruf 14.07.2007

¹⁵ KEA European Affairs in Kooperation mit Media Group und MKW Wirtschaftsforschung GmbH im Auftrag der Europäischen Kommission, *The Economy of Culture in Europe*, Brüssel 2006

¹⁶ KEA European Affairs in Kooperation mit Media Group und MKW Wirtschaftsforschung GmbH im Auftrag der Europäischen Kommission, *The Economy of Culture in Europe*, Brüssel 2006, S. 68

¹⁷ KEA European Affairs in Kooperation mit Media Group und MKW Wirtschaftsforschung GmbH im Auftrag der Europäischen Kommission, *The Economy of Culture in Europe*, Brüssel 2006, S. 69

¹⁸ *Ibid.*, S. 70

In 2004, 5.885 million people worked in the cultural and cultural tourism sectors, equivalent to 3.1% of the active employed population in the EU25.¹⁹

Cultural employment accounts for 2.5% of EU25 total employment. With cultural tourism employment added to cultural employment, the share grows to 3.1% in 2004. [...] It should be noted that the share of cultural employment (with and without tourism) within total employment is higher in Northern Europe than Southern Europe.²⁰

Als Free LancerIn, dessen/deren in Österreich steuerbare Umsätze die Grenze von € 22.000,- nicht überschreiten, gilt man in Österreich der steuertechnischen Definition nach als KleinunternehmerIn.²¹ Geht man davon aus, - wie sich aus den in dieser Studie aufgeschlüsselten Ergebnissen zu den Einkommensmodellen von KünstlerInnen deutlich zeigt²² -, dass die große Mehrheit an KünstlerInnen als Free LancerInnen steuertechnisch einzureihen sind, so verdient der Begriff KMU in seiner Relevanz für KünstlerInnen nähere Betrachtung.

Obwohl von KünstlerInnen oft nur marginale Einkünfte aus Werkverkäufen oder Leistungen, - zumeist auf Basis so genannter Echter Werkverträge - erzielt werden, stellt sich die wesentliche Frage, ob solche Free LancerInnen in einer Reihe von Studien und Analysen zu Creative und Cultural Industries auch als KMUs gewertet werden. Davon ist der Auffassung der Autorin dieser Studie nach auszugehen²³, da keine der Studien zu Creative Industries freischaffende

¹⁹ Ibd., S. 78

²⁰ Ibd., S. 79

²¹ Vgl. Die österreichische Film Commission,

http://www.locationaustria.at/de/umsatzsteuer_mehrwertsteuer_.aspx, Aufruf 05.02.2008

²² Vgl.: die Kapitel zu Einkommensmodellen von KünstlerInnen in dieser Studie

²³ Vgl. u.a.: Deutsche Bundestagsfraktion Bündnis 90/Die Grünen, Kulturwirtschaft und Creative Industries 2007, Aktuelle Trends unter besonderer Berücksichtigung der Mikrounternehmen, unter Zitierung von: Schlussfolgerungen des Rates zum Beitrag des Kultur- und Kreativbereichs zur Verwirklichung der Ziele der Lissabon-Strategie, Brüssel (Dok.-Nr. 9021/07), <http://www.gruene-bundestag.de/cms/publikationen/dokbin/185/185891.pdf>, Aufruf 14.07.2007;

österreichische Kulturdokumentation. internationales Archiv für Kulturanalysen, Der Mehrwert von Kunst und Kultur für den städtischen Raum, Studie in Kooperation mit LIQuA - Linzer Institut für qualitative Analysen, beauftragt vom Österreichischen Städtebund, Wien 2006/2007, vgl. a.

<http://www.kulturdokumentation.org/indexframe-proj2.html>, 21.11.2006, Aufruf 16.10.2007;

KEA European Affairs in Kooperation mit Media Group und MKW Wirtschaftsforschung GmbH im Auftrag der Europäischen Kommission, The Economy of Culture in Europe, Brüssel 2006;

John C. Gordon und Helen Beilby-Orrin, OECD International measurement of the economic and social importance of culture, Draft Report des STD, Paris 08/2006;

NESTA, Creative growth how can the UK develop world class creative business, April 2006

Kommission der europäischen Gemeinschaften, Mitteilung für die Frühjahrstagung des Europäischen Rates, Zusammenarbeit für Wachstum und Arbeitsplätze. Ein Neubeginn für die Strategie von Lissabon von Lissabon, Brüssel 2005, http://ec.europa.eu/growthandjobs/pdf/COM2005_024_de.pdf, Aufruf 05/02/2008;

Xavier Greffe, Antonella Noya und Sylvie Pflieger im Auftrag der OECD im Rahmen des LEED Programms, Culture and local development, Paris 2005;

Kommission der europäischen Gemeinschaften, Mitteilung der Kommission an den Rat und das Europäische Parlament. Gemeinsame Maßnahmen für Wachstum und Beschäftigung. Das Lissabon-Programm der Gemeinschaft, Brüssel 2005, http://ec.europa.eu/growthandjobs/pdf/COM2005_330_de.pdf, Aufruf 05/02/2008;

KünstlerInnen als unterschieden von KMUs ausweist, sondern der steuertechnische Begriff gleichermaßen auf alle freiberuflich tätigen Personen angewandt wird, ungeachtet der inhaltlichen Zielsetzungen wie gesellschaftspolitisch-wirtschaftlichen Umstände, die KünstlerInnen – ähnlich Personen in der wissenschaftlichen Forschung und z.B. auch im Sozialbereich – zumeist nicht in die Lage versetzen, im selben Masse wie Personen, deren Tätigkeit direkten wirtschaftlichen Nutzen bieten und die damit Renditen erzielen können, Gewinn zu produzieren.

Der besonderen Bedeutung, die KMUs in den meisten Studien zu Creative Industries hinsichtlich ihrer Rolle in der Steigerung von insgesamtem Wirtschaftswachstum in manchen Nationen zugeschrieben wird, bzw. auch der Aussage, dass gerade auch KMUs besonders profitabel produzieren, wird in den entsprechenden Studien nur selten widersprochen bzw. klingen Zweifel oftmals nur zwischen den Zeilen an. Im Gegenteil gehen die meisten Ergebnisse dieser Studien von attraktiven wirtschaftlichen Ergebnissen und positiv gestimmten Einschätzungen einer Entwickelbarkeit aus:

*The cultural sector [in the EU] is overwhelmingly made up of small businesses (less than 10 staff), micro-businesses and self-employed/freelancers. These new selfemployed, or freelancers, are very often described as "micro-entrepreneurs" and as "entrepreneurs of their own human capital". In Germany, the usual share of independent workers within total employment is around 10%. In 2003, it was estimated to be 41% within the cultural sector. This is about four times higher and shows the importance of this group which experienced a growth-rate of about 50,00% between 1995 and 2003.*²⁴

In Österreich zählen rund 29.000 privatwirtschaftliche Unternehmen mit etwa 102.000 Beschäftigten zur Kreativwirtschaft. Die durchschnittliche Beschäftigtenzahl liegt bei 4 Personen je Unternehmen, wobei es eine Vielzahl an Einzelunternehmen gibt. Hinsichtlich der Beschäftigungsverhältnisse sind in

Bericht der Hochrangigen Sachverständigengruppe unter Vorsitz von Wim Kok, Die Herausforderung annehmen. Die Lissabon-Strategie für Wachstum und Beschäftigung, 2004, <http://ec.europa.eu/growthandjobs/pdf/2004-1866-DE-complet.pdf>, Aufruf 05/02/2008;

österreichische kulturdokumentation. internationales archiv für kulturanalysen, Untersuchung des ökonomischen Potenzials im Bereich Creative Industries in Wien, Wien 2004, vgl. a.

http://www.kulturdokumentation.org/akt_proj/ci.html, 13.04.2004, Aufruf 14.06.2007;

Europäische Kommission, Terms of Reference, Tender n° DG EAC 02/04, Study on the economic and cultural impact, notably on co-productions, of territorialisation clauses of state aids schemes for films and audiovisual productions, Annex 1, <http://ec.europa.eu/avpolicy/docs/library/studies/eac/EAC-02-04-annex1.pdf>, Aufruf: 06.04.2008;

Kommission der Europäischen Gemeinschaften, Grünbuch zu Dienstleistungen von allgemeinem Interesse, 2003, http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/de/com/2003/com2003_0270de01.pdf, Aufruf 16.10.2007

²⁴ KEA European Affairs in Kooperation mit Media Group und MKW Wirtschaftsforschung GmbH im Auftrag der Europäischen Kommission, The Economy of Culture in Europe, Brüssel 2006, S. 91

Studie *Kunst im Trend? Artists' Voices*.

Auswertung der Ergebnisse einer auf internationalen Ebene durchgeführten Befragung von KünstlerInnen und Analyse aktueller kulturpolitischer Entwicklungen im Kontext Creative Industries auf EU- und österreichischer Ebene.

vielen Unternehmen der Kreativwirtschaft befristete Dienstverhältnisse und Teilzeitbeschäftigung üblich.

Die österreichischen Kreativwirtschaftsbetriebe erzielen jährlich Erlöse und Erträge von € 18,3 Mrd, der Beitrag der Branche zur österreichischen Bruttowertschöpfung beläuft sich aktuell auf € 7,2 Mrd.

Das große Potenzial der Kreativwirtschaft zeigt sich in der dynamischen Entwicklung des Sektors in den letzten Jahren: Zwischen 1995 und 2000 war ein Anstieg der Unternehmenszahl um ein Drittel bzw. der Beschäftigtenzahl um 29% zu verzeichnen. Der Umsatz konnte um rund 49%, die Bruttowertschöpfung um rund 41 % gesteigert werden.

Wie aus dem 2. Kreativwirtschaftsbericht²⁵ zu entnehmen, sind rund 10% aller Unternehmen und 4% aller Beschäftigten Österreichs der Kreativwirtschaft zuzurechnen.²⁶

Weiteres Wirtschaftswachstum in den Cultural Industries wird zumeist auf der folgenden Grundlage argumentiert: Für die Zukunft ist ein weiterer Beschäftigungszuwachs in den kreativen Beschäftigungen des kulturellen Sektors zu erwarten, da die Nachfrage nach kulturellen Produkten/Ideen und Dienstleistungen stark zunimmt, sowohl durch private Haushalte als auch durch Unternehmen. Die Beschäftigung im Bereich Distribution wird ebenfalls zunehmen, jedoch nicht mit denselben Zuwachsraten wie bei der Entwicklung von kulturellen Gütern und Dienstleistungen. Die „Produzenten von Inhalten“ scheinen gefragter zu sein als Marketing- und Verkaufsfachleute. Generell wird die rasant zunehmende Digitalisierung kultureller Produkte dazu führen, dass „traditionelle“ kulturelle Medien wie z.B. Bücher an Bedeutung bzw. Marktanteilen verlieren, während neue Medien wie z.B. Internet Webseiten in den Vordergrund treten, auch was ihre Beschäftigungsanteile betrifft.²⁷

Wird explizit festgestellt, dass dem nicht so ist bzw. dass die wirtschaftliche Entwicklung von KMUs in den Creative Industries nicht als positiv, sondern als bedenklich einzustufen ist, so kommen solche Feststellungen regelmäßig aus autonomen oder Reihen an KritikerInnen der Creative Industries-Strategien, so z.B.

²⁵ Irene Mandl, Alette Dörflinger, Karin Gavac, Kerstin Hölzl, Zweiter Österreichischer Kreativwirtschaftsbericht, Hg. KMU FORSCHUNG AUSTRIA auf Initiative der Wirtschaftskammer Österreich, Wien 2006. Der Bericht bezieht sich auf die Jahre 2003 bis 2005.

²⁶ Unbenannte/r AutorIn, kreativwirtschaft austria, in: <http://www.kreativwirtschaft.at/creative-austria/daten-fakten/6.htm>, Aufruf 13.04.2008.

²⁷ Unbenannte/r AutorIn, in: http://ec.europa.eu/employment_social/news/2001/jul/digital_de.html, Aufruf 14.06.2007

auch von den AutorInnen der Studie der Bundesgrünen Deutschland zu Kulturwirtschaft und Creative Industries 2007:

Die Eckdaten machen deutlich, dass die Kulturwirtschaft trotz der großen Medien/Rundfunkkonzerne in hohem Maße durch eine kleinteilige Struktur geprägt wird. Gemessen an den Durchschnittsumsätzen ist die „kleine Kulturwirtschaft“ (noch) äußerst wertschöpfungsschwach. Sie kann in der Regel nur ein inhabergeführtes Unternehmen oder Büro ohne weitere Beschäftigte tragen. Einen Ausbau des Beschäftigungspotenzials und eine Verbesserung ihrer Wertschöpfung können die „Kleinen“ erreichen, wenn sie Mittel und Wege zu neuen Finanzmitteln finden, neue Absatzwege erschließen oder gar neue Märkte entwickeln. Dies erscheint vor allem notwendig, da die großen Medienkonzerne und Rundfunkunternehmen als Abnehmer der „kleinen Kulturwirtschaft“ zunehmend ausfallen.²⁸ [...] Die Kulturwirtschaft/Creative Industries bilden einen Hochrisikobereich mit extrem schwankendem Markterfolg. Dies gilt gleichermaßen für globale Kultur-/Film-Produktionen wie für lokale Kultur-/Kreativszenen oder regional agierende KMUs.²⁹

Eine APA-Pressemitteilung in der Tageszeitung *Der Standard* zu den Lebensumständen in Deutschland von KünstlerInnen und PublizistInnen im Jahre 2007 weist noch prekärere Umstände für KünstlerInnen auf: *Die in der Künstler-sozialkasse versicherten deutschen Künstler und Publizisten müssen in diesem Jahr voraussichtlich mit durchschnittlich 11.094 Euro auskommen. [...] Der Geschäftsführer des Kulturrats, Olaf Zimmermann, sagte, das Jahresdurchschnittseinkommen der Künstler betrage gerade mal ein Viertel vom Jahresdurchschnittseinkommen von Angestellten. "Stellt man in Rechnung, dass die Mehrzahl der Künstler und Publizisten einen Hochschulabschluss haben, so wird deutlicher, wie gering das Einkommen der Künstler in Wirklichkeit ist."³⁰*

Auch die Ergebnisse der vorliegenden Studie stehen jedenfalls zu einer Reihe der in den letzten zehn Jahren publizierten Großstudien hinsichtlich der publizierten Erfolgsmeldungen unter KünstlerInnen, nach Creative Industries-Ansätzen definiert als in Creative oder Cultural Industries tätigen KMUs, in diametralem Gegensatz und werden daher als Eckdaten der vorliegenden Arbeit betrachtet.

²⁸ Deutsche Bundestagsfraktion Bündnis 90/Die Grünen, Kulturwirtschaft und Creative Industries 2007, Aktuelle Trends unter besonderer Berücksichtigung der Mikrounternehmen, <http://www.gruenebundestag.de/cms/publikationen/dokbin/185/185891.pdf>. Aufruf 14.07.2007

²⁹ *Ibid.*, Aufruf 14.07.2007

³⁰ APA-Aussendung, veröffentlicht auf <http://derstandard.at/>, 17.07.2007, Aufruf 17.11.2007

AUSREICHENDER LEBENSUNTERHALT AUS KÜNSTLERISCHEN TÄTIGKEITEN

INTERNATIONAL

18,18% der TeilnehmerInnen geben an, dass sie vollständig von ihrem künstlerischen Einkommen leben können. 25,00% von diesen sind weiblich, 75,00% männlich.

ALTERSGRUPPEN

6,82% aller KünstlerInnen sind TeilnehmerInnen aus der Altersgruppe 30 bis 39 Jahre und geben an, dass sie vollständig von ihrem künstlerischen Einkommen leben können. 66,67% von diesen sind weiblich, 33,33% sind männlich.

Weitere 6,82% sind aus der Altersgruppe 40 bis 49 Jahre. 66,67% von diesen sind weiblich. 33,33% sind männlich.

2,27% sind aus der Altersgruppe 50 bis 59 Jahre. 100,00% von diesen sind weiblich.

2,27% sind aus der Altersgruppe 60 bis 69 Jahre. Diese Personen sind männlich.

NATIONAL

16,67% der TeilnehmerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich geben an, dass sie vollständig von ihrem künstlerischen Einkommen leben können. 60,00% von diesen sind weiblich, 40,00% männlich.

ALTERSGRUPPEN

10,00% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich sind TeilnehmerInnen aus der Altersgruppe 40 bis 49 Jahre und geben an, dass sie vollständig von ihrem künstlerischen Einkommen leben können. 66,67% von diesen sind weiblich, 33,33% männlich.

3,33% solcher KünstlerInnen sind TeilnehmerInnen aus der Altersgruppe 50 bis 59 Jahre. 100,00% von diesen sind weiblich.

3,33% sind aus der Altersgruppe 60 bis 69 Jahre. Diese Personen sind alle männlich.

Bei 75,00% der KünstlerInnen, die angegeben haben, ausschließlich mit der künstlerischen Produktion in der Lage zu sein, ihren Lebensunterhalt zu verdienen, ist die hauptberufliche künstlerische Tätigkeit in der darstellenden Kunst oder einem angewandten Kreativfeld angesiedelt, wobei letztere als künstlerisch definiert wird oder die angewandte Kreativproduktion im Kontext der Definition eines Hauptberufs als gleichwertig mit einer experimentellen künstlerischen Produktion wahrgenommen wird, selbst wenn die KünstlerInnen bei letzterer keinen oder nur einen marginalen Gelderwerb tätigen können. Oft werden auch Kombinationen experimentellen und angewandten Schaffens angegeben. Nur 25,00% der KünstlerInnen, die ein ihrer Definition nach ausreichendes Einkommen aus der künstlerischen Produktion erwirtschaften, sind ausschließlich in der bildenden Kunst tätig:

BILDENDE KUNST

INTERNATIONAL

25,00% der TeilnehmerInnen, die angegeben haben, von ihrer/n künstlerischen Tätigkeit/en leben zu können, ohne sich auf eine anderweitige Erwerbsquelle stützen zu müssen, sind hauptsächlich in der bildenden Kunst tätig und geben keine angewandte Kreativtätigkeit oder sonstige Aktivität als eine ihrer künstlerischen Aktivitäten an. 50,00% von diesen sind weiblich, 50,00% männlich.

Diese 25% entsprechen 4,55% aller KünstlerInnen.

NATIONAL

Diese Personen haben alle ihren Hauptwohnsitz in Österreich und bilden 40,00% der TeilnehmerInnen auf nationaler Ebene.

Diese 40,00% entsprechen 6,67% aller KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich.

BILDENDE KUNST IN KOMBINATION MIT GRAFIK UND ILLUSTRATION

INTERNATIONAL

12,50% der TeilnehmerInnen, die angegeben haben, von ihrer/n künstlerischen Tätigkeit/en leben zu können, ohne sich auf eine anderweitige Erwerbsquelle stützen zu müssen, sind in der bildenden Kunst tätig und

haben im Rahmen ihrer künstlerischen Tätigkeiten auch Grafik und Illustration als künstlerische Tätigkeit angegeben. 100,00% von diesen sind weiblich.

Aus allen TeilnehmerInnen bilden sind diese 12,50% einen Prozentsatz von 2,27%.

NATIONAL

Diese Personen bilden 20,00% der TeilnehmerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich, die angegeben haben, von ihrer/n künstlerischen Tätigkeit/en leben zu können, ohne sich auf andere Einkommensquellen zu stützen, und die im Rahmen ihrer künstlerischen Tätigkeit auch Grafik und Illustration angegeben haben.

Aus allen TeilnehmerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich sind dies 3,33%.

BILDENDE KUNST UND LEHRTÄTIGKEIT

INTERNATIONAL

12,50% der TeilnehmerInnen, die angegeben haben, von ihrer/n künstlerischen Tätigkeit/en leben zu können, ohne sich auf eine anderweitige Erwerbsquelle stützen zu müssen, sind in der bildenden Kunst tätig und haben im Rahmen ihrer künstlerischen Tätigkeiten auch Unterrichten als Teil ihrer künstlerischen Tätigkeit angegeben. 100,00% von diesen sind männlich.

Sie bilden 2,27% aller TeilnehmerInnen dieser Studie.

NATIONAL

Diese Personen sind gleichzeitig 20,00% der TeilnehmerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich, die entsprechende Angaben gemacht haben. Sie repräsentieren 3,33% aller TeilnehmerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich.

DARSTELLEND KUNST

INTERNATIONAL

12,50% der TeilnehmerInnen, die angegeben haben, von ihrer/n künstlerischen Tätigkeit/en leben zu können, ohne sich auf eine anderweitige Erwerbsquelle stützen zu müssen, sind in der Darstellenden Kunst tätig. 100,00% von diesen sind weiblich.

Diese 12,50% entsprechen 2,27% aller TeilnehmerInnen.

NATIONAL

Keine/r dieser TeilnehmerInnen hat seinen/ihren Hauptwohnsitz in Österreich.

JOURNALISMUS

INTERNATIONAL

12,50% der TeilnehmerInnen, die angegeben haben, von ihrer/n künstlerischen Tätigkeit/en leben zu können, ohne sich auf eine anderweitige Erwerbsquelle stützen zu müssen, haben Journalismus als ihre künstlerische Hauptaktivität angegeben. 100,00% von diesen sind weiblich.

NATIONAL

Niemand dieser TeilnehmerInnen hat seinen/ihren Hauptwohnsitz in Österreich.

ARCHITEKTUR

INTERNATIONAL

12,50% der TeilnehmerInnen, die angegeben haben, von ihrer/n künstlerischen Tätigkeit/en leben zu können, ohne sich auf eine anderweitige Erwerbsquelle stützen zu müssen, haben Architektur als ihre künstlerische Hauptaktivität angegeben. 100,00% von diesen sind männlich.

Diese 12,50% entsprechen 2,27% aller TeilnehmerInnen dieser Studie.

NATIONAL

Diese Personen bilden 20,00% der TeilnehmerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich und entsprechen 3,33% aller TeilnehmerInnen auf nationaler Ebene.

MEDIA ART PROGRAMMING/GAME DESIGN

INTERNATIONAL

12,50% der TeilnehmerInnen, die angegeben haben, von ihrer/n künstlerischen Tätigkeit/en leben zu können, ohne sich auf eine anderweitige Erwerbsquelle stützen zu müssen, sehen jegliche Tätigkeit im Leben als künstlerische an und zählen in paralleler Wertigkeit zu Media Art Programmierung, Game Design und die Fähigkeit bzw. Tätigkeit an sich, als Free Lancer Einkommen zu akquirieren, auf. 100,00% von diesen sind männlich.

Sie entsprechen 2,27% aller TeilnehmerInnen dieser Studie.

NATIONAL

Niemand der TeilnehmerInnen mit solchen Angaben hat seinen/ihren Hauptwohnsitz in Österreich.

NICHT AUSREICHENDER LEBENSUNTERHALT AUS KÜNSTLERISCHEN TÄTIGKEITEN

Die infolge aufgeschlüsselten Ergebnisse zählen zu den Eckdaten dieser Studie: mehr als 80,00% der KünstlerInnen geben an, dass sie kein ausreichendes Einkommen aus der künstlerischen Tätigkeit erzielen können.

INTERNATIONAL

81,82% der TeilnehmerInnen geben an, dass sie nicht vollständig von ihrer künstlerischen Produktion leben können. 47,22% von diesen sind weiblich. 38,89% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

20,45% der KünstlerInnen sind im Alter von 20 bis 29 Jahren und können nicht von ihrer künstlerischen Produktion leben. 55,56% von diesen sind weiblich. 44,44% sind männlich.

22,73% solcher KünstlerInnen sind im Alter von 30 bis 39 Jahren.
60,00% von diesen sind weiblich. 40,00% sind männlich.

22,73% sind im Alter von 40 bis 49 Jahren. 70,00% von diesen sind weiblich. 30,00% sind männlich.

11,36% sind im Alter von 50 bis 59 Jahren. 80,00% von diesen sind weiblich. 20,00% sind männlich.

4,55% sind im Alter von 60 bis 69 Jahren. 100,00% von diesen sind männlich.

NATIONAL

83,33% der in Österreich hauptansässigen KünstlerInnen können nicht von ihrer künstlerischen Produktion leben. 60,00% von diesen sind weiblich, 40,00% männlich.

ALTERSGRUPPEN

26,67% der TeilnehmerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich sind im Alter von 20 bis 29 Jahren und können nicht von ihrer künstlerischen Produktion leben. 50,00% von diesen sind weiblich. 50,00% sind männlich.

16,67% solcher KünstlerInnen sind im Alter von 30 bis 39 Jahren. 80,00% von diesen sind weiblich. 20,00% sind männlich.

23,33% sind im Alter von 40 bis 49 Jahren. 75,14% von diesen sind weiblich, 42,86% sind männlich.

10,00% sind im Alter von 50 bis 59 Jahren. 66,67% von diesen sind weiblich. 33,33% sind männlich.

6,67% sind im Alter von 60 bis 69 Jahren. 100,00% von diesen sind männlich.

REZIPIENZ DES BERUFSBILDS KÜNSTLERIN

REZIPIENZ DER KÜNSTLERISCHEN PRODUKTION ALS HAUPTBERUF

INTERNATIONAL

72,73% der TeilnehmerInnen sehen den Erwerb aus künstlerischer Produktion als Hauptberuf an, unabhängig davon, ob oder mit welchem Anteil die künstlerische Produktion zu einem Broterwerb beiträgt. 65,63% von diesen sind weiblich. 34,38% sind männlich.

NATIONAL

76,67% der TeilnehmerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich haben entsprechende Angaben gemacht. 60,87% von diesen sind weiblich. 39,13% sind männlich.

REZIPIENZ DER KÜNSTLERISCHEN PRODUKTION ALS NEBENBERUF

INTERNATIONAL

6,82% der TeilnehmerInnen sehen die künstlerische Produktion als Nebenberuf an, 33,33% von diesen sind weiblich, 66,67% männlich.

Aus der Personengruppe definieren 33,33% an männlichen Künstlern eine Unterrichtstätigkeit, 33,33% an weiblichen Künstlerinnen Kunsttherapie und 33,33% an männlichen Personen Business Consulting als Hauptberuf.

NATIONAL

3,33% der TeilnehmerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich definierten die künstlerische Produktion als Nebenberuf. Diese sind zu 100,00% weiblich und üben als Hauptberuf in Kurzzeitverträgen Kunsttherapie aus.

REZIPIENZ DER KÜNSTLERISCHEN PRODUKTION ALS GLEICHWERTIG MIT EINER ELTERNSCHAFT

INTERNATIONAL

4,55% der TeilnehmerInnen betrachten die künstlerische Produktion als gleichwertig in Relation zu ihrer Elternschaft. 50,00% von diesen sind weiblich. 50,00% sind männlich.

NATIONAL

Diese KünstlerInnen bilden 6,67% der TeilnehmerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich.

REZIPIENZ DER KÜNSTLERISCHEN PRODUKTION ALS GLEICHWERTIG MIT KUNSTNAHEN/KREATIVEN TÄTIGKEITEN

INTERNATIONAL

6,82% der TeilnehmerInnen sehen die künstlerische Produktion als gleichwertig in Relation zu kunstnahen/kreativen Tätigkeiten. 66,67% von diesen sind weiblich, 33,33% männlich.

NATIONAL

6,67% der TeilnehmerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich sind dieser Auffassung. 100,00% von diesen sind weiblich.

REZIPIENZ DER KÜNSTLERISCHEN PRODUKTION ALS TÄTIGKEIT, NICHT ALS BERUFSBILD

INTERNATIONAL

2,27% der TeilnehmerInnen nehmen Abstand davon, von einem Berufsbild auszugehen und definieren künstlerische Produktion nicht als Beruf oder als Berufsbild, sondern als eine Tätigkeit, die sich gleichwertig zu anderen Tätigkeiten im Leben gesellt. Im gleichen Zuge geht dieser Prozentsatz an TeilnehmerInnen davon aus, dass man im Leben nicht unbedingt einen Beruf haben muss. 100,00% dieser Personen sind weiblich.

NATIONAL

Alle diese Personen haben ihren Hauptwohnsitz in Österreich und bilden 3,33% der TeilnehmerInnen auf nationaler Ebene.

REZIPIENZ DER KÜNSTLERISCHEN PRODUKTION ALS GLEICHWERTIG MIT ANDEREN FORMEN VON (ERWERBS-) TÄTIGKEITEN BZW. DEFINITION ALLER TÄTIGKEITEN IM LEBEN ALS KÜNSTLERISCHE TÄTIGKEITEN

INTERNATIONAL

6,82% der TeilnehmerInnen sehen die künstlerische Produktion als gleichwertig in Relation zu anderen Tätigkeiten, die sie als Erwerbstätigkeit ausüben, an bzw. auch – mit den Worten dieser Künstler formuliert – folgenderweise: "Alles im Leben ist Kunst", jede Tätigkeit im Leben wird als künstlerisch aufgefasst, daher entsteht keine Unterscheidung in der Wertigkeit des künstlerischen Schaffensprozesses im Vergleich zu anderen Tätigkeiten im Leben. 100,00% von diesen sind männlich.

NATIONAL

3,33% der TeilnehmerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich sind dieser Auffassung. 100,00% von diesen sind männlich.

ZU VERÄNDERUNGEN IN ARBEITSWELTEN

EINFÜHRENDE WORTE ZUR AKTUELLEN SITUATION

In the cultural sector, it is typical for many workers to have more than one job [...]. The field of art and, in particular, the performing arts rarely provide full-time contracts and permanent occupations: workers are hired for a specific period of time or under part-time contracts. This is a reason as to why they continually occupy part-time jobs. However, not all part-time jobs are recognised by statistical surveys. In many countries it is necessary to earn a defined minimum wage to be counted in the national statistics as having a part-time job. In tax declarations and social security contributions, it is generally the case to implement a "cut-off border" (€ 14,500 per year in the case of Germany). In other terms, a person earning less than this amount does not need to go through the tax declaration process. Only when the amount earned is beyond that set limit does the person become subject to tax declarations for a part-time job and therefore, appears in national statistics.³¹

The in-between position of the freelancer as "new worker"/"new entrepreneur", between capital and labour, is particularly interesting for labour market researchers, cultural studies analysts and politicians because it questions new socio-political relationships beyond the "Welfare State" era. The traditional categories of the "full-time job society" ("here the worker, there the employer") no longer apply; the cultural content worker is suddenly also a (cultural) entrepreneur (without capital).³²

Wie sich im Kapitel *Rezipienz des Berufsbilds KünstlerIn* in dieser Studie gezeigt hat, rezipieren nur wenige KünstlerInnen Tätigkeitsfelder, seien dies Tätigkeiten, die zum Erwerb von Einkommen dienen, oder solche, die nicht oder nur marginal dazu führen, letztlich als gleichwertig: es sind 9,09% aller TeilnehmerInnen und 6,66% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich.

Deren Berufsauffassung bzw. Auffassungen zu Erwerbstätigkeit stellen sich allerdings auf zwei sehr verschiedene Weisen dar, von denen erstere 6,82% und unter den KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich 3,33% vertreten. Diese lässt

³¹ KEA European Affairs in Kooperation mit Media Group und MKW Wirtschaftsforschung GmbH im Auftrag der Europäischen Kommission, *The Economy of Culture in Europe*, Brüssel 2006, S. 97

³² *Ibd.*, S. 91

sich an der Aussage des jungen italienischen Medienkünstlers Salvatore Iaconesi festmachen:

*Acquiring the money to perform the actual art is an artistic process itself. I don't have a 9to5 job, i need to figure out ways to get money: this is a really creative process. So i guess i am constantly producing art. I do lots of stuff, from security system design for telcos, to expert system development for financial firms, to game design for mobile phones, to communication campaigns development, to advertising, [...] to playing music at rave parties.*³³

Die andere Position betont im Gegensatz dazu nicht die Kreativität jeder Handlung oder einen Kreativcharakter von Erwerbstätigkeit, sondern verneint die Auffassung, dass Menschen im Leben einen Beruf haben müssen, um Leben finanzieren zu können, bzw. infolge auch, die Definition von Berufsbildern zur Definition von Identität heranzuziehen. KünstlerInnen, die solche Ansätze vertreten, sind oft auch jene, die ablehnen, künstlerisches Schaffen als Beruf zu definieren. In weiterer Konsequenz zählt zu dieser Position, dass Tätigkeiten, wengleich vielleicht unterschiedlichen Profils, als gleichwertig definiert werden – bestimmten Handlungen wird weder eine höhere noch eine niedrige Wertigkeit als anderen Handlungen zugeschrieben.

Von allen TeilnehmerInnen haben 2,27% letztere Ansätze ausgeführt, auf nationaler Ebene sind dies 3,33% der KünstlerInnen. Wengleich die Prozentsätze an KünstlerInnen, die explizit die beschriebenen Argumentationslinien eingebracht haben, bei weitem keine Mehrheiten unter KünstlerInnen zu bilden scheinen, spiegeln diese jedoch theoretische Diskurse aus Soziologie und Kunst aus den Cultural Studies und deren Verbindungen ebenso wie Unterschiede zu den strategischen, wirtschaftsorientierten Ansätzen der Creative Industries wider.

Wird im letzteren Falle nach wie vor starker Fokus auf Kunst als Handelsware, als Konsumgut, und in der jüngeren Entwicklung auf Kunst als kulturelle Dienstleistung gelegt und Kreativität als wichtiger Input für Produktionssteigerung und Wirtschaftswachstum bei gleichzeitigem Anspruch auf „frei“ gestaltete Selbstverwirklichung angesehen, so entstammt auch in den Cultural Studies der Ansatz der Gleichwertigkeit von Kunst mit allen anderen gesellschaftlichen Segmenten einem Anspruch auf Selbstverwirklichung und Selbstbestimmtheit.

Anzumerken ist, dass vor allem bei jenen Ansätzen in den Cultural Studies, die sich über Theorien zu Gleichberechtigung in einer zeitgenössischen Entwicklung

³³ Salvatore Iaconesi im Gespräch mit Alexandra Reill im Rahmen der KünstlerInnengespräche *Art Following the Trend? Artists' Voices.*, E-mailkorrespondenz, Wien/Rom, 2007

von Demokratiestrukturen unter Anerkennung unterschiedlichster Lebensformen versuchen, eine historische Nähe zur *Frankfurter Schule* vorfindbar ist, die sich so in den kultur- und gesellschaftspolitischen Strategien im Kontext Creative Industries nicht feststellen lässt.

Nicht nur die Angaben einiger KünstlerInnen bezeugen, dass dieser Diskurs jedoch ein durchaus zeitgenössischer ist. Aus diesem Grund soll an dieser Stelle ein kurzer Überblick zur Entwicklung der Cultural Studies einfließen:

Cultural Studies erforschen die Bedeutung (meaning) von Kultur als Alltagspraxis (everyday practice). Diese Bedeutungen werden als sozial konstruiert aufgefasst. Je nachdem, wie ein kultureller Gegenstand konsumiert wird, ändert sich dessen Bedeutung. Bedeutungen können somit nicht endgültig fixiert werden, sondern unterliegen Verschiebungen, bei welchen Macht eine wichtige Rolle zukommt. Die Konsumtion von kulturellen Gütern ist ein wichtiger Bestand von Identität. [...] Cultural Studies wurden in den 1960er Jahren von zumeist Latour-orientierten Vertretern der britischen Erwachsenenbildung und Literaturwissenschaftlern mit Interesse an Alltagskultur und auch im Zusammenhang mit der aufkommenden Popkultur entwickelt. Sie betonten, auch in Anlehnung an die Frankfurter Schule, die Produktionsbedingungen von kulturellen Gütern und damit auch hegemonialen Bedeutungsmustern in Anlehnung an den Marxismus Louis Althusers und Antonio Gramscis. "In den Cultural Studies wird kritisch an die Marx-Interpretation Althusers sowie an Gramscis Konzept kultureller Hegemonie und seiner Kategorie des Subalternen für die gesellschaftlich marginalisierten und ausgegrenzten Gruppen angeknüpft. Diese Theorien werden mit Hilfe einer vor allem an Jacques Lacan orientierten Psychoanalyse und den sprach- bzw. diskursanalytischen Verfahren von Michel Foucault und Jacques Derrida gegen den Strich gelesen, wobei vor allem der von Derrida entwickelte Begriff der 'Dekonstruktion' zentrale Bedeutung für fast alle postkolonialen Theoretiker haben - namentlich für führende Köpfe wie Homi Bhabha, Gayatri C. Spivak und Stuart Hall." (Wolter)

Die Forschung fand vor allem im Umfeld des Birmingham Centre for Contemporary Cultural Studies (BCCCS) unter der Leitung von Stuart Hall statt. Weitere wichtige Vertreter sind Edward Palmer Thompson sowie Raymond Williams, der die frühen Grundlagen mit erarbeitete, Paul Willis und später die selbst von der Jugendsubkultur, besonders dem britischen Punk geprägten Dick Hebdige und Angela McRobbie.

Mit den Forschungen von Pierre Bourdieu, aber auch John Fiske und der Verlagerung des Schwerpunkts der Forschung an US-amerikanische Universitäten verschob sich der Fokus in den 1980er Jahren. Produktion und Konsumtion

werden nun theoretisch als gleichwertig betrachtet. In den Studien der 1980er und 1990er Jahre überwiegen jene, die die Aneignungspraktiken der Produkte in den Mittelpunkt stellen. Im Gegensatz zur Kulturkritik der Frankfurter Schule, in der die Konsumenten als betrogene Masse betrachtet werden, betonen die Cultural Studies den kreativen Umgang der Konsumenten mit kulturellen Gegenständen. In den 1990er Jahren wurde besonders das Thema Differenz ein Schwerpunkt der Cultural Studies.

Schon 1979 erschien Paul Willis' klassische Studie zum Widerstand von Jugendlichen der Arbeiterkultur auf Deutsch. Übersetzungen der Werke Stuart Halls erschienen seit den 80er Jahren. Erst seit Mitte der 1990er Jahre werden die Cultural Studies jedoch auch in der deutschsprachigen Forschung und gehobenen Populärkultur breiter wahrgenommen.

Die Werke Frantz Fanons haben die theoretischen Arbeiten der Cultural Studies früh beeinflusst und gelten noch heute als Grundlagentexte.³⁴

EINKOMMENSMODELLE BEI NICHT AUSREICHENDEM EINKOMMEN³⁵

VOLLZEITLOHNVERHÄLTNISSSE ALS ARBEITERINNEN

INTERNATIONAL

2,27% der TeilnehmerInnen erzielten im Kalenderjahr 2007 nicht ausreichendes Einkommen aus künstlerischen Tätigkeiten und hielten parallel zur künstlerischen Produktion ein Vollzeitlohnverhältnis als ArbeiterIn zur Finanzierung des Lebensunterhalts inne. 100,00% von diesen sind männlich.

NATIONAL

Diese Personen bilden 3,33% der in Österreich hauptansässigen TeilnehmerInnen.

³⁴ Kollektiv unbenannter AutorInnen, in: http://de.wikipedia.org/wiki/Cultural_studies, Aufruf 23.06.2007

³⁵ Kunst- und Kulturförderungen sowie ebensolche Stipendien sind nicht in den Erwerb außerhalb der künstlerischen Produktion eingerechnet, sondern werden in diesem Papier anteilig als Einkommen aus der künstlerischen Produktion definiert.

Welche Summen aus der künstlerischen Produktion für die Finanzierung von Lebensformen und welche außerhalb der künstlerischen Produktion generiert werden konnten, wurde nicht erhoben. Kunstnahe Erwerbstätigkeiten wurden von den KünstlerInnen selbst durchgängig als Erwerbstätigkeiten gekennzeichnet, die außerhalb der künstlerischen Produktion selbst stattfinden. Nur wenige führten diese als Teil ihrer künstlerischen Produktion an, bei jenen wurden kunstnahe Aktivitäten entsprechend der eigenen Definition in der Statistik im Rahmen der künstlerischen Aktivitäten ausgewertet.

TEILZEITLOHNVERHÄLTNISSE ALS ARBEITERINNEN

INTERNATIONAL

2,27% der TeilnehmerInnen erzielten im Kalenderjahr 2007 nicht ausreichendes Einkommen aus künstlerischen Tätigkeiten und hielten parallel zur künstlerischen Produktion ein Teilzeitlohnverhältnis als ArbeiterIn zur Finanzierung des Lebensunterhalts inne. 100,00% von diesen sind weiblich.

NATIONAL

Diese KünstlerInnen bilden 3,33% der in Österreich hauptansässigen TeilnehmerInnen.

VOLLZEITLOHNVERHÄLTNISSE ALS ANGESTELLTE

INTERNATIONAL

4,55% der TeilnehmerInnen erzielten im Kalenderjahr 2007 nicht ausreichendes Einkommen aus künstlerischen Tätigkeiten und hielten parallel zur künstlerischen Produktion ein Vollzeitlohnverhältnis als Angestellte/r zur Finanzierung des Lebensunterhalts inne. 50,00% von diesen sind weiblich, 50,00% sind männlich.³⁶

Von diesen Personen mit einem Vollzeitangestelltenverhältnis übten 100,00% die Anstellung in einem kunstfernen Kontext aus, um neben ihrer künstlerischen Tätigkeit Geld zu erwerben.

Das Angestelltenverhältnis wurde als Nebenberuf aufgefasst, inhaltlich galt die künstlerische Produktion als Hauptberuf.

50,00% letzterer Personen waren im Business Consulting tätig und sind zu 100,00% männlich; 50,00% arbeiteten als Büroangestellte und sind zu 100,00% weiblich.

³⁶ Von jenen KünstlerInnen, die angaben, dass sie von ihrer künstlerischen Produktion ausreichend leben können, haben im internationalen Feld nur 2,27% und im nationalen Feld nur 3,33% ihre künstlerische Tätigkeit im Rahmen eines Angestelltenverhältnisses in Vollzeit ausgeübt. Da diese Personen, die zu 100% männlich und im Feld der Architektur tätig sind, Architektur als künstlerisches Feld definiert haben, sind sie nicht in der Statistik jener enthalten, die angegeben haben, dass sie nicht vollständig von der künstlerischen Produktion leben und können und parallel dazu ein Angestelltenverhältnis im Jahre 2007 innehielten. Anzumerken bleibt, dass in der persönlichen Gesprächsführung jedoch deutlich wurde, dass das Angestelltenverhältnis als Lebensfinanzierungs- und Arbeitsmodell für die künstlerische Produktion nur bedingt von den entsprechenden KünstlerInnen geschätzt wurde, letztlich in einer Tabuisierung lieber nicht erwähnt wurde und deshalb vorlag, weil die davor ausgeübte unternehmerische Tätigkeit zu Schulden geführt hatte, deren Bewältigung ohne Absicherung täglicher Lebenskosten durch ein Angestelltenverhältnis wirtschaftlich nicht mehr möglich gewesen wäre.

NATIONAL

3,33% der in Österreich hauptansässigen TeilnehmerInnen erzielten im Kalenderjahr 2007 nicht ausreichendes Einkommen aus künstlerischen Tätigkeiten und hielten parallel zur künstlerischen Produktion ein Vollzeitlohnverhältnis als Angestellte/r zur Finanzierung des Lebensunterhalts inne. 100,00% von diesen sind weiblich.

Das Angestelltenverhältnis wurde als Nebenberuf aufgefasst, inhaltlich galt die künstlerische Produktion als Hauptberuf.

100,00% dieser Personen arbeiteten als Büroangestellte.

TEILZEITLOHNVERHÄLTNISSSE ALS ANGESTELLTE

INTERNATIONAL

13,64% der TeilnehmerInnen erzielten im Kalenderjahr 2007 nicht ausreichendes Einkommen aus künstlerischen Tätigkeiten und hielten parallel zur künstlerischen Produktion ein Teilzeitlohnverhältnis als Angestellte/r zur Finanzierung des Lebensunterhalts inne. 66,67% von diesen sind weiblich, 33,33% männlich.

Von jenen KünstlerInnen, die als Nebenerwerb eine Teilzeitanstellung inne hielten, waren 40% in einem soziokulturellen NGO-Segment tätig, 40% unterrichteten und 20% übten Kunsttherapie in einer Teilzeitanstellung aus.

Nur 2,27% der KünstlerInnen, die ein Angestelltenverhältnis in Teilzeit als Einkommensquelle parallel zu ihren künstlerischen Aktivitäten angaben, gaben keine Kombination mit anderen Arbeitsmodellen an, um ihr Leben finanzieren zu können. Als Kombinationen wurden angegeben:

TEILZEITANSTELLUNG

PLUS

ECHTE WERKVERTRÄGE

PLUS

FREIE DIENSTNEHMERINNENVERTRÄGE

PLUS

GERINGFÜGIGE BESCHÄFTIGUNG

2,27% der TeilnehmerInnen konnten 2007 nicht ausreichend von der künstlerischen Produktion leben und gaben an, dass sie 2007 eine Kombination wie obig aufgelistet nutzten, um zusätzlich zu ihrer künstlerischen Produktion und Erwerbstätigkeit Lebensunterhalt finanzieren zu können. 100,00% von diesen sind weiblich.

TEILZEITANSTELLUNG ALS ANGESTELLTE

PLUS

ARBEITSLLOSENUNTERSTÜTZUNG BZW. NOTSTANDSHILFE

PLUS

ECHTE WERKVERTRÄGE

PLUS

FREIE DIENSTNEHMERINNENVERTRÄGE

2,27% der TeilnehmerInnen konnten 2007 nicht ausreichend von der künstlerischen Produktion leben und gaben für das Kalenderjahr 2007 an, dass sie eine Kombination wie obig aufgelistet nutzten, um zusätzlich zu ihrer künstlerischen Produktion und Erwerbstätigkeit Lebensunterhalt finanzieren zu können. 100,00% von diesen sind weiblich.

TEILZEITANSTELLUNG

PLUS

ARBEITSLLOSENUNTERSTÜTZUNG BZW. NOTSTANDSHILFE

PLUS

ECHTE WERKVERTRÄGE

PLUS

FREIE DIENSTNEHMERINNENVERTRÄGE

PLUS

GERINGFÜGIGE BESCHÄFTIGUNG

2,27% der TeilnehmerInnen konnten 2007 nicht ausreichend von der künstlerischen Produktion leben und gaben an, dass sie eine Kombination wie obig aufgelistet 2007 nutzten, um zusätzlich zu ihrer künstlerischen Produktion und Erwerbstätigkeit Lebensunterhalt finanzieren zu können. Diese Personen sind alle weiblich.

TEILZEITANSTELLUNG

PLUS

ECHTE WERKVERTRÄGE/NEUE SELBSTÄNDIGKEIT

PLUS

MITVERSORGUNG AUS LEBENSGEMEINSCHAFTEN

2,27% der TeilnehmerInnen konnten 2007 nicht ausreichend von der künstlerischen Produktion leben und gaben an, dass sie 2007 obig aufgelistete Kombination nutzten, um zusätzlich zu ihrer künstlerischen Produktion und Erwerbstätigkeit Lebensunterhalt zu finanzieren. 100,00% von diesen sind männlich.

TEILZEITANSTELLUNG

PLUS

GEWERBEBETRIEB MIT ANDERER UNTERNEHMENSFORM

ALS

EINZELUNTERNEHMEN MIT GEWERBESCHEIN

PLUS

ECHTE WERKVERTRÄGE

PLUS

FREIE DIENSTNEHMERINNENVERTRÄGE

2,27% der TeilnehmerInnen konnten 2007 nicht ausreichend von der künstlerischen Produktion leben und gaben an, dass sie 2007 obig aufgelistete Kombination nutzten, um Lebensunterhalt zu finanzieren. 100,00% von diesen sind weiblich.

NATIONAL

13,32% der in Österreich hauptansässigen TeilnehmerInnen erzielten im Kalenderjahr 2007 kein der eigenen Definition gemäß ausreichendes Einkommen aus künstlerischen Tätigkeiten und hielten parallel zur künstlerischen Produktion ein Teilzeitlohnverhältnis als Angestellte/r zur Finanzierung des Lebensunterhalts inne. 100,00% von diesen sind weiblich. 50,00% der genannten Personen waren in einem soziokulturellen NGO-Segment in Teilzeit angestellt, 25,00% unterrichteten und 25,00% übten Kunsttherapie in einer Teilzeitanstellung aus.

Neben der Teilzeitanstellung lagen in allen Fällen noch andere Erwerbsformen vor:

TEILZEITANSTELLUNG

PLUS

ECHTE WERKVERTRÄGE

PLUS

FREIE DIENSTNEHMERINNENVERTRÄGE

PLUS

GERINGFÜGIGE BESCHÄFTIGUNG

3,33% der TeilnehmerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich konnten 2007 nicht ausreichend von der künstlerischen Produktion leben und gaben obig aufgelistete Kombination zur Finanzierung ihres Lebensunterhalts an. Alle diese Personen sind weiblich.

TEILZEITANSTELLUNG ALS ANGESTELLTE

PLUS

ARBEITSLOSENUNTERSTÜTZUNG BZW. NOTSTANDSHILFE

PLUS

ECHTE WERKVERTRÄGE

PLUS

FREIE DIENSTNEHMERINNENVERTRÄGE

3,33% der TeilnehmerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich konnten 2007 nicht ausreichend von der künstlerischen Produktion leben und gaben an, dass sie 2007 eine Kombination wie obig aufgelistet nutzten, um ihren Lebensunterhalt zu finanzieren. Diese Personen sind weiblich.

TEILZEITANSTELLUNG

PLUS

ARBEITSLOSENUNTERSTÜTZUNG BZW. NOTSTANDSHILFE

PLUS

ECHTE WERKVERTRÄGE

PLUS

FREIE DIENSTNEHMERINNENVERTRÄGE

PLUS

GERINGFÜGIGE BESCHÄFTIGUNG

3,33% der TeilnehmerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich führten obige Kombination zur Finanzierung ihres Lebensunterhalts 2007 an. Diese Personen sind alle weiblich.

TEILZEITANSTELLUNG

PLUS

ECHTE WERKVERTRÄGE/NEUE SELBSTÄNDIGKEIT

PLUS

MITVERSORGUNG AUS LEBENSGEMEINSCHAFTEN

Keine/r der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich hat angegeben, diese Kombination 2007 als Finanzierungsmodell genutzt zu haben.

TEILZEITANSTELLUNG

PLUS

GEWERBEBETRIEB MIT ANDERER UNTERNEHMENSFORM

ALS EINZELUNTERNEHMEN MIT GEWERBESCHEIN

PLUS

ECHTE WERKVERTRÄGE

PLUS

FREIE DIENSTNEHMERINNENVERTRÄGE

Jene auf der internationalen Ebene ausgewiesenen weiblichen 2,27% bilden 3,33% der TeilnehmerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich.

GERINGFÜGIGE BESCHÄFTIGUNGEN

INTERNATIONAL

6,82% der TeilnehmerInnen erzielten im Kalenderjahr 2007 nicht ausreichendes Einkommen aus künstlerischen Tätigkeiten und waren parallel zur künstlerischen Produktion zur Finanzierung des Lebensunterhalts geringfügig beschäftigt. 66,67% von diesen sind weiblich, 33,33% sind männlich. In allen Fällen lagen neben der geringfügigen Beschäftigung noch andere Erwerbsformen vor:

GERINGFÜGIGE BESCHÄFTIGUNG

PLUS

ECHTE WERKVERTRÄGE

PLUS

FREIE DIENSTNEHMERINNENVERTRÄGE

2,27% der TeilnehmerInnen konnten 2007 nicht ausreichend von der künstlerischen Produktion leben und gaben an, dass sie 2007 obig aufgelistete Kombination nutzten, um zusätzlich zu ihrer künstlerischen Produktion und Erwerbstätigkeit Lebensunterhalt zu finanzieren. 100,00% von diesen sind männlich.

GERINGFÜGIGE BESCHÄFTIGUNG

PLUS

ECHTE WERKVERTRÄGE

PLUS

FREIE DIENSTNEHMERINNENVERTRÄGE

PLUS

TEILZEITANSTELLUNG

2,27% der TeilnehmerInnen gaben im entsprechenden Kontext obig aufgelistete Kombination an. 100,00% von diesen sind weiblich.

GERINGFÜGIGE BESCHÄFTIGUNG

PLUS

ARBEITSLLOSENUNTERSTÜTZUNG BZW. NOTSTANDSHILFE

PLUS

ECHTE WERKVERTRÄGE

PLUS

FREIE DIENSTNEHMERINNENVERTRÄGE

PLUS

TEILZEITANSTELLUNG

2,27% der TeilnehmerInnen gaben im entsprechenden Kontext obig aufgelistete Kombination an. Alle diese Personen sind weiblich.

NATIONAL

10,00% der TeilnehmerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich erzielten im Kalenderjahr 2007 kein ausreichendes Einkommen aus künstlerischen Tätigkeiten und waren parallel zur künstlerischen Produktion zur Finanzierung des Lebensunterhalts geringfügig beschäftigt. 66,67% von diesen sind weiblich. 33,33% sind männlich. In allen Fällen lag eine Kombination verschiedener Erwerbsformen vor:

GERINGFÜGIGE BESCHÄFTIGUNG

PLUS

ECHTE WERKVERTRÄGE

PLUS

FREIE DIENSTNEHMERINNENVERTRÄGE

3,33% der TeilnehmerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich machten diese Angabe. 100,00% von diesen sind männlich.

GERINGFÜGIGE BESCHÄFTIGUNG

PLUS

ECHTE WERKVERTRÄGE

PLUS

FREIE DIENSTNEHMERINNENVERTRÄGE

PLUS

TEILZEITANSTELLUNG

3,33% der TeilnehmerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich machten diese Angabe. 100,00% von diesen sind weiblich.

GERINGFÜGIGE BESCHÄFTIGUNG

PLUS

ARBEITSLOSENUNTERSTÜTZUNG BZW. NOTSTANDSHILFE

PLUS

ECHTE WERKVERTRÄGE

PLUS

FREIE DIENSTNEHMERINNENVERTRÄGE

PLUS

TEILZEITANSTELLUNG

3,33% der TeilnehmerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich entsprechen den internationalen Angaben. Alle diese Personen sind weiblich.

FREIE DIENSTNEHMERINNENVERTRÄGE

INTERNATIONAL

13,63% der TeilnehmerInnen erzielten im Kalenderjahr 2007 kein ausreichendes Einkommen aus künstlerischen Tätigkeiten und waren parallel zur künstlerischen Produktion zur Finanzierung des Lebensunterhalts unter einem freien Dienstnehmervertrag erwerbstätig.

In allen Fällen lagen daneben und parallel zur künstlerischen Produkten noch andere Erwerbsformen vor.

25,00% dieser Personen, die zu 100,00% weiblich sind, übten ihren Nebenerwerb im elterlichen Unternehmen aus; 25,00%, die männlich sind, arbeiteten im Sozialbereich, mit Kindern; 25,00%, die männlich sind, waren in der Gastronomie tätig; 25,00%, die weiblich sind, waren für ein Umfrageinstitut tätig.

Folgende Kombinationen an Erwerbsformen wurden angegeben:

FREIE DIENSTNEHMERINNENVERTRÄGE

PLUS

ECHTE WERKVERTRÄGE

2,27% der TeilnehmerInnen konnten 2007 nicht ausreichend von der künstlerischen Produktion leben und gaben an, dass sie 2007 eine Kombination aus freien DienstnehmerInnen- und echten Werkverträgen nutzten, um zusätzlich zu ihrer künstlerischen Produktion und Erwerbstätigkeit den Lebensunterhalt zu finanzieren. 100,00% von diesen sind männlich.

FREIE DIENSTNEHMERINNENVERTRÄGE

PLUS

ECHTE WERKVERTRÄGE

PLUS

GERINGFÜGIGE BESCHÄFTIGUNG

2,27% der TeilnehmerInnen führten diese Kombination an. 100,00% von diesen sind männlich.

FREIE DIENSTNEHMERINNENVERTRÄGE

PLUS

ECHTE WERKVERTRÄGE

PLUS

GERINGFÜGIGE BESCHÄFTIGUNG

PLUS

TEILZEITANSTELLUNG

2,27% der TeilnehmerInnen führten diese Kombination an. 100,00% von diesen sind weiblich.

FREIE DIENSTNEHMERINNENVERTRÄGE

PLUS

ARBEITSLOSENUNTERSTÜTZUNG BZW. NOTSTANDSHILFE

PLUS

ECHTE WERKVERTRÄGE

PLUS

TEILZEITANSTELLUNG ALS ANGESTELLTE/R

2,27% der TeilnehmerInnen machten diese Angaben. 100,00% von diesen sind weiblich.

FREIE DIENSTNEHMERINNENVERTRÄGE

PLUS

ARBEITSLOSENUNTERSTÜTZUNG BZW. NOTSTANDSHILFE

PLUS

ECHTE WERKVERTRÄGE

PLUS

GERINGFÜGIGE BESCHÄFTIGUNG

PLUS

TEILZEITANSTELLUNG

Diese Kombination wurde von 2,27% der TeilnehmerInnen genutzt. Diese Personen sind alle weiblich.

**FREIE DIENSTNEHMERINNENVERTRÄGE
PLUS
ECHTE WERKVERTRÄGE
PLUS
GEWERBEBETRIEB MIT ANDERER UNTERNEHMENSFORM
ALS EINZELUNTERNEHMEN MIT GEWERBESCHEIN
PLUS
TEILZEITANSTELLUNG**

Diese Kombination betrifft 2,27% der TeilnehmerInnen. 100,00% von diesen sind weiblich.

NATIONAL

19,98% der TeilnehmerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich hielten 2007 neben ihrer künstlerischen Produktion zumindest einen Freien DienstnehmerInnenvertrag inne. 66,67% sind weiblich, 33,33% männlich. 33,33% dieser Personen, die zu 100,00% weiblich sind, übten eine Beschäftigung im elterlichen Unternehmen aus; 33,33%, die zu 100,00% männlich sind, arbeiteten mit Kindern; 33,33%, die alle weiblich sind, waren für ein Umfrageinstitut tätig. Weiters wurden folgende Kombinationen an Erwerbsformen angegeben:

**FREIE DIENSTNEHMERINNENVERTRÄGE
PLUS
ECHTE WERKVERTRÄGE**

3,33% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich entsprechen den internationalen Angaben. 100,00% von diesen sind männlich.

**FREIE DIENSTNEHMERINNENVERTRÄGE
PLUS
ECHTE WERKVERTRÄGE
PLUS
GERINGFÜGIGE BESCHÄFTIGUNG**

Diese Kombination haben 3,33% der TeilnehmerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich angegeben. 100,00% von diesen sind männlich.

**FREIE DIENSTNEHMERINNENVERTRÄGE
PLUS ECHTE WERKVERTRÄGE
PLUS
GERINGFÜGIGE BESCHÄFTIGUNG
PLUS
TEILZEITANSTELLUNG**

3,33% der TeilnehmerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich machten diese Angaben. 100,00% von diesen sind weiblich.

**FREIE DIENSTNEHMERINNENVERTRÄGE
PLUS
ARBEITSLLOSENUNTERSTÜTZUNG BZW. NOTSTANDSHILFE
PLUS
ECHTE WERKVERTRÄGE
PLUS
TEILZEITANSTELLUNG ALS ANGESTELLTE**

3,33% der TeilnehmerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich nutzten 2007 neben der künstlerischen Produktion diese Kombination. 100,00% von diesen sind weiblich.

**FREIE DIENSTNEHMERINNENVERTRÄGE
PLUS
ARBEITSLLOSENUNTERSTÜTZUNG BZW. NOTSTANDSHILFE
PLUS
ECHTE WERKVERTRÄGE
PLUS
GERINGFÜGIGE BESCHÄFTIGUNG
PLUS
TEILZEITANSTELLUNG**

3,33% der TeilnehmerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich machten diese Angaben. Alle diese Personen sind alle weiblich.

**FREIE DIENSTNEHMERINNENVERTRÄGE
PLUS
ECHTE WERKVERTRÄGE
PLUS
GEWERBEBETRIEB MIT ANDERER**

**UNTERNEHMENSFORM ALS EINZELUNTERNEHMEN MIT
GEWERBESCHEIN
PLUS
TEILZEITANSTELLUNG**

3,33% der TeilnehmerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich führten diese Kombination an. 100,00% von diesen sind weiblich.

**ECHTE WERKVERTRÄGE/
NEUE SELBSTÄNDIGKEIT/KLEINUNTERNEHMERINNEN**

INTERNATIONAL

52,27% der TeilnehmerInnen konnten im Kalenderjahr 2007 kein ausreichendes Einkommen aus künstlerischen Tätigkeiten erzielen und haben parallel zur künstlerischen Produktion Lebensunterhalt mit echten Werkverträgen bzw. als Neue Selbständige verdient. 60,87% von diesen sind weiblich. 39,13% sind männlich.

38,61% der TeilnehmerInnen gaben neben der Erwerbsbasis des Echten Werkvertrags keine anderen Vertragsmodelle an.

Daher sehen sich 13,66% jener 52,27% an KünstlerInnen, die ihre Lebensfinanzierung vorrangig durch Echte Werkverträge bestreiten, veranlasst, zusätzlich zum Kleinunternehmertum folgende Kombinationen an Lebensfinanzierungsmodellen einzugehen:

**ECHTE WERKVERTRÄGE
PLUS
UNIVERSITÄRE STIPENDIEN**

2,27% der TeilnehmerInnen konnten 2007 nicht ausreichend von der künstlerischen Produktion leben und gaben an, dass sie 2007 ein universitäres Stipendium nutzten, um zusätzlich zu ihrer künstlerischen Produktion und Erwerbstätigkeit den Lebensunterhalt zu finanzieren. 100,00% von diesen sind männlich.

ECHE WERKVERTRÄGE

PLUS

FREIE DIENSTNEHMERINNENVERTRÄGE

2,27% der TeilnehmerInnen diese Angabe. 100,00% von diesen sind männlich.

ECHE WERKVERTRÄGE

PLUS

FREIE DIENSTNEHMERINNENVERTRÄGE

PLUS

GERINGFÜGIGE BESCHÄFTIGUNG

2,27% der TeilnehmerInnen führten diese Kombination an. 100,00% von diesen sind männlich.

ECHE WERKVERTRÄGE

PLUS

FREIE DIENSTNEHMERINNENVERTRÄGE

PLUS

GERINGFÜGIGE BESCHÄFTIGUNG

PLUS

TEILZEITANSTELLUNG

2,27% der TeilnehmerInnen nutzten diese Kombination. 100,00% von diesen sind weiblich.

ECHE WERKVERTRÄGE

PLUS

MITVERSORGUNG AUS LEBENSGEMEINSCHAFTEN

PLUS

TEILZEITANSTELLUNG

2,27% der TeilnehmerInnen führten diese Kombination an. 100,00% von diesen sind männlich.

ECHE WERKVERTRÄGE
PLUS
ARBEITSLOSENUNTERSTÜTZUNG BZW. NOTSTANDSHILFE
PLUS
FREIE DIENSTNEHMERINNENVERTRÄGE
PLUS
TEILZEITANSTELLUNG ALS ANGESTELLTE
2,27% der TeilnehmerInnen führten diese Kombination an. 100,00%
von diesen sind weiblich.

ECHE WERKVERTRÄGE
PLUS
ARBEITSLOSENUNTERSTÜTZUNG BZW. NOTSTANDSHILFE
PLUS
FREIE DIENSTNEHMERINNENVERTRÄGE
PLUS
GERINGFÜGIGE BESCHÄFTIGUNG
PLUS
TEILZEITANSTELLUNG
2,27% führten diese Kombination an. Diese Personen sind weiblich.

ECHE WERKVERTRÄGE
PLUS
ARBEITSLOSENUNTERSTÜTZUNG BZW. NOTSTANDSHILFE
2,27% der TeilnehmerInnen nutzten diese Kombination. 100,00%
von diesen sind männlich.

ECHE WERKVERTRÄGE
PLUS
ARBEITSLOSENUNTERSTÜTZUNG BZW. NOTSTANDSHILFE
PLUS
SOZIALE UNTERSTÜTZUNG DURCH FAMILIEN- BZW.
FREUNDESKREIS
2,27% der TeilnehmerInnen konnten auf diese Kombination zurück-
greifen. 100,00% von diesen sind männlich.

ECHTE WERKVERTRÄGE

PLUS

MITVERSORGUNG AUS LEBENSGEMEINSCHAFTEN

6,82% der TeilnehmerInnen führten diese Kombination an. 100,00% von diesen sind weiblich.

ECHTE WERKVERTRÄGE

PLUS

BERUFSUNFÄHIGKEITS-/FRÜH-/ALTERSPENSION

9,09% der TeilnehmerInnen führten eine dieser Kombinationen an. 25,00% von diesen sind weiblich. 75,00% sind männlich.

ECHTE WERKVERTRÄGE

PLUS

FREIE DIENSTNEHMERINNENVERTRÄGE

PLUS

GEWERBEBETRIEB MIT ANDERER UNTERNEHMENSFORM

ALS EINZELUNTERNEHMEN MIT GEWERBESCHEIN

PLUS

TEILZEITANSTELLUNG

Dies betraf 2,27% der TeilnehmerInnen. 100,00% von diesen sind weiblich.

NATIONAL

46,67% der TeilnehmerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich der TeilnehmerInnen konnten im Kalenderjahr 2007 nicht ausreichendes Einkommen aus künstlerischen Tätigkeiten erzielen und haben parallel zur künstlerischen Produktion Lebensunterhalt mit echten Werkverträgen bzw. als Neue Selbständige verdient. 71,43% von diesen sind weiblich, 28,57% männlich.

43,31% der TeilnehmerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich gaben neben der Erwerbsbasis des Echten Werkvertrags Kombinationen mit anderen Erwerbsmodellen zur Lebensfinanzierung an.

Daher ergibt sich, dass nur 3,36% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich in der Lage sind, als KleinunternehmerInnen tatsächlich ihren Lebensunterhalt zu verdienen.

ECHTE WERKVERTRÄGE

PLUS

UNIVERSITÄRE STIPENDIEN

3,33% der TeilnehmerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich machten diese Angaben. Die Personen im internationalen und nationalen Kontext sind ident.

ECHTE WERKVERTRÄGE

PLUS

FREIE DIENSTNEHMERINNENVERTRÄGE

3,33% der TeilnehmerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich machten diese Angaben. Die Personen im internationalen und nationalen Kontext sind ident.

ECHTE WERKVERTRÄGE

PLUS

FREIE DIENSTNEHMERINNENVERTRÄGE

PLUS

GERINGFÜGIGE BESCHÄFTIGUNG

3,33% der TeilnehmerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich führten diese Kombination an. 100,00% von diesen sind männlich.

ECHTE WERKVERTRÄGE

PLUS

FREIE DIENSTNEHMERINNENVERTRÄGE

PLUS

GERINGFÜGIGE BESCHÄFTIGUNG

PLUS

TEILZEITANSTELLUNG

3,33% der TeilnehmerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich nutzten diese Kombination. 100,00% von diesen sind weiblich.

ECHTE WERKVERTRÄGE

PLUS

MITVERSORGUNG AUS LEBENSGEMEINSCHAFTEN

PLUS

TEILZEITANSTELLUNG

Keine/r der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich gab an, im Kalenderjahr 2007 diese Kombination genutzt zu haben.

ECHTE WERKVERTRÄGE

PLUS

ARBEITSLLOSENUNTERSTÜTZUNG BZW. NOTSTANDSHILFE

PLUS

FREIE DIENSTNEHMERINNENVERTRÄGE

PLUS

TEILZEITANSTELLUNG ALS ANGESTELLTE

3,33% der TeilnehmerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich führten diese Kombination an. 100,00% von diesen sind weiblich.

ECHTE WERKVERTRÄGE

PLUS

ARBEITSLLOSENUNTERSTÜTZUNG BZW. NOTSTANDSHILFE

PLUS

FREIE DIENSTNEHMERINNENVERTRÄGE

PLUS

GERINGFÜGIGE BESCHÄFTIGUNG

PLUS

TEILZEITANSTELLUNG

3,33 der TeilnehmerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich finanzierten ihren Lebensunterhalt mit dieser Kombination. Diese Personen sind weiblich.

ECHTE WERKVERTRÄGE

PLUS

ARBEITSLLOSENUNTERSTÜTZUNG BZW. NOTSTANDSHILFE

3,33% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich machten diese Angaben. Alle diese Personen sind männlich.

**ECHE WERKVERTRÄGE
PLUS
ARBEITSLLOSENUNTERSTÜTZUNG BZW. NOTSTANDSHILFE
PLUS
SOZIALE UNTERSTÜTZUNG DURCH FAMILIEN BZW.
FREUNDESKREIS**

3,33% der TeilnehmerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich entsprechen den internationalen Angaben. 100,00% von diesen Personen sind männlich.

**ECHE WERKVERTRÄGE
PLUS
MITVERSORGUNG AUS LEBENSGEMEINSCHAFTEN**

10,00% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich machten diese Angaben. 100,00% von diesen sind weiblich.

**ECHE WERKVERTRÄGE
PLUS
BERUFSUNFÄHIGKEITS-/FRÜH-/ALTERSPENSION**

10,00% der TeilnehmerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich führten eine dieser Kombinationen an. 100,00% von diesen sind männlich.

**ECHE WERKVERTRÄGE
PLUS
FREIE DIENSTNEHMERINNENVERTRÄGE
PLUS
GEWERBEBETRIEB MIT ANDERER UNTERNEHMENSFORM
ALS
EINZELUNTERNEHMEN MIT GEWERBESCHEIN
PLUS
TEILZEITANSTELLUNG**

3,33% der TeilnehmerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich nutzten diese Kombination. 100,00% von diesen sind weiblich.

EINZELUNTERNEHMERINNEN MIT GEWERBESCHEIN

INTERNATIONAL/NATIONAL

Niemand der TeilnehmerInnen hat parallel zur künstlerischen Produktion seinen/ihren Lebensunterhalt als EinzelunternehmerInnen mit Gewerbeschein erworben.

BETREIBERINNEN ANDERER UNTERNEHMENSFORMEN ALS EINZELUNTERNEHMEN MIT GEWERBESCHEIN

INTERNATIONAL

9,09% der TeilnehmerInnen konnten im Kalenderjahr 2007 kein ausreichendes Einkommen aus künstlerischen Tätigkeiten erzielen und haben parallel zur künstlerischen Produktion Lebensunterhalt als BetreiberIn einer anderen Unternehmensform als dem Einzelunternehmen mit Gewerbeschein erworben. 75,00% von diesen sind weiblich. 25,00% sind männlich.

4,54% haben neben dem Betrieb eines Gewerbebetriebs noch andere Erwerbsmodelle angeführt. Damit ergibt sich, dass 4,55% der KünstlerInnen neben ihren künstlerischen Aktivitäten die Lebensfinanzierung ausschließlich aus dem Betrieb eines Einzelunternehmens mit Gewerbeschein bestreiten. Keine/r der KünstlerInnen, die den Betrieb eines Kleinunternehmens mit Gewerbeschein als Einkommensquelle angegeben haben, haben gleichzeitig angegeben, dass sie vollständig von ihren künstlerischen Aktivitäten leben können. Die folgenden Kombinationen wurden angeführt:

GEWERBEBETRIEB MIT ANDERER UNTERNEHMENSFORM ALS EINZELUNTERNEHMEN MIT GEWERBESCHEIN

PLUS

ECHTE WERKVERTRÄGE

PLUS

FREIE DIENSTNEHMERINNENVERTRÄGE

PLUS

TEILZEITANSTELLUNG

2,27% der TeilnehmerInnen führten diese Kombination an. 100,00% von diesen sind weiblich.

KLEINGEWERBE

PLUS

PENSION

2,27% der TeilnehmerInnen konnten 2007 nicht ausreichend von der künstlerischen Produktion leben und gaben an, dass sie 2007 eine Kombination aus Berufsunfähigkeitspension und dem Betreiben eines Kleingewerbes nutzten, um zusätzlich zu ihrer künstlerischen Produktion und Erwerbstätigkeit den Lebensunterhalt zu finanzieren. 100,00% von diesen sind männlich.

NATIONAL

13,33% der TeilnehmerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich entsprechen diesen Personenangaben, die ident mit dem internationalen Feld sind.

6,67% der TeilnehmerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich haben neben dem Betrieb eines Gewerbebetriebs noch andere Erwerbsmodelle angeführt. Damit ergibt sich, dass 6,66% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich neben ihren künstlerischen Aktivitäten die Lebensfinanzierung ausschließlich aus dem Betrieb eines Einzelunternehmens mit Gewerbeschein bestreiten. Keine/r der KünstlerInnen, die den Betrieb eines Kleinunternehmens mit Gewerbeschein als Einkommensquelle angegeben haben, haben gleichzeitig angegeben, dass sie vollständig von ihren künstlerischen Aktivitäten leben können. Die folgenden Kombinationen wurden angeführt:

GEWERBEBETRIEB MIT ANDERER UNTERNEHMENSFORM

ALS EINZELUNTERNEHMEN MIT GEWERBESCHEIN

PLUS

ECHTE WERKVERTRÄGE

PLUS

FREIE DIENSTNEHMERINNENVERTRÄGE

PLUS

TEILZEITANSTELLUNG

Die weiblichen 2,27% auf der internationalen Ebene bilden 3,33% der TeilnehmerInnen auf nationaler Ebene.

KLEINGEWERBE

PLUS

PENSION

Die männlichen 2,27% auf der internationalen Ebene bilden 3,33% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich.

ARBEITSLOSENUNTERSTÜTZUNG ODER NOTSTANDSHILFE ODER SOZIALHILFE

INTERNATIONAL

0,00% der TeilnehmerInnen konnten 2007 nicht ausreichend von der künstlerischen Produktion leben und gaben an, dass sie 2007 Arbeitslosengeld oder Notstandshilfe oder Sozialhilfe als einzig andere Einkommensquelle bezogen.

Niemand gab explizit an, Sozialhilfe zu beziehen.

Daraus dürfen angesichts der marginalen Einkommensverhältnisse der KünstlerInnen, wie sie sich in dieser Studie als durchgängiges Ergebnis zeigen, drei mögliche Rückschlüsse gezogen werden:

KünstlerInnen scheuen sich eher davor, Arbeitslosenunterstützung in Anspruch zu nehmen, da sie sich eher als FreiberuflerInnen verstehen.

Es hat den Anschein, dass KünstlerInnen aufgrund von deklariertem Freiberuflerstatus oftmals keinen Zugang zu Arbeitslosenunterstützung haben.

Wie die AutorIn in Gesprächen erforschen konnte, bezieht eine höhere Anzahl an KünstlerInnen Arbeitslosenunterstützung bzw. Notstandshilfe bzw. Sozialhilfe als im Fragebogenmodul angegeben – das Fehlen entsprechender Angaben in der Umfrage via Fragebogen deutet auf eine hohe Tabuisierung von Armut hin³⁷.

³⁷ Die dbzgl. in dieser Studie ausgewiesenen statistischen Ergebnisse beruhen auf den Umfrageergebnissen aus der Befragung via Fragebogen und nicht auf den vertiefenden Gesprächsergebnissen. Divergenzen in den Angaben wurden im Rahmen dieser Studie statistisch nicht ausgewertet, eine nähere Analyse dieses Kontextes ist jedoch empfehlenswert.

Ähnliche Tabuisierung scheint in jenen Fällen vorzuliegen, wo eher kein eigenes oder nur marginales Einkommen bei dem/der KünstlerIn besteht und diese/r durch ein Haushaltseinkommen mitversorgt wird. Dementsprechende Angaben im Fragebogen widersprechen häufig Gesprächsergebnissen. Als Grund dafür darf ebenfalls ein hohes Maß an Tabuisierung angenommen werden. Der Rückschluss ist zulässig, dass eine große Mehrzahl der KünstlerInnen – wirtschaftlich gesehen - Wert darauf zu legen scheint, als eigenständig, auf eigenen Füßen stehende/r KünstlerIn rezipiert zu werden. In diesem Kontext scheint die Wertschätzung finanzieller Unabhängigkeit weniger mit einer Wertschätzung einer Einkommenshöhe in Zusammenhang zu stehen denn mit einer Wertschätzung einer gesellschaftlichen bzw. persönlichen Souveränität.³⁸

Nur 4,55% der KünstlerInnen gaben an, Arbeitslosenunterstützung bzw. Notstandshilfe zu beziehen, und dies immer in Kombination mit anderen Erwerbsformen. 50,00% dieser Personen sind weiblich, 50,00% männlich.

ARBEITSLOSENUNTERSTÜTZUNG/NOTSTANDSHILFE

PLUS

ECHTER WERKVERTRAG

2,27% der KünstlerInnen finanzierten ihr Leben im Kalenderjahr 2007 auf diesem Wege. Diese Personen sind männlich.

ARBEITSLOSENUNTERSTÜTZUNG BZW. NOTSTANDSHILFE

PLUS

ECHTE WERKVERTRÄGE

PLUS

FREIE DIENSTNEHMERINNENVERTRÄGE

PLUS

GERINGFÜGIGE BESCHÄFTIGUNG

PLUS

TEILZEITANSTELLUNG

³⁸ Die dbzgl. in dieser Studie ausgewiesenen statistischen Ergebnisse beruhen auf den Umfrageergebnissen aus der Befragung via Fragebogen und nicht auf den vertiefenden Gesprächsergebnissen. Divergenzen in den Angaben wurden im Rahmen dieser Studie statistisch nicht ausgewertet, eine nähere Analyse dieses Kontextes ist jedoch empfehlenswert.

2,27% der TeilnehmerInnen führten diese Kombination an. Diese Personen sind weiblich.

NATIONAL

Grundsätzlich gelten national dieselben Ergebnisse wie auf internationaler Ebene. **6,67% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich gaben an, Arbeitslosenunterstützung bzw. Notstandshilfe zu beziehen, dies immer in Kombination mit anderen Erwerbsformen.** 50,00% dieser Personen sind weiblich, 50,00% männlich.

Niemand gab explizit an, Sozialhilfe zu beziehen.

Die Beanspruchung von Arbeitslosenunterstützung oder Notstandshilfe als Grundbaustein der Lebensfinanzierung in Kombination mit anderen Erwerbsmodellen stellt sich auf der nationalen Ebene folgendermaßen dar:

ARBEITSLOSENUNTERSTÜTZUNG/NOTSTANDSHILFE PLUS

ECHTER WERKVERTRAG

3,33% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich finanzierten ihr Leben im Kalenderjahr 2007 auf diesem Wege. Diese Personen sind männlich.

ARBEITSLOSENUNTERSTÜTZUNG BZW. NOTSTANDSHILFE PLUS

ECHTE WERKVERTRÄGE

PLUS

FREIE DIENSTNEHMERINNENVERTRÄGE

PLUS

GERINGFÜGIGE BESCHÄFTIGUNG

PLUS

TEILZEITANSTELLUNG

Die weiblichen 2,27% auf der internationalen Ebene entsprechen auf der nationalen Ebene 3,33% der TeilnehmerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich.

PERSÖNLICHES JAHRESEINKOMMEN

Die infolge bezifferten Einkommenshöhen pro KünstlerIn pro Kalendermonat beziehen sich auf die Summe des aus der künstlerischen Produktion und anderen Erwerbstätigkeiten erzielten Einkommens. Die Einkommensverhältnisse wurden im Kalenderjahr 2007 und im Kalenderjahr 2008 für das Jahr 2007 ermittelt. Als persönliches Monatseinkommen definiert sich in diesem Papier das Nettoeinkommen nach Abfuhr von Steuern und Sozialabgaben, exklusive Wohlfahrtsleistungen wie z.B. Arbeitslosenunterstützung, Notstandshilfe, Sozialhilfe, Kindergeld, Pension, Wohnbeihilfe, Alimente, etc.

PERSÖNLICHES JAHRESEINKOMMEN VON 0.000,-- BIS 1.999,-- EURO

AUF INTERNATIONALER EBENE

9,09% der TeilnehmerInnen erzielten im Kalenderjahr 2007 nach Abfuhr von Sozialabgaben und Steuer ein durchschnittliches, persönliches Jahreseinkommen von 0.000,-- bis 1.999,-- Euro. 75,00% von diesen sind weiblich. 25,00% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

4,55% dieser TeilnehmerInnen sind im Alter zwischen 20 und 29 Jahren. 100,00% von diesen sind weiblich.

Weitere 2,27% sind im Alter zwischen 30 und 39 Jahren. 100,00% von diesen sind weiblich.

Weitere 2,27% sind im Alter zwischen 50 und 59 Jahren. 100,00% von diesen sind männlich.

AUF NATIONALER EBENE

13,33% der TeilnehmerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich erzielten im Kalenderjahr 2007 nach Abfuhr von Sozialabgaben und Steuer ein durchschnittliches, persönliches Jahreseinkommen von 0.000,-- bis 1.999,-- Euro. 75,00% von diesen sind weiblich. 25,00% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

6,67% dieser TeilnehmerInnen sind im Alter zwischen 20 und 29 Jahren. 100,00% von diesen sind weiblich.

3,33% sind im Alter zwischen 30 und 39 Jahren. 100,00% von diesen sind weiblich.

3,33% sind im Alter zwischen 50 und 59 Jahren. 100,00% von diesen sind männlich.

PERSÖNLICHES JAHRESEINKOMMEN VON 2.000,-- BIS 3.999,-- EURO

AUF INTERNATIONALER/NATIONALER EBENE

1 2,27% der TeilnehmerInnen erzielten 2007 nach Abfuhr von Sozialabgaben und Steuer ein durchschnittliches Jahreseinkommen von 2.000,-- bis 3.999,-- Euro. 100,00% von diesen sind männlich.

Keine/r der TeilnehmerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich hat angegeben, ein persönliches Jahreseinkommen von 2.000,-- bis 3.999,-- zu erzielen.

ALTERSGRUPPEN

1 2,27% dieser TeilnehmerInnen sind im Alter zwischen 30 und 39 Jahren.

PERSÖNLICHES JAHRESEINKOMMEN VON 4.000,-- BIS 5.999,-- EURO

AUF INTERNATIONALER EBENE

11,36% der TeilnehmerInnen erzielten 2007 nach Abfuhr von Sozialabgaben und Steuer ein persönliches Jahreseinkommen von 4.000,-- bis 5.999,-- Euro. 80,00% von diesen sind weiblich. 20,00% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

2,27% dieser TeilnehmerInnen sind im Alter zwischen 20 und 29 Jahren. 100,00% von diesen sind weiblich.

4,55% sind im Alter zwischen 40 und 49 Jahren, 50,00% von diesen sind weiblich. 50,00% sind männlich.

4,55% sind im Alter zwischen 50 und 59 Jahren, 100,00% von diesen sind weiblich.

AUF NATIONALER EBENE

3,33% der TeilnehmerInnen auf nationaler Ebene erzielten 2007 nach Abfuhr von Sozialabgaben und Steuer ein durchschnittliches Jahreseinkommen von 4.000,-- bis 5.999,-- Euro. 100,00% von diesen sind weiblich.

ALTERSGRUPPEN

Diese 3,33% sind im Alter zwischen 50 und 59 Jahren.

PERSÖNLICHES JAHRESEINKOMMEN VON 6.000,-- BIS 7.999,-- EURO

AUF INTERNATIONALER EBENE

9,09% der TeilnehmerInnen erzielten 2007 nach Abfuhr von Sozialabgaben und Steuer ein durchschnittliches Jahreseinkommen von 6.000,-- bis 7.999,-- Euro. 25,00% von diesen sind weiblich. 75,00% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

4,55% dieser TeilnehmerInnen sind im Alter zwischen 20 und 29 Jahren, 100,00% von diesen sind männlich.

2,27% sind im Alter zwischen 30 und 39 Jahren, 100,00% von diesen sind männlich.

2,27% sind im Alter zwischen 50 und 59 Jahren. 100,00% von diesen sind weiblich.

AUF NATIONALER EBENE

6,67% der TeilnehmerInnen auf nationaler Ebene erzielten 2007 nach Abfuhr von Sozialabgaben und Steuer ein durchschnittliches Jahreseinkommen von 6.000,-- bis 7.999,-- Euro. 100,00% von diesen sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

Alle diese Personen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt.

PERSÖNLICHES JAHRESEINKOMMEN

VON 8.000,-- BIS 9.999,-- EURO

AUF INTERNATIONALER EBENE

18,18% der TeilnehmerInnen erzielten nach Abfuhr von Sozialabgaben und Steuer ein durchschnittliches Jahreseinkommen von 8.000,-- bis 9.999,-- Euro. 75,00% von diesen sind weiblich, 25,00% männlich.

ALTERSGRUPPEN

2,27% dieser TeilnehmerInnen sind im Alter zwischen 20 und 29 Jahren, 100,00% von diesen sind männlich.

6,82% sind im Alter zwischen 30 und 39 Jahren. 100,00% von diesen sind weiblich.

9,09% sind im Alter zwischen 40 und 49 Jahren. 75,00% von diesen sind weiblich. 25,00% sind männlich.

AUF NATIONALER EBENE

23,33% der TeilnehmerInnen auf nationaler Ebene erzielten 2007 nach Abfuhr von Sozialabgaben und Steuer ein durchschnittliches Jahreseinkommen von 8.000,-- bis 9.999,-- Euro. 71,43% von diesen sind weiblich. 28,57% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

3,33% dieser TeilnehmerInnen sind im Alter zwischen 20 und 29 Jahren. 100,00% von diesen sind männlich.

6,67% sind im Alter zwischen 30 und 39 Jahren und weiblich.

13,33% sind im Alter zwischen 40 und 49 Jahren. 75,00% von diesen sind weiblich, 25,00% männlich.

PERSÖNLICHES JAHRESEINKOMMEN

VON 10.000,-- BIS 11.999,-- EURO

AUF INTERNATIONALER EBENE

9,09% der TeilnehmerInnen erzielten 2007 nach Abfuhr von Sozialabgaben und Steuer ein durchschnittliches Jahreseinkommen von 10.000,-- bis 11.999,-- Euro. 50,00% von diesen sind weiblich. 50,00% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

2,27% dieser TeilnehmerInnen sind im Alter zwischen 20 und 29 Jahren. 100,00% von diesen sind weiblich.

2,27% sind im Alter zwischen 30 und 39 Jahren. 100,00% von diesen sind männlich.

2,27% sind im Alter zwischen 40 und 49 Jahren. 100,00% von diesen sind männlich.

2,27% sind im Alter zwischen 50 und 59 Jahren. 100,00% von diesen sind weiblich.

AUF NATIONALER EBENE

13,33% der TeilnehmerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich erzielten 2007 nach Abfuhr von Sozialabgaben und Steuer ein durchschnittliches Jahreseinkommen von 10.000,-- bis 11.999,-- Euro. 50,00% von diesen sind weiblich. 50,00% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

3,33% dieser TeilnehmerInnen sind im Alter zwischen 20 und 29 Jahren. 100,00% von diesen sind weiblich.

3,33% sind im Alter zwischen 30 und 39 Jahren. 100,00% von diesen sind männlich.

3,33% sind im Alter zwischen 40 und 49 Jahren. 100,00% von diesen sind männlich.

3,33% sind im Alter zwischen 50 und 59 Jahren. 100,00% von diesen sind weiblich.

PERSÖNLICHES JAHRESEINKOMMEN VON MEHR ALS 12.000,-- EURO

AUF INTERNATIONALER EBENE

40,91% der TeilnehmerInnen erzielten nach Abfuhr von Sozialabgaben und Steuer ein durchschnittliches Jahreseinkommen von mehr als 12.000,-- Euro. 55,56% von diesen sind weiblich. 22,22% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

6,82% all dieser TeilnehmerInnen sind im Alter zwischen 20 und 29 Jahren. 66,67% von diesen sind weiblich. 33,33% sind männlich.

13,64% sind im Alter zwischen 30 und 39 Jahren. 50,00% von diesen sind weiblich, 50,00% männlich.

11,36% sind im Alter zwischen 40 und 49 Jahren. 80,00% von diesen sind weiblich. 20,00% sind männlich.

2,27% sind im Alter zwischen 50 und 59 Jahren. 100,00% von diesen sind weiblich.

6,82% sind im Alter zwischen 60 und 69 Jahren. 100,00% von diesen sind männlich.

AUF NATIONALER EBENE

40,00% der TeilnehmerInnen auf nationaler Ebene erzielten 2007 nach Abfuhr von Sozialabgaben und Steuer ein durchschnittliches Jahreseinkommen von mehr als 12.000,-- Euro. 58,33% von diesen sind weiblich. 25,00% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

10,00% all dieser TeilnehmerInnen sind im Alter zwischen 20 und 29 Jahren. 66,67% von diesen sind weiblich. 33,33% sind männlich.

3,33% sind im Alter zwischen 30 und 39 Jahren. 100,00% von diesen sind weiblich.

13,33% sind im Alter zwischen 40 und 49 Jahren. 75,00% von diesen sind weiblich. 25,00% sind männlich.

3,33% sind im Alter zwischen 50 und 59 Jahren. 100,00% von diesen sind weiblich.

10,00% sind im Alter zwischen 60 und 69 Jahren. 100,00% von diesen sind männlich.

MONATLICHES HAUSHALTSEINKOMMEN AUF INTERNATIONALER UND NATIONALER EBENE

In diesem Dokument ist das monatliche Haushaltseinkommen als Nettoeinkommen eines Haushalts, nach Abfuhr von Sozialabgaben und Steuern und unter Berücksichtigung von sozialen Beihilfen (Pensionen, Kindergeld, Alimente, Arbeitslosenunterstützung, Notstandshilfe, Sozialhilfe, Wohnbeihilfe, Gebührenbefreiungen, etc.) definiert.

Im Kalenderjahr 2007 wurden die KünstlerInnen danach befragt, wie hoch ihr durchschnittliches Haushaltseinkommen pro Monat ist, im Kalenderjahr 2008 wurden die KünstlerInnen nach jenem aus dem Jahre 2007 befragt.

29,55% aller KünstlerInnenhaushalte³⁹ erzielten im Kalenderjahr 2007 ein durchschnittliches Monatseinkommen von 0.000,-- bis 999,-- Euro.

36,67% der KünstlerInnenhaushalte in Österreich erzielten im Kalenderjahr 2007 ein durchschnittliches Monatseinkommen von 0.000,-- bis 999,-- Euro.

34,09% aller KünstlerInnenhaushalte erzielten im Kalenderjahr 2007 ein durchschnittliches Monatseinkommen von 1.000,-- bis 1.999,-- Euro.

36,67% der KünstlerInnenhaushalte in Österreich erzielten im Kalenderjahr 2007 ein durchschnittliches Monatseinkommen von 1.000,-- bis 1.999,-- Euro.

25,00% aller KünstlerInnenhaushalte erzielten im Kalenderjahr 2007 ein durchschnittliches Monatseinkommen von 2.000,-- bis 2.999,-- Euro.

16,67% der KünstlerInnenhaushalte in Österreich erzielten im Kalenderjahr 2007 ein durchschnittliches Monatseinkommen von 2.000,-- bis 2.999,-- Euro.

9,09% aller KünstlerInnenhaushalte erzielten im Kalenderjahr 2007 ein durchschnittliches Monatseinkommen von 3.000,-- bis 3.999,-- Euro.

³⁹ Der Begriff *alle* bezeichnet hier alle in dieser Studie befragten KünstlerInnenhaushalte.

6,67% der KünstlerInnenhaushalte in Österreich erzielten im Kalenderjahr 2007 ein durchschnittliches Monatseinkommen von 3.000,-- bis 3.999,-- Euro.

2,27% aller KünstlerInnenhaushalte erzielten im Kalenderjahr 2007 ein durchschnittliches Monatseinkommen von mehr als 4.000,-- Euro.

3,33% der KünstlerInnenhaushalte in Österreich erzielten im Kalenderjahr 2007 ein durchschnittliches Monatseinkommen von mehr als 4.000,-- Euro.

PERSONENANZAHL PRO HAUSHALT DER KÜNSTLERINNEN

40,91% aller KünstlerInnenhaushalte sind Single-Haushalte des/der KünstlerIn.

43,33% der KünstlerInnenhaushalte in Österreich sind Single-Haushalte des/der KünstlerIn.

29,55% der KünstlerInnenhaushalte beherbergen 2 Personen.

3,33% der KünstlerInnenhaushalte mit Hauptwohnsitz in Österreich beherbergen 2 Personen.

18,18% der KünstlerInnenhaushalte beherbergen 3 Personen.

23,33% der KünstlerInnenhaushalte mit Hauptwohnsitz in Österreich beherbergen 3 Personen.

6,82% der KünstlerInnenhaushalte beherbergen 4 Personen.

10,00% der KünstlerInnenhaushalte mit Hauptwohnsitz in Österreich beherbergen 4 Personen.

2,27% der KünstlerInnenhaushalte beherbergen 5 Personen.

Keiner der KünstlerInnenhaushalte mit Hauptwohnsitz in Österreich beherbergt 5 Personen.

2,27% der KünstlerInnenhaushalte beherbergen 6 Personen.

Keiner der KünstlerInnenhaushalte mit Hauptwohnsitz in Österreich beherbergt 6 Personen.

DURCHSCHNITTLICHE PERSONENANZAHL PRO HAUSHALT

Zwei Personen leben im Durchschnitt in jedem KünstlerInnenhaushalt.
Diese Angabe trifft auf die internationale genauso wie die nationale Ebene zu.

ANTEIL AN ERWERBSTÄTIGEN PRO HAUSHALT

2,27% der KünstlerInnenhaushalte weisen 0,00% an Erwerbstätigen auf.

3,33% der KünstlerInnenhaushalte mit Hauptwohnsitz in Österreich weisen 0% an Erwerbstätigen auf.

2,27% der KünstlerInnenhaushalte weisen 25,00% an Erwerbstätigen auf.

3,33% der KünstlerInnenhaushalte mit Hauptwohnsitz in Österreich weisen 25,00% an Erwerbstätigen auf.

9,09% der KünstlerInnenhaushalte weisen 33,33% an Erwerbstätigen auf.

10,00% der KünstlerInnenhaushalte mit Hauptwohnsitz in Österreich weisen 33,33% an Erwerbstätigen auf.

6,82% der KünstlerInnenhaushalte weisen 50,00% an Erwerbstätigen auf.

10,00% der KünstlerInnenhaushalte mit Hauptwohnsitz in Österreich weisen 50,00% an Erwerbstätigen auf.

11,36% der KünstlerInnenhaushalte weisen 66,67% an Erwerbstätigen auf.

13,33% der KünstlerInnenhaushalte mit Hauptwohnsitz in Österreich weisen 66,67% an Erwerbstätigen auf.

2,27% der KünstlerInnenhaushalte weisen 80,00% an Erwerbstätigen auf.

0,00% der KünstlerInnenhaushalte mit Hauptwohnsitz in Österreich weisen 80,00% an Erwerbstätigen auf.

63,64% der KünstlerInnenhaushalte weisen 100,00% an Erwerbstätigen auf.

60,00% der KünstlerInnenhaushalte mit Hauptwohnsitz in Österreich weisen 100,00% an Erwerbstätigen auf.

DURCHSCHNITTLICHER ANTEIL DES PERSÖNLICHEN JAHRESEINKOMMENS DER KÜNSTLERINNEN AM HAUSHALTSEINKOMMEN

Aus dem im Kalenderjahr 2007 angegebenen persönlichen Jahreseinkommen wurde unter Berücksichtigung von 12 Kalendermonaten ein Monatsdurchschnitt errechnet, da sich angesichts einer großen Mehrheit der KünstlerInnen, die vorrangig als KleinunternehmerInnen tätig sind⁴⁰, nicht realistisch darstellt, wie bei Angestellten von 14 Monatsgehältern auszugehen.

Dieser Ansatz wird insofern durch die Aussagen einiger KünstlerInnen gestützt, die explizit darauf verwiesen haben, dass die Höhe ihrer Einkünfte sehr schwankt.

BEITRAG ZUM HAUSHALTSEINKOMMEN ZWISCHEN 0,00% BIS 9,99%

AUF INTERNATIONALER EBENE

2,27% der TeilnehmerInnen an dieser Studie trugen mit ihrem persönlichen Jahreseinkommen im Jahre 2007 pro Monat im Schnitt zu 0,00% bis 9,99% zum Haushaltseinkommen bei. 100,00% dieser Personen sind weiblich.

ALTERSGRUPPEN

2,27% aller TeilnehmerInnen an dieser Studie trugen 2007 im Durchschnitt 0,00% bis 9,99% zum Haushaltseinkommen bei und sind zwischen 30 und 39 Jahren alt.

AUF NATIONALER EBENE

3,33% der KünstlerInnen auf nationaler Ebene trugen mit ihrem persönlichen Jahreseinkommen 2007 im Schnitt zwischen 0,00% bis 9,99% zum Haushaltseinkommen bei. 100,00% von diesen sind weiblich.

ALTERSGRUPPEN

Diese 3,33% waren 2007 zwischen 30 und 39 Jahren alt.

⁴⁰ Vgl. Kapitel zu Einkommensmodellen in dieser Studie

BEITRAG ZUM HAUSHALTSEINKOMMEN ZWISCHEN 10,00% BIS 19,99%

AUF INTERNATIONALER EBENE

13,64% trugen 2007 im Schnitt zwischen 10,00% und 19,99% zum Haushaltseinkommen bei. 50,00% von diesen sind weiblich. 50,00% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

Von allen obig definierten Personen waren 4,55% zwischen 30 und 39 Jahren alt. 50,00% von diesen sind weiblich, 50,00% männlich.

2,27% waren zwischen 40 und 49 Jahren alt. 100,00% von diesen sind männlich.

6,82% waren zwischen 50 und 59 Jahren alt. 66,67% von diesen sind weiblich. 33,33% sind männlich.

AUF NATIONALER EBENE

10,00% der KünstlerInnen auf nationaler Ebene trugen 2007 im Schnitt zwischen 10,00% und 19,99% zum Haushaltseinkommen bei. 66,67% von diesen sind weiblich, 33,33% männlich.

ALTERSGRUPPEN

Von all den obig definierten Personen waren 3,33% zwischen 30 und 39 Jahren alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

6,67% waren zwischen 50 und 59 Jahren alt. 50,00% von diesen sind weiblich. 50,00% sind männlich.

BEITRAG ZUM HAUSHALTSEINKOMMEN ZWISCHEN 20,00% BIS 29,99%

AUF INTERNATIONALER EBENE

9,09% der KünstlerInnen, die an dieser Studie teilgenommen haben, trugen 2007 im Schnitt zwischen 20,00% und 29,99% zum Haushaltseinkommen bei. 50,00% von diesen sind weiblich. 50,00% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

Von diesen 9,09% waren 2007 2,27% zwischen 30 und 39 Jahren alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

4,55% waren zwischen 40 und 49 Jahren alt. 50,00% von diesen sind weiblich. 50,00% sind männlich.

2,27% waren zwischen 60 und 69 Jahren alt. 100,00% von diesen sind männlich.

AUF NATIONALER EBENE

6,67% der KünstlerInnen auf nationaler Ebene trugen 2007 im Schnitt zwischen 20,00% und 29,99% mit ihrem persönlichen Jahreseinkommen zum Haushaltseinkommen bei. 100,00% von diesen sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

3,33% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich erwirtschafteten 2007 im Durchschnitt zwischen 20,00% und 29,99% des Haushaltseinkommens und waren zwischen 40 und 49 Jahren alt.

3,33% waren zwischen 60 und 69 Jahren alt.

BEITRAG ZUM HAUSHALTSEINKOMMEN ZWISCHEN 30,00% BIS 39,99%

AUF INTERNATIONALER EBENE

9,09% der KünstlerInnen trugen 2007 im Schnitt zwischen 30,00% und 39,99% zum Haushaltseinkommen bei. 75,00% von diesen sind weiblich, 25,00% männlich.

ALTERSGRUPPEN

4,55% aller KünstlerInnen trugen 2007 im Durchschnitt 30,00% bis 39,99% zum Haushaltseinkommen bei und waren zwischen 20 und 29 Jahren alt. 50,00% von diesen sind weiblich. 50,00% sind männlich.

2,27% waren zwischen 30 und 39 Jahren alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

2,27% waren zwischen 50 und 59 Jahren alt und weiblich.

AUF NATIONALER EBENE

6,67% der hauptsächlich in Österreich lebenden TeilnehmerInnen trugen 2007 im Schnitt zwischen 30,00% und 39,99% zum Haushaltseinkommen bei. 50,00% von diesen sind weiblich. 50,00% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

Diese 6,67% waren 2007 zwischen 20 und 29 Jahren alt.

BEITRAG ZUM HAUSHALTSEINKOMMEN ZWISCHEN 40,00% BIS 49,99%

AUF INTERNATIONALER EBENE

11,36% der KünstlerInnen trugen 2007 im Schnitt 40,00% bis 49,99% zum Haushaltseinkommen bei. 60,00% von diesen sind weiblich, 40,00% männlich.

ALTERSGRUPPEN

Von allen obig definierten Personen sind 6,82% waren 2007 zwischen 30 und 39 Jahren alt. 33,33% von diesen sind weiblich, 66,67% männlich.

4,55% waren zwischen 40 und 49 Jahren alt und weiblich.

AUF NATIONALER EBENE

6,67% der KünstlerInnen auf nationaler Ebene tragen im Schnitt 40,00% bis 49,99% zum Haushaltseinkommen bei und sind weiblich.

ALTERSGRUPPE

Diese 6,67% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt.

BEITRAG ZUM HAUSHALTSEINKOMMEN ZWISCHEN 50,00% BIS 59,99%

AUF INTERNATIONALER EBENE

6,82% der KünstlerInnen, die an dieser Studie teilgenommen haben, trugen 2007 im Schnitt zwischen 50,00% und 59,99% zum Haushaltseinkommen bei. 33,33% von diesen sind weiblich. 66,67% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

2,27% aus obigen 6,82% waren 2007 zwischen 20 und 29 Jahren alt. 100,00% von diesen sind männlich.

2,27% waren zwischen 30 und 39 Jahren alt. Diese Personen sind männlich.

2,27% waren zwischen 40 und 49 Jahren alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

AUF NATIONALER EBENE

6,67% der KünstlerInnen mit Haushalt hauptsächlich in Österreich trugen 2007 im Schnitt zwischen 50,00% und 59,99% zum Haushaltseinkommen bei. 50,00% von diesen sind weiblich. 50,00% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

3,33% aus obigen 6,67% waren 2007 zwischen 20 und 29 Jahren alt. 100,00% von diesen sind männlich.

3,33% waren zwischen 40 und 49 Jahren alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

BEITRAG ZUM HAUSHALTSEINKOMMEN ZWISCHEN 60,00% BIS 69,99%

AUF INTERNATIONALER EBENE

18,18% aller KünstlerInnen, die an dieser Studie teilgenommen haben, trugen im Jahr 2007 durchschnittlich zwischen 60,00% und 69,99% zum Haushaltseinkommen bei. 75,00% von diesen sind weiblich. 25,00% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

4,55% aus obigen 18,18% waren 2007 zwischen 20 und 29 Jahren alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

2,27% waren zwischen 30 und 39 Jahren alt. 50,00% von diesen sind weiblich, 50,00% männlich.

2,27% waren zwischen 40 und 49 Jahren alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

2,27% waren zwischen 50 und 59 Jahren alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

2,27% waren zwischen 60 und 69 Jahren alt. 100,00% von diesen sind männlich.

AUF NATIONALER EBENE

20,00% der TeilnehmerInnen an dieser Studie mit Hauptwohnsitz in Österreich trugen 2007 im Schnitt zwischen 60% und 69,99% zum Haushaltseinkommen bei. 83,33% von diesen sind weiblich. 16,67% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

6,67% aus diesen 20,00% waren 2007 zwischen 20 und 29 Jahren alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

3,33% waren zwischen 30 und 39 Jahren alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

3,33% waren zwischen 40 und 49 Jahren alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

3,33% waren zwischen 50 und 59 Jahren alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

3,33% waren zwischen 60 und 69 Jahren alt. 100,00% von diesen sind männlich.

BEITRAG ZUM HAUSHALTSEINKOMMEN

ZWISCHEN 70,00% BIS 79,99%

AUF INTERNATIONALER/NATIONALER EBENE

Keine/r der KünstlerInnen hat angegeben, zwischen 70,00% und 79,99% zum Haushaltseinkommen im Kalenderjahr 2007 beigetragen zu haben.

BEITRAG ZUM HAUSHALTSEINKOMMEN

ZWISCHEN 80,00% BIS 89,99%

AUF INTERNATIONALER EBENE

4,55% aller KünstlerInnen trugen 2007 im Schnitt 80,00% bis 89,99% zum Haushaltseinkommen bei. 100,00% von diesen sind männlich.

ALTERSGRUPPE

2,27% aus diesen 4,55% waren 2007 zwischen 20 und 29 Jahren alt.

Weitere 2,27% waren zwischen 60 und 69 Jahren alt.

AUF NATIONALER EBENE

Dies sind 3,33% der KünstlerInnen auf der nationalen Ebene.

BEITRAG ZUM HAUSHALTSEINKOMMEN

ZWISCHEN 90,00% BIS 99,99%

AUF INTERNATIONALER/NATIONALER EBENE

Keine/r der KünstlerInnen trugen im Kalenderjahr 2007 zu 90,00% bis 99,99% zum Haushaltseinkommen bei.

BEITRAG ZUM HAUSHALTSEINKOMMEN

ZU 100,00%

AUF INTERNATIONALER EBENE

25,00% der TeilnehmerInnen trugen 2007 im Schnitt zu 100,00% zum Haushaltseinkommen bei. 54,55% von diesen sind weiblich. 45,45% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

6,82% aus diesen 25,00% waren 2007 zwischen 20 und 29 Jahren alt. 33,33% von diesen sind weiblich. 66,67% sind männlich.

4,55% waren zwischen 30 und 39 Jahren alt. 50,00% von diesen sind weiblich. 50,00% sind männlich.

11,36% waren zwischen 40 und 49 Jahren alt. 60,00% von diesen sind weiblich. 40,00% sind männlich.

2,27% waren zwischen 50 und 59 Jahren alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

AUF NATIONALER EBENE

10,00% der in Österreich hauptansässigen KünstlerInnen, die an dieser Studie teilgenommen haben, trugen 2007 im Schnitt zu 100,00% zum Haushaltseinkommen bei. 33,33% von diesen sind weiblich. 66,67% sind männlich.

Auffallend ist ein deutlicher Unterschied im Prozentsatz alleinverdienender KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz (10,00%) zu 25,00% auf der internationalen Ebene.

ALTERSGRUPPEN

6,67% von obig definierten 10,00% waren im Jahr 2007 zwischen 20 und 29 Jahren alt. 50,00% von diesen sind weiblich, 50,00% männlich.

16,67% waren zwischen 30 und 39 Jahren alt. 60,00% von diesen sind weiblich. 40,00% sind männlich.

3,33% waren zwischen 40 und 49 Jahren alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

KOOPERATIONSMODELLE⁴¹

Meist machen alle alles ehrenamtlich, oft als "Tauschgeschäft".

Manchmal beantrage und erhalte ich Geld für Produktionskosten, aber leben kann davon niemand, weder ich noch Kooperationspartner/innen.

Für eindeutige Dienstleistungen, wie Übersetzungen, Tonaufnahmen, Layouts, bezahle ich natürlich. Umgekehrt verdiene ich manchmal Geld, indem ich Videoschnitt, DVD-Produktion und Websites für andere Künstler/innen mache.

Neben meiner künstlerischen Produktion bin ich als Freelancerin im Videoschnitt, DVD-Produktion, Website-Design und –Produktion aktiv und unterrichte (Projekt-Workshops an Schulen und Museen).⁴²

Nicht nur bei österreichischen Unternehmen, gerade auch in der Kulturpolitik wie im Förderwesen wird allgemein angenommen, dass KünstlerInnen mit KollegInnen gut vernetzt sind, oft kooperieren und Modelle der Arbeitsteilung und vor allem des Sharings von Ressourcen gängigerweise zum Tragen kommen.

In so gut wie allen Studien zu Creative Industries findet sich der Begriff Clustering als Schlüsselfaktor zur Stärkung unternehmerischen Potentials, so bereits 2004 in *der Untersuchung des ökonomischen Potenzials im Bereich Creative Industries*, jener Studie, die für die Stadt Wien nach wie vor als Grundlagenpapier zum Thema gilt:

Als grundlegende Charakteristika der kunst- und kulturnahen CI-Bereiche gilt, dass es kaum an innovativen und teilweise international marktfähigen „Produkten“ mangelt [...]. Die Ergebnisse der Unternehmensbefragung zeigen eine positive Entwicklung der Creative Industries in Wien, [u.a.] weil [...] die Kooperations- und Clusterstrukturen stark ausgebaut sind [...].⁴³

Bei den CIs gibt es bereits ausgeprägte Kooperationsmuster innerhalb cluster-ähnlicher Strukturen. Die Notwendigkeit zu Kooperationen ergibt sich zum Teil

⁴¹ Der Begriff Kollektiv wird in diesem Dokument gemäß der folgenden Definition verstanden: Wikipedia, <http://de.wikipedia.org/wiki/Kollektiv>, Aufruf 06.02.2008: *Der Begriff Kollektiv (lat.: colligere „zusammensuchen“, „zusammenlesen“) beschreibt unspezifisch ein soziales Gebilde, deren Beteiligte nach sehr verschiedenen Gesichtspunkten zusammengefasst werden - es kann ein Volk, eine Klasse, eine Belegschaft u.v.m. sein.*

⁴² Myriam Thyges, Medienkünstlerin, D, im Gespräch mit Alexandra Reill im Rahmen der KünstlerInnengespräche des Projekts *Kunst im Trend? Artists' Voices.*, *Emailkorrespondenz Wien/Stuttgart, 2007*

⁴³ österreichische kulturdokumentation. internationales archiv für kulturanalysen, *Untersuchung des ökonomischen Potenzials im Bereich Creative Industries in Wien*, Wien 2004, vgl. a. http://www.kulturdokumentation.org/akt_proj/ci.html, Aufruf 14.06.2007

aus der geringen Unternehmensgröße zur Komplettierung der Angebotspalette und aus der projektorientierten Struktur vieler Vorhaben in den CIs (beispielsweise in der Filmproduktion). Neben der Entwicklung von clusterspezifischen Strategien sollen sektorspezifische Plattformen gefördert werden, die Interaktion zwischen den CIs und der Wirtschaft intensiviert und die noch bestehenden Ausbildungslücken geschlossen werden.⁴⁴

Es stellt sich die Frage, ob die Forcierung von Hubbing und Networking auf struktureller Ebene nicht auch eine Reihe von Hürden für KünstlerInnen birgt, die sich zwar immer schon in einem Informations- und Erfahrungsaustausch vernetzt haben, immer wieder auch produktionstechnisch wie inhaltlich – man vergleiche das klassische Prinzip von KünstlerInnengruppen wie z.B. *Bauhaus*, *Wiener Secession*, etc. -, für die jedoch – wie für andere, jedoch ohne finanzierte Basis – Networking Zeit beansprucht, und welche üblicherweise anderen keine infra-strukturellen Ressourcen anbieten können, da diese nicht vorhanden sind.

Networking und Kollaboration bietet selbst für Unternehmen gewisse Hürden - so zeigt auch eine jüngste Studie der Wirtschaftskammer Österreich in Zusammenarbeit mit Cisco, auf dem Weltmarkt führend im Bereich Internetinfrastruktur⁴⁵, Ergebnisse, die von den in der *Untersuchung des ökonomischen Potenzials im Bereich Creative Industries in Wien 2004* vorgenommenen Empfehlungen in doch bemerkbarem Maße divergieren, wie der Journalist Peter Martos beleuchtet:

Als die US-Professoren Adam M. Brandenburger und Barry J. Nalebuff 1996 ihr Buch ‚Coopetition‘ herausbrachten, stand das Kunstwort aus cooperation und competition schon für ein gewisses Maß an Realität: Taymond Noorda, Gründer des Softwarehauses Novell, hatte es erfunden [...]. Inzwischen [... wurde der Terminus] ‚Coopetition‘ durch [den Begriff] ‚Collaboration‘ erweitert und vertieft. Selbst unvereinbar geglaubte Systeme wie Microsoft und Open Source finden seit kurzem [...] zueinander. Coopetition als Prinzip, Collaboration als Methode?

[...] Unter den 335 vom Marktforscher Market-agent.com befragten Geschäftsführern beziehungsweise leitenden Angestellten fanden sich 37,3 Prozent, deren Unternehmen [...] in der Aus- und Weiterbildung mit anderen Firmen kooperieren. Beim Personal sind es 30,4, bei IT/Telekommunikation/Netzwerktechnologien 26,3 und beim Einkauf 23,3 Prozent. Aber schon an fünfter Stelle der ‚Bereiche‘

⁴⁴ österreichische kulturdokumentation. internationales archiv für kulturanalysen, Untersuchung des ökonomischen Potenzials im Bereich Creative Industries in Wien, Wien 2004, vgl. a. http://www.kulturdokumentation.org/akt_proj/ci.html, Aufruf 14.06.2007

⁴⁵ Vgl. Peter Martos, Von der Coopetition zur Collaboration, in: Die Presse, 27.02.2008, S.12; Titel und Details zur Veröffentlichung der zitierten Studie wurden in dem Artikel nicht genannt.

folgt mit 23 Prozent ‚kein Bereich‘, also die Absenz von Kooperation. Dazu kommen 2,4 Prozent Bereiche, die nicht genannt werden konnten.

[...] 58,8 Prozent [jener, die kooperierten,] erreichten eine Kostenersparnis. Jeweils mehr als 30 Prozent empfanden Know-how-Transfer, effizientere Abwicklungsprozesse und höhere Qualität der Leistung als Vorteile. Immerhin knapp unter einem Viertel meinte, dass gemeinsam neue Märkte erschlossen, die eigenen Marktpositionen gefestigt und Informationsvorsprünge erkämpft worden sein.

Prinzipiell sehen die Befragten im Einkauf die größten Vorteile (31,6 Prozent) und zugleich das größte Einsparungspotenzial (36,4 Prozent) [...]. Tatsächlich sind die stärksten Kooperationspools in Österreich – neben den Angeboten der Wirtschaftskammer – die wie Genossenschaften organisierten Einkaufsgemeinschaften, etwa im Elektrohandel.

[...] Ganz ausgeprägt ist die Meinung der Befragten, wenn es um Bereiche geht, in denen sie nie mit dem Wettbewerb kooperieren würden. Dabei sind Forschung und Entwicklung sowie Personal praktisch gleichauf mit jeweils etwas mehr als einem Drittel der Nennungen. Marketing ist für 31 Prozent tabu.

Collaboration wird nicht grundsätzlich abgelehnt. Nicht weniger als 91,2 Prozent wissen, dass Österreich ‚im Hinblick auf unternehmensübergreifende Zusammenarbeit‘ Aufholbedarf hat.

Und trotzdem mangelt es an Bereitschaft: 51,9 Prozent finden, sie sei ‚kaum vorhanden‘.⁴⁶

Die Forcierung von Vernetzung und Kollaboration wird nicht nur im Rahmen vieler EU-Förderprogramme, bei denen vermehrt nicht mehr als einzelne Organisation, sondern nur mehr als Konsortium von Organisationen eingereicht werden kann, sondern auch in den aktuellen EU-Analysen und Empfehlungen zur Förderung von Creative Industries, wie sie 2006 in der Studie *The Economy of Culture in Europe* veröffentlicht wurden, vertreten:

For many cultural industries doomed to ever shorter life cycles, it is a good idea to constantly produce new goods and to arrange conditions that allow for constant adaptation to the market. Entrepreneurs are well advised to set up shops close to each other and to share information on new markets as well as potential new factors of production. The cluster can be seen as a model of spatial

⁴⁶ Peter Martos, Von der Coopetition zur Collaboration, in: Die Presse, 27.02.2008, S.12; Titel und Details zur Veröffentlichung der zitierten Studie wurden in dem Artikel nicht genannt.

*organisation for coping with the constraints of a global economy in which new products promptly drive old ones out.*⁴⁷

*Cultural clusters do not necessarily need to be based on cultural & creative industries. They may be established with the support of more „traditional“ artistic activities [...]*⁴⁸

Feststellbar ist, dass die neueren Empfehlungen nach den ersten, euphorischen Jahren seit Begründung der Richtlinien zu Creative Industries verstärkt Realitätsbezug aufweisen, indem sie sich weniger auf die Selbstverständlichkeit von Vernetzung und kooperativ geprägter Kommunikation, sondern eher auf Verschärfungen in der Produktionssituation und zu nehmenden Hürden in der Gewinngenerierung als Motivator für Kollaborationen beziehen.

Deutlicher noch erläutern einige kritische Stimmen das Spektrum der Investitionsnotwendigkeiten bei Clustering und Networking in den Creative Industries: *Fundraising für Sponsoring, um neue Ausrüstung kaufen zu können, die Organisation von Treffen, um mögliche Kooperationen zu diskutieren, ganz einfach „in Verbindung bleiben“ mit den Netzwerken, braucht Zeit und Geld. Oft finden diese Aktivitäten in Gestalt von etwas ganz anderem statt, der Teilnahme an einer Launch-Party oder einer Veranstaltung in der Kunst- oder Kulturszene. „The club is the hub“, oder wie Castells es nennt, das „Innovationsmilieu“ (Castells 1996).*⁴⁹

In den EU-Studien liegt der Fokus weniger auf den Gegebenheiten, Notwendigkeiten und Optionen von und für Kreativschaffende, sondern eher auf der Beförderung von Strategien zur Stärkung von Wirtschaftsstandorten an sich:

Hubs are creative networks within a geographical area. Their purpose is to develop a vision and strategy for growth for the creative sector within the local area, and then to support the local sector in achieving it. More precisely, hubs concentrate on four key issues that are:

- *Talent: Creative hubs support emerging talent, leading to employment and enterprise opportunities.*

⁴⁷ 34 KEA European Affairs in Kooperation mit Media Group und MKW Wirtschaftsforschung GmbH im Auftrag der Europäischen Kommission, *The Economy of Culture in Europe*, Brüssel 2006, S. 167

⁴⁸ *Ibd.*, S. 173

⁴⁹ Angela McRobbie, „Everyone is Creative“. KünstlerInnen als PionierInnen der New Economy?, in: *Kulturrisse*, <http://igkultur.at/igkultur/kulturrisse/1136908205/1136974710>, Aufruf 14.07.2007

- *Enterprise: Creative hubs offer business support, investment readiness and access to finance.*
- *Property: Creative hubs provide access to appropriate and affordable workspace across the creative business lifecycle.*
- *Showcasing: Creative hubs promote [...] creative talent and businesses on local, national & international levels and support export activities.*⁵⁰

Im Zuge obig beschriebener Strategien im Kontext von Kompetenzzentren – wie Hubs im Deutschen gerne genannt werden - spielt auch das Modell der so genannten Public Private Partnerships eine verstärkte Rolle zur marktwirtschaftlich geprägten "Privatisierung" von öffentlicher Verantwortung in Bezug auf Kunst- und Kulturproduktion, hin zu einer Business-Orientiertheit und Entlassung Produzierender in eine nicht-gestützte, freie Marktwirtschaft und – im Unterschied zur Mehrheit kunsttheoretischer Positionen⁵¹ – sich immer mehr entfernend von philosophisch-experimentellen Ansätzen und öffentlich-rechtlicher Verantwortung:

The London Particular (TLP) haben sich als freies Studienprojekt jahrelang mit dem Thema auseinandergesetzt. Sie kritisieren die Diskrepanz zwischen einer Zunahme an relativ billigen Community-Art Projekten und den tatsächlich nötigen Investitionen für Stadterneuerung, Bildung, Kultur. Kritik an diesen neuen hybriden Vernetzungsformen zwischen Business und Kultur klingt auch bei Anthony Davies und Simon Ford durch. Netzwerkartige Organisationsformen sind kein Vorrecht basisdemokratischer sozialpolitischer Bewegungen. Schon seit längerem haben sich bestimmte Sektoren der Wirtschaft netzwerkartig organisiert. Zu diesem Schluss kamen Davies und Ford 2000 in ihrer Abhandlung über Culture Clubs, den neuen „Hubs“ der Kreativwirtschaft, wo neue Typen von Intellectual Property Brokering auftauchen, wie bei First Tuesday oder dem Club des ICA. Was bei diesen Vernetzungs-Meetings vielfach überschritten wurde, waren herkömmliche Grenzen zwischen Business und Kultur. Davies und Ford sehen diese Aufweichung der Grenzen als ernste Gefahr, weil damit z.B. der Bereich der „Öffentlichkeit“, der in der Vergangenheit mit dem Staat assoziiert wurde, nun von so genannten Private-Public-Partnerships (PPPs) in Beschlag genommen wird. In ihrer Analyse kommen sie zu dem Schluss, dass die Netzwerke es ermöglichen, dass wirtschaftliches Denken und Methoden in den Kulturinstitutionen Einzug halten, was deren Eigendefinition umkrempelt. Sie sehen sich

⁵⁰ KEA European Affairs in Kooperation mit Media Group und MKW Wirtschaftsforschung GmbH im Auftrag der Europäischen Kommission, The Economy of Culture in Europe, Brüssel 2006, S. 169

⁵¹ Vgl. Dieter Henrich und Wolfgang Iser, Hg.: Theorien der Kunst, Suhrkamp 1992

nun nicht mehr als Inbegriff von öffentlicher Kultur, sondern als Mitverwalter von Öffentlichkeit. Selbst radikaleren Formen dezentralen, vernetzten Protests bliebe da nur noch wenig Spielraum. Vier Jahre später stellt Anthony Davies (2005) in einem weiteren Text zum Thema klar, dass sich der Hauptverdacht bestätigt, dass nun Kulturförderprogramme im Rahmen dieser PPPs so strukturiert sind, dass Wirtschaftsunternehmen die Fördergelder erhalten. Die Überschreitung der Grenzen hat die Querförderung der Wirtschaft über Kultur als Feigenblatt zum Normalfall gemacht.⁵²

Solche kulturpolitischen Strategien zeitigen natürlich Konsequenzen in gesellschaftspolitischen Entwicklungen, von denen nur einige, die in der Literatur diskutiert werden, kurz angerissen werden sollen:

Für SoziologInnen, die Möglichkeiten „kreativer Arbeits-Solidaritäten“ finden wollen, stellt [...] eine große Herausforderung [...]. Wenn die Institutionen (oder Nicht-Institutionen) der neuen Kultur „fast unerkennbar“ sind, dann folgt daraus, dass das, was – in welcher politischen Sozialität auch immer – zum Vorschein treten wird, dies in einer fast unvorhersehbaren Form tun wird. Wenn selbst der Begriff der neuen Sozialbewegungen heute nicht auszureichen scheint, um die Mobilität der Arbeitskraft (Hardt / Negri 2000) nachzuzeichnen und ihr Potenzial für etwas Stabileres und Konkretes nutzbar zu machen, dann denken wir möglicherweise an post-individuelle politische Organisationsformen. Man könnte erwarten, dass aus der neuen Arbeit („new Labour“ [...]) auf einer fluiden, internationalen Ebene neue Allianzen entstehen werden zwischen den SelbstausbeuterInnen zu Hause, die – darauf hoffend, die nächste Stella McCartney zu werden – über ihren Nähmaschinen schwitzen, und den Näherinnen für Gap in Südostasien, die [...] schon in den letzten Jahren] zum Objekt der Aufmerksamkeit der antikapitalistischen Protestbewegungen geworden sind. Ein Schlüsselement in der Kette von Äquivalenzen, durch die Allianzen und Partnerschaften in diesem Bereich jugendlicher kreativwirtschaftlicher Aktivitäten gebildet werden könnten, ist die interventionistische Rolle von Intellektuellen einer möglicherweise „älteren Generation“. Wir müssen uns mit dem Eingebettetsein von Wirtschaftsstudien und Unternehmenskultur in einer Bevölkerung auseinandersetzen, die nicht mehr aufgewachsen ist in einem Wohlfahrtssystem, mit „Öffentlichkeitsbewusstsein“ und Anstellungen im öffentlichen Bereich. Denn wenn diese Kategorien nicht mehr existieren, dann gibt es auch deren Subjekte nicht mehr.⁵³

⁵² Armin Medosch, Kreative Entwicklung? Netzkultur und Immobilienhaie, in: Kulturrisse, <http://igkultur.at/igkultur/kulturrisse/1136908205/1136973423>, Aufruf 14.07.2007

⁴⁰ Angela McRobbie, „Everyone is Creative“. KünstlerInnen als PionierInnen der New Economy?, in: Kulturrisse, <http://igkultur.at/igkultur/kulturrisse/1136908205/1136974710>, Aufruf 14.07.2007

⁵³ Ibd., Aufruf 14.07.2007

Die Energie und die Investition von Zeit in diese kulturelle Form der Arbeitsplatzbeschaffung markieren einen Bruch mit älteren Begriffen von „Arbeit“, „Arbeitsplatz“ oder Karriere. Doch sind sie auch Ursache von neuen Ungleichheiten. [... D]iese Arbeitsfelder [... sind] auch Felder „ästhetischer Arbeit“, in denen auf Grund des richtigen Aussehens, der Figur oder sogar des Akzents Jobs vergeben werden (Warhurst et al. 2000). Altersbeschränkungen kommen ebenso zum Tragen wie versteckte Variablen von Klasse und kulturellem Kapital. [...] Die zunehmend verschwindenden Strukturen werden durch eine „Szene“ oder eine „Atmosphäre“ ersetzt, in denen die Begeisterung für „Talent“ und die verschwimmende Schnittstelle zwischen Arbeit und Freizeit jene materiellen Hindernisse verschleiern, die die Mobilität und Selbstentdeckung von „Talent“ erschweren. Es muss nicht eigens darauf hingewiesen werden, dass ältere Menschen es sich nicht leisten können, diese Risiken einzugehen. Die jungen Menschen in diesem Bereich hingegen sind ausgewählte AgentInnen einer neoliberalen Ordnung, von denen erwartet wird, dies bis zur Erfüllung durchzuziehen; sich einzig auf ihre eigenen Talente verlassende, einsame, mobile, überarbeitete Individuen, für die gesellschaftliche Verbindungen und Freizeit nur weitere Möglichkeiten der Jobbeschaffung darstellen.⁵⁴

Ohne an dieser Stelle weiter auf Auswirkungen von kulturpolitischen Strategien im genannten Kontext eingehen zu können, da dies den Rahmen dieser Studie sprengen würde, wurde doch als erster Schritt und im Sinne einer empfohlenen Weiterführung der Debatte in einer Analyse zur Bewertung der Funktionalität und Effizienz von Clustering im Rahmen dieser Studie der Versuch unternommen festzustellen, wie viele KünstlerInnen tatsächlich mit KollegInnen kooperieren oder aber als EinzelkünstlerInnen tätig sind. Eine Unterscheidung des Maßes an Kooperationsnotwendigkeit zwischen Branchen – man vergleiche die sehr unterschiedliche Situation eines/r MalerIn und eines/r SchauspielerIn - war nicht Thema dieser Analyse. Eine Relation zwischen der Anzahl jener KünstlerInnen, die angegeben haben, dass sie vorrangig in Kollektiven/Initiativen/Organisationen tätig sind, kann in einem Vergleich mit der Anzahl der TeilnehmerInnen pro Genre hergestellt werden (vgl. Kapitel *Künstlerische Tätigkeitsfelder*).

Einleitend kann als zusammenfassendes Ergebnis angeführt werden, dass trotz einer relativ hohen Teilnehmerschaft von Kulturschaffenden aus Genres wie z.B. dem Theater an dieser Studie doch 52,27% aller KünstlerInnen und 50% aller KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich angegeben haben, dass sie vorrangig als EinzelkünstlerInnen tätig sind.

⁵⁴ Ibid., Aufruf 14.07.2007

Dies kann als Indiz dafür angesehen werden, dass Clustering ebenso wie Networking dort funktioniert und gut geleistet werden kann, wo eine laufende Finanzierung von Lebensformen und Produktionsverhältnissen in einem Masse vorliegt, das Zeit- und Kapitalinvestition in Kooperationen mit anderen ermöglicht. Dort, wo diese Situation nicht gegeben ist, kann der Rückschluss gezogen werden, dass kontinuierliches Networking und Kooperationen einen Zusatzaufwand an Arbeitsleistung und Finanzierung darstellen, der zur eigentlichen Produktion und gezielten Marketingaktivitäten hinzukommt und von einer großen Anzahl von künstlerisch Produzierenden oftmals gar nicht geleistet werden kann.

Als Empfehlung bleibt aktuell auszusprechen, dass eine detaillierte Erhebung und Analyse von Kooperationsmodellen wertvolle Einblicke in diese Realitätsbereiche der KünstlerInnen und damit in Finanzierungsmodelle für die künstlerische Produktion gewähren könnte.

EINZELKÜNSTLERINNEN

AUF INTERNATIONALER EBENE

52,27% der KünstlerInnen haben angegeben, dass sie sich als EinzelkünstlerInnen verstehen. 60,87% von diesen sind weiblich. 39,13% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

13,64% der TeilnehmerInnen haben angegeben, dass sie sich als EinzelkünstlerInnen verstehen und sind zwischen 20 und 29 Jahren alt. 66,67% von diesen sind weiblich. 33,33% sind männlich.

11,36% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt. 60,00% von diesen sind weiblich. 40,00% sind männlich.

20,45% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 55,56% von diesen sind weiblich. 44,44% sind männlich.

6,82% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt. 66,67% von diesen sind weiblich. 33,33% sind männlich.

AUF NATIONALER EBENE

50,00% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich haben angegeben, dass sie sich als EinzelkünstlerInnen verstehen. 60,00% von diesen sind weiblich. 40,00% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

20,00% der TeilnehmerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich haben angegeben, dass sie sich vorrangig als EinzelkünstlerInnen erstehen und sind zwischen 20 und 29 Jahren alt. 50,00% von diesen sind weiblich. 50,00% sind männlich.

3,33% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

23,33% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 57,14% von diesen sind weiblich. 42,86% sind männlich.

3,33% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

KOMBINATION

EINZELKÜNSTLERINNENSCHAFT UND ARBEIT IM TEAM

AUF INTERNATIONALER EBENE

36,36% der KünstlerInnen haben angegeben, dass sie sowohl als EinzelkünstlerInnen wie in einem Team künstlerisch tätig sind. 50,00% von diesen sind weiblich. 50,00% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

2,27% der KünstlerInnen haben angegeben, dass sie sowohl als EinzelkünstlerInnen wie im Team tätig sind und sind zwischen 20 und 29 Jahren alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

13,64% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt. 33,33% von diesen sind weiblich. 66,67% sind männlich.

9,09% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

4,55% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt. 50,00% von diesen sind weiblich. 50,00% sind männlich.

6,82% sind zwischen 60 und 69 Jahren alt. 100,00% von diesen sind männlich.

AUF NATIONALER EBENE

36,67% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich haben angegeben, dass sie sowohl als EinzelkünstlerInnen wie im Team künstlerisch produzieren. 45,45% von diesen sind weiblich. 54,55% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

10,00% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich haben angegeben, dass sie sowohl im Team wie als EinzelkünstlerInnen tätig sind und sind zwischen 30 und 39 Jahren alt. 33,33% von diesen sind weiblich. 66,67% sind männlich.

10,00% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

6,67% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt. 50,00% von diesen sind weiblich. 50,00% sind männlich.

10,00% sind zwischen 60 und 69 Jahren alt. 100,00% von diesen sind männlich.

ARBEIT IM TEAM

AUF INTERNATIONALER EBENE

11,36% der KünstlerInnen haben angegeben, dass sie vorrangig oder ausschließlich im Team künstlerisch tätig sind. 80,00% von diesen sind weiblich. 20,00% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

4,55% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt. 50,00% von diesen sind weiblich. 50,00% sind männlich.

4,55% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

2,27% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

AUF NATIONALER EBENE

13,33% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich haben angegeben, dass sie vorrangig oder ausschließlich im Team künstlerisch tätig sind. 75,00% von diesen sind weiblich. 25,00% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

6,67% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt. 50,00% von diesen sind weiblich. 50,00% sind männlich.

3,33% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

3,33% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

ZUR DIENSTLEISTUNG VON KÜNSTLERINNEN

Im Kontext von Creative Industries wird der/die KünstlerIn vor allem als DienstleisterIn spezifiziert. Stand in den frühen Zeiten der Entwicklung von Creative Industries-Strategien eine Warenorientiertheit und die dementsprechende Bedeutung des/der KünstlerIn als Ideen- und ContentlieferantIn für gewinnorientierte Kreativproduktionen im Vordergrund, so haben sich in etwa seit 2005 auch in den Cultural Industries Ansätze durchgesetzt, die zwar weiterhin von einer DienstleisterInnenschaft des/der KünstlerIn ausgehen, jedoch – wohl ausgehend von statistischen Resultaten zu den wirtschaftlichen Erfolgen bzw. Nicht-Erfolgen handelswarenorientierter Kreativproduktion bzw. auch des oftmals mangelnden Interesses von KünstlerInnen an solcher Produktion - dem/der KünstlerIn heute sozusagen eine erweiterte Funktion als DienstleisterIn an Gesellschaft/en zuerkennen. Dies wurde vor allem durch die Stellungnahme der UNESCO mit ihrer *Konvention für kulturelle Vielfalt* 2005 deutlich und auf internationaler Ebene eingeleitet:

Kulturelle Aktivitäten („Cultural Activities“) werden dort deutlich von dem Begriff Kulturwirtschaft unterschieden. Der nicht erst seit Beginn zeitgenössischer Kunsttheorien regelmäßig diskutierte ‚Freiheit der Kunst‘ wird neu wieder ein Recht auf die Freiheit von Zweckgebundenheit zugestanden: *Kulturelle Aktivitäten können ein Zweck an sich sein oder zur Herstellung von kulturellen Gütern und Dienstleistungen beitragen.*⁵⁵

Statt Kulturwirtschaftsförderung verlangt [die Konvention] nachdrücklich die Förderung non-kommerzieller, kritischer Aktivitäten und die Aufhebung jedweder kultureller (ist gleich sozialer) Ausschließungen, um das zu erreichen, was „kultureller Vielfalt“ erst einen tieferen Sinn verleiht: Stärkung und Weiterentwicklung demokratischer Strukturen sowie Gleichberechtigung der Marginalisierten durch „Ausweitung der Wahlfreiheit“ (§3 der Präambel), „freie Entfaltung von Ideen“ (§10), „Gedanken-, Ausdrucks- und Informationsfreiheit“ (§11). Derart soll „kulturelle Vielfalt“ in letzter Konsequenz die „volle Verwirklichung der Menschenrechte“ herbeiführen (§5). Die Konvention geht sogar noch weiter und fordert die Herstellung der kulturellen Chancengleichheit weltweit. Ihr developmentspolitischer Aspekt fordert eine weltweite Umverteilungspolitik (von Wissen und Information wie auch von Kapital und Produktionsmitteln), die im Sinne einer positiven Diskriminierung eine kooperative Öffnung nationaler kultureller Felder

⁵⁵ Vgl. Deutsche UNESCO-Kommission E.V., Übereinkommen über den Schutz und die Förderung der Vielfalt kultureller Ausdrucksformen, 2005, und : http://www.unesco.de/konvention_kulturelle_vielfalt.html?&L=0, Aufruf 14.07.2007

und Märkte für Entwicklungsländer herbeiführt. Sie richtet sich gegen eine generelle Marktschließung, fordert sogar eine differenzierte Marktöffnung. Dies drücken Art. 13 bis 16 aus („Bevorzugte Behandlung für Entwicklungsländer“, Art. 16). [...] Tatsächlich sieht die Konvention eine Zügelung der Marktgesetze und die Stärkung des staatlichen Souveränitätsprinzips vor und steht damit in Frontstellung zu dem Dienstleistungsabkommen (GATS) der Welthandelsorganisation (WTO) [...].⁵⁶

Diese Ansätze konnten Aufmerksamkeit bei den ExpertInnengruppen der EU zu Erfolgchancen der Creative Industries in einem Informationszeitalter erreichen:

Europe is a political project and not simply an economic market. Culture is ideally positioned on the cusp between the economy and the political sphere. Compared to other sectors of the economy, culture has an additional dimension – it not only creates wealth but it also contributes to social inclusion, better education, self-confidence and the pride of belonging to an historic community. Culture is also a powerful tool to communicate values and to promote objectives of public interest that are broader than wealth creation.⁵⁷

[... A] pervasive effect of culture on local economic development is its ability to impact on people's behaviour, fostering a culture of partnership and serving as a tool of social integration.

Cultural participation, as well as the involvement in the organisation of cultural activities, has the power to influence social relations. In particular, cultural events contribute to fostering cooperation amongst different communities, supporting communities' and individuals' involvement in the city's social & economic life, thereby contributing to territorial & social cohesion.⁵⁸

Nach dem *Aktionsplan Europe 2005*⁵⁹ zeigt sich nun verstärkt ein Bekenntnis zu Diversität und freier Kulturausübung als Menschenrecht – die Konvention verdient, als neue Entwicklung nach den ursprünglich vorrangig wettbewerbsorientierten Positionen der Lissabonner Richtlinie aufgefasst werden:

Nationale Kulturpolitik und öffentliche Kulturförderung erhalten gegenüber drohenden wettbewerbsrechtlichen Einschränkungen eine neue Legitimität.⁶⁰

⁵⁶ Ascan Breuer, Globalisierungskritik à la UNESCO. Eine Konvention für kulturelle Vielfalt und Vielfältigkeit., in: Kulturrisse, <http://igkultur.at/igkultur/kulturrisse/1136908205/1136989664>, Aufruf 14.07.2007

⁵⁷ KEA European Affairs in Kooperation mit Media Group und MKW Wirtschaftsforschung GmbH im Auftrag der Europäischen Kommission, *The Economy of Culture in Europe*, Brüssel 2006, S. 29

⁵⁸ *Ibd.*, S. 145

⁵⁹ Deutsche UNESCO Kommission E.V., <http://www.unesco.de/60.html?&L=0>, Aufruf 14.07.2007

⁶⁰ *Ibd.*, Aufruf 14.07.2007

Die Vertreterin der EU-Kommission in Deutschland, Barbara Gessler, unterstrich, dass die Konvention für kulturelle Vielfalt in einem Gesamtkontext stehe, in dem es eine Neubefassung mit der Rolle von Kultur innerhalb der Europäischen Union gebe.⁶¹

Im gleichen Zuge wurde auch auf die Notwendigkeit nationaler öffentlicher Förderung hingewiesen, und es wird eine Förderpolitik empfohlen, die von einer Ermöglichung diversiver Kunst- und Kulturproduktion, auch jenseits von (gesellschafts-)politischen und/oder wirtschaftlichen Mainstreams, Wettbewerbsfähigkeit und Angeglichenheit an kommerzielle Erfordernisse, Nutzbarkeiten, Verwertungsmöglichkeiten und Einsetzbarkeit, ausgeht, kulturelle Vielfalt zulässt und fördert und eine Minderheitenförderung – man brauche nur an kritische Kunst zu denken oder auch an kulturell-traditionelle, die sich als spezifischer Ausdruck von Identität darstellen möchte – aktiv wahrzunehmen gedenkt.

In Österreich sind entsprechende konzeptionelle Adaptierungen auf nationaler oder städtischer Ebene der Kunstförderung erst nur vorsichtig spürbar, der allgemeine Tonus im Kontext von Creative Industries bleibt die Ausrichtung auf die Steigerung wirtschaftlichen Wachstums und die Stärkung von Großstädten als im internationalen Vergleich florierende Wirtschaftsstandorte - man vergleiche Förderprogramme wie *departure*, wo nach drei Jahren erstmalig nun wieder experimentelle Projekte beleuchtet und ein soziales Event wie der Life Ball 08 beworben werden, wo jedoch noch im zweiten Halbjahres-Call 2007 der traditionelle Lederwarenhersteller Handschuh-Peter unter den ‚Winnern‘ war:

Mehr als 600.000 Euro Fördermittel werden von departure an Projekte aus den Wiener Creative Industries vergeben. Insgesamt fünf wirtschaftlich und kreativ herausragende Einreichungen aus den Bereichen Mode, Multimedia, Verlagswesen und Audiovision fanden die Zustimmung der unabhängigen Jury im Rahmen von departure_classic C.0702, dem laufenden Förderprogramm von departure.

„Die nachhaltige Förderung innovativer Projekte aus den Creative Industries ist mittlerweile fixer Bestandteil der Wiener Wirtschaftspolitik. Gerade in der Kreativwirtschaft ist es notwendig flexibel auf die unterschiedlichen Bedürfnisse der Zielgruppen zu reagieren. Wie vielfältig die Szene in Wien ist, zeigt auch einmal mehr die breite Palette an Einreichungen beim aktuellen Förderdurchgang. Um effizient und gezielt Unternehmensgründungen und Wachstum in der Kreativwirtschaft zu unterstützen bietet departure daher vier unterschiedliche

⁶¹ Catherine Daraspe, <http://www.european-creative-industries.eu/Presse/tabid/56/NewsID/231/Default.aspx>, online publiziert am 26.04.2007, Aufruf 14.07.2007

Förderprogramme und zusätzlich themenspezifische Calls“, so Finanz- und Wirtschaftsstadträtin Vizebürgermeisterin Mag. Renate Brauner.

Nach Traditionsbetrieben wie Lobmeyr oder Mühlbauer steht jetzt wieder ein bekannter Wiener Name auf der Liste der departure-Geförderten. „Mit „Nina Peter Hautnah“ wird erneut bewiesen, dass es in Wien eine wertvolle Tradition gibt, auf der man aufbauen und gleichzeitig mit eigenen Ideen und innovativem Design Neues schaffen kann. Das Know-how und die Erfahrung des Wiener Familienbetriebs "Handschuh-Peter" wird so ins 21. Jahrhundert getragen“, freut sich departure-Geschäftsführer Christoph Thun-Hohenstein.⁶²

Als wegweisend für die österreichische Kulturpolitik scheinen sich einerseits nach wie vor die theoretischen Ansätze der Untersuchungen der Österreichischen Kulturdokumentation aus dem Jahr 2005 – unter Bezugnahme auf die Studie *The Rise of the Creative Class* (Richard Florida, 2002) - für Wien darzustellen, die von der MA 27 – EU-Strategie und Wirtschaftsentwicklung in Auftrag gegeben wurde, und andererseits die auch von der MA 27 in Auftrag gegebene Untersuchung *Die wirtschaftliche Bedeutung von Kultur und Creative Industries: Wien im Städte-vergleich mit Barcelona, Berlin, London, Mailand und Paris.*⁶³

Auch bleibt zu vermerken, dass die Studie *The Economy of Culture in Europe*, beauftragt von der Europäischen Kommission in einer Aktualisierung der strategischen Positionen im Kontext Creative Industries, die Ansätze der UNESCO zwar grundsätzlich anerkennt, diese jedoch nicht als hauptsächliche Zielsetzungen der Strategieentwicklungen im Kontext Creative Industries ansieht, sondern die Entwicklung von Strategien zur Stärkung des Wirtschaftsraums Europa im internationalen Vergleich, u.a. durch die möglichst effiziente Nutzung von Kreativpotential als die eigenen Zielsetzung definiert. So empfiehlt die Studie nicht zuletzt für Europa, an der Zusammenstellung eines Katalogs normierter Kriterien zur Messbarkeit von Kreativität als Wirtschaftswachstum mitbestimmenden Faktors weiter zu arbeiten, und spiegelt damit aktuelle inhaltliche Strömungen im Kontext der Creative Industries-Strategien wider.

The Economy of Culture in Europe trifft aktuell die folgenden Unterscheidungen zwischen den Termini Creative Industries und Cultural Industries bzw. veröffentlichte die wie folgt aktualisierten Definitionen dieser Begriffe (Als im Kontext Creative Industries neu darf die deutliche begriffliche Unterscheidung zwischen

⁶² Unbenannte/r AutorIn, OTS-Aussendung von departure, 30.11.2007, u.a. publiziert auf: http://departure.at/jart/prj3/departure_website/main.jart?rel=de&reserve-mode=active&content-id=1160330080062&presse_id=1195805056805, Aufruf 13.04.2008

⁶³ österreichische kulturdokumentation. internationales archiv für kulturanalysen, <http://www.kulturdokumentation.org/indexframe.html>, 21.11.2006, Aufruf 16.10.2007

kommerziell-ausrichtbaren, die als ‚Cultural Goods and Services‘ definiert werden, und non-kommerziellen Künsten verstanden werden, wengleich in diesem Zusammenhang der Ausdruck „Traditionelle Künste“ für u.a. letztere vielleicht nicht glücklich gewählt ist – zu sehr verweist das Adjektiv auf historische Künste, zu leicht denkt man gleichzeitig an Hochkultur wie an Folklore. Anzumerken bleibt, dass allerdings sowohl Hochkultur wie Folklore Sektoren mit enormem kommerziellen Potential darstellen.):

Traditional art sectors (such as visual arts, dance, drama, opera, museums, etc.) have tended to be confined to a noneconomic approach. The output of these sectors is generally referred to as “works of art” rather than “cultural goods and services”.

Their main function was considered as pertaining to the “enlightenment” of the people: the pleasure in enjoying the beauty of a work of art, the historical and educational value attached to it and the philosophical & political dimension they encompass. The economic value they entail is often not regarded as important.

These sectors are also seen as “subsidised” sectors, public subsidies being justified by the non-economic and non-profitable nature of the works of art. And yet, their economic value is increasingly acknowledged. [...] [T]he arts field is a powerful tool for local development. It is a sector of growth and a catalyst to the dynamism of creative cities. [...] It is a successful driver to attract tourists.

Cultural industries produce market and distribute cultural goods aimed at mass reproduction and mass consumption. Consumption does not take place on the spot, as for works of art: these products are aimed at being disseminated and exported.

The economic dimension is here more obvious.⁶⁴

Der Unterschied zwischen Handelsware und kultureller Leistung wird betont, bei der Dienstleistung wird mit der Feststellung von Subventionsnotwendigkeit aufgrund nicht-profitablen Charakters eingeräumt, dass sich letztere in einigen Fällen doch nicht als so leicht verwertbar darstellen lässt wie in den ersten Jahren nach Beschluss der Lissabonner Richtlinien zu Creative Industries erhofft.

Weiterhin allerdings bleibt die Betonung darauf erhalten, dass kulturelle Leistung indirekt sehr wohl zur Steigerung des Wachstums kommerziell verwertbarer Dienstleistung in anderen Sektoren dienlich ist: *Kultur sei eine Art von*

⁶⁴ KEA European Affairs in Kooperation mit Media Group und MKW Wirtschaftsforschung GmbH im Auftrag der Europäischen Kommission, *The Economy of Culture in Europe*, Brüssel 2006, S. 35

[immateriellem⁶⁵] *Zwischenprodukt im Produktionsprozess, zumeist seien die finalen Produkte funktional⁶⁶:*

Creativity has the ability to benefit almost all economic sectors. [...] In this context, culture is not analysed as a source of final consumption (as in the case of films, books, music, cultural tourism, etc.) but as a source of intermediate consumption in the production process, most of the time the final products being functional (to the contrary of works of arts or to the output of cultural industries).⁶⁷

Im Versuch, den kulturellen Sektor bzw. kulturelle Sektoren weiter zu definieren, legt die Studie drei Ansätze fest, die einer Klassifizierung weiter dienen sollen und einen Sprachgebrauch vorschlagen:

Starting point: the definition of culture:

Culture is a difficult concept to define. It can be approached through three angles:

- *Culture as "art". This definition uses the agrarian metaphor to describe the work completed with the "mind". This definition is highly subjective as it includes a quality evaluation of what art is or is not.*
- *Culture as a set of attitudes, beliefs, customs, values and practices which are commonly shared by a group. The "group" may be defined in terms of politics, geography, religion, ethnicity or some other characteristics. For example, culture will be used in the following expressions: the Irish culture, the Jewish culture, the youth culture, the enterprise culture. The characteristics which define the group may be substantiated in the form of signs, symbols, texts, languages, artefacts, oral and written traditions as well as by other means.*
- *Culture as a tool to qualify a sector of activity: the cultural sector. This definition has a more functional orientation. In his seminal work "Economics and Culture", David Throsby states that this definition of culture characterises "the activities undertaken by a group of people, and the product of these activities, drawing upon enlightenment and education of the mind". Here culture is employed as an adjective ("cultural sector", "cultural industries", "cultural products"). According to Throsby, three characteristics can be attached to these*

⁶⁵ Interpretative ergänzende Anmerkung AR

⁶⁶ *Ibd.*, S. 36, ÜB. AR

⁶⁷ *Ibd.*, S. 36

“cultural” activities“: they involve some form of creativity in their production; they are concerned with the generation and communication of symbolic means; their output potentially embodies at least some form of intellectual property.⁶⁸

The economy of culture entails respectively the cultural and creative sectors:

- *The “cultural sector”. It includes industrial and non-industrial sectors. Culture constitutes a final product of consumption, which is either non-reproducible and aimed at being consumed on the spot (a concert, an art fair, an exhibition) or aimed at mass reproduction, mass-dissemination and export (a book, a film, a sound recording).*
- *The “creative sector”. Culture, in regard to the second definition presented above [...], may also enter into the production process of other economic sectors and become a “creative” input in the production of non-cultural goods. In this case, these activities will be referred to as “the creative sector”.⁶⁹*

Die VerfasserInnen der EU-Studie merken an, dass diese Form der Klassifizierung „breit gefasst“ sei. Zwar wird der Versuch der Definition von Kunst und Kultur als „Ausgangspunkt“ definiert, als Conclusio wird letztlich „Delineation“ – „Entwurf, Skizze, Beschreibung“ bevorzugt.⁷⁰

Die Studie anerkennt die Ansätze der UNESCO 2005, insbesondere die Unterscheidung zwischen Cultural Industries und Cultural Activities, letztlich wird jedoch in der Studie, die sich selbst als im Kontext Creative und Cultural Industries angesiedelt definiert, eine bewusste Abgrenzung zu den Ansätzen der UNESCO 2005⁷¹ vorgenommen, indem auf das eigene Profil verwiesen wird, das zu untersuchen habe, welchen wirtschaftlichen Beitrag die Kultur- und Kreativsektoren leisten können:

In addition, the UNESCO Convention on the Protection and the Promotion of cultural Expressions defines “cultural industries” in the following terms (articles 4.4 and 4.5):

“Cultural industries” refers to industries producing and distributing cultural goods or services (article 4.5).

⁶⁸ Ibid., S. 44, unter Bezugnahme auf: David Throsby, Economics and Culture, Cambridge University Press 2001

⁶⁹ Ibid., S. 44

⁷⁰ Vgl. ibd., S. 44

⁷¹ Vgl. Deutsche UNESCO-Kommission E.V., Übereinkommen über den Schutz und die Förderung der Vielfalt kultureller Ausdrucksformen, 2005, und : http://www.unesco.de/konvention_kulturelle_vielfalt.html?&L=0, Aufruf 14.07.2007

“Cultural activities, goods and services” refers to those activities, goods and services, which at the time they are considered as a specific attribute, use or purpose, embody or convey cultural expressions, irrespective of the commercial value they may have. Cultural activities may be an end in themselves, or they may contribute to the production of cultural goods and services (article 4.5).

The definition is both the most recent and the most consensual – as 148 countries agreed on its content. However, the definition was not retained in the framework of this study because the criteria “irrespective of their commercial value” seems to enter in contradiction with the objective of the study which aims to assess the economic contribution of the cultural & creative sector.⁷²

Damit ist klar ausgesprochen: Creative Industries ist keine theoretische Debatte, es ist der Titel für eine in der Wirtschaft und für die Wirtschaft angesiedelte Richtlinie zur Ausarbeitung von Strategien, die künstlerische und kulturelle Produktion als wachstumssteigernden Faktor unter Nutzung aller Umweltrentabilitäten, die durch solche Produktion erzeugt werden können, ansehen. Damit darf – aufgrund der Ergebnisse der Studie *Kunst im Trend? Artists’ Voices*. mit den Stimmen der KünstlerInnen - gesagt werden: Creative Industries ist keine Debatte der KünstlerInnen. Weder sind die unter Creative Industries definierten inhaltlichen Anliegen und Zielsetzungen jene, die KünstlerInnen vorrangig verfolgen⁷³ noch kann festgestellt werden, dass KünstlerInnen in ihren Erfolgschancen und Produktionsbedingungen jenen von KMUs tatsächlich entsprechen können. KünstlerInnen sind in diesem Kontext sozusagen Betroffene, die sich kommerziell definierten Notwendigkeiten partiell oder vollständig annähern mögen oder nicht.

Die Ergebnisse aus der vorliegenden Analyse der inhaltlichen Zielsetzungen der KünstlerInnen wie ihrer Einkommensverhältnisse belegen, dass KünstlerInnen in einer hohen Mehrzahl der Fälle marginalisiert sind. Es stellt sich daher die realpolitische Frage, ob sie als sozial benachteiligte Minderheit angesehen werden müssen – in diesem Falle stellt sich auch die Notwendigkeit der Forcierung realpolitischer Strategien zur verstärkten Unterstützung künstlerischer Arbeit.

⁷² KEA European Affairs in Kooperation mit Media Group und MKW Wirtschaftsforschung GmbH im Auftrag der Europäischen Kommission, *The Economy of Culture in Europe*, Brüssel 2006, S. 49

⁷³ Vgl. das Folgekapitel ZIELE KÜNSTLERISCHER ARBEIT

ZIELE KÜNSTLERISCHER ARBEIT

The affluence of a highly-skilled workforce into the market of cultural employment shows the formidable enthusiasm of people to work in these sectors. They are often driven by passion and are ready to take the risks attached to these occupations as well as the precariousness often related to them. This should be interpreted as a positive sign: the European workforce is looking for challenging positions where creativity is a central driving force.⁷⁴

However high education level is not necessarily equivalent to "appropriate" education. Whereas Art institutes in the EU train around 200,000 students each year, either in University Art Departments, "conservatoires", or other single-subject institutions and whereas approximately 50,000 students graduate each year in some arts discipline, it is estimated that less than 10% of graduates will make a living from their art as successful artists.

The reported shortcomings include:

- A lack of enterprise awareness, for instance an ability to make realistic judgements about the economic sustainability of artistic activities. This is often attributable to a lack of interactions of students with the industry.*
- A lack of effectiveness in understanding market requirements, audience targets, the importance of promotion and marketing.*
- Shortcomings in the ability to understand and mobilise financing opportunities (banks and financial institutions, sponsorship and donations, foundation, etc).*
- Lack of understanding of new technology and the ICT industry.⁷⁵*

Die in der Studie *The Economy of Culture* angeführten Mängel mögen in einigen Hinsichten den Ergebnissen unserer Studie entsprechen. Doch fehlt bei einer Auflistung von Kriterien, die als Schlüsselfaktoren zu einer Positionierung von Kulturproduktion in Gesellschaften beitragen, mindest ein wichtiges Argument, das in der gesamten Kunstgeschichte und Kunsttheorie immer schon die größten Rätsel aufgegeben hat. Selbst wenn dies in den einführenden Worten der Studie ausgesprochen wurde, fehlt ein Kriterium in obiger Auflistung: die "nicht-definierbare, nicht-rationale Dimension" von Kunst: *Was bedeutet, so kann man fragen, dieses merkwürdige taten- und handlungslose, aber im höchsten Grade*

⁷⁴ *Ibd.*, S. 88

⁷⁵ *Ibd.*, S. 89

*beglückende Aufgehen in einer Anschauung, die bei aller Vergeistigung des Inhalts doch zuletzt über einzelne, sehr deutlich voneinander unterschiedene Sinne läuft? Ist dieses Phänomen [des ästhetischen Genusses] wirklich, wie es scheint, von solcher Einmaligkeit, dass man dahinter nicht zurückfragen kann, oder gibt es irgendwo Tatsachen, die uns ein wenigstens approximatives Verständnis ermöglichen?*⁷⁶

Oder auch von anderer Seite beleuchtet: *den Kapitalismus [hat] während seiner gesamten Entwicklung nicht nur antikapitalistische Kritik 'wie sein Schatten'⁷⁷ begleitet [...], und] es [waren] zwei Kritiken [...], die manchmal mehr, manchmal weniger miteinander verbunden vorgetragen wurden: die Sozialkritik und das, was [... die SozialwissenschaftlerInnen Luc Boltanski und Ève Chiapello] die ‚Künstlerkritik‘ nennen. Während die Sozialkritik allen Ton auf die Ungerechtigkeit, die ungleiche Verteilung, die Not der Arbeitenden legte, hatte die Künstlerkritik ihren eigenen [... Impetus]. Sie verdammt den Kapitalismus 'als Quelle der Entzauberung und der fehlenden Authentizität der Dinge'⁷⁸, beklagte, dass das Fabrikssystem, die Hierarchien und der Trott im Büro die Selbstverwirklichung der Menschen verhinderten, ihre Kreativität verkümmern ließen und ganz allgemein ein Feind der Freiheit seien. [...] Künstlerkritik nennen Boltanski und Chiapello diese Kritik deshalb, weil die Tugenden und Charakteristika des freien Künstlers der unfreien, entfremdeten Arbeit im Kapitalismus positiv entgegengesetzt wurden – als Modell für eine bessere Art zu leben, wie sie eine bessere Gesellschaft für alle garantieren würde.⁷⁹*

Man kann sagen, wenn Millionen in den Kulturbetrieb gepumpt werden, verbessern sich die Optionen vieler Künstler – und die Chancen derer, die nicht so marktgängig produzieren, werden nicht notwendig eingeschränkt. Dennoch gilt auch hier, was die Philosophin Rahel Jaeggi allgemein so formuliert: „Während Freiheit des Marktes Optionen einer bestimmten Art multipliziert, droht sie andererseits die Vielfalt qualitativ voneinander unterschiedener Lebensmöglichkeiten zu beschränken“⁸⁰.

Vermarktlichung, können wir auch in Bezug auf die Künste und die Kultur im weitesten Sinne sagen, multipliziert die Möglichkeiten derer, die zumindest

⁷⁶ Arnold Gehlen, Über einige Kategorien des entlasteten, zumal des ästhetischen Verhaltens, in: Theorien der Kunst, Hg. Dieter Henrich und Wolfgang Iser, Suhrkamp Wissenschaft, Dritte Auflage Frankfurt/Main 1999, Erste Auflage 1992, S. 237

⁷⁷ Luc Boltanski und Ève Chiapello, Der neue Geist des Kapitalismus, Konstanz 2003, S. 79, zitiert in: Robert Misik, Das Kult-Buch. Glanz und Elend der Kommerzkultur., Berlin 2007, S. 81

⁷⁸ *Ibd.*, S. 81

⁷⁹ Robert Misik, Das Kult-Buch. Glanz und Elend der Kommerzkultur., Berlin 2007, S. 81

⁸⁰ Rahel Jaeggi, unveröffentlichtes Manuskript, zitiert in: Robert Misik, Das Kult-Buch. Glanz und Elend der Kommerzkultur., Berlin 2007, S. 98

*potenziell ökonomische Verwertbarkeit versprechen, und löscht die schiere Erinnerung an all das, was ökonomisch keinen Profit verspricht.*⁸¹

Diese Argumentationslinie ist in der Wissenschaft nicht unumstritten bzw. wird vielfach einer Bürgerlichkeit zugeordnet: *die Kategorie des Einzelnen ist bürgerlicher Natur – adliges [- heute könnte man vielleicht auch sagen – industrielles, wirtschaftliches, globalisierendes-⁸²] Ideal bleibt der Hofmann, der immer auch Weltmann ist, da für den Adel der Hof die Welt bedeutet. [...D]ie zu verwirklichende Totalität des verplanten, in Gesellschaft fugenlos aufgehenden Lebens kennt keine Trauer, weil sie ja gerade das Glück fabrizieren will. [...] Der Hofnarr wird in seiner Blütezeit Institution, ‚fou du Roi‘ [...]. Der Hofnarr ist ein Entlastungsfunktionär [...]. Gleichzeitig wirkt der Narr als Substitut: er nimmt auf sich, was den Herrscher - durch den ablenkenden Affekt – am Herrschen hindern könnte. [...] Der ‚Hofnachdenker‘, wie er bei Brentano erscheint, verweist auf die Entlastung von der die Melancholie freisetzenden Reflexion [...]. Akzeptiert wird der Narr, soweit er sich – bei nicht nur erlaubter, sondern geforderter Minimalabweichung – im System hält. Gibt er „Veranlassung zur Entdeckung von Ordnungswidrigkeiten und Missbräuchen“ (Balet), endet seine Bevorzugung. Später wird Ludwig XIV. einem La Bruyère gestatten, den Hof anzugreifen – wenn nur die Person des Monarchen mit schicklicher Devotion behandelt. Wird. [...Z]ur Zeit Ludwigs XIV [...] hat bereits der Literat den Narren abgelöst und kann als Objekt der Kritik den Hof vom Herrscher trennen. Endgültig aber stirbt der Hofnarr im 18. Jahrhundert [...] Balet setzt als sein Ende 1763 an. Wenn er als Grund das Aufkommen anderer Begriffe von Menschenrecht und Menschenwürde angibt, so sind es nicht nur diese allein, die den Untergang des Narren beschleunigen – wenn auch nicht vergessen werden darf, dass der Narr bei aller vorgezogenen Stellung und Freiheit im System immer rechtlos blieb, trotz seines Titels.*⁸³

[...] Der Narr wird [...] nicht zuletzt arbeitslos durch das Aufkommen der ‚bürgerlichen‘ Melancholie. Wenn nicht mehr der Herrscher allein melancholisch sein darf, entfällt die Notwendigkeit einer Institution, die die gemeine Melancholie vertreibt und gleichzeitig das melancholische Privileg dokumentiert – Baudelaire beschreibt die Zeit nach der Julimonarchie als Epoche einer „ewigen Traurigkeit“. Das Bürgertum des 18. Jahrhunderts beginnt die einst dem

⁸¹ Robert Misik, Das Kult-Buch. Glanz und Elend der Kommerzkultur., Berlin 2007, S. 98

⁸² Anmerkung der Verfasserin

⁸³ Wolf Lepenies, Melancholie und Gesellschaft, Suhrkamp Wissenschaft, Erste Auflage 1998, ursprgl. 1969, S. 90-94, unter Bezugnahme auf: Leo Balet und E. Gerhard, Die Verbürgerlichung der deutschen Kunst, Literatur und Musik im 18. Jahrhundert, Straßburg/Leipzig/Zürich/Leiden 1936; Fr. Nick, Die Hof- und Volks-Narren sammt den nährischen Lustbarkeiten der verschiedenen Stände aller Völker und Zeiten. Aus Flögels Schriften und anderen Quellen., Stuttgart 1861

Herrscher reservierte Attitüde der Resignation zu okkupieren. Aber die „blinzelnd resignierte Anpassung“ (Adorno) bedeutet nur für kurze Zeit den Verzicht auf die Macht; das Paradox der bürgerlichen Melancholie liegt darin, dass bereits der einzelne sich eines bisher verschlossenen Privilegs bemächtigt hat.⁸⁴ [...] Im Funktionsverlust des Narren zeigt sich der Übergang von höfischer Melancholie und adligem ‚ennui‘ in die bürgerliche Welt.

[...] Wo ist mit dem absterbenden Narren die Funktion des Melancholie-Austreibers geblieben? Zu der einen Richtung der Nachfolger gehört der Dandy à la Brummell, der „seine Herrschaft 1794 (begann)“ und Wirkung erzielte, weil „er das Bedürfnis einer gelangweilten und in strenge Konventionen eingeengten Gesellschaft nach Kapriolen befriedigt“.⁸⁵ Der Dandy, der einprägsam als Aristokrat ohne Geburtsvorrechte beschrieben wurde,⁸⁶ löst den Narren ab: der neue Narr legt sich die adlige Attitüde zu. Zum Nachfolger des Narren rechnet auch der Flaneur, den Benjamin in Baudelaire fand: „Die Langeweile im Produktionsprozess entsteht mit seiner Beschleunigung (durch die Maschine). Der Flaneur protestiert mit seiner ostentativen Gelassenheit gegen den Produktionsprozess.“⁸⁷ [...]

Mit der Melancholie-Problematik hat Benjamin den Flaneur in Beziehung gesetzt, als er von dessen „Spleen als Staudamm gegen den Pessimismus“ sprach. [...] Bei Baudelaire hat der Spleen sich von der Melancholie gelöst, er ist zu jener Form der Exzentrizität geworden, die es gestattet, den Flaneur mit dem Hofnarren in Verbindung zu bringen. Dem Flaneur wird der Boulevard zum Intérieur, die Welt zum Spiegel, vor dem er leben und sterben muss (Benjamin). Das Detektivische an ihm (Poe) verweist ebenfalls auf den Spürsinn des Narren in einer reglementierten, ihrem Anspruch nach zufallsfreien Welt. ‚Närrisch‘ erscheint auch die Verlassenheit in der Menge, die den Charakter Baudelairescher Dichtung bestimmt – Benjamin spricht von der monadologischen Struktur der „Fleurs du mal“.⁸⁸

⁸⁴ Wolf Lepenies, Melancholie und Gesellschaft, Suhrkamp Wissenschaft, Erste Auflage 1998, ursprgl. 1969, S. 92, unter Zitieren von: W.H. Bruford, Die gesellschaftlichen Grundlagen der Goethezeit, Weimar 1936, S. 54; Bezugnahme a. auf: Hans Mayer, Von Lessing bis Thomas Mann. Wandlungen der bürgerlichen Literatur in Deutschland, Pfullingen 1959, S. 15; Georg Wilhelm Friedrich Hegel, Vorlesungen über die Philosophie der Geschichte (Einleitung), Jubiläumsausgabe, Hg. Hermann Glockner, Band XI, Stuttgart, Vierte Auflage 1961, S. 89

⁸⁵ Wolf Lepenies, Melancholie und Gesellschaft, Suhrkamp Wissenschaft, Erste Auflage 1998, ursprgl. 1969, S. 93 unter Zitieren von: Otto Mann, Der Dandy. Ein Kulturproblem der Moderne, Heidelberg 1962, S. 48 u. S. 57 und unter Bezugnahme auf: Jules Barbey D'Aurevilly, Du Dandysme et de George Brummell, Oeuvres Complètes, Bd. 9, Paris 1927, S. 205-278

⁸⁶ Ibd., S. 93, unter Bezugnahme auf: Simone François, Le Dandysme et Marcel Proust. De Brummell au Baron de Charlus, Brüssel 1956, S. 17.

⁸⁷ Ibd., S. 93, unter Bezugnahme auf: Walter Benjamin, Zentralpark, in: Illuminationen. Ausgewählte Schriften, Frankfurt/Main 1961, S. 258

⁸⁸ Ibd., S. 94, unter Bezugnahme auf: Walter Benjamin, Der Flaneur (Erstveröffentlichung eines zur Passagen-Arbeit gehörigen Textes durch Rolf Tiedemann), in: Neue Rundschau LXXVIII, 1967, H. 4, S. 549 ff; ferner: Die Moderne (Erstveröffentlichung durch Rolf Tiedemann), in: Das Argument X, 1968, H1/2 (46), S. 44 ff.

Ebenso könnte der Dandy als Hofnarr ohne Publikum definiert werden – mit der Einschränkung, dass er sich selber zum Publikum werden mag. Mit diesem hohen Anspruch an die Reflexionsfähigkeit beschlagnahmt der Dandy für sich das genialische Etikett: „L’homme de génie veut être un, donc solitaire“, sagt Baudelaire und fügt dem traditionellen Einsamkeitsanspruch des Genies die Forderung einer sich selbst genügenden Exzentrizität hinzu: „La gloire, c’est rester un, et se prostituer d’une manière particulière.“⁸⁹ Von nun an bleibt der Hofnarr mit sich allein – „Le dandysme èst une forme dégradée de l’ascèse“, sagt Camus. Seines Publikums beraubt, spielt er für sich. [...] Der Hofnarr, der dazu angestellt war, die Melancholie zu vertreiben – im modernen Jargon ausgedrückt: der „Entertainer“ war⁹⁰ -, benutzte die eigene Exzentrizität, das heißt Außenseiterposition, dazu, das ‚Innere‘ des Systems, den Hof, zu stabilisieren: die den Narren gestattete Abweichung reflektiert die totale Anpassung am Hofe.⁹¹

KünstlerInnen sind mit der Debatte vertraut, nicht umsonst haben sich einige TeilnehmerInnen an unserer Studie als (Hof-)Na(e)rr/in, ClownIn bezeichnet⁹². Hat inzwischen auch die Unterhaltungsindustrie selbst diese Rolle übernommen? Oder haben vielleicht sogar die Haltungen zur Förderung von Creative Industries und Unterhaltungs- und Freizeitindustrie bereits diese Rolle übernommen? *Flaneur und Dandy schnurren ein Programm ab, das nicht mehr der Gesellschaft dient, die es aus Distanz genießt, sondern nur mehr dem, der es produziert; die „gefühllose Isolierung jedes Einzelnen auf seine Privatinteressen“ (Engels), welche die moderne Warenproduktion charakterisiert, zeigt sich auch im Flaneur.⁹³ [...] Wo der ennui noch vertrieben werden soll, handelt es sich um jene organisierte Freizeit, deren Kehrseite die unveränderte Monotonie der Arbeitswelt bildet. [...] Damit soll nicht der alte topos des traurigen Spaßmachers hinweggezaubert werden: aber jetzt erst hat der Narr die Legitimation und die Fähigkeit gewonnen, die ihm gestatten, seine Affektlage überhaupt zur Sprache zu bringen. Ein Hofnarr, der sich auf Melancholie berufen hätte, wäre eine Bedrohung für das System gewesen; der Dandy entwirft sich selbst als Gegenbild einer Gesellschaft, die ihn bloß mit verwunderter Gleichgültigkeit oder folgenloser Verwunderung anstarrt. Auch die „freischwebende Intelligenz“ (A. Weber) hat einen Teil der verwaisten Hofnarren-Rolle übernommen. [...] Die Adornosche Kritik*

⁸⁹ *Ibd.*, S. 94, unter Bezugnahme auf: Charles Baudelaire, *Mon coeur mis à nu*, in: *Oeuvres Complètes*, Bibliothèque de la Pléiade I, Paris 1958, S. 1206 ff.

⁹⁰ *Ibd.*, S. 94, unter Bezugnahme auf: C. Gordon Hanson, *The Normal and Abnormal in Behavior*, in: W. H. Mikesell (Hg.), *Modern Abnormal Psychology*, New York 1950, S. 1 ff.

⁹¹ Wolf Lepenies, *Melancholie und Gesellschaft*, Suhrkamp Wissenschaft, Erste Auflage 1998, ursprgl. 1969, S. 90-94

⁹² Vgl. die Kapitel zu Rollen und Funktionen des/der KünstlerIn in einer Gesellschaft

⁹³ *Ibd.*, S. 95, unter Bezugnahme auf: Walter Benjamin, *Zentralpark*, S. 247, Das Engels-Zitat aus: *Die Lage der arbeitenden Klasse in England*, Leipzig, Zweite Ausgabe 1848, S. 36 f., bei Benjamin: *Der Flaneur*, op.cit., S. 568

schließlich, die der Wissenssoziologie den Vorwurf entgegenschleudert, sie richte „der obdachlosen Intelligenz Schulungslager ein, in denen sie lernen soll, sich selber zu vergessen“⁹⁴ zeichnet in ihren Metaphern [...] Narren[, die] auf ihren künftigen Beruf präpariert werden. [...] Damit wurde die] Entwicklung des höfischen Narren vom Spaßmacher des Herrschers zum privilegierten, auf Zeitvertreib abgerichteten Intellektuellen des bürgerlichen Zeitalters [vermutet ...].⁹⁵

Im Rahmen solcher Diskurse sah sich die vorliegende Studie veranlasst, als wesentliche Zielsetzung der Studie eine Befragung der KünstlerInnen selbst zu deren Motivationen zu bzw. Zielen und Anliegen in der künstlerischen Produktion durchzuführen. Viele der KünstlerInnen bezogen sich in ihren Antworten gleichzeitig oder auch ausschließlich auf ihre Motivation, Kunst zu produzieren. Dieses Phänomen lässt den Rückschluss zu, dass für eine Vielzahl der KünstlerInnen Motivation und Zielsetzungen in der künstlerischen Produktion eng zusammenhängen bzw. nicht zu trennen ist. Nichts desto trotz wurde in diesem Papier weitgehend möglich versucht, die Angaben der KünstlerInnen zu Motivationen und Zielsetzungen zu unterscheiden und getrennt anzuführen.⁹⁶

22,73% der KünstlerInnen auf der internationalen und 23,33% der KünstlerInnen auf nationaler Ebene, damit nicht ganz ein Viertel der KünstlerInnen gaben als Schlüsselargument in ihren Zielsetzungen, die sie mit der Kunstproduktion verfolgen, die Erwirtschaftung von Einkommen bzw. von Budgets zur Vermarktung ihrer Produktion an. Von diesen bezogen sich weit mehr als die Hälfte nicht auf den Erwerb von Einkommen, sondern ausschließlich auf Produktions- bzw. Marketingbudgets. Angesichts dieser Ergebnisse kann der Rückschluss gezogen werden, dass die Erwirtschaftung von finanziellen Gewinnen für nur rund 10,00% der KünstlerInnen prioritäre Bedeutung hat bzw. weit weniger wichtig zu sein scheint als für VertreterInnen vieler anderer Erwerbsbranchen.⁹⁷

Zusammenfassend kann angeführt werden, dass einige KünstlerInnen mit ihrer Kunst politisch sein möchten, insofern als sie anstreben, mit ihrer künstlerischen Produktion auf Gesellschaft einwirken zu können. Andere KünstlerInnen, die direkten Bezug auf Gesellschaft nehmen, wenden sich gegen einen politischen

⁹⁴ Ibid., S. 96, unter Bezugnahme auf: Theodor W. Adorno, Das Bewusstsein der Wissenssoziologie, in: Prismen. Kulturkritik und Gesellschaft., München 1963, S. 39

⁹⁵ Wolf Lepenies, Melancholie und Gesellschaft, Suhrkamp Wissenschaft, Erste Auflage 1998, ursprgl. 1969, S. 96

⁹⁶ Vgl. in dieser Studie dieses und das Kapitel: MOTIVATIONEN ZUR KÜNSTLERISCHEN PRODUKTION

⁹⁷ Vgl. in dieser Studie das Kapitel: LEBENS-/PRODUKTIONS-/MARKETINGFINANZIERUNG ERWERBEN KÖNNEN

Ansatz und vertreten als Position die Notwendigkeit, gesellschaftlich im Sinne einer Ästhetik⁹⁸ zu agieren.

Die Auswertung der gemachten Angaben lässt weiters auch den Rückschluss zu, dass unter KünstlerInnen weit verbreitet ist, in ihrer Arbeit eine Suche an sich einzugehen, durchaus auch ohne die Verpflichtung, Antworten geben zu müssen, Positionen einnehmen zu müssen, ja eher genau darauf verzichtend, um sozusagen Raum zwischen den Dingen zu eröffnen, zugunsten der Freiheit von rezeptiven Prozessen, zugunsten der Freiheit perzeptiven Erkennens, zugunsten von Interpretationsfreiheiten.

So beruft sich eine hohe Anzahl von KünstlerInnen auf die Verpflichtung „auszudrücken“ („to express“). Anzunehmen bleibt an dieser Stelle einerseits durchaus eine Verpflichtung dem Handwerklichen gegenüber, selbst wenn von einer Reihe von KünstlerInnen handwerkliches Know How zur Definition von Qualität als irrelevant bezeichnet oder überhaupt abgelehnt wird. Dennoch ist vielleicht der Rückschluss zulässig, dass jede künstlerische Methode in ihrer medialen Charakteristik Kriterien impliziert, die bedingen, wie das Medium technisch zu „klarem“, „entsprechenden“ „Ausdruck“ führt, i.e. zu einer Relation zwischen dem einem technischen Medium oder einer Kombination von Medien immanenten, charakteristischen Qualitäten und einer maximalen formalen/inhaltlichen Nutzung zugunsten welcher Manifestation von Formen und/oder Aussage/n auch immer, welche selbst wieder einer ästhetischen Inversion unterliegt: *Man kommt ganz von selbst dazu, zu sehen, wie die Botschaft gemacht ist, wenn die Botschaft bestimmte Charakteristika aufweist, die nichts anderes sind als korrekte Ableitung aus den Hauptcharakteristika der Ambiguität⁹⁹ und der Autoreflexivität [...]*¹⁰⁰.

⁹⁸ vgl. Wikipedia: <http://de.wikipedia.org/wiki/%C3%84sthetik>, Aufruf 05.04.2008: *Ästhetik (gr. aisthesis: sinnliche Wahrnehmung) war bis zum 19. Jahrhundert vor allem die Lehre der Schönheit. Alltagssprachlich wird der Ausdruck ästhetisch heute meist als Synonym für schön, geschmackvoll oder ansprechend verwendet. In der Wissenschaft bezeichnet der Begriff die gesamte Palette von Eigenschaften, die darüber entscheiden, wie Menschen Gegenstände wahrnehmen. In der Philosophie wird das Wort oft abweichend gebraucht. Ästhetik bezeichnet dort entweder die Theorie der sinnlichen Wahrnehmung allgemein (nicht nur von Kunst), oder aber eine philosophische (oder etwa soziologische) Theorie von Kunst bzw. Design. Nach einigen (insbesondere Immanuel Kant folgenden) Auffassungen entscheiden über ästhetische Bewertungen nicht einfach rein subjektive Kategorien wie „schön“ und „hässlich“, die wegen bestimmten Eigenschaften dem Gegenstand beigelegt werden. Entscheidend sei vielmehr die Art und Weise der Sinnlichkeit oder Sinnhaftigkeit. Andere (semiotische) ästhetische Theorien betonen, dass gerade Letztere nur im Rahmen je spezifischer Zeichensysteme verstehbar sei. Besonders in empirischen Studien (etwa in der experimentellen Psychologie, aber auch in einigen nahephilosophischen Theorien, welche dieser nahe stehen) spricht man (wie im Alltagssprachgebrauch) von Ästhetik unter Bezug darauf, wie Menschen Dinge - auch jenseits der Kunst - als „schön“ oder „hässlich“ beurteilen und untersucht etwa, nach welchen empirisch zugänglichen Kriterien derartige Urteile zustande kommen. Im angelsächsischen Raum wird aesthetics teilweise stärker in diesem Sinne verstanden. Einige, besonders jüngere, Ansätze versuchen auch, beide Aspekte zusammenzuführen.*

⁹⁹ Vgl. Wikipedia: <http://de.wikipedia.org/wiki/Mehrdeutigkeit>, Aufruf 27.10.2007: *Von Mehrdeutigkeit oder Ambiguität, die (lat. ambiguitas: Zweideutigkeit, Doppelsinn) spricht man, wenn ein Zeichen mehrere Bedeutungen hat. Bei genau zwei Bedeutungen spricht man auch von Doppeldeutigkeit. Ein Vexierbild zum Beispiel ist mehrdeutig, wenn es als mindestens zwei verschiedene Bilder gedeutet werden kann. [...]*

Auf die Frage, was sie in ihrer Kunstproduktion anstreben, was ihnen in ihrer künstlerischen Produktion wichtig ist, spezifizierten die KünstlerInnen die folgenden Schlüsselargumente:

**REALITÄT SCHAFFEN/ERFINDEN/ENTDECKEN/
SCHAFFEN VON FRAGEN/FREIRÄUMEN/
DAS DENKBARE UND DENKENSWERTE ERWEITERN**

INTERNATIONAL

43,18% der KünstlerInnen führen als eines ihrer Schlüsselargumente zur Beschreibung ihrer künstlerischen Anliegen an, dass sie "Realität schaffen", "erfinden", "etwas entdecken" möchten, dass sie "Freiräume" und "neue Fragen schaffen" möchten - "das Denkbare und Denkswerte erweitern". 52,63% von diesen sind weiblich. 47,37% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

5,26% all dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt. 100,00% von diesen sind männlich.

47,37% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt. 33,33% von diesen sind weiblich. 66,67% sind männlich.

26,32% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 80,00% von diesen sind weiblich. 20,00% sind männlich.

15,79% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

5,26% sind zwischen 60 und 69 Jahren alt. 100,00% von diesen sind männlich.

NATIONAL

43,33% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich führen eines der obigen Schlüsselargumente zur Beschreibung ihrer künstlerischen Anliegen an. 61,54% von diesen sind weiblich. 38,46% sind männlich.

Mehrdeutigkeit ist ein Charakteristikum von Zeichen, vor allem von sprachlichen Zeichen. Sie entsteht, wenn ein sprachliches Zeichen in mehrfacher Weise interpretiert werden kann. Sprachliche Zeichen unterschiedlicher Komplexität (Ausdruck, Satz, Äußerung) können mehrdeutig sein.

¹⁰⁰ Umberto Eco, Die ästhetische Botschaft, in: Theorien der Kunst, Hg.: Dieter Henrich und Wolfgang Iser, Erstauflage Suhrkamp 1982, 3. Auflage Suhrkamp 1999, S. 406-407

Seite

Studie *Kunst im Trend? Artists' Voices*.

Auswertung der Ergebnisse einer auf internationalen Ebene durchgeführten Befragung von KünstlerInnen und Analyse aktueller kulturpolitischer Entwicklungen im Kontext Creative Industries auf EU- und österreichischer Ebene.

kanonmedia, Alexandra Reill, Wien 200/2008

ALTERSGRUPPEN

7,69% all dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt.
100,00% von diesen sind männlich.

30,77% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt. 50,00% von diesen sind weiblich. 50,00% sind männlich.

38,46% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 80,00% von diesen sind weiblich. 20,00% sind männlich.

15,38% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

7,69% sind zwischen 60 und 69 Jahren alt. 100,00% von diesen sind männlich.

AUSDRÜCKEN/

INHALTE/IDEEN KLAR/IN ANGEMESSENER FORM FORMULIEREN/

AUTHENTIZITÄT DER RELATIONEN ZWISCHEN FORM UND INHALT/

ÄSTHETISCHE PRÄZISION

INTERNATIONAL

43,18% der KünstlerInnen führen als eines ihrer Schlüsselargumente zur Beschreibung ihrer künstlerischen Anliegen an, dass sie "ausdrücken", dass sie "Inhalte/Ideen" "klar" bzw. "in angemessener Form" ausdrücken möchten, in einer Authentizität der Relationen zwischen Form und Inhalt, in der "richtigen Form", "ästhetischen" Strukturen folgend. 57,89% von diesen sind weiblich. 42,11% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

26,32% all dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt.
60,00% von diesen sind weiblich. 40,00% sind männlich.

26,32% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt. 60,00% von diesen sind weiblich. 40,00% sind männlich.

21,05% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 75,00% von diesen sind weiblich. 25,00% sind männlich.

Seite

Studie *Kunst im Trend? Artists' Voices*.

Auswertung der Ergebnisse einer auf internationalen Ebene durchgeführten Befragung von KünstlerInnen und Analyse aktueller kulturpolitischer Entwicklungen im Kontext Creative Industries auf EU- und österreichischer Ebene.

kanonmedia, Alexandra Reill, Wien 200/2008

10,53% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

15,79% sind zwischen 60 und 69 Jahren alt. 100,00% von diesen sind männlich.

NATIONAL

43,33% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich führen mindestens eines der obig zusammengefassten Schlüsselargumente in der künstlerischen Zielsetzung an. 61,54% von diesen sind weiblich. 38,46% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

30,77% all dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt. 50,00% von diesen sind weiblich. 50,00% sind männlich.

23,08% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

15,38% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

7,69% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

23,08% sind zwischen 60 und 69 Jahren alt. 100,00% von diesen sind männlich.

SUBJEKTIV AUTHENTISCHER AUSDRUCK/ DIE EIGENE INDIVIDUALITÄT FINDEN

INTERNATIONAL

38,64% der KünstlerInnen ist in der Beschreibung ihrer künstlerischen Anliegen vor allem wichtig, dass sie "sich selbst ausdrücken", sich selbst verwirklichen, sich selbst in ihrer Individualität finden bzw. sich „authentisch“ darstellen möchten. Auf den subjektiven Ausdruck wird hier stark Wert gelegt. 52,94% von diesen sind weiblich. 47,06% sind männlich.

Seite

Studie *Kunst im Trend? Artists' Voices*.

Auswertung der Ergebnisse einer auf internationalen Ebene durchgeführten Befragung von KünstlerInnen und Analyse aktueller kulturpolitischer Entwicklungen im Kontext Creative Industries auf EU- und österreichischer Ebene.

kanonmedia, Alexandra Reill, Wien 200/2008

ALTERSGRUPPEN

11,76% all dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt.
50,00% von diesen sind weiblich. 50,00% sind männlich.

29,41% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt. 40,00% von diesen sind weiblich. 60,00% sind männlich.

35,29% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 66,67% von diesen sind weiblich. 33,33% sind männlich.

17,65% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt. 66,67% von diesen sind weiblich. 33,33% sind männlich.

5,88% sind zwischen 60 und 69 Jahren alt. 100,00% von diesen sind männlich.

NATIONAL

33,33% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich sind die obig angeführten Schlüsselargumente in der Beschreibung ihrer künstlerischen Anliegen besonders wichtig. 50,00% von diesen sind weiblich. 50,00% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

10,00% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt.
100,00% von diesen sind männlich.

50,00% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 60,00% von diesen sind weiblich. 40,00% sind männlich.

30,00% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt. 66,67% von diesen sind weiblich. 33,33% sind männlich.

10,00% sind zwischen 60 und 69 Jahren alt. 100,00% von diesen sind männlich.

REFLEXION/

VERÄNDERUNG VON PERSPEKTIVEN/BLICKWINKELN/

ERKENNTNISGEWINN INITIIEREN

Seite

Studie *Kunst im Trend? Artists' Voices*.

Auswertung der Ergebnisse einer auf internationalen Ebene durchgeführten Befragung von KünstlerInnen und Analyse aktueller kulturpolitischer Entwicklungen im Kontext Creative Industries auf EU- und österreichischer Ebene.

kanonmedia, Alexandra Reill, Wien 200/2008

INTERNATIONAL

34,09% der KünstlerInnen führen als eine ihrer Hauptmotivationen an, dass es ihnen wichtig ist, RezipientInnen "möglichst weit zu erreichen", von diesen verstanden zu werden, Reflexion und die Möglichkeit der Veränderung von Perspektiven/Blickwinkeln zu erzeugen bzw. Erkenntnis zu initiieren, sozusagen "Erkenntnisgewinn" zu ermöglichen. 53,33% von diesen sind weiblich. 46,67% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

26,67% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt. 50,00% von diesen sind weiblich. 50,00% sind männlich.

20,00% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt. 33,33% von diesen sind weiblich. 66,67% sind männlich.

33,33% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 60,00% von diesen sind weiblich. 40,00% sind männlich.

13,33% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

6,67% sind zwischen 60 und 69 Jahren alt. 100,00% von diesen sind männlich.

NATIONAL

30,00% der KünstlerInnen auf nationaler Ebene machen entsprechende Angaben. 44,44% von diesen sind weiblich. 55,56% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

33,33% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt. 33,33% von diesen sind weiblich. 66,67% sind männlich.

44,44% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 50,00% von diesen sind weiblich. 50,00% sind männlich.

11,11% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

11,11% sind zwischen 60 und 69 Jahren alt. 100,00% von diesen sind männlich.

**FREUDE WAHRNEHMEN UND SICHTBAR MACHEN/
INSPIRATION ERLEBEN UND ERZEUGEN/
KUNST ALS ETWAS PRODUZIEREN, DAS LEBENSNOTWENDIG IST,
ALS ETWAS, DAS EINFACH DA IST WIE DAS ATMEN**

INTERNATIONAL

31,82% der KünstlerInnen führen als eines ihrer Schlüsselargumente zur Beschreibung ihrer Motivation für die künstlerische Produktion an, dass sie Freude/Glück bei der künstlerischen Produktion empfinden bzw. diese sichtbar machen bzw. als InitiatorInnen von Inspiration dienen möchten.

Manche von diesen beschreiben ihre Empfindungen bei der künstlerischen Produktion als einen Zustand anhaltenden "Verliebt Seins", als Zustand der Harmonie und des Glücks bzw. die Motivation, Kunst zu produzieren, als etwas, das lebensnotwendig sei, als etwas, das "einfach da ist wie das Atmen". 42,86% von diesen sind weiblich. 57,14% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

21,43% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt.
66,67% von diesen sind weiblich. 33,33% sind männlich.

28,57% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt. 50,00% von diesen sind weiblich. 50,00% sind männlich.

21,43% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 66,67% von diesen sind weiblich. 33,33% sind männlich.

7,14% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt. 100,00% von diesen sind männlich.

14,29% sind zwischen 60 und 69 Jahren alt. 100,00% von diesen sind männlich.

NATIONAL

30,00% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich reihen sich in die obig angeführte Argumentationslinie ein. 44,44% von diesen sind weiblich. 55,56% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

22,22% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt.
50,00% von diesen sind weiblich. 50,00% sind männlich.

11,11% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

33,33% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 66,67% von diesen sind weiblich. 33,33% sind männlich.

11,11% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt. 100,00% von diesen sind männlich.

22,22% sind zwischen 60 und 69 Jahren alt. 100,00% von diesen sind männlich.

AUSEINANDERSETZUNG MIT GESELLSCHAFT/ AUFZEIGEN VON MIßSTÄNDEN/KRITIK ÜBEN

INTERNATIONAL

31,82% der KünstlerInnen führen als eines ihrer Schlüsselargumente zur Beschreibung ihrer Motivationen zur künstlerischen Produktion an, dass es ihnen Anliegen ist, sich mit "Gesellschaft" auseinanderzusetzen. 78,57% von diesen sind weiblich. 21,43% männlich.

Einige schreiben ihrer Auseinandersetzung mit Gesellschaft dezidiert das Attribut „politisch“ zu, andere dezidiert „gesamtgemeinschaftlich“ bzw. definieren diese Auseinandersetzung weniger als politische denn als kulturelle, die auf philosophischer und/oder ästhetischer Ebene bestehende Situationen "darlegen", "Missstände aufzeigen" möchte, um einen "Spiegel" zu bilden. Je politischer eine Auseinandersetzung mit Gesellschaft definiert wird, desto mehr wird der Anspruch auf die Ausübung von "Kritik" gelegt oder auch auf die Funktion des/der „MeinungsmacherIn“ erhoben. Insgesamt nur vereinzelt wird im Rahmen dieses Motivationsfeldes der Anspruch erhoben, eine "Botschaft", eine Ideologie zu postulieren.

Seite

Studie *Kunst im Trend? Artists' Voices*.

Auswertung der Ergebnisse einer auf internationaler Ebene durchgeführten Befragung von KünstlerInnen und Analyse aktueller kulturpolitischer Entwicklungen im Kontext Creative Industries auf EU- und österreichischer Ebene.

kanonmedia, Alexandra Reill, Wien 200/2008

ALTERSGRUPPEN

21,43% der KünstlerInnen, die wie obig argumentieren, sind zwischen 20 und 29 Jahren alt. 33,33% von diesen sind weiblich. 66,67% sind männlich.

21,43% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt. 66,67% von diesen sind weiblich. 33,33% sind männlich.

35,71% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt und weiblich.

21,43% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt und weiblich.

NATIONAL

33,33% der KünstlerInnen auf nationaler Ebene machten entsprechende Angaben. 80,00% von diesen sind weiblich. 20,00% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

30,00% dieser Personen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt. 33,33% von diesen sind weiblich. 66,67% sind männlich.

20,00% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt und weiblich.

30,00% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt und weiblich.

20,00% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt und weiblich.

(HOF-)NA(E)RR/IN/WEISE/R/VORBILD

BEI GLEICHZEITIGER MARGINALISIERUNG/NICHTWAHRNEHMUNG

INTERNATIONAL

29,55% der KünstlerInnen führen als ihre Rolle an, dass sie sich als "(Hof-)Na(e)rr/in" verstehen, als der/die, welche/r "belächelt und beneidet", verachtet und "bewundert" gleichzeitig wird, als der/die, welche/r "marginalisiert" ist, der/die keine Rolle in der Gesellschaft spielt, als ob er/sie nicht existiere und gleichzeitig doch als der/die, der/die als "Vorbild" dient. 69,23% von diesen sind weiblich. 30,77% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

23,08% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt.
33,33% von diesen sind weiblich. 66,67% sind männlich.

7,69% sind zwischen 30 und 39 Jahre alt. 100,00% von diesen sind männlich.

46,15% sind zwischen 40 und 49 Jahre alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

15,38% sind zwischen 50 und 59 Jahre alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

7,69% sind zwischen 60 und 69 Jahre alt. 100,00% von diesen sind männlich.

NATIONAL

40,00% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich schreiben sich obig beschriebene Rolle als KünstlerIn zu. 66,67% von diesen sind weiblich. 33,33% sind männlich.

Man beachte den massiven Unterschied zwischen 40,00% auf der nationalen und 29,55% auf der internationalen Ebene.

ALTERSGRUPPEN

25,00% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahre alt.
33,33% von diesen sind weiblich. 66,67% sind männlich.

8,33% sind zwischen 30 und 39 Jahre alt. 100,00% von diesen sind männlich.

41,67% sind zwischen 40 und 49 Jahre alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

16,67% sind zwischen 50 und 59 Jahre alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

8,33% sind zwischen 60 und 69 Jahre alt. 100,00% von diesen sind männlich.

BEITRAG ZU EINER VERBESSERUNG DER WELT/ BEREICHERUNG VON KULTUR

INTERNATIONAL

29,55% der KünstlerInnen führen als eines ihrer Schlüsselargumente in ihren Motivationen zu und ihren Bestrebungen in der künstlerischen Produktion an, dass sie zu einer "Verbesserung der Welt", einer "Bereicherung von Kultur" beitragen möchten, dass sie sinn- und wertestiftend agieren, die Entwicklung von "Sittlichkeit und Tugend" fördern und Frieden und Freundlichkeit auf der Erde stärken möchten. 61,54% von diesen sind weiblich. 62,50% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

15,38% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

46,15% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt. 33,33% von diesen sind weiblich. 66,67% sind männlich.

23,08% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

7,69% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

7,69% sind zwischen 60 und 69 Jahren alt. 100,00% von diesen sind männlich.

NATIONAL

16,67% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich führen obig angeführte Schlüsselargumente zur Beschreibung ihrer Motivationen zu und Bestrebungen in ihrer künstlerischen Produktion an. 80,00% von diesen sind weiblich. 20,00% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

20,00% sind zwischen 20 und 29 Jahren alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

20,00% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

Seite

Studie *Kunst im Trend? Artists' Voices*.

Auswertung der Ergebnisse einer auf internationaler Ebene durchgeführten Befragung von KünstlerInnen und Analyse aktueller kulturpolitischer Entwicklungen im Kontext Creative Industries auf EU- und österreichischer Ebene.

kanonmedia, Alexandra Reill, Wien 200/2008

40,00% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

20,00% sind zwischen 60 und 69 Jahren alt. 100,00% von diesen sind männlich.

**DAS MEDIUM KUNST WEITERENTWICKELN/
NEUES PRODUZIEREN/
EINZIGARTIG/UNIQUE SEIN**

INTERNATIONAL

29,55% der KünstlerInnen führen als eines ihrer Schlüsselargumente zur Beschreibung ihrer künstlerischen Anliegen an, dass sie "noch nicht da Gewesenes" schaffen möchten, dass sie das Medium weiterentwickeln möchten, dass sie "unique", einzigartig sein möchten. 46,15% von diesen sind weiblich. 53,85% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

23,08% all dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt. 66,67% von diesen sind weiblich. 33,33% sind männlich.

46,15% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt. 33,33% von diesen sind weiblich. 66,67% sind männlich.

15,38% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

7,69% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt. 100,00% von diesen sind männlich.

7,69% sind zwischen 60 und 69 Jahren alt. 100,00% von diesen sind männlich.

NATIONAL

23,33% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich ist obige Argumentationslinie bei der Beschreibung ihrer künstlerischen Anliegen wichtig. 57,14% von diesen sind weiblich. 42,86% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

42,86% all dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt. 66,67% von diesen sind weiblich. 33,33% sind männlich.

14,29% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

14,29% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

14,29% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt. 100,00% von diesen sind männlich.

14,29% sind zwischen 60 und 69 Jahren alt. 100,00% von diesen sind männlich.

ANERKENNUNG FINDEN/WAHRGENOMMEN WERDEN/ VERÖFFENTLICHEN KÖNNEN

INTERNATIONAL

29,55% der KünstlerInnen zählen den Anspruch/Wunsch, mit ihrer Kunst "gesehen zu werden", "wahrgenommen zu werden", "ausstellen zu können" und "Anerkennung zu finden", zu den Schlüsselfaktoren, die sie in ihrer Kunstproduktion anstreben. 53,85% von diesen sind weiblich. 46,15% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

23,08% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt. 66,67% von diesen sind weiblich, 33,33% männlich.

15,38% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt. 50,00% von diesen sind weiblich, 50,00% männlich.

46,15% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 50,00% von diesen sind weiblich, 50,00% männlich.

7,69% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt und weiblich.

7,69% sind zwischen 60 und 69 Jahren alt und männlich.

Seite

Studie *Kunst im Trend? Artists' Voices*.

Auswertung der Ergebnisse einer auf internationalen Ebene durchgeführten Befragung von KünstlerInnen und Analyse aktueller kulturpolitischer Entwicklungen im Kontext Creative Industries auf EU- und österreichischer Ebene.

kanonmedia, Alexandra Reill, Wien 200/2008

NATIONAL

30,00% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich zählen obig beschriebene Ansprüche/Wünsche zu den Schlüsselfaktoren, die sie in ihrer Kunstproduktion anstreben. 55,56% von diesen sind weiblich. 44,44% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

33,33% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt. 100,00% von diesen sind männlich.

44,44% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 50,00% von diesen sind weiblich. 50,00% sind männlich.

11,11% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

11,11% sind zwischen 60 und 69 Jahren alt. 100,00% von diesen sind männlich.

VERWIRKLICHUNG VON VISION/ ÜBERMITTLUNG VON BOTSCHAFTEN/ ANDERE AUFRÜTTELN

INTERNATIONAL

27,27% der KünstlerInnen führen als eine ihrer wichtigsten inhaltlichen Bestrebungen an, dass sie "eine Vision" verwirklichen möchten, "der Welt" eine "Botschaft", eine (künstlerische) Aussage übermitteln möchten. Manche bezeichnen diese Übermittlung als "Aufwecken", "Aufrütteln" oder ähnlich – insofern sind in dieser Personengruppe auch in einem mehr oder weniger breiten Sinne pädagogische Ansätze anzunehmen. 75,00% von diesen sind weiblich. 25,00% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

25,00% all dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt und weiblich.

33,33% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt. 50,00% von diesen sind weiblich, 50,00% männlich.

Seite

Studie *Kunst im Trend? Artists' Voices*.

Auswertung der Ergebnisse einer auf internationalen Ebene durchgeführten Befragung von KünstlerInnen und Analyse aktueller kulturpolitischer Entwicklungen im Kontext Creative Industries auf EU- und österreichischer Ebene.

kanonmedia, Alexandra Reill, Wien 200/2008

33,33% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 50,00% von diesen sind weiblich, 50,00% männlich.

8,33% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt und weiblich.

NATIONAL

23,33% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich führen als eines ihrer Schlüsselargumente in ihren inhaltlichen, künstlerischen Bestrebungen an, dass sie "eine Vision" verwirklichen möchten, "der Welt"/RezipientInnen eine "Botschaft", eine (künstlerische) Aussage übermitteln möchten. Manche bezeichnen diese Übermittlung als "Aufwecken", "Aufrütteln" oder ähnlich. 85,71% von diesen sind weiblich. 14,29% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

28,57% all dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

14,29% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

42,86% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 66,67% von diesen sind weiblich. 33,33% sind männlich.

14,29% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

LEBENS-/PRODUKTIONS-/MARKETINGFINANZIERUNG ERWERBEN KÖNNEN

INTERNATIONAL

22,73% der KünstlerInnen zählen den Anspruch/Wunsch, mit ihrer Kunst "Geld verdienen zu können", "davon leben zu können" bzw. Budgets für Produktion und "Vermarktung", "Marketing" zu erwerben, zu den Schlüsselfaktoren, die sie mit ihrer Kunstproduktion anstreben. 50,00% von diesen sind weiblich. 50,00% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

30,00% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt. 100,00% von diesen sind männlich.

20,00% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt. 50,00% von diesen sind weiblich. 50,00% sind männlich.

50,00% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 80,00% von diesen sind weiblich. 20,00% sind männlich.

NATIONAL

23,33% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich zählen obig genannte Zielsetzungen zu den Schlüsselfaktoren, die sie mit ihrer Kunstproduktion anstreben. 42,86% von diesen sind weiblich, 57,14% männlich.

ALTERSGRUPPEN

42,86% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt. 100,00% von diesen sind männlich.

57,14% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 75,00% von diesen sind weiblich. 25,00% sind männlich.

DEKONSTRUKTION/

GENERIERUNG VON RAUM ZWISCHEN DEN DINGEN/

STILLSTAND DER ZEIT

INTERNATIONAL

20,45% der KünstlerInnen führen als eines ihrer Schlüsselargumente zur Beschreibung ihrer künstlerischen Anliegen an, dass ihnen "Dekonstruktion" Ansinnen ist, eine Zerlegung von Strukturen zur Generierung von Subtext, "dem, was zwischen den Zeilen gelesen werden kann" bzw. "dem Raum zwischen den Dingen", einer "Leere in der Fülle" oder dem "Stillstand der Zeit". 66,67% von diesen sind weiblich. 33,33% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

22,22% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt.
100,00% von diesen sind weiblich.

44,44% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt. 50,00% von diesen sind weiblich. 50,00% sind männlich.

33,33% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 66,67% von diesen sind weiblich. 33,33% sind männlich.

NATIONAL

26,67% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich führen eines der obigen oder ähnliche Schlüsselargumente zur Beschreibung ihrer künstlerischen Anliegen an. 75,00% von diesen sind weiblich. 25,00% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

25,00% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

37,50% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt. 66,67% von diesen sind weiblich. 33,33% sind männlich.

37,50% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 66,67% von diesen sind weiblich. 33,33% sind männlich.

THERAPEUTISCHE FUNKTION/ERZEUGEN VON ERLEICHTERUNG/ENTSPANNUNG/KATHARSIS/ ERTRAGEN VON LANGEWEILE

INTERNATIONAL

18,18% der KünstlerInnen führen als eine ihrer Hauptmotivationen und Erfahrungen aus der künstlerischen Produktion an, dass sie bzw. "die Kunst" eine "therapeutische" Funktion hätte/n, die einer "Erleichterung", "Entspannung", einer "Katharsis" diene bzw. dem Ertragen abwechslungslosen Alltags, dem "Überleben von Langeweile". 37,50% von diesen sind weiblich. 62,50% sind männlich.

Seite

Studie *Kunst im Trend? Artists' Voices*.

Auswertung der Ergebnisse einer auf internationaler Ebene durchgeführten Befragung von KünstlerInnen und Analyse aktueller kulturpolitischer Entwicklungen im Kontext Creative Industries auf EU- und österreichischer Ebene.

kanonmedia, Alexandra Reill, Wien 200/2008

ALTERSGRUPPEN

50,00% dieser KünstlerInnen, sind zwischen 30 und 39 Jahren alt. 50,00% von diesen sind weiblich. 50,00% sind männlich.

25,00% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 100,00% von diesen sind männlich.

12,50% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

12,50% sind zwischen 60 und 69 Jahren alt. 100,00% von diesen sind männlich.

NATIONAL

16,67% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich reihen sich in diese Argumentationslinie ein. 20,00% von diesen sind weiblich. 80,00% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

40,00% dieser KünstlerInnen sind zwischen 30 und 39 Jahren alt. 50,00% von diesen sind weiblich. 50,00% sind männlich.

40,00% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 100,00% von diesen sind männlich.

20,00% sind zwischen 60 und 69 Jahren alt. 100,00% von diesen sind männlich.

SPIELEN WIE IN DER SANDKISTE/ INTUITION FOLGEN/ERSPÜREN/ INHALTE UND FORMEN UNBEWUSST FINDEN

INTERNATIONAL

18,18% der KünstlerInnen führen als eine ihrer Hauptmotivationen an, dass sie den Vorgang der Produktion als "Spiel", als "Spielen wie in der Sandkiste", schlicht als Kind-Sein empfinden. Andere geben an, dass sie ihre künstlerische Manifestation vorrangig auf dem Wege der "Intuition", des "Erspürens" ohne rationale Analyse oder Reflexion erarbeiten bzw.

Seite

Studie *Kunst im Trend? Artists' Voices*.

Auswertung der Ergebnisse einer auf internationalen Ebene durchgeführten Befragung von KünstlerInnen und Analyse aktueller kulturpolitischer Entwicklungen im Kontext Creative Industries auf EU- und österreichischer Ebene.

kanonmedia, Alexandra Reill, Wien 200/2008

dass es ihnen wichtig ist, "Inhalte und Formen unbewusst zu finden".
50,00% von diesen sind weiblich. 50,00% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

12,50% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

37,50% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt. 100,00% von diesen sind männlich.

37,50% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

12,50% sind zwischen 60 und 69 Jahren alt. 100,00% von diesen sind männlich.

NATIONAL

10,00% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich führen eines der obig angeführten Schlüsselargumente zur Beschreibung ihrer Motivationen zu und ihren Erfahrungen aus der künstlerischen Produktion an. 66,67% von diesen sind weiblich. 33,33% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

66,67% dieser KünstlerInnen sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

33,33% sind zwischen 60 und 69 Jahren alt. 100,00% von diesen sind männlich.

TRANSDISZIPLINARITÄT

ZWISCHEN DISZIPLINEN BZW. ZWISCHEN MEDIEN

INTERNATIONAL

18,18% der KünstlerInnen zählen eine Transdisziplinarität zwischen Disziplinen und/oder zwischen gestalterischen Medien zu den Schlüsselfaktoren, die sie in ihrer Kunstproduktion anstreben. 50,00% von diesen sind weiblich. 50,00% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

62,50% dieser KünstlerInnen sind zwischen 30 und 39 Jahren alt.
40,00% von diesen sind weiblich. 60,00% sind männlich.

25,00% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 100,00% von diesen
sind weiblich.

12,50% sind zwischen 60 und 69 Jahren alt. 100,00% von diesen
sind männlich.

NATIONAL

13,33% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich zählen
eine Transdisziplinarität zwischen Disziplinen und/oder zwischen gestalt-
erischen Medien zu den Schlüsselfaktoren, die sie in ihrer Kunstproduktion
anstreben. 75,00% von diesen sind weiblich, 25,00% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

50,00% dieser KünstlerInnen sind zwischen 30 und 39 Jahren alt.
100,00% von diesen sind weiblich.

25,00% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 100,00% von diesen
sind weiblich.

25,00% sind zwischen 60 und 69 Jahren alt. 100,00% von diesen
sind männlich.

RELIGIÖS CHARAKTERISIERBARE MOTIVATION/ SPIRITUALITÄT/SUCHE „NACH DEM MYSTISCHEN“

INTERNATIONAL

13,64% der KünstlerInnen führen als eines ihrer Schlüsselargumente in
der Beschreibung ihrer Motivation zur künstlerischen Produktion religiös
charakterisierbare Motive wie eine Art von "Einheit mit allem/n anderen",
„Liebe in allem“ bzw. „Spiritualität“ und die Suche nach "dem Mystischen"
an. 33,33% von diesen sind weiblich. 66,67% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

16,67% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt.
100,00% von diesen sind weiblich.

16,67% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt. 100,00% von diesen
sind männlich.

16,67% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 100,00% von diesen
sind weiblich.

16,67% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt. 100,00% von diesen
sind männlich.

33,33% sind zwischen 60 und 69 Jahren alt. 100,00% von diesen
sind männlich.

NATIONAL

13,33% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich führen als
eines ihrer Schlüsselargumente zur Beschreibung ihrer Motivation zur
künstlerischen Produktion als religiös beschreibbare Motive an, wie
z.B. eine Art von „Einheit mit allem/n“ anderen, „Liebe in allem“ bzw.
„Spiritualität“ und die Suche nach "dem Mystischen". 25,00% dieser
Personen sind weiblich, 75,00% männlich.

ALTERSGRUPPEN

25,00% dieser KünstlerInnen sind zwischen 40 und 49 Jahren alt.
100,00% von diesen sind weiblich.

25,00% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt. 100,00% von diesen
sind männlich.

50,00% sind zwischen 60 und 69 Jahren alt. 100,00% von diesen
sind männlich.

LERNEN/FORSCHEN/

DEN EIGENEN HERAUSFORDERUNGEN BEGEGNEN

INTERNATIONAL

13,64% der KünstlerInnen führen als eines ihrer Schlüsselargumente zur Beschreibung ihrer künstlerischen Anliegen an, dass ihnen "Lernen", "Forschen" und die "Herausforderung ihrer selbst" wichtig sind. 33,33% von diesen sind weiblich. 66,67% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

16,67% all dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt. 100,00% von diesen sind männlich.

50,00% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt. 33,33% von diesen sind weiblich. 66,67% sind männlich.

16,67% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 100,00% von diesen sind männlich.

16,67% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

NATIONAL

6,67% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich führen als eines ihrer Schlüsselargumente zur Beschreibung ihrer künstlerischen Anliegen an, dass ihnen "Lernen", "Forschen" und die "Herausforderung ihrer selbst" wichtig sind. 50,00% von diesen sind weiblich. 50,00% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

50,00% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt. 100,00% von diesen sind männlich.

50,00% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

KUNST HAT KEIN ZIEL/

KUNST IST SO SELBSTVERSTÄNDLICH WIE DAS LEBEN

INTERNATIONAL

13,64% der KünstlerInnen rezipieren Kunst und künstlerische Produktion als "so selbstverständlich wie das Leben" bzw. wie alle anderen Tätigkeiten in einem Leben auch, sie rezipieren Kunst als "Bestandteil von "Kultur", Kultur als Bestandteil von Leben. 33,33% von diesen sind weiblich, 66,67% männlich.

ALTERSGRUPPEN

33,33% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt. 50,00% von diesen sind weiblich, 50,00% männlich.

16,67% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt und zu 100,00% männlich.

33,33% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt, 50,00% von diesen sind weiblich, 50,00% männlich.

16,67% sind zwischen 60 und 69 Jahren alt und zu 100,00% männlich.

NATIONAL

16,67% der KünstlerInnen auf nationaler Ebene rezipieren Kunst bzw. künstlerische Produktion in obig beschriebener Weise. 40,00% von diesen sind weiblich. 60,00% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

40,00% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt. 50,00% von diesen sind weiblich, 50,00% männlich.

40,00% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt, 50,00% von diesen sind weiblich, 50,00% männlich.

20,00% sind zwischen 60 und 69 Jahren alt und zu 100,00% männlich.

FREIHEIT UND AUTONOMIE IN DER KÜNSTLERISCHEN PRODUKTION

INTERNATIONAL

13,64% der KünstlerInnen zählen "Freiheit", "Autonomie", den "freien Ausdruck", die Möglichkeit, die Ergebnisse der Kunstproduktion so zu erzeugen, "wie er/sie es will", zu den Schlüsselfaktoren, die sie in ihrer Kunstproduktion voraussetzen/anstreben. 50,00% von diesen sind weiblich, 50,00% männlich.

ALTERSGRUPPEN

33,33% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

50,00% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt. 100,00% von diesen sind männlich.

16,67% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

NATIONAL

10,00% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich zählen eines der obig aufgelisteten Argumente oder ähnliche zu den Schlüsselfaktoren, die sie in ihrer Kunstproduktion voraussetzen/anstreben. 100,00% von diesen sind weiblich.

ALTERSGRUPPEN

66,67% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt.

33,33% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt.

MITTLERINNEN ZWISCHEN INNEN- UND AUßENWELT

INTERNATIONAL

11,36% der KünstlerInnen führen als Hauptmotivation in ihren inhaltlichen, künstlerischen Bestrebungen an, dass sie sich als "MittlerInnen zwischen Innen- und Aussenwelt" verstehen bzw. subjektive Erfahrungen vermitteln möchten. 80,00% von diesen sind weiblich. 20,00% sind männlich.

Seite

Studie *Kunst im Trend? Artists' Voices*.

Auswertung der Ergebnisse einer auf internationalen Ebene durchgeführten Befragung von KünstlerInnen und Analyse aktueller kulturpolitischer Entwicklungen im Kontext Creative Industries auf EU- und österreichischer Ebene.

kanonmedia, Alexandra Reill, Wien 200/2008

ALTERSGRUPPEN

40,00% dieser KünstlerInnen sind zwischen 30 und 39 Jahren alt. Diese sind zu 100,00% weiblich.

60,00% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 66,67% von diesen sind weiblich. 33,33% sind männlich.

NATIONAL

10,00% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich führen als eines ihrer Schlüsselargumente in ihren inhaltlichen, künstlerischen Bestrebungen an, dass sie sich als "MittlerInnen zwischen Innen- und Aussenwelt" verstehen bzw. subjektive Erfahrungen vermitteln möchten. 66,67% von diesen sind weiblich. 33,33% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

1 33,33% dieser KünstlerInnen sind zwischen 30 und 39 Jahren alt. Diese sind zu 100,00% weiblich.

66,67% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 50,00% von diesen sind weiblich. 50,00% sind männlich.

EKSTASE/ERLEBEN INTENSIVER GEFÜHLE/ LEIDENSCHAFT/BESESSENHEIT

Der Themenkomplex ist ein klassischer und wird selbst von EntertainerInnen wie Mirjam Weichselbaum in selbstverständlicher Weise zitiert: [... *Romy Schneider* ...] *hatte eine Tiefe, einen Schmerz, eine Leidenschaft, alles was einen Künstler ausmacht.*¹⁰¹

INTERNATIONAL

11,36% der KünstlerInnen führen als eines ihrer Schlüsselargumente zur Beschreibung ihrer künstlerischen Anliegen an, dass die künstlerische Produktion "Ekstase" erzeugen könne, "intensive Gefühle", bzw. dass es eine "Leidenschaft" bzw. "Besessenheit" brauche/inne hielte, Kunst zu produzieren. 40,00% von diesen sind weiblich. 60,00% sind männlich.

¹⁰¹ Mirjam Weichselbaum, in: „Galas sollen auch Spaß machen“, Interview, Kurier, 12.04.2008, S. 37

ALTERSGRUPPEN

20,00% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

40,00% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt. 50,00% von diesen sind weiblich. 50,00% sind männlich.

20,00% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 100,00% von diesen sind männlich.

20,00% sind zwischen 60 und 69 Jahren alt. 100,00% von diesen sind männlich.

NATIONAL

6,67% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich reihen sich in die obig beschriebene Argumentationslinie ein. 100,00% von diesen sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

50,00% dieser KünstlerInnen sind zwischen 40 und 49 Jahren alt.

50,00% sind zwischen 60 und 69 Jahren alt.

ZERSTÖRERIN/

ERZEUGERIN VON BEGEISTERUNG UND FURCHT

INTERNATIONAL

9,09% der KünstlerInnen führen als eines ihrer Schlüsselargumente zur Beschreibung ihrer künstlerischen Anliegen an, dass sie sich als "ZerstörerIn" sehen oder als jemand, der/die gleichzeitig Idole schafft und Furcht erzeugt. 25,00% von diesen sind weiblich, 75,00% männlich.

ALTERSGRUPPEN

50,00% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt. 50,00% von diesen sind weiblich. 50,00% sind männlich.

50,00% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt. 100,00% von diesen sind männlich.

NATIONAL

10,00% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich sehen sich in obig beschriebener Rolle. 33,33% von diesen sind weiblich. 66,67% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

66,67% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt. 50,00% von diesen sind weiblich. 50,00% sind männlich.

33,33% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt. 100,00% von diesen sind männlich.

KÜNSTLERINNEN SPIELEN EINE MARGINALE ROLLE IN IHRER GESELLSCHAFT

INTERNATIONAL

9,09% der KünstlerInnen geben bei der Frage nach ihren Zielsetzungen an, dass sie der Ansicht sind, dass der/die KünstlerIn in einer Gesamtgesellschaft eine marginale Rolle einnimmt. 50,00% von diesen sind weiblich, 50,00% männlich.

ALTERSGRUPPEN

25,00% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt. 100,00% von diesen sind männlich.

25,00% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

25,00% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

25,00% sind zwischen 60 und 69 Jahren alt. 100,00% von diesen sind männlich.

NATIONAL

10,00% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich geben die auf der internationalen Ebene beschriebene Aussage explizit an. 33,33% von diesen sind weiblich, 66,67% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

33,33% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt. 100,00% von diesen sind männlich.

33,33% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

33,33% sind zwischen 60 und 69 Jahren alt. 100,00% von diesen sind männlich.

ANSTREBEN VON TECHNISCHEM/HANDWERKLICHEM KNOW HOW

INTERNATIONAL

9,09% der KünstlerInnen zählen handwerkliche Fertigkeiten/Know How zu den Schlüsselfaktoren, die sie in ihrer Kunstproduktion anstreben. 50,00% von diesen sind weiblich, 50,00% männlich.

ALTERSGRUPPEN

25,00% all dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt. 100,00% von diesen sind männlich.

25,00% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt. 100,00% von diesen sind männlich.

50,00% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

NATIONAL

10,00% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich zählen handwerkliche Fertigkeiten/Know How zu den Schlüsselfaktoren, die sie in ihrer Kunstproduktion anstreben. 66,67% von diesen sind weiblich, 33,33% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

33,33% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt. 100,00% von diesen sind männlich.

66,67% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

TOLERANZ ZWISCHEN MENSCHEN, TOLERANZ ZWISCHEN KULTUREN

INTERNATIONAL

6,82% der KünstlerInnen führen als wichtige Bestrebung an, dass sie Brücken zwischen Kulturen schlagen und die Toleranz zwischen Völkern und Kulturen fördern möchten bzw. dass ihnen Toleranz zwischen verschiedenen Menschen Anliegen ist. 100,00% von diesen sind weiblich.

ALTERSGRUPPE

100,00% der Personen, die Toleranz als wichtiges Bestreben in ihrer Kunstproduktion angaben, sind zwischen 40 und 49 Jahren alt.

NATIONAL

Auf nationaler Ebene sind es 3,33% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich, die als eines ihrer wichtigsten Schlüsselargumente in ihren inhaltlichen, künstlerischen Bestrebungen anführen, dass sie Brücken zwischen Kulturen schlagen und die Toleranz zwischen Völkern und Kulturen fördern möchten bzw. dass ihnen Toleranz zwischen verschiedenen Menschen Anliegen ist. 100,00% von diesen sind weiblich.

ALTERSGRUPPE

Diese Personen sind zwischen 40 und 49 Jahren alt und haben migrantischen Hintergrund.

KASSANDRA-ROLLE

Der Gott *Apollon* verliebte sich in sie, und auf dass sie ihn erhöere, gab er ihr die Gabe der *Vorhersehung*. *Kassandra* verschmähte ihn jedoch. Daraufhin verfluchte *Apollon* *Kassandras* Gabe der Vorsehung, da er sie ihr nicht wieder wegnehmen konnte. Er fügte hinzu, dass nie jemand ihren Vorhersagen Glauben schenken werde.

So warnte *Kassandra* vergebens gegen Ende des *Trojanischen Krieges* [...] die Trojaner vor dem *Trojanischen Pferd* [...], so dass *Troja* unterging.¹⁰²

¹⁰² [http://de.wikipedia.org/wiki/Kassandra_\(Mythologie\)](http://de.wikipedia.org/wiki/Kassandra_(Mythologie)), Aufruf 12.04.2008

INTERNATIONAL

2,27% der KünstlerInnen führen als eines ihrer Schlüsselargumente zur Beschreibung ihrer künstlerischen Anliegen an, dass sie sich in der "Kassandra-Rolle" sehen.

ALTERSGRUPPE

100,00% von diesen sind weiblich und zwischen 50 und 59 Jahren alt.

NATIONAL

Die Angaben auf internationaler Ebene sind ident mit jenen auf nationaler Ebene und entsprechen 3,33% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich.

MOTIVATIONEN KÜNSTLERISCHER PRODUKTION

Im ausgesandten Fragebogen und in den Text Interviews wurden verschiedene weit verbreitete Argumente, die in der Beschreibung von und der Diskussion um Charakteristika von Kunst seit rund hundert Jahren immer wiederkehren, als Postulate zur Befürwortung bzw. Ablehnung in den Raum gestellt.¹⁰³

Darüber hinaus konnten Erläuterungen zur Befürwortung bzw. Ablehnung abgegeben werden bzw. in Ergänzung zu den angeführten Fragen weitere Argumente eingebracht werden:

KOMMT KUNST VON „MÜSSEN“?¹⁰⁴

INTERNATIONAL

56,82% der KünstlerInnen stimmten zu, dass Kunst von „Müssen“ kommt, von einer „inneren Notwendigkeit“, Kunst zu produzieren. 60,00% von diesen sind weiblich. 40,00% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

12,00% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt. 66,67% von diesen sind weiblich. 33,33% männlich.

28,00% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt. 42,86% von diesen sind weiblich. 57,14% sind männlich.

36,00% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 66,67% von diesen sind weiblich. 33,33% sind männlich.

16,00% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

8,00% sind zwischen 60 und 69 Jahren alt. 100,00% von diesen sind männlich.

¹⁰³ Wurde ein Postulat angekreuzt, wurde dies als Befürwortung gewertet. Wurde ein Postulat nicht angekreuzt, wurde dies als Ablehnung bzw. Nicht-Zustimmung gewertet.

¹⁰⁴ Vgl. obige Fußnote

NATIONAL

53,33% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich stimmten obiger Argumentation zu und beschrieben diese ebenso wie die KünstlerInnen auf der internationalen Ebene. 62,50% von diesen sind weiblich. 37,50% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

12,50% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt. 50,00% von diesen sind weiblich. 50,00% sind männlich.

18,75% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt. 66,67% von diesen sind weiblich. 33,33% sind männlich.

37,50% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 66,67% von diesen sind weiblich. 33,33% sind männlich.

18,75% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

12,50% sind zwischen 60 und 69 Jahren alt. 100,00% von diesen sind männlich.

KUNST KOMMT „MÜSSEN“ UND „WOLLEN“¹⁰⁵

INTERNATIONAL

38,64% der KünstlerInnen stimmten gleichzeitig zu, dass Kunst von einer „inneren Notwendigkeit“ zu produzieren, einem inneren Impetus, einem „Muss“, ebenso kommt wie aus einem freiwilligen Wollen zur Produktion. 58,82% von diesen sind weiblich. 41,18% sind männlich.

¹⁰⁵ Vgl. obige Fußnote

ALTERSGRUPPEN

5,88% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt.
100,00% von diesen sind weiblich.

23,53% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt. 50,00% von diesen sind weiblich. 50,00% sind männlich.

35,29% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 66,67% von diesen sind weiblich. 33,33% sind männlich.

23,53% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt. 75,00% von diesen sind weiblich, 25,00% männlich.

11,67% sind zwischen 60 und 69 Jahren alt. 100,00% von diesen sind männlich.

NATIONAL

40,00% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich stimmten obigem gleichzeitig zu. 58,33% von diesen sind weiblich. 41,67% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

8,33% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt.
100,00% von diesen sind weiblich.

16,67% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt. 50,00% von diesen sind weiblich, 50,00% männlich.

25,00% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 66,67% diesen sind weiblich. 33,33% männlich.

33,33% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt. 75,00% von diesen sind weiblich, 25,00% männlich.

16,67% sind zwischen 60 und 69 Jahren alt. 100,00% von diesen sind männlich.

KUNST KOMMT VON „WOLLEN“¹⁰⁶

INTERNATIONAL

15,91% der KünstlerInnen stimmten im Unterschied dazu, dass Kunst u.a. aus einer inneren Notwendigkeit zu produzieren kommt, zu, dass Kunst aus einer Freiwilligkeit zur Produktion kommt. 71,43% von diesen sind weiblich. 28,57% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

14,29% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt. 100,00% von diesen sind männlich.

57,14% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

14,29% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

14,29% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt. 100,00% von diesen sind männlich.

NATIONAL

16,67% der KünstlerInnen auf nationaler Ebene äußerten sich dementsprechend. 60,00% von diesen sind weiblich. 40,00% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

20,00% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt. 100,00% von diesen sind männlich.

40,00% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

20,00% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

20,00% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt. 100,00% von diesen sind männlich.

¹⁰⁶ Vgl. obige Fußnote

DIE MOTIVATION KUNST ZU PRODUZIEREN HAT ZENTRAL NICHT MIT „MÜSSEN“ ODER „WOLLEN“ ZU TUN¹⁰⁷

INTERNATIONAL

2,27% der KünstlerInnen sprachen sich explizit dagegen aus, dass Kunst aus freiwilligem Produzieren kommt, mit der Begründung, dass sie das künstlerische Schaffen als Beruf auffassen, der nicht immer nur Spaß oder Freude macht, sondern der auch mit einer Regelmäßigkeit der Ausübung und Disziplin verbunden ist.

ALTERSGRUPPEN

100,00% dieser Personen sind weiblich und zwischen 40 und 49 Jahren alt.

NATIONAL

3,33% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich entsprechen den Ergebnissen auf der internationalen Ebene.

ALTERSGRUPPEN

100,00% dieser Personen sind weiblich und zwischen 40 und 49 Jahren alt.

FREIWILLIGKEIT DER KÜNSTLERISCHEN PRODUKTION ALS WESENTLICHER FAKTOR ZUR ERZEUGUNG VON INTERESSE BEI REZIPIENTINNEN¹⁰⁸

INTERNATIONAL

4,55% der KünstlerInnen sprachen sich explizit dafür aus, dass Kunst aus freiwilligem Produzieren kommt, mit der Begründung, dass "alles andere" für RezipientInnen uninteressant sei.

ALTERSGRUPPEN

50,00% von diesen sind weiblich und zwischen 20 und 29 Jahren alt.

50,00% sind männlich und zwischen 40 und 49 Jahren alt.

¹⁰⁷ Vgl. obige Fußnote

¹⁰⁸ Vgl. obige Fußnote; die KünstlerInnen konnten Erläuterungen abgeben.

NATIONAL

6,67% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich entsprechen den Ergebnissen auf internationaler Ebene.

ALTERSGRUPPEN

50,00% von diesen sind weiblich und zwischen 20 und 29 Jahren alt.

50,00% sind männlich und zwischen 40 und 49 Jahren alt.

IST KUNST ENTERTAINMENT?¹⁰⁹

INTERNATIONAL

54,55% der KünstlerInnen stimmten zu, dass Kunst Entertainment ist, betonten jedoch ein "auch", ein "kann auch sein" bzw. gestanden der Kunstproduktion gleichzeitig die Generierung gesellschaftlichen Mehrwerts zu. Einige dieser KünstlerInnen betonten, dass es Kunst gäbe, die Entertainment ist, dass sie selbst jedoch solche Kunst nicht produzieren würden. 58,33% von diesen sind weiblich. 41,67% sind männlich.

Keine/r dieser KünstlerInnen stimmte ohne Vorbehalte zu, dass Kunst Entertainment sei.

ALTERSGRUPPEN

8,33% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt.
100,00% von diesen sind weiblich.

33,33% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt. 50,00% von diesen sind weiblich. 50,00% sind männlich.

25,00% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 66,67% von diesen sind weiblich. 33,33% sind männlich.

25,00% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt. 66,67% von diesen sind weiblich. 33,33% sind männlich.

8,33% sind zwischen 60 und 69 Jahren alt. 100,00% von diesen sind männlich.

¹⁰⁹ Vgl. obige Fußnote

NATIONAL

50,00% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich reihten sich in die obige Argumentationslinie ein. 60,00% von diesen sind weiblich. 40,00% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

6,67% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

26,67% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt. 75,00% von diesen sind weiblich. 25,00% sind männlich.

20,00% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 66,67% von diesen sind weiblich. 33,33% sind männlich.

33,33% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt. 60,00% von diesen sind weiblich. 40,00% sind männlich.

13,33% sind zwischen 60 und 69 Jahren alt. 100,00% von diesen sind männlich.

KUNST IST ENTERTAINMENT¹¹⁰

INTERNATIONAL

4,55% der KünstlerInnen stimmten deutlich zu, dass Kunst jedenfalls Entertainment sei, ohne gleichzeitig zuzustimmen, dass Kunst gesellschaftlichen Mehrwert generiere. 100,00% dieser Personen sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

50,00% von diesen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt.

50,00% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt.

NATIONAL

3,33% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich stimmten zu, dass Kunst jedenfalls Entertainment ist, ohne gleichzeitig zuzustimmen, dass Kunst gesellschaftlichen Mehrwert generiere.

¹¹⁰ Vgl. obige Fußnote

ALTERSGRUPPEN

100,00% dieser Personen sind männlich und zwischen 20 und 29 Jahren alt.

KUNST HAT NICHTS MIT ENTERTAINMENT ZU TUN¹¹¹

INTERNATIONAL

31,82% der KünstlerInnen stimmten nicht zu, dass Kunst Entertainment ist. 64,29% von diesen sind weiblich. 35,71% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

28,57% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt. 25,00% von diesen sind weiblich. 75,00% sind männlich.

28,57% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt. 75,00% von diesen sind weiblich. 25,00% sind männlich.

35,71% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 80,00% von diesen sind weiblich. 20,00% sind männlich.

7,14% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

NATIONAL

33,33% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich stimmten nicht zu, dass Kunst Entertainment ist. 60,00% von diesen sind weiblich. 40,00% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

40,00% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt. 25,00% von diesen sind weiblich. 75,00% sind männlich.

10,00% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

50,00% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 80,00% von diesen sind weiblich. 20,00% sind männlich.

¹¹¹ Vgl. obige Fußnote

DIE KÜNSTLERISCHE PRODUKTION IST EINE TÄTIGKEIT WIE ANDERE TÄTIGKEITEN IM LEBEN AUCH¹¹²

INTERNATIONAL

9,09% der KünstlerInnen schrieben Kunst als wichtigen Charakterzug weder die Option auf Generierung gesellschaftlichen Mehrwerts zu noch stimmten sie zu, dass Kunst Entertainment sei, aus einer Argumentation heraus, die Kunst wie künstlerische Produktion als selbstverständlichen Bestandteil von (Zusammen-)Leben auffasst, gleichwertig mit anderen Tätigkeiten oder Ergebnissen aus Tätigkeiten, als etwas "Selbstverständliches", das "von Anbeginn an" im Menschen gewesen sei ("Alle Menschen sind von Anbeginn an KünstlerInnen gewesen"). 50,00% von diesen sind weiblich. 50,00% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

25,00% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

25,00% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

25,00% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt. 100,00% von diesen sind männlich.

25,00% sind zwischen 60 und 69 Jahren alt. 100,00% sind männlich.

NATIONAL

13,33% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich schrieben Kunst als wichtige Charakterzüge obige Beschreibungen zu. 50,00% von diesen sind weiblich. 50,00% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

25,00% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

25,00% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

¹¹² Vgl. obige Fußnote

25,00% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt. 100,00% von diesen sind männlich.

25,00% sind zwischen 60 und 69 Jahren alt. 100,00% von diesen sind männlich.

PRODUZIERT KUNST GESELLSCHAFTLICHEN MEHRWERT?¹¹³

INTERNATIONAL

63,64% der KünstlerInnen stimmten zu, dass Kunst gesellschaftlichen Mehrwert produziert. 60,71% von diesen sind weiblich. 39,29% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

10,71% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt. 66,67% von diesen sind weiblich. 33,33% sind männlich.

32,14% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt. 55,56% von diesen sind weiblich. 44,44% sind männlich.

32,14% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 66,67% von diesen sind weiblich. 33,33% sind männlich.

17,86% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt. 80,00% von diesen sind weiblich. 20,00% sind männlich.

7,14% sind zwischen 60 und 69 Jahren alt. 100,00% von diesen sind männlich.

NATIONAL

60,00% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich stimmten zu, dass Kunst gesellschaftlichen Mehrwert produziert. 61,11% von diesen sind weiblich. 38,89% sind männlich.

¹¹³ Vgl. obige Fußnote

ALTERSGRUPPEN

16,67% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt. 66,67% von diesen sind weiblich. 33,33% sind männlich.

22,22% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt. 75,00% von diesen sind weiblich. 25,00% sind männlich.

33,33% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 66,67% von diesen sind weiblich. 33,33% sind männlich.

16,67% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt. 66,67% von diesen sind weiblich. 33,33% sind männlich.

11,11% sind zwischen 60 und 69 Jahren alt. 100,00% von diesen sind männlich.

GENERIERUNG VON ÄSTHETISCHEM MEHRWERT EHER DENN GENERIERUNG VON GESELLSCHAFTLICHEM MEHRWERT¹¹⁴

INTERNATIONAL

4,55% der KünstlerInnen halten die Generierung von gesellschaftlichem Mehrwert durch Kunst für irrelevant, eher sprechen sie sich für ästhetischen Mehrwert aus, den Kunst produzieren sollte. 100,00% dieser Personen sind weiblich.

ALTERSGRUPPEN

50,00% dieser Personen sind zwischen 40 und 49 Jahren alt.

50,00% sind im Alter zwischen 50 und 59 Jahren.

NATIONAL

6,67% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich entsprechen den Ergebnissen auf internationaler Ebene. 100,00% dieser Personen sind weiblich.

¹¹⁴ Vgl. obige Fußnote

ALTERSGRUPPEN

Die Ergebnisse sind ident mit jenen auf internationaler Ebene.

IST KUNST IMMER SCHON GESELLSCHAFTLICHE VORREITERIN GEWESEN?¹¹⁵

INTERNATIONAL

43,18% der KünstlerInnen denken, dass Kunst immer schon gesellschaftliche Vorreiterin gewesen ist. 68,42% von diesen sind weiblich. 31,58% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

15,79% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt. 66,67% von diesen sind weiblich. 33,33% sind männlich.

31,58% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt. 66,67% von diesen sind weiblich. 33,33% sind männlich.

21,05% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 75,00% von diesen sind weiblich. 25,00% sind männlich.

26,32% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt. 80,00% von diesen sind weiblich. 20,00% sind männlich.

5,26% sind zwischen 60 und 69 Jahren alt. 100,00% von diesen sind männlich.

NATIONAL

53,33% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich denken, dass Kunst immer schon gesellschaftliche Vorreiterin gewesen ist. 68,75% von diesen sind weiblich. 31,25% sind männlich.

¹¹⁵ Vgl. obige Fußnote

ALTERSGRUPPEN

18,75% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt.
66,67% von diesen sind weiblich. 33,33% sind männlich.

25,00% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt. 75,00% von diesen sind weiblich. 25,00% sind männlich.

18,75% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 66,67% von diesen sind weiblich. 33,33% sind männlich.

31,25% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt. 80,00% von diesen sind weiblich. 20,00% sind männlich.

6,25% sind zwischen 60 und 69 Jahren alt. 100,00% von diesen sind männlich.

KUNST GILT NICHT ALS GESELLSCHAFTLICHE VORREITERIN¹¹⁶

INTERNATIONAL

56,82% der KünstlerInnen denken nicht, dass Kunst immer schon gesellschaftliche Vorreiterin gewesen ist. 52,00% von diesen sind weiblich. 48,00% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

24,00% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt. 50,00% von diesen sind weiblich. 50,00% sind männlich.

28,00% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt. 42,86% von diesen sind weiblich. 57,14% sind männlich.

36,00% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 66,67% von diesen sind weiblich. 33,33% sind männlich.

4,00% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt und weiblich.

8,00% sind zwischen 60 und 69 Jahren alt und männlich.

¹¹⁶ Vgl. obige Fußnote

NATIONAL

50,00% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich denken nicht, dass Kunst immer schon gesellschaftliche Vorreiterin gewesen ist. 53,33% von diesen sind weiblich. 46,67% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

33,33% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt. 40,00% von diesen sind weiblich. 60,00% sind männlich.

6,67% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt und weiblich.

46,67% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 71,43% von diesen sind weiblich. 28,57% sind männlich.

13,33% sind zwischen 60 und 69 Jahren alt und männlich.

KUNSTPRODUKTION IST GLEICHZEITIG BERUF UND BERUFUNG¹¹⁷

INTERNATIONAL

56,82% der KünstlerInnen fassen ihre künstlerische Produktion gleichzeitig als Beruf und als Berufung auf. 72,00% von diesen sind weiblich. 28,00% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

16,00% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

28,00% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt. 71,43% von diesen sind weiblich. 28,57% sind männlich.

36,00% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 77,78% von diesen sind weiblich. 22,22% sind männlich.

8,00% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt und weiblich.

12,00% sind zwischen 60 und 69 Jahren alt und männlich.

¹¹⁷ Die Frage lautete: Siehst Du Kunstproduktion a) als Beruf oder b) als Berufung oder c) anderweitig an? (Mehrfachnennungen möglich) Ein Ankreuzen der jeweiligen Option wurde als Zustimmung, ein Nicht-Ankreuzen als Ablehnung bzw. fehlende Zustimmung gewertet. Erläuterungen konnten vermerkt werden.

NATIONAL

60,00% der KünstlerInnen auf nationaler Ebene fassen die künstlerische Produktion gleichzeitig als Beruf und als Berufung auf. 77,78% von diesen sind weiblich. 22,22% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

16,67% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt und weiblich.

22,22% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt und weiblich.

38,89% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 85,71% von diesen sind weiblich. 14,29% sind männlich.

5,56% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt und weiblich.

16,67% sind zwischen 60 und 69 Jahren alt und männlich.

AUFFASSUNG DER KÜNSTLERISCHE PRODUKTION ALS BERUF, NICHT ALS BERUFUNG¹¹⁸

INTERNATIONAL

15,91% der KünstlerInnen fassen ihre künstlerische Produktion ausschließlich als Beruf auf und stimmten nicht zu, dass sie die künstlerische Produktion als Berufung auffassen. 57,14% von diesen sind weiblich. 42,86% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

28,57% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt. 100,00% von diesen sind männlich.

28,57% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt. 50,00% von diesen sind weiblich, 50,00% männlich.

14,29% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt und weiblich.

28,57% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt und weiblich.

¹¹⁸ Siehe obige Fußnote

NATIONAL

10,00% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich fassen ihre künstlerische Produktion ausschließlich als Beruf auf. 33,00% von diesen sind weiblich. 67,00% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

66,67% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt. 100,00% von diesen sind männlich.

33,33% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

DIE KÜNSTLERISCHE PRODUKTION WIRD ALS BERUFUNG UND NICHT ALS BERUF AUFGEFASST¹¹⁹

INTERNATIONAL

13,64% der KünstlerInnen fassen ihre künstlerische Produktion ausschließlich als Berufung auf und gaben nicht an, dass sie die künstlerische Produktion als Beruf auffassen. 33,33% von diesen sind weiblich. 66,67% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

33,33% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt. 50,00% von diesen sind weiblich, 50,00% männlich.

33,33% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt und männlich.

16,67% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt und männlich.

16,67% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt und weiblich.

NATIONAL

13,33% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich machten obige Angaben. 50,00% von diesen sind weiblich, 50,00% sind männlich.

¹¹⁹ Siehe obige Fußnote

ALTERSGRUPPEN

50,00% dieser Personen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt,
50,00% von diesen sind weiblich, 50,00% männlich.

25,00% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt und männlich.

25,00% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt und weiblich.

KÜNSTLERISCHE PRODUKTION ALS LEBENSAKT/ LEBEN ALS KUNST UND KUNST ALS LEBEN¹²⁰

INTERNATIONAL

13,64% der KünstlerInnen nehmen explizit Abstand von den Termini
„Beruf“ bzw. „Berufung“ und bezeichnen ihre künstlerische Produktion
als "Tätigkeit", ohne beigestellte beschreibende oder wertende Attribute.
16,67% von diesen sind weiblich. 83,33% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

16,67% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren
alt. 100,00% sind männlich.

33,33% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt. 100,00% von diesen
sind männlich.

33,33% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 50,00% von diesen
sind weiblich. 50,00% sind männlich.

16,67% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt, alle diese Personen
sind männlich.

NATIONAL

16,67% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich haben
obige Angaben gemacht. 25,00% von diesen sind weiblich. 75,00%
sind männlich.

¹²⁰ Siehe obige Fußnote

ALTERSGRUPPEN

20,00% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt. 100,00% sind männlich.

20,00% sind zwischen 30 und 39 Jahre alt. 100,00% von diesen sind männlich.

40,00% sind zwischen 40 und 49 Jahre alt. 50,00% von diesen sind weiblich. 50,00% sind männlich.

20,00% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt. 100,00% von diesen sind männlich.

ERLÄUTERUNGEN ZUM BEGRIFF BERUFUNG

INTERNATIONAL

67,74% der KünstlerInnen, die Berufung als Motivation für die künstlerische Produktion angaben, sahen sich veranlasst, entweder gleichzeitig Abstand von diesem Terminus zu nehmen bzw. diesen mit Attributen bzw. Eingrenzungen/Erweiterungen zu erläutern. 57,14% von diesen sind weiblich. 42,86% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

19,05% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt. 75,00% von diesen sind weiblich. 25,00% sind männlich.

28,57% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt. 33,33% von diesen sind weiblich. 66,67% sind männlich.

33,33% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 85,71% von diesen sind weiblich. 14,29% sind männlich.

9,52% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt. 50,00% von diesen sind weiblich. 50,00% sind männlich.

9,52% sind zwischen 60 und 69 Jahren alt. 100,00% von diesen sind männlich.

Seite

Studie *Kunst im Trend? Artists' Voices*.

Auswertung der Ergebnisse einer auf internationalen Ebene durchgeführten Befragung von KünstlerInnen und Analyse aktueller kulturpolitischer Entwicklungen im Kontext Creative Industries auf EU- und österreichischer Ebene.

kanonmedia, Alexandra Reill, Wien 200/2008

NATIONAL

72,73% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich, die Berufung als Motivation für die künstlerische Produktion angaben, sahen sich veranlasst, Angaben wie obig zusätzlich zu machen. 62,50% von diesen sind weiblich. 37,50% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

25,00% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt. 75,00% von diesen sind weiblich. 25,00% sind männlich.

12,50% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt. 50,00% von diesen sind weiblich. 50,00% sind männlich.

43,75% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 85,71% von diesen sind weiblich. 14,29% sind männlich.

6,25% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt. 100,00% von diesen sind männlich.

12,50% sind zwischen 60 und 69 Jahren alt. 100,00% von diesen sind männlich.

BERUFUNG

ALS „INNERE VORGABE“ ZUR KÜNSTLERISCHEN PRODUKTION

INTERNATIONAL

19,35% der KünstlerInnen, die Berufung als Motivation für die künstlerische Produktion angaben, beschrieben diese Motivation als „eine mögliche Form des Ausdrucks individueller Wahrnehmung“ unter „klarer innerer Vorgabe“, diese auszudrücken, als ein „Müssen“ bzw. „Wollen“ „auszudrücken“, als „inneren Drang, ästhetisch zu forschen und auszudrücken“. 66,67% von diesen sind weiblich. 33,33% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

33,33% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt. 50,00% von diesen sind weiblich. 50,00% sind männlich.

16,67% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

33,33% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

16,67% sind zwischen 60 und 69 Jahren alt. 100,00% von diesen sind männlich.

NATIONAL

22,73% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich, die Berufung als Motivation zur künstlerischen Produktion angaben, machten obige Angaben. 60,00% von diesen sind weiblich. 40,00% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

40,00% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt. 50,00% von diesen sind weiblich. 50,00% sind männlich.

40,00% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

20,00% sind zwischen 60 und 69 Jahren alt. 100,00% von diesen sind männlich.

BERUFUNG ALS „ÜBERDURCHSCHNITTLICHE MOTIVATION“

INTERNATIONAL

9,68% der KünstlerInnen, die Berufung als Motivation für die künstlerische Produktion angaben, beschrieben „ein Wollen“, eine „überdurchschnittliche Motivation“, als etwas, dessen Verwirklichung besondere „Wichtigkeit“ zugeordnet wird, „trotz vieler Widerstände und unsicherem Leben bzw. Verdienst“. 33,33% von diesen sind weiblich. 66,67% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

33,33% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahre alt. 100,00% von diesen sind männlich.

33,33% sind zwischen 40 und 49 Jahre alt und weiblich.

33,33% sind zwischen 60 und 69 Jahre alt und männlich.

NATIONAL

13,64% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich, die Berufung als Motivation für die künstlerische Produktion angaben, machten Angaben wie obig beschrieben. 33,33% von diesen sind weiblich. 66,67% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

33,33% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahre alt. 100,00% von diesen sind männlich.

33,33% sind zwischen 40 und 49 Jahre alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

33,33% sind zwischen 60 und 69 Jahre alt. 100,00% von diesen sind männlich.

BERUFUNG ALS „INNERES BEDÜRFNIS“

INTERNATIONAL

32,26% der KünstlerInnen, die Berufung als Motivation für die künstlerische Produktion angaben, beschrieben diese Motivation als ein „Müssen“, künstlerisch zu arbeiten, als „inneren Imperativ“, als inneres „Bedürfnis“ und als eine Befindlichkeit, die bewirkt, dass die Person „sich nicht wirklich glücklich fühlen kann, wenn sie etwas anderes macht“, da „alles andere nur ein Job wäre“. 80,00% von diesen sind weiblich. 20,00% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

10,00% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt und weiblich.

30,00% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt. 66,67% von diesen sind weiblich. 33,33% sind männlich.

40,00% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 75,00% von diesen sind weiblich. 25,00% sind männlich.

20,00% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt und weiblich.

NATIONAL

31,82% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich, die Berufung als Motivation für die künstlerische Produktion angaben, beschrieben diese Motivation als ein „Müssen“, künstlerisch zu arbeiten, als „inneren Imperativ“, als inneres „Bedürfnis“ und als eine Befindlichkeit, die bewirkt, dass die Person „sich nicht wirklich glücklich fühlen kann, wenn sie etwas anderes macht“, da „alles andere nur ein Job wäre“. 85,71% von diesen sind weiblich. 14,29% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

14,29% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

28,57% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

28,57% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 50,00% von diesen sind weiblich. 50,00% sind männlich.

28,57% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

BERUFUNG ALS „DAS GEFÜHL, DIE PFLICHT ZU HABEN, DAS EIGENE TALENT EINZUSETZEN“

INTERNATIONAL

9,68% der KünstlerInnen, die Berufung als Motivation für die künstlerische Produktion angaben, beschrieben diese Motivation als „das Gefühl, die Pflicht zu haben, das eigene Talent, sich selbst für die Umgebung [...] ästhetisch auszudrücken“, „Zeit zu vergeuden“, „wenn man diesem Impetus nicht nachkommt“. 66,67% von diesen sind weiblich. 33,33% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

33,33% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

66,67% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt. 50,00% von diesen sind weiblich. 50,00% sind männlich.

NATIONAL

13,64% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich, die Berufung als Motivation für die künstlerische Produktion angaben, beschrieben ihre Motivation wie obig. 100,00% von diesen sind weiblich.

ALTERSGRUPPEN

50,00% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt.

50,00% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt.

BERUFUNG ALS LIEBE UND HINGABE ZUR KUNST

INTERNATIONAL

12,90% der KünstlerInnen, die Berufung als Motivation für die künstlerische Produktion angaben, beschrieben diese Motivation in der folgenden Weise: „es zu lieben, Kunst zu machen“, das „ganze Herz hineinzulegen“. Angeführt wurde in dieser Gruppe auch eine „hundertprozentige Hingabe, die es braucht“, um Kunst produzieren zu können. 25,00% von diesen sind weiblich. 75,00% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

75,00% dieser KünstlerInnen sind zwischen 30 und 39 Jahren alt.

33,33% von diesen sind weiblich. 66,67% sind männlich.

25,00% sind zwischen 60 und 69 Jahren alt. 100,00% von diesen sind männlich.

NATIONAL

13,64% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich, die Berufung als Motivation für die künstlerische Produktion angaben, beschrieben diese wie auf internationaler Ebene beschrieben. 33,33% von diesen sind weiblich. 66,67% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

66,67% dieser KünstlerInnen sind zwischen 30 und 39 Jahren alt.

50,00% von diesen sind weiblich. 50,00% sind männlich.

33,33% sind zwischen 60 und 69 Jahren alt. 100,00% von diesen sind männlich.

BERUFUNG

ALS „LEIDENSCHAFT“ MIT DER KONNOTATION „BESESSENHEIT“

INTERNATIONAL

12,90% der KünstlerInnen, die Berufung als Motivation für die künstlerische Produktion angaben, beschrieben diese Motivation als „Leidenschaft“ mit der Konnotation von bzw. als "Besessenheit". 50,00% von diesen sind weiblich. 50,00% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

25,00% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

25,00% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

25,00% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 100,00% von diesen sind männlich.

25,00% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt. 100,00% von diesen sind männlich.

NATIONAL

9,09% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich, die Berufung als Motivation für die künstlerische Produktion angaben, beschrieben diese wie obig angeführt. 100,00% von diesen sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

50,00% dieser KünstlerInnen sind zwischen 40 und 49 Jahren alt.

50,00% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt.

BERUFUNG ALS „ZAUBERN SCHÖNER MOMENTE FÜR EINE/N SELBST UND FÜR ANDERE

INTERNATIONAL

3,23% der KünstlerInnen, die Berufung als Motivation angaben, beschrieben Berufung als "das Zaubern schöner Momente für eine/n selbst und für andere". 100,00% dieser Personen sind weiblich.

ALTERSGRUPPE

Diese Personen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt.

NATIONAL

Obig angeführte KünstlerInnen entsprechen 4,55% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich, die Berufung als Motivation für die künstlerische Produktion angaben.

ALTERSGRUPPE

Die Angaben sind ident mit jenen auf internationaler Ebene.

BERUFUNG ALS

„MÖGLICHKEIT DES DIALOGS UND DER WELTERKUNDUNG“

INTERNATIONAL

2,27% der KünstlerInnen, die Berufung als Motivation für die künstlerische Produktion angaben, rezipierten den Begriff Berufung als "eine Möglichkeit des Dialogs und der Welterkundung". Alle diese Personen sind weiblich.

ALTERSGRUPPE

100,00% dieser Personen sind zwischen 40 und 49 Jahren alt.

NATIONAL

3,33% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich, die Berufung als Motivation für die künstlerische Produktion angaben, entsprechen den Angaben auf internationaler Ebene.

ALTERSGRUPPE

Die Angaben sind ident mit jenen auf internationaler Ebene.

BERUFUNG IM SINNE VON „SENSIBILITÄT“

INTERNATIONAL

2,27% der KünstlerInnen, die Berufung als Motivation für die künstlerische Produktion angaben, rezipierten den Begriff Berufung "als dem Begriff 'Sensibilität' sehr nahe kommend". Alle diese Personen sind männlich.

Seite

Studie *Kunst im Trend? Artists' Voices*.

Auswertung der Ergebnisse einer auf internationalen Ebene durchgeführten Befragung von KünstlerInnen und Analyse aktueller kulturpolitischer Entwicklungen im Kontext Creative Industries auf EU- und österreichischer Ebene.

kanonmedia, Alexandra Reill, Wien 200/2008

ALTERSGRUPPE

Diese Personen sind zwischen 30 und 39 Jahren alt.

NATIONAL

Keine dieser Personen hat ihren Hauptwohnsitz in Österreich.

BERUFUNG

**ALS „EWIGER KINDERSPIELPLATZ“ BZW. ALS „ATMEN“ /
ALS „BERUF, DER KEINE UNTERSCHIEDUNG ZWISCHEN LEBEN
UND ARBEIT MACHT“**

INTERNATIONAL

12,90% der KünstlerInnen, die Berufung als Motivation für die künstlerische Produktion angaben, beschrieben diese als "etwas, das einfach da ist, wie das Atmen, ohne Frage", als den eigenen, "ewigen Kinderspielplatz" bzw. als "Beruf, der keine Unterscheidung zwischen Privatem und Öffentlichem, zwischen Leben und Arbeit macht". 75,00% von diesen sind weiblich. 25,00% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

25,00% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt.
100,00% von diesen sind weiblich.

25,00% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt. 100,00% von diesen sind männlich.

50,00% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

NATIONAL

13,64% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich, die Berufung als Motivation für die künstlerische Produktion angaben, beschrieben diese wie obig. 100,00% von diesen sind weiblich.

ALTERSGRUPPEN

33,33% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt.

66,67% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt.

BERUFUNG

ALS „VERTRAUEN IN SICH SELBST“ UND IN DAS „UMFELD“

INTERNATIONAL

2,27% der KünstlerInnen, die Berufung als Motivation für die künstlerische Produktion angaben, beschrieben den Terminus Berufung einerseits als eine Verfügbarkeit von "starkem Vertrauen in sich selbst und die eigene Arbeit" und andererseits als eine Befindlichkeit, die ein Maß an "Sicherheit" benötigt und an "geeignetem Umfeld", um zum Tragen kommen zu können.¹²¹

ALTERSGRUPPE

100,00% dieser Personen sind zwischen 40 und 49 Jahren alt und weiblich.

NATIONAL

Keine dieser Personen hat ihren Hauptwohnsitz in Österreich.

¹²¹ Anmerkwert mag sein, dass solche Beschreibung von Berufung von Personen mit körperlicher Behinderung stammt.

ZU QUALITÄT VON KUNST

KOMMT QUALITÄT VON KUNST VON EINEM „MÜSSEN“ ZUR KÜNSTLERISCHEN PRODUKTION?¹²²

INTERNATIONAL

29,55% der KünstlerInnen meinen, dass Qualität von Kunst u.a. von einem „Müssen“, Kunst zu produzieren, kommt. 69,23% von diesen sind weiblich. 30,77% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

7,69% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt und weiblich.

23,38% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt. 33,33% von diesen sind weiblich. 66,67% sind männlich.

30,77% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 75,00% von diesen sind weiblich. 25,00% sind männlich.

30,77% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt und weiblich.

7,69% sind zwischen 60 und 69 Jahren alt und männlich.

NATIONAL

23,33% der KünstlerInnen auf nationaler Ebene meinten, dass Qualität von Kunst u.a. von einem „Muss“ kommt. 71,43% von diesen sind weiblich. 28,57% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

14,29% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt und weiblich.

28,57% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 50,00% von diesen sind weiblich. 50,00% sind männlich.

¹²² Wurde ein Postulat angekreuzt, wurde dies als Befürwortung gewertet. Wurde ein Postulat nicht angekreuzt, wurde dies als Ablehnung bzw. Nicht-Zustimmung gewertet. Erläuterungen konnten abgegeben werden.

42,86% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt und weiblich.

14,29% sind zwischen 60 und 69 Jahren alt und männlich.

QUALITÄT VON KUNST KOMMT NICHT VON EINEM „MÜSSEN“ ZUR KÜNSTLERISCHEN PRODUKTION¹²³

INTERNATIONAL

70,45% der KünstlerInnen stimmen nicht zu, dass Qualität von künstlerischer Produktion u.a. von Kunst produzieren "Müssen" kommt. 54,84% von diesen sind weiblich. 45,16% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

25,81% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt. 50,00% von diesen sind weiblich. 50,00% sind männlich.

32,26% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt. 60,00% von diesen sind weiblich. 40,00% sind männlich.

29,03% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 66,67% von diesen sind weiblich. 33,33% sind männlich.

6,45% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt. 50,00% von diesen sind weiblich, 50,00% männlich.

6,45% sind zwischen 60 und 69 Jahren alt. 100,00% von diesen sind männlich.

NATIONAL

76,67% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich stimmen nicht zu, dass Qualität von künstlerischer Produktion u.a. von Kunst produzieren "Müssen" kommt. 56,52% von diesen sind weiblich. 43,48% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

30,43% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt. 42,86% von diesen sind weiblich. 57,14% sind männlich.

¹²³ Vgl. obige Fußnote

21,74% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt. 80,00% von diesen sind weiblich. 20,00% sind männlich.

34,78% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 75,00% von diesen sind weiblich. 25,00% sind männlich.

4,35% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt. 100,00% von diesen sind männlich.

8,70% sind zwischen 60 und 69 Jahren alt. 100,00% von diesen sind männlich.

KOMMT QUALITÄT VON KUNST VON TALENT?¹²⁴

INTERNATIONAL

50,00% der KünstlerInnen stimmen zu, dass Qualität von künstlerischer Produktion von Talent kommt. 72,73% von diesen sind weiblich. 27,27% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

13,64% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

36,36% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt. 75,00% von diesen sind weiblich. 25,00% sind männlich.

40,91% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 66,67% von diesen sind weiblich. 33,33% sind männlich.

4,55% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

4,55% sind zwischen 60 und 69 Jahren alt. 100,00% von diesen sind männlich.

¹²⁴ Siehe obige Fußnote

NATIONAL

46,67% der KünstlerInnen auf nationaler Ebene stimmen zu, dass Qualität von Kunst von Talent kommt. 78,57% von diesen sind weiblich, 21,43% männlich.

ALTERSGRUPPEN

14,29% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt und weiblich.

28,57% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt und weiblich.

42,86% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 66,67% von diesen sind weiblich, 33,33% männlich.

7,14% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt und weiblich.

7,14% sind zwischen 60 und 69 Jahren alt und männlich.

QUALITÄT VON KUNST KOMMT NICHT VON TALENT¹²⁵

INTERNATIONAL

50,00% der KünstlerInnen meinen nicht, dass Qualität von künstlerischem Produzieren vorrangig mit Talent zu tun hat und nahmen Abstand von dieser Annahme, indem sie der Frage *Kommt Kunst von Talent?* keine Zustimmung erteilten. 45,45% von diesen sind weiblich, 54,55% männlich.

ALTERSGRUPPEN

27,27% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt. 33,33% von diesen sind weiblich. 66,67% sind männlich.

22,73% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt. 20,00% von diesen sind weiblich. 80,00% sind männlich.

18,18% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 75,00% von diesen sind weiblich. 25,00% sind männlich.

¹²⁵ Siehe obige Fußnote

22,73% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt. 80,00% von diesen sind weiblich. 20,00% sind männlich.

9,09% sind zwischen 60 und 69 Jahren alt und männlich.

NATIONAL

53,33% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich stimmen nicht zu, dass Qualität von künstlerischer Produktion von Talent kommt. 43,75% von diesen sind weiblich. 56,25% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

37,50% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt.

33,33% von diesen sind weiblich. 66,67% sind männlich.

6,25% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt. 100,00% von diesen sind männlich.

25,00% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 75,00% von diesen sind weiblich. 25,00% sind männlich.

18,75% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt. 66,67% von diesen sind weiblich. 33,33% sind männlich.

12,50% sind zwischen 60 und 69 Jahren alt. 100,00% von diesen sind männlich.

KOMMT QUALITÄT VON KUNST VON „KÖNNEN“?¹²⁶

INTERNATIONAL

9,09% der KünstlerInnen befanden die Frage, ob Qualität von Kunst von „Können“ kommt, „unmöglich zu beantworten“. Diese Personen waren der Ansicht, dass solches Beurteilungskriterium „rein subjektiv sei - was sei Know How? Es könne ein Jahr Forschung sein, ein intuitiver Gedankenblitz oder ein Fehler, der eingefangen konnte“, „angeblickt wird“ und wo „etwas als richtig erscheint, das eine Folge von Gedanken auslöst“. Andere betonten, dass es nicht um „Know How“, sondern um „Feel How“ ginge. „Handwerkliches Können beinhaltet nicht unbedingt Kreativität, Kreativität

¹²⁶ Siehe obige Fußnote

beinhalte nicht unbedingt handwerkliches Können“. 25,00% der gesamten Personengruppe sind weiblich, 75,00% männlich.

ALTERSGRUPPEN

25,00% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt und weiblich.

50,00% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt. 100,00% sind männlich.

25,00% sind zwischen 60 und 69 Jahren alt. 100,00% von diesen sind männlich.

NATIONAL

10,00% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich beantworteten die Frage wie auf internationaler Ebene beschrieben. 33,33% dieser Personengruppe sind weiblich. 66,67% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

33,33% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

33,33% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt. 100,00% von diesen sind männlich.

33,33% sind zwischen 60 und 69 Jahren alt. 100,00% von diesen sind männlich.

QUALITÄT VON KUNST KOMMT VON „KÖNNEN“¹²⁷

INTERNATIONAL

18,18% der KünstlerInnen stimmten zu, dass Qualität von Kunst u.a. von „Können“ komme. 37,50% von diesen sind weiblich. 62,50% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

12,50% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt und männlich.

¹²⁷ Siehe obige Fußnote

37,50% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt und weiblich.

25,00% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt und männlich.

12,50% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt und männlich.

12,50% sind zwischen 60 und 69 Jahren alt und männlich.

NATIONAL

23,33% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich stimmten zu, dass Qualität von Kunst von „Können“ komme. 28,57% von diesen sind weiblich. 71,43% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

14,29% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt und männlich.

28,57% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt und weiblich.

28,57% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt und männlich.

14,29% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt und männlich.

14,29% sind zwischen 60 und 69 Jahren alt und männlich.

QUALITÄT VON KUNST KOMMT NICHT VON „KÖNNEN“¹²⁸

INTERNATIONAL

43,18% der KünstlerInnen stimmten nicht zu, dass Qualität von Kunst von „Können“ komme. 52,63% von diesen sind weiblich. 47,37% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

15,79% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt.
100,00% sind männlich.

26,32% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt. 60,00% von diesen sind weiblich. 40,00% sind männlich.

¹²⁸ Siehe obige Fußnote

36,84% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 57,14% von diesen sind weiblich. 42,86% sind männlich.

21,05% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt. 75,00% von diesen sind weiblich. 25,00% sind männlich.

NATIONAL

50,00% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich stimmten nicht zu, dass Qualität von Kunst von „Können“ komme. 60,00% von diesen sind weiblich. 40,00% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

20,00% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt. 100,00% sind männlich.

20,00% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

33,33% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 60,00% von diesen sind weiblich. 40,00% sind männlich.

26,67% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt. 75,00% von diesen sind weiblich. 25,00% sind männlich.

KOMMT QUALITÄT VON KUNST VON FINANZIELLEN RESSOURCEN?¹²⁹

INTERNATIONAL

43,18% der KünstlerInnen stimmten zu, dass Qualität von Kunst von finanziellen Ressourcen komme. 57,89% von diesen sind weiblich. 42,11% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

21,05% dieser KünstlerInnen sind 20 bis 29 Jahre alt. 50,00% von diesen sind weiblich. 50,00% sind männlich.

¹²⁹ Siehe obige Fußnote

31,58% sind 30 bis 39 Jahre alt. 66,67% von diesen sind weiblich.
33,33% sind männlich.

21,05% sind 40 bis 49 Jahre alt. 50,00% von diesen sind weiblich.
50,00% sind männlich.

21,05% sind 50 bis 59 Jahre alt. 75,00% von diesen sind weiblich.
25,00% sind männlich.

5,26% sind 60 bis 69 Jahre alt. 100,00% von diesen sind männlich.

NATIONAL

46,67% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich stimmten zu, dass Qualität von Kunst von finanziellen Ressourcen komme. 64,29% von diesen sind weiblich. 35,71% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

28,57% dieser KünstlerInnen sind 20 bis 29 Jahre alt. 50,00% von diesen sind weiblich. 50,00% sind männlich.

21,43% sind 30 bis 39 Jahre alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

21,43% sind 40 bis 49 Jahre alt. 66,67% von diesen sind weiblich.
33,33% sind männlich.

21,43% sind 50 bis 59 Jahre alt. 66,67% von diesen sind weiblich.
33,33% sind männlich.

7,14% sind 60 bis 69 Jahre alt. 100,00% von diesen sind männlich.

QUALITÄT VON KUNST

HAT NICHT MIT FINANZIELLEN RESSOURCEN ZU TUN¹³⁰

INTERNATIONAL

36,36% der KünstlerInnen stimmten nicht zu, dass Qualität von Kunst von finanziellen Ressourcen komme. 50,00% von diesen sind weiblich.
50,00% sind männlich.

¹³⁰ Siehe obige Fußnote

ALTERSGRUPPEN

25,00% dieser KünstlerInnen sind 20 bis 29 Jahre alt. 50,00% von diesen sind weiblich. 50,00% sind männlich.

25,00% sind 30 bis 39 Jahre alt. 25,00% von diesen sind weiblich. 75,00% sind männlich.

37,50% sind 40 bis 49 Jahre alt. 83,33% von diesen sind weiblich. 16,67% sind männlich.

12,50% sind 60 bis 69 Jahre alt. 100,00% von diesen sind männlich.

NATIONAL

36,67% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich stimmten nicht zu, dass Qualität von Kunst von finanziellen Ressourcen komme. 45,45% von diesen sind weiblich. 54,55% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

36,36% dieser KünstlerInnen sind 20 bis 29 Jahre alt. 50,00% von diesen sind weiblich. 50,00% sind männlich.

9,09% sind 30 bis 39 Jahre alt. 100,00% von diesen sind männlich.

36,36% sind 40 bis 49 Jahre alt. 75,00% von diesen sind weiblich. 25,00% sind männlich.

18,18% sind 60 bis 69 Jahre alt. 100,00% von diesen sind männlich.

QUALITÄTSSTEIGERUNG VON KUNST

DURCH EINEN MANGEL AN FINANZIELLEN RESSOURCEN¹³¹

INTERNATIONAL

20,45% der KünstlerInnen erläuterten, dass Qualität von Kunst sowohl durch eine Verfügbarkeit finanzieller Ressourcen wie eben genau auch durch deren „Mangel“ mitbestimmt werde bzw. gaben an, dass gerade eine ausreichende Verfügbarkeit von finanziellen Ressourcen zu einem „Verfall“ an Qualität in der Kunst führen könne. Andere KünstlerInnen, die der

¹³¹ Siehe obige Fußnote

Personengruppe zugerechnet wurden, führten die Verfügbarkeit von finanziellen Ressourcen als „nicht notwendig“, „nicht ausschlaggebend“ für Qualität in der künstlerischen Produktion an. 77,78% von diesen sind weiblich. 22,22% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

11,11% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt und weiblich.

33,33% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt. 66,67% von diesen sind weiblich. 33,33% sind männlich.

33,33% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 66,67% von diesen sind weiblich. 33,33% sind männlich.

22,22% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt und weiblich.

NATIONAL

16,67% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich erläuterten, dass Qualität von Kunst sowohl durch eine Verfügbarkeit finanzieller Ressourcen wie eben genau auch durch deren „Mangel“ mitbestimmt werde bzw. gaben an, dass gerade eine ausreichende Verfügbarkeit von finanziellen Ressourcen zu einem „Verfall“ an Qualität in der Kunst führen könne. Andere KünstlerInnen, die der Personengruppe zugerechnet wurden, führten die Verfügbarkeit von finanziellen Ressourcen als „nicht notwendig“, „nicht ausschlaggebend“ für Qualität in der künstlerischen Produktion an. 80,00% von diesen sind weiblich. 20,00% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

20,00% dieser KünstlerInnen sind zwischen 30 und 39 Jahren alt und weiblich.

60,00% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 66,67% von diesen sind weiblich. 33,33% sind männlich.

20,00% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt und weiblich.

QUALITÄT VON KUNST DEFINIERT SICH ÜBER DIE GENERIERUNG VON GESELLSCHAFTLICHEM MEHRWERT¹³²

INTERNATIONAL

36,36% der KünstlerInnen stimmten zu, dass sich Qualität von Kunst unter anderem über die Generierung gesellschaftlichen Mehrwerts definieren lässt. 68,75% von diesen sind weiblich. 31,25% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

12,50% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt. 50,00% von diesen sind weiblich. 50,00% sind männlich.

25,00% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt. 75,00% von diesen sind weiblich. 25,00% sind männlich.

31,25% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 60,00% von diesen sind weiblich. 40,00% sind männlich.

25,00% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt und weiblich.

6,25% sind zwischen 60 und 69 Jahren alt und männlich.

NATIONAL

26,67% der KünstlerInnen auf nationaler Ebene stimmten zu, dass sich Qualität von Kunst unter anderem über die Generierung gesellschaftlichen Mehrwerts definieren lässt. 62,50% von diesen sind weiblich. 37,50% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

12,50% dieser Personen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt. 100,00% von diesen sind männlich.

12,50% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt und weiblich.

25,00% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 50,00% von diesen sind weiblich. 50,00% sind männlich.

¹³² Siehe obige Fußnote

37,50% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt und weiblich.

12,50% sind zwischen 60 und 69 Jahren alt und männlich.

GESELLSCHAFTLICHER MEHRWERT DEFINIERT QUALITÄT VON KUNST NICHT¹³³

INTERNATIONAL

63,64% der KünstlerInnen stimmten nicht zu, dass sich Qualität von Kunst über die Generierung gesellschaftlichen Mehrwerts definieren lässt. 53,57% von diesen sind weiblich. 46,43% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

25,00% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt. 57,14% von diesen sind weiblich. 42,86% sind männlich.

32,14% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt. 44,44% von diesen sind weiblich. 55,56% sind männlich.

28,57% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 75,00% von diesen sind weiblich. 25,00% sind männlich.

7,14% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt. 50,00% von diesen sind weiblich. 50,00% sind männlich.

7,14% sind zwischen 60 und 69 Jahren alt und zu 100,00% männlich.

NATIONAL

73,33% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich stimmten nicht zu, dass sich Qualität von Kunst über die Generierung gesellschaftlichen Mehrwerts definieren lässt. 59,09% von diesen sind weiblich. 40,91% sind männlich.

¹³³ Siehe obige Fußnote

ALTERSGRUPPEN

31,82% dieser Personen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt.
57,14% von diesen sind weiblich. 42,86% sind männlich.

18,18% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt. 75,00% von diesen
sind weiblich. 25,00% sind männlich.

36,36% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 75,00% von diesen
sind weiblich. 25,00% sind männlich.

4,55% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt und männlich.

9,09% sind zwischen 60 und 69 Jahren alt und männlich.

GENERIERUNG EINER „WISSENSCHAFTLICH-MYSTISCHEN“ DIMENSION/TRANSZENDENZ/ VERTIEFUNG/VERDICHTUNG ALS NOTWENDIGES KRITERIUM ZUR ERZEUGUNG VON QUALITÄT IN DER KUNST

INTERNATIONAL

13,64% der KünstlerInnen gaben erläuternd an, dass es die Fähigkeit
brauche, "wie ein/e AlchemistIn" "Erkenntnis" zu generieren, "Trans-
zendenz", "Wahrnehmung" zu erzeugen bzw. zu gewinnen, dass der/die
KünstlerIn eine "wissenschaftlich-mystische" Dimension durch Vertiefung
bzw. Verdichtung erzeugen können müsse, um qualitäthafte Kunst herzu-
stellen. 33,33% von diesen sind weiblich. 66,67% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

33,33% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren
alt. 50,00% von diesen sind weiblich. 50,00% sind männlich.

33,33% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt. 50,00% von diesen
sind weiblich. 50,00% sind männlich.

33,33% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 50,00% von diesen
sind weiblich. 50,00% sind männlich.

NATIONAL

Dies geben 13,33% der KünstlerInnen auf nationaler Ebene an.
25,00% von diesen sind weiblich. 75,00% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

25,00% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt und zu 100,00% männlich.

25,00% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt und zu 100,00% männlich.

50,00% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 50,00% von diesen sind weiblich. 50,00% sind männlich.

AUTHENTIZITÄT ALS KRITERIUM FÜR QUALITÄT VON KUNST

INTERNATIONAL

11,36% der KünstlerInnen gaben erläuternd an, dass es ästhetische bzw. individuelle "Authentizität", eine Echtheit im Ausdruck und eine Authentizität in der Person des/der KünstlerIn, brauche, um qualitätshafte Kunst herzustellen. 100,00% von diesen sind weiblich.

ALTERSGRUPPEN

40,00% dieser Personen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt.
50,00% von diesen sind weiblich. 50,00% sind männlich.

40,00% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt und weiblich.

20,00% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt und weiblich.

NATIONAL

13,33% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich gaben erläuternd an, dass es ästhetische bzw. individuelle "Authentizität", eine Echtheit im Ausdruck und eine Authentizität der Person des/der KünstlerIn, brauche, um qualitätshafte Kunst herzustellen. Alle diese Personen sind weiblich.

ALTERSGRUPPEN

25,00% dieser Personen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt.

50,00% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt.

25,00% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt.

INTELLIGENZ/KLUGHEIT

ALS KRITERIUM ZUR GENERIERUNG VON QUALITÄT VON KUNST

INTERNATIONAL

11,36% der KünstlerInnen erläuterten zusätzlich, dass es Intelligenz, Klugheit brauche, um qualitätshafte Kunst zu erzeugen. 60,00% von diesen sind weiblich. 40,00% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

60,00% dieser KünstlerInnen sind zwischen 30 und 39 Jahren alt.

33,33% von diesen sind weiblich. 66,67% sind männlich.

20,00% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

20,00% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

NATIONAL

10,00% der KünstlerInnen auf nationaler Ebene, alle weiblich, erläuterten, dass es Intelligenz, Klugheit brauche, um qualitätshafte Kunst zu erzeugen.

ALTERSGRUPPEN

33,33% dieser KünstlerInnen sind zwischen 30 und 39 Jahren alt.

33,33% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt.

33,33% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt.

„ERZEUGUNG VON WERTEN“ ALS NOTWENDIGES KRITERIUM ZUR GENERIERUNG VON KÜNSTLERISCHER QUALITÄT

INTERNATIONAL

11,36% der KünstlerInnen gaben erläuternd an, dass es auf den Zweck ankomme, der/die ein/e KünstlerIn mit seinem/ihren Schaffen verfolgt, auf eine "intellektuelle Redlichkeit" bis hin zu "Sittlichkeit, Tugend" bzw. der "Erzeugung von Werten". 60,00% von diesen sind weiblich. 40,00% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

20,00% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt und männlich.

20,00% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt und männlich.

60,00% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt und weiblich.

NATIONAL

13,33% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich machten entsprechende Angaben. 50,00% von diesen sind weiblich, 50,00% männlich.

ALTERSGRUPPEN

25,00% dieser Personen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt und männlich.

25,00% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt und männlich.

50,00% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt und weiblich.

ECHO BEI REZIPIENTINNEN ALS KRITERIUM ZUR BEURTEILUNG KÜNSTLERISCHER QUALITÄT

INTERNATIONAL

11,36% der KünstlerInnen erläuterten, dass sich künstlerische Qualität an dem "Echo bestimmen lässt, das hinterlassen wird", bzw. sind der Ansicht, dass künstlerische Qualität von RezipientInnen und letztlich nicht vom/von

Seite

Studie *Kunst im Trend? Artists' Voices*.

Auswertung der Ergebnisse einer auf internationalen Ebene durchgeführten Befragung von KünstlerInnen und Analyse aktueller kulturpolitischer Entwicklungen im Kontext Creative Industries auf EU- und österreichischer Ebene.

kanonmedia, Alexandra Reill, Wien 200/2008

der Kunstproduzierenden selbst definiert werden kann. 60,00% von diesen sind weiblich, 40,00% männlich.

ALTERSGRUPPEN

40,00% dieser KünstlerInnen sind zwischen 30 und 39 Jahren alt. 50,00% von diesen sind weiblich. 50,00% sind männlich.

40,00% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 50,00% von diesen sind weiblich. 50,00% sind männlich.

20,00% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt und weiblich.

NATIONAL

10,00% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich machten erläuternd Angaben wie obig dargestellt. 66,67% von diesen sind weiblich. 33,33% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

66,67% dieser KünstlerInnen sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 50,00% von diesen sind weiblich. 50,00% sind männlich.

33,33% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt und weiblich.

QUALITÄT VON KUNST IST LEBEN BZW. ALS KRITERIUM AUFGRUND VON SUBJEKTIVÄT IRRELEVANT

INTERNATIONAL

9,09% der KünstlerInnen gaben zusätzlich an, dass die "Qualität von Kunst Leben sei" bzw. dass "Qualität" ein "irrelevanter" Terminus zur Bewertung von Kunst sei, da jegliche Qualität nur "subjektiv" definierbar sei. 25,00% von diesen sind weiblich, 75,00% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

25,00% dieser KünstlerInnen sind zwischen 30 und 39 Jahren alt und männlich.

25,00% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt und männlich.

25,00% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt und weiblich.

25,00% sind zwischen 60 und 69 Jahren alt und männlich.

NATIONAL

10,00% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich machten zusätzlich obig entsprechende Angaben. 100,00% dieser Personen sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

33,33% dieser Personen sind zwischen 30 und 39 Jahren alt.

33,33% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt.

33,33% sind zwischen 60 und 69 Jahren alt.

SINNESERFAHRUNG ANBIETEN KÖNNEN ALS KRITERIUM ZUR GENERIERUNG VON QUALITÄT IN DER KUNST

INTERNATIONAL

6,82% der KünstlerInnen erläuterten, dass es gelte, "Sinn- und Sinneskitzler zu sein", RezipientInnen die Möglichkeit anbieten zu können, "reiche Erfahrungen" machen zu können. Andere formulierten, dass es brauche, "Ekstase" initiieren zu können, um qualitäthafte Kunst herzustellen.

33,33% von diesen sind weiblich. 66,67% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

66,67% dieser KünstlerInnen sind zwischen 30 und 39 Jahren alt. 50,00% von diesen sind weiblich. 50,00% sind männlich.

33,33% sind zwischen 60 und 69 Jahren alt und männlich.

NATIONAL

3,33% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich machten entsprechende Angaben. 100,00% von diesen sind männlich.

ALTERSGRUPPE

Diese Personen sind zwischen 60 und 69 Jahren alt.

„DURCHHALTEVERMÖGEN“ VON KÜNSTLERINNEN ALS QUALITÄTSFAKTOR

INTERNATIONAL

6,82% der KünstlerInnen gaben ergänzend an, dass sich künstlerische Qualität u.a. über ein "Durchhaltevermögen" von KünstlerInnen einstelle bzw. künstlerische Qualität auch darüber zu beurteilen sei. 66,67% von diesen sind weiblich. 33,33% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

133,33% dieser KünstlerInnen sind männlich und zwischen 30 und 39 Jahren alt.

33,33% sind weiblich und zwischen 40 und 49 Jahren alt.

33,33% sind weiblich und zwischen 50 und 59 Jahren alt.

NATIONAL

6,67% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich machten entsprechende Angaben. Diese Personen sind mitsamt weiblich.

ALTERSGRUPPEN

50,00% dieser Personen sind zwischen 40 und 49 Jahren alt.

50,00% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt.

„FLEISS“/“SCHWEISS“/“REGELMÄSSIGES KÜNSTLERISCHES ARBEITEN“ ALS NOTWENDIGER FAKTOR ZUR ERZEUGUNG KÜNSTLERISCHER QUALITÄT

INTERNATIONAL

6,82% der KünstlerInnen erläuterten, dass sich auf künstlerische Qualität "Fleiß", "regelmäßiges künstlerisches Arbeiten", in diesem Sinne "Schweiß", auswirke. 66,67% von diesen sind weiblich, 33,33% männlich.

ALTERSGRUPPEN

33,33% dieser KünstlerInnen sind zwischen 30 und 39 Jahren alt und männlich.

Seite

Studie *Kunst im Trend? Artists' Voices*.

Auswertung der Ergebnisse einer auf internationalen Ebene durchgeführten Befragung von KünstlerInnen und Analyse aktueller kulturpolitischer Entwicklungen im Kontext Creative Industries auf EU- und österreichischer Ebene.

kanonmedia, Alexandra Reill, Wien 200/2008

33,33% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt und weiblich.

33,33% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt und weiblich.

NATIONAL

6,67% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich gaben ergänzend an, dass sich auf künstlerische Qualität "Fleiß", "regelmäßiges künstlerisches Arbeiten", in diesem Sinne "Schweiß", auswirke. 100,00% dieser Personen sind weiblich.

ALTERSGRUPPEN

50,00% dieser Personen sind zwischen 40 und 49 Jahren alt und männlich.

50,00% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt und weiblich.

OFFENHEIT

ALS KRITERIUM ZUR GENERIERUNG VON QUALITÄT IN DER KUNST

INTERNATIONAL

4,55% der KünstlerInnen erläuterten zusätzlich, dass es Offenheit brauche, um qualitätshafte Kunst zu erzeugen. 100,00% von diesen sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

50,00% dieser Künstler sind zwischen 30 und 39 Jahren alt.

50,00% sind zwischen 60 und 69 Jahren alt.

NATIONAL

3,33% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich erläuterten zusätzlich, dass es Offenheit brauche, um qualitätshafte Kunst zu erzeugen. 100,00% von diesen sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

Diese Personen sind zwischen 60 und 69 Jahren alt.

DISTANZ ZU SICH SELBST UND FÄHIGKEIT ZUR SELBSTKRITIK ALS FAKTOR ZUR ERZEUGUNG VON QUALITÄT IN DER KUNST

INTERNATIONAL

4,55% der KünstlerInnen gaben erläuternd an, dass es "Distanz zu sich selbst und den eigenen Gefühlen" bzw. die Fähigkeit zu "Selbstkritik" in einem künstlerischen Schaffensprozess benötige, um künstlerische Qualität generieren zu können.

ALTERSGRUPPE

Alle diese Personen sind zwischen 40 und 49 Jahren alt, 50,00% sind weiblich, 50% männlich.

NATIONAL

6,67% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich machten erläuternd obig entsprechende Angaben.

ALTERSGRUPPE

Die Angaben entsprechen jenen auf der internationalen Ebene.

„UNTER-/ÜBERWANDERUNG VON KONVENTIONEN“ ALS NOTWENDIGES KRITERIUM ZUR ERZEUGUNG VON QUALITÄT IN DER KUNST

INTERNATIONAL

4,55% der KünstlerInnen gaben erläuternd an, dass in der Kunst "Konventionen unter- und überwandert werden müssten", wenn künstlerische Qualität erreicht werden soll.

ALTERSGRUPPE

100,00% von diesen sind weiblich und zwischen 40 und 49 Jahren alt.

NATIONAL

6,67% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich gaben erläuternd an, dass in der Kunst "Konventionen unter- und überwandert werden müssten", wenn diese qualitäthaft sein soll.

Seite

Studie *Kunst im Trend? Artists' Voices*.

Auswertung der Ergebnisse einer auf internationalen Ebene durchgeführten Befragung von KünstlerInnen und Analyse aktueller kulturpolitischer Entwicklungen im Kontext Creative Industries auf EU- und österreichischer Ebene.

kanonmedia, Alexandra Reill, Wien 200/2008

ALTERSGRUPPE

100,00% von diesen sind weiblich und zwischen 40 und 49 Jahren alt.

„DIALOGFÄHIGKEIT“

ALS KRITERIUM KÜNSTLERISCHER QUALITÄT

INTERNATIONAL

4,55% der KünstlerInnen gaben erläuternd an, dass es bei der Definition von Qualität von Kunst auf das Maß an "Dialogfähigkeit" künstlerischer Produktion ankomme.

ALTERSGRUPPE

Diese Personen sind zwischen 30 und 39 Jahren alt. 50,00% von diesen sind weiblich, 50,00% männlich.

NATIONAL

Niemand von den KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich gab erläuternd „Dialogfähigkeit“ als Kriterium künstlerischer Qualität an.

NEUGIER

ALS KRITERIUM ZUR GENERIERUNG VON QUALITÄT IN DER KUNST

INTERNATIONAL

2,27% der KünstlerInnen gaben erläuternd an, dass es eine "Bereitschaft zu Forschung" und Neugier brauche, um qualitäthafte Kunst zu erzeugen.

ALTERSGRUPPE

Alle diese Personen sind männlich und zwischen 30 und 39 Jahren alt.

NATIONAL

Keiner dieser Künstler hat seinen Hauptwohnsitz in Österreich.

INSPIRATION ALS KRITERIUM ZUR GENERIERUNG VON QUALITÄT IN DER KUNST

INTERNATIONAL

2,27% der KünstlerInnen gaben erläuternd an, dass Inspiration für die Erzeugung qualitäthafter Kunst vorliegen müsse. Alle diese Personen sind weiblich.

ALTERSGRUPPE

Alle diese Personen sind zwischen 40 und 49 Jahren alt.

NATIONAL

Dies sind 3,33% der KünstlerInnen auf nationaler Ebene.

ALTERSGRUPPE

Die Angaben sind ident mit jenen auf internationaler Ebene.

POESIE ALS KRITERIUM ZUR GENERIERUNG VON QUALITÄT IN DER KUNST

INTERNATIONAL

2,27% der KünstlerInnen erläuterten, dass für Qualität in der Kunst "Poesie" erzeugt werden müsse. Diese Personen sind zu 100,00% weiblich.

ALTERSGRUPPE

Diese Personen sind zwischen 40 und 49 Jahren alt.

NATIONAL

Dies sind 3,33% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich.

ROLLEN UND FUNKTIONEN VON KÜNSTLER:INNEN IN EINER GESELLSCHAFT

Nach ihren Rollen/Funktionen in der Gesellschaft, in der der/die jeweilige KünstlerIn lebt, befragt, spezifizierten die KünstlerInnen die folgenden Argumente:

REALITÄT/EN ERWEITERN/ERÖFFNEN

INTERNATIONAL

40,91% der KünstlerInnen sehen als ihre Aufgabe an, Blicke in andere bzw. noch nicht existierende, neue Welten eröffnen, Realität erweitern zu können. 83,33% von diesen sind weiblich. 16,67% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

11,11% dieser Personen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt.
100,00% von diesen sind weiblich.

27,78% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt. 80,00% von diesen sind weiblich. 20,00% sind männlich.

38,89% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 85,71% von diesen sind weiblich. 14,29% sind männlich.

16,67% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

5,56% sind zwischen 60 und 69 Jahren alt. 100,00% von diesen sind männlich.

NATIONAL

40,00% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich sahen Funktionen wie obig beschrieben als ihre Aufgabe an. 83,33% von diesen sind weiblich. 16,67% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

8,33% dieser Personen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt.
100,00% von diesen sind weiblich.

25,00% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

41,67% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 80,00% von diesen sind weiblich. 20,00% sind männlich.

16,67% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

8,33% sind zwischen 60 und 69 Jahren alt. 100,00% von diesen sind männlich.

GESELLSCHAFT REFLEKTIEREN/ AUF „FEHLSTELLEN“¹³⁴ AUFMERKSAM MACHEN/ KRITIK ÜBEN

INTERNATIONAL

40,91% der KünstlerInnen sahen es als ihre Aufgabe an, Gesellschaft zu reflektieren, gesellschaftliche Zustände/Entwicklungen sichtbar zu machen und hierbei insbesondere den Fokus auf nicht-funktionierende Phänomene zu lenken, dabei aufmüpfig, provokativ zu sein, sich gegen Main Streams zu stellen und gegebenenfalls kritische Stimme zu erheben. 77,78% von diesen sind weiblich. 22,22% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

22,22% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt.
50,00% von diesen sind weiblich. 50,00% sind männlich.

16,67% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

¹³⁴ PRINZGAU/podgorschek im Gespräch mit Alexandra Reill im Rahmen der KünstlerInnengespräche *Kunst im Trend? Artists' Voices.*, Depot, 07.02.2008

38,89% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 71,43% von diesen sind weiblich. 28,57% sind männlich.

22,22% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

NATIONAL

50,00% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich machten dbzgl. Angaben wie auf internationaler Ebene dargestellt. 73,33% von diesen sind weiblich. 26,67% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

26,67% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt. 50,00% von diesen sind weiblich. 50,00% sind männlich.

13,33% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

40,00% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 66,67% von diesen sind weiblich. 33,33% sind männlich.

20,00% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

ANALYSE/REFLEXION/VERMITTLUNG VON AUSSAGEN

INTERNATIONAL

40,91% der KünstlerInnen sahen als ihre Aufgabe an, spezifische Inhalte, seien diese gesellschaftlichen oder anderweitigen Bezugs, sichtbar zu machen, zu hinterfragen, zu analysieren und eine Aussage, sei diese theoretisch spezifizierbar oder ästhetisch, zu vermitteln. 5,55% dieser Personengruppe formulierte wörtlich pädagogische Ansprüche. 83,33% der gesamten Personengruppe sind weiblich. 16,67% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

33,33% der Personengruppe sind zwischen 20 und 29 Jahren alt. 83,33% von diesen sind weiblich. 16,67% sind männlich.

22,22% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt und weiblich.

Seite

Studie *Kunst im Trend? Artists' Voices*.

Auswertung der Ergebnisse einer auf internationaler Ebene durchgeführten Befragung von KünstlerInnen und Analyse aktueller kulturpolitischer Entwicklungen im Kontext Creative Industries auf EU- und österreichischer Ebene.

kanonmedia, Alexandra Reill, Wien 200/2008

27,78% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 60,00% von diesen sind weiblich. 40,00% sind männlich.

16,67% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt und weiblich.

NATIONAL

40,00% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich beschrieben ihre Aufgabe/n als KünstlerIn wie auf internationaler Ebene dargelegt. 75,00% von diesen sind weiblich. 25,00% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

33,33% dieser Personen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt. 75,00% von diesen sind weiblich. 25,00% sind männlich.

16,67% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt und weiblich.

33,33% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 50,00% von diesen sind weiblich. 50,00% sind männlich.

16,67% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt und weiblich.

„VORREITERINNENROLLE“/INNOVATION

INTERNATIONAL

36,36% der KünstlerInnen sahen als ihre Aufgabe an, eine (gesellschaftliche) "VorreiterInnenrolle" einzunehmen, neue Möglichkeiten im Leben, in der Gesellschaft zu eröffnen bzw. innovativ zu sein. 62,50% von diesen sind weiblich. 37,50% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

25,00% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt. 50,00% von diesen sind weiblich. 50,00% sind männlich.

18,75% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt. 33,33% von diesen sind weiblich. 66,67% sind männlich.

31,25% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 80,00% von diesen sind weiblich. 20,00% sind männlich.

Seite

Studie *Kunst im Trend? Artists' Voices*.

Auswertung der Ergebnisse einer auf internationalen Ebene durchgeführten Befragung von KünstlerInnen und Analyse aktueller kulturpolitischer Entwicklungen im Kontext Creative Industries auf EU- und österreichischer Ebene.

kanonmedia, Alexandra Reill, Wien 200/2008

18,75% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt. 66,67% von diesen sind weiblich. 33,33% sind männlich.

6,25% sind zwischen 60 und 69 Jahren alt. 100,00% von diesen sind männlich.

NATIONAL

40,00% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich sahen obige entsprechende Fragestellungen als ihre Aufgabe an. 66,67% von diesen sind weiblich. 33,33% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

33,33% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt. 50,00% von diesen sind weiblich. 50,00% sind männlich.

8,33% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

41,67% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 80,00% von diesen sind weiblich. 20,00% sind männlich.

8,33% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

8,33% sind zwischen 60 und 69 Jahren alt. 100,00% von diesen sind männlich.

„CLOWNiN“/“HOFNA(E)RR/IN“/

“KATALYSATORiN“/ “TRANSFORMATORiN“

INTERNATIONAL

27,27% der KünstlerInnen bezeichneten ihre Rolle/Funktion in der Gesellschaft, in der sie leben, mit den Termini "ClownIn", "Hofna(e)rr/in", "KatalysatorIn", "TransformatorIn" bzw. die künstlerische Tätigkeit als "ein ständiges Kneten am Leben", wie "in Lehm". 66,67% von diesen sind weiblich. 33,33% sind männlich.

Seite

Studie *Kunst im Trend? Artists' Voices*.

Auswertung der Ergebnisse einer auf internationaler Ebene durchgeführten Befragung von KünstlerInnen und Analyse aktueller kulturpolitischer Entwicklungen im Kontext Creative Industries auf EU- und österreichischer Ebene.

kanonmedia, Alexandra Reill, Wien 200/2008

ALTERSGRUPPEN

25,00% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt.
33,33% von diesen sind weiblich. 66,67% sind männlich.

16,67% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt. 50,00% von diesen
sind weiblich. 50,00% sind männlich.

33,33% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 100,00% von diesen
sind weiblich.

16,67% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt. 100,00% von diesen
sind weiblich.

8,33% sind zwischen 60 und 69 Jahren alt. 100,00% von diesen
sind männlich.

NATIONAL

33,33% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich bezeichneten
ihre Rolle/Funktion in der Gesellschaft, in der sie leben, wie obig be-
schrieben. 60,00% von diesen sind weiblich. 40,00% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

30,00% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt.
33,33% von diesen sind weiblich. 66,67% sind männlich.

20,00% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt. 50,00% von diesen
sind weiblich. 50,00% sind männlich.

30,00% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 100,00% von diesen
sind weiblich.

10,00% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt. 100,00% von diesen
sind weiblich.

10,00% sind zwischen 60 und 69 Jahren alt. 100,00% von diesen
sind männlich.

ÄSTHETISCH AUTHENTISCHER AUSDRUCK

INTERNATIONAL

27,27% der KünstlerInnen sahen als ihre Aufgabe in einer Gesellschaft entweder an, "sich auszudrücken" oder an sich "auszudrücken" und forderten in diesem Kontext eine Authentizität ein, die ihnen ermöglicht, in "ästhetischen" Verfahren, in einer Alternative zu Wissenschaft oder Theorie, Ausdruck "in klarer Form", in gemäßer Form herzustellen. 66,67% von diesen sind weiblich. 33,33% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

25,00% dieser Personen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt. 66,67% von diesen sind weiblich. 33,33% sind männlich.

33,33% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt. 50,00% von diesen sind weiblich. 50,00% sind männlich.

33,33% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 75,00% von diesen sind weiblich. 25,00% sind männlich.

8,33% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt und weiblich.

NATIONAL

23,33% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich machten obige entsprechende Angaben. 71,43% von diesen sind weiblich. 28,57% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

42,86% dieser Personen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt. 66,67% von diesen sind weiblich. 33,33% sind männlich.

14,29% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt und weiblich.

28,57% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 50,00% von diesen sind weiblich. 50,00% sind männlich.

14,29% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt und weiblich.

**ERZEUGUNG VON WERTEN/“SINN“/“IDEOLOGIE“/
MITGESTALTUNG EINER „BESSEREN WELT“/
“BEREICHERUNG VON KULTUR“**

INTERNATIONAL

22,73% der KünstlerInnen sahen eine "Sinn- und Ideologieproduktion", das Leisten von Beiträgen zur "Vorstellbarkeit" und "Bildung" "einer besseren Welt" bzw. in einem erweiterten Sinne eine "Bereicherung von Leben und Kultur" als ihre Aufgabe in einer Gesellschaft an. 70,00% von diesen sind weiblich. 30,00% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

10,00% dieser Personen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt.
100,00% von diesen sind weiblich.

30,00% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt. 66,67% von diesen sind weiblich. 33,33% sind männlich.

40,00% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 50,00% von diesen sind weiblich. 50,00% sind männlich.

20,00% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

NATIONAL

10,00% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich sahen obig entsprechende Fragestellungen als ihre Aufgabe an. 66,67% von diesen sind weiblich. 33,33% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

66,67% dieser KünstlerInnen sind zwischen 40 und 49 Jahren alt.
50,00% von diesen sind weiblich. 50,00% sind männlich.

33,33% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

ROLLE DER VERNETZTEN AUTONOMIE BZW. DER LEBENSWICHTIGKEIT FÜR EINE GESELLSCHAFT BEI GLEICHZEITIGER MARGINALISIERUNG

INTERNATIONAL

20,45% der KünstlerInnen bezeichneten ihre Rolle in der Gesellschaft, in der sie leben, als "autonom und doch vernetzt, lebenswichtig und doch [...] marginalisiert". 55,56% von diesen sind weiblich. 44,44% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

33,33% dieser Personen sind zwischen 30 und 39 Jahren alt.

33,33% von diesen sind weiblich. 66,67% sind männlich.

33,33% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 66,67% von diesen sind weiblich. 33,33% sind männlich.

22,22% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt und weiblich.

11,11% sind zwischen 60 und 69 Jahren alt und männlich.

NATIONAL

20,00% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich bezeichneten ihre Rolle in der Gesellschaft, in der sie leben, wie obig beschrieben.

66,67% von diesen sind weiblich. 33,33% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

16,67% dieser Personen sind zwischen 30 und 39 Jahren alt und weiblich.

33,33% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 50,00% von diesen sind weiblich. 50,00% sind männlich.

33,33% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt und weiblich.

16,67% sind zwischen 60 und 69 Jahren alt und männlich.

ERPROBUNG EIGENER GRENZEN IN EINER INHALTLICHEN/ÄSTHETISCHEN SUCHE

INTERNATIONAL

20,45% der KünstlerInnen sehen ein inhaltliches bzw. ästhetisches "Forschen", "Suchen" und die Erprobung der eigenen Grenzen, die Herausforderung der eigenen Person als ihre Aufgabe an. 44,44% von diesen sind weiblich. 55,56% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

11,11% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt. Diese Personen sind alle männlich.

33,33% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt. 33,33% von diesen sind weiblich. 66,67% sind männlich.

44,44% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 50,00% von diesen sind weiblich. 50,00% sind männlich.

11,11% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

NATIONAL

20,00% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich machten Angaben wie obig gelistet. 66,67% von diesen sind weiblich. 33,33% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

16,67% dieser Personen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt. Diese Personen sind alle männlich.

16,67% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

50,00% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 66,67% von diesen sind weiblich. 33,33% sind männlich.

16,67% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

PRODUKTION VON SINNLICHEM „INPUT“ BZW. VON UNTERHALTUNG ALS GESELLSCHAFTLICHE FUNKTION

INTERNATIONAL

15,91% der KünstlerInnen gaben als wesentliche Aufgabe des/der KünstlerIn in einer Gesellschaft an, zu unterhalten, für Märkte zu produzieren bzw. „Sinne ansprechenden Input zu produzieren, "Gesprächsstoff", [„gut passend“] „zur Abendunterhaltung zu liefern“. 42,86% von diesen sind weiblich. 57,14% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

42,86% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt. 33,33% von diesen sind weiblich. 66,67% sind männlich.

14,29% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

28,57% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 50,00% von diesen sind weiblich. 50,00% sind männlich.

14,29% sind zwischen 60 und 69 Jahren alt. 100,00% von diesen sind männlich.

NATIONAL

23,33% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich sahen als Aufgabe als KünstlerIn in einer Gesellschaft obig beschriebene Funktionen an. 42,86% von diesen sind weiblich. 57,14% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

42,86% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt. 33,33% von diesen sind weiblich. 66,67% sind männlich.

14,29% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

28,57% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 50,00% von diesen sind weiblich. 50,00% sind männlich.

14,29% sind zwischen 60 und 69 Jahren alt. 100,00% von diesen sind männlich.

ABTRÄGLICHKEIT DER DEFINITION VON FUNKTIONEN KÜNSTLERISCHEN SCHAFFENS IN EINER GESELLSCHAFT

INTERNATIONAL

13,64% der KünstlerInnen gaben an, dass es für KünstlerInnen "keinen gewollten Zweck", keine definierbare Funktion gäbe, bis hin zu Formulierungen, die eine Funktionshaftigkeit als abträglich für ein Kunstschaffen bewerteten. 66,67% von diesen sind weiblich. 33,33% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

16,67% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt und weiblich.

50,00% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt. 33,33% von diesen sind weiblich. 66,67% sind männlich.

33,33% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt und weiblich.

NATIONAL

Diese Angaben machten 13,33% der KünstlerInnen auf nationaler Ebene. 100,00% von diesen sind weiblich.

ALTERSGRUPPEN

25,00% dieser Personen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt und weiblich.

25,00% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt und weiblich.

50,00% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt und weiblich.

KOMMUNIKATION/AUSTAUSCH ALS GESELLSCHAFTLICHE FUNKTION

INTERNATIONAL

11,36% bezeichneten "Kommunizieren", "Teilen", "Austausch" und die Gestaltung von Beziehungen als Funktion des/der KünstlerIn in einer Gesellschaft. 60,00% von diesen sind weiblich, 40,00% männlich.

Seite

Studie *Kunst im Trend? Artists' Voices*.

Auswertung der Ergebnisse einer auf internationalen Ebene durchgeführten Befragung von KünstlerInnen und Analyse aktueller kulturpolitischer Entwicklungen im Kontext Creative Industries auf EU- und österreichischer Ebene.

kanonmedia, Alexandra Reill, Wien 200/2008

ALTERSGRUPPEN

20,00% dieser Personen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt.
100,00% von diesen sind weiblich.

80,00% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt. 50,00% von diesen sind weiblich. 50,00% sind männlich.

NATIONAL

3,33% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich bezogen sich in obiger Weise auf ihre Funktion in einer Gesellschaft. 100,00% von diesen sind weiblich.

ALTERSGRUPPE

Diese Personen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt.

VERFÜGBARKEIT VON HANDWERKLICHEM KNOW HOW ALS FUNKTIONELLE AUFGABE VON KÜNSTLERINNEN IN EINER GESELLSCHAFT

INTERNATIONAL

11,36% der KünstlerInnen sehen als eine funktionelle Aufgabe des/der KünstlerIn in einer Gesellschaft an, handwerkliches Know How vorweisen zu können. 60,00% von diesen sind weiblich. 40,00% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

20,00% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt.
100,00% von diesen sind männlich.

20,00% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

60,00% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 66,67% von diesen sind weiblich. 33,33% sind männlich.

NATIONAL

13,33% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich sehen dies wie auf internationaler Ebene beschrieben. 50,00% von diesen sind weiblich. 50,00% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

25,00% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt.
100,00% von diesen sind männlich.

75,00% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 66,67% von diesen
sind weiblich. 33,33% sind männlich.

GELDERWERB ALS AUFGABE VON KÜNSTLERINNEN ALS AUFGABE IN EINER GESELLSCHAFT

INTERNATIONAL

11,36% der KünstlerInnen geben als eine Aufgabe des/der KünstlerIn in
einer Gesellschaft explizit an, "finanziell überleben" zu können, mit der
Kunstproduktion "Geld zu verdienen". 60,00% von diesen sind weiblich.
40,00% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

20,00% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt.
100,00% von diesen sind männlich.

20,00% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt. 100,00% von diesen
sind männlich.

60,00% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 100,00% von diesen
sind weiblich.

NATIONAL

13,33% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich sehen einen
Einkommenserwerb als eine funktionelle Aufgabe des/der KünstlerIn in
einer Gesellschaft explizit an. 75,00% von diesen sind weiblich. 25,00%
sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

25,00% dieser Personen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt.
100,00% von diesen sind männlich.

75,00% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 100,00% von diesen
sind weiblich.

OPTIMALE NUTZUNG VON LEBENSZEIT ALS FUNKTION

INTERNATIONAL

9,09% der KünstlerInnen nennen eine Art von Leidenschaft, die "Bewerk-stellung, möglichst wenig zu schlafen, ohne zu sterben" als jene Funktion, in der sie sich in einer Gesellschaft positionieren wollen/sollen. Angesichts ähnlicher Formulierungen kann hier auch von einer Nicht-unterscheidung zwischen Arbeits- und Privatleben bzw. zwischen Privatheit und Öffentlichkeit ausgegangen werden. 50,00% von diesen Personen sind weiblich. 50,00% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

25,00% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

25,00% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt. 100,00% von diesen sind männlich.

25,00% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

25,00% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt. 100,00% von diesen sind männlich.

NATIONAL

6,67% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich nennen eine Art von Leidenschaft, die "Bewerk-stellung, möglichst wenig zu schlafen, ohne zu sterben" als jene Funktion, in der sie sich in einer Gesellschaft positionieren wollen/sollen. Angesichts ähnlicher Formulierungen kann hier auch von einer Nicht-unterscheidung zwischen Arbeits- und Privatleben bzw. zwischen Privatheit und Öffentlichkeit ausgegangen werden. 50,00% von diesen sind weiblich. 50,00% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

50,00% dieser KünstlerInnen sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

50,00% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt. 100,00% von diesen sind männlich.

„RAUM ZWISCHEN DINGEN ERLEBBAR MACHEN“ ALS GESELLSCHAFTLICHE FUNKTION

INTERNATIONAL

9,09% der KünstlerInnen sehen als ihre Funktion an, "Raum zwischen den Dingen erlebbar zu machen" bzw. "die Zeit zu verlangsamen, ein bisschen zum Stillstand zu bringen". Mehrfach werden hier Zeit- und Raumdimensionen zueinander in Relation gestellt. 75,00% von diesen sind weiblich. 25,00% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

50,00% sind zwischen 20 und 29 Jahren alt, davon sind 50,00% weiblich, 50,00% männlich.

25,00% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt und weiblich.

25,00% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt und weiblich.

NATIONAL

10,00% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich sehen als ihre Funktion die Erforschung von obig angesprochenen Fragestellungen an. 100,00% von diesen sind weiblich.

ALTERSGRUPPEN

33,33% sind zwischen 20 und 29 Jahren alt.

33,33% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt.

33,33% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt.

„MEDIUM ZWISCHEN INNEN- UND AUSSENWELT“

INTERNATIONAL

9,09% der KünstlerInnen haben angeführt, dass sie sich in ihrer gesellschaftlichen Rolle/Funktion als "Medium zwischen Innen- und Außenwelt" verstehen. 75,00% von diesen sind weiblich. 25,00% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

25,00% dieser Personen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt.
100,00% von diesen sind weiblich.

25,00% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt und weiblich.

25,00% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt und weiblich.

25,00% sind zwischen 60 und 69 Jahren alt und männlich.

NATIONAL

6,67% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich haben angeführt, dass sie sich in ihrer gesellschaftlichen Rolle/Funktion als "Medium zwischen Innen- und Außenwelt" verstehen.

ALTERSGRUPPEN

50,00% von diesen sind weiblich und zwischen 30 und 35 Jahren alt.

50,00% sind männlich und zwischen 60 und 69 Jahren alt.

INSPIRATION VON ANDEREN

INTERNATIONAL

9,09% der KünstlerInnen sahen als ihre Aufgabe an zu inspirieren.
50,00% von diesen sind weiblich. 50,00% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

25,00% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt und weiblich.

25,00% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt und weiblich.

25,00% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt und männlich.

25,00% sind zwischen 60 und 69 Jahren alt und männlich.

NATIONAL

13,33% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich sahen als ihre Aufgabe an zu inspirieren. 50,00% von diesen sind weiblich. 50,00% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

25,00% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

25,00% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

25,00% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt. 100,00% von diesen sind männlich.

25,00% sind zwischen 60 und 69 Jahren alt. 100,00% von diesen sind männlich.

AUFZEIGEN DER MÖGLICHKEIT VON SELBSTBESTIMMUNG BZW. „EIGENE WEGE“ GEHEN ZU KÖNNEN

INTERNATIONAL

6,82% der KünstlerInnen sehen als ihre Funktion in einer Gesellschaft an, zu zeigen, dass es möglich ist, (in einer Gesellschaft) „einen eigenen Weg zu gehen“ bzw. selbstbestimmt zu agieren. 66,67% von diesen sind weiblich. 33,33% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

33,33% von diesen sind männlich und zwischen 20 und 29 Jahren alt.

33,33% sind weiblich und zwischen 40 und 49 Jahren alt.

33,33% sind weiblich und zwischen 50 und 59 Jahren alt.

NATIONAL

6,67% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich sehen als ihre Funktion an, "zu zeigen, dass es möglich ist, (in einer Gesellschaft) einen eigenen Weg zu gehen" bzw. selbstbestimmt zu agieren.

ALTERSGRUPPEN

50,00% sind männlich und zwischen 20 und 29 Jahren alt.

50,00% sind weiblich und zwischen 50 und 59 Jahren alt.

ROLLE DES/DER „ZERSTÖRERIN“/ „IDOLE SCHAFFEN UND GLEICHZEITIG FURCHT ERZEUGEN“

INTERNATIONAL

4,55% der KünstlerInnen bezeichneten ihre Rolle/Funktion in der Gesellschaft, in der sie leben, als TransformatorIn, der/die "Idole schafft und Furcht erzeugt" oder auch als "ZerstörerIn" wirkt.

ALTERSGRUPPE

Alle diese Personen sind zwischen 30 und 39 Jahren alt und männlich.

NATIONAL

3,33% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich entsprechen allen Angaben auf internationaler Ebene.

PSYCHOLOGISCH-THERAPEUTISCHE FUNKTION

INTERNATIONAL

4,55% der KünstlerInnen sehen ihre Funktion als KünstlerIn in einer Gesellschaft als psychologische bzw. therapeutische an. Diese Personen sind zu 100,00% männlich.

ALTERSGRUPPEN

50,00% von diesen sind zwischen 30 und 39 Jahren alt.

50,00% sind zwischen 60 und 69 Jahren alt.

NATIONAL

Die obigen Angaben entsprechen 6,67% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich. Alle weiteren Angaben sind ident.

FÖRDERUNG VON TOLERANZ

INTERNATIONAL

4,55% der KünstlerInnen sahen als ihre Aufgabe in einer Gesellschaft an, Toleranz zwischen Menschen, Toleranz zwischen Kulturen zu fördern.

ALTERSGRUPPE

100,00% von diesen sind weiblich und zwischen 40 und 49 Jahren alt.

NATIONAL

Keine/r der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich gaben als ihre Aufgabe in einer Gesellschaft explizit an, Toleranz zwischen Menschen, Toleranz zwischen Kulturen zu fördern.

SICHERSTELLUNG VON FREIHEIT IN DER LEBENSGESTALTUNG WIE IM KÜNSTLERISCHEN SCHAFFEN ALS GESELLSCHAFTLICHE AUFGABE

INTERNATIONAL

2,27% der KünstlerInnen sehen als ihre Funktion in einer Gesellschaft an, Freiheit (hier zu verstehen als Autonomie in der Lebensgestaltung wie im Schaffen) für das eigene Leben und Arbeiten zu gewährleisten. 100,00% von diesen sind männlich.

Seite

Studie *Kunst im Trend? Artists' Voices*.

Auswertung der Ergebnisse einer auf internationaler Ebene durchgeführten Befragung von KünstlerInnen und Analyse aktueller kulturpolitischer Entwicklungen im Kontext Creative Industries auf EU- und österreichischer Ebene.

kanonmedia, Alexandra Reill, Wien 200/2008

ALTERSGRUPPE

Alle diese Personen sind zwischen 30 und 39 Jahren alt.

NATIONAL

Keine dieser Personen hat ihren Hauptwohnsitz in Österreich.

WEITERENTWICKLUNG VON KUNST

INTERNATIONAL

4,55% der KünstlerInnen sehen als eine funktionelle Aufgabe des/der KünstlerIn in einer Gesellschaft an, Kunst zu entwickeln, nicht zuletzt, indem sich der/die KünstlerIn weiterbildet. 50,00% von diesen sind weiblich, 50,00% männlich.

ALTERSGRUPPE

Diese KünstlerInnen sind alle zwischen 20 und 29 Jahren alt.

NATIONAL

Alle diese KünstlerInnen haben ihren Hauptwohnsitz in Österreich, damit repräsentieren sie in Österreich 6,67% der TeilnehmerInnen.

„DAS ZU TUN, WOZU MAN SICH BERUFEN FÜHLT“

INTERNATIONAL

2,27% der KünstlerInnen sehen als ihre Funktion in einer Gesellschaft an, "das zu tun, wozu sie [sich] berufen fühlen". Diese Personen sind zu 100,00% weiblich.

ALTERSGRUPPE

Diese Personen sind zwischen 30 und 39 Jahren alt.

NATIONAL

3,33% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich entsprechen den 2,27% auf internationaler Ebene.

HERSTELLUNG VON „FREIHEIT“ IN EINER GESELLSCHAFT

INTERNATIONAL

2,27% der KünstlerInnen sehen als ihre Funktion in einer Gesellschaft an, Freiheit in einer Gesellschaft (hier zu verstehen als Freiräume) bzw. für BetrachterInnen (hier wohl zu verstehen als Freiräume oder auch Raum ohne Begrenzungen) herzustellen. 100,00% von diesen sind männlich.

ALTERSGRUPPE

Diese Personen sind alle zwischen 30 und 39 Jahren alt.

NATIONAL

Keine dieser Personen hat ihren Hauptwohnsitz in Österreich.

ENTSPANNUNG ERZEUGEN ALS GESELLSCHAFTLICHE FUNKTION

INTERNATIONAL

2,27% der KünstlerInnen sehen als eine ihrer wesentlichen Funktionen in einer Gesellschaft an, anderen zu Entspannung zu verhelfen. Alle diese Personen sind weiblich.

ALTERSGRUPPE

Alle diese Personen sind zwischen 40 und 49 Jahren alt.

NATIONAL

Keine dieser Personen hat ihren Hauptwohnsitz in Österreich.

KATHARSIS BEWIRKEN

INTERNATIONAL

2,27% der KünstlerInnen sehen als ihre Funktion an, Katharsis initiieren zu können. Diese Personen sind zu 100,00% weiblich.

ALTERSGRUPPE

Alle diese Personen sind zwischen 40 und 49 Jahren alt.

Seite

Studie *Kunst im Trend? Artists' Voices*.

Auswertung der Ergebnisse einer auf internationalen Ebene durchgeführten Befragung von KünstlerInnen und Analyse aktueller kulturpolitischer Entwicklungen im Kontext Creative Industries auf EU- und österreichischer Ebene.

kanonmedia, Alexandra Reill, Wien 200/2008

NATIONAL

3,33% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich entsprechen allen Angaben auf internationaler Ebene.

„KASSANDRA-ROLLE“

INTERNATIONAL

2,27% der KünstlerInnen bezeichneten ihre Rolle/Funktion in der Gesellschaft, in der sie leben, als "Kassandra-Rolle". 100,00% von diesen sind weiblich.

ALTERSGRUPPE

Diese Personen sind zwischen 40 und 49 Jahren alt.

NATIONAL

3,33% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich bezeichneten ihre Rolle/Funktion in der Gesellschaft, in der sie leben, als "Kassandra-Rolle". 100,00% von diesen sind weiblich.

ALTERSGRUPPE

Die Angaben sind ident mit jenen auf internationaler Ebene.

KUNST ALS „BÜRDE“/„LAST“

INTERNATIONAL

2,27% der KünstlerInnen bezeichneten auf die Frage nach ihren Rollen bzw. Funktionen in einer Gesellschaft das künstlerische Schaffen als „Bürde“, als Last, die zu tragen ist.

ALTERSGRUPPE

Alle diese Personen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt und weiblich.

NATIONAL

3,33% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich entsprechen allen Angaben auf internationaler Ebene.

BEITRAG ZUR ERHALTUNG VON KUNSTSPARTEN ALS GESELLSCHAFTLICHE AUFGABE

INTERNATIONAL

2,27% der KünstlerInnen sehen als eine Aufgabe des/der KünstlerIn in einer Gesellschaft an, eine Kunstsparte am Leben zu erhalten. Diese Personen sind alle weiblich. Angemerkt kann werden, dass diese Personen im Tanz tätig sind.

ALTERSGRUPPE

Die KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt.

NATIONAL

Alle diese KünstlerInnen haben ihren Hauptwohnsitz in Österreich. Damit repräsentieren sie 3,33% aller KünstlerInnen auf nationaler Ebene.

PERSPEKTIVEN FÜR DIE FÖRDERUNG VON KUNST

FÖRDERUNG VON KUNST DURCH DIE WIRTSCHAFT

ERWARTUNG VON VERSTÄRKTER FÖRDERUNG VON KUNST DURCH DIE WIRTSCHAFT¹³⁵

INTERNATIONAL

43,18% der KünstlerInnen sind der Meinung, dass es in zehn Jahren verstärkt Kunstförderung durch die Wirtschaft geben wird. 57,89% von diesen sind weiblich. 42,11% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

42,11% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt. 50,00% von diesen sind weiblich. 50,00% sind männlich.

15,79% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt. 66,67% von diesen sind weiblich. 33,33% sind männlich.

21,05% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 50,00% von diesen sind weiblich. 50,00% sind männlich.

15,79% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

5,26% sind zwischen 60 und 69 Jahren alt. 100,00% von diesen sind männlich.

NATIONAL

50,00% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich sind obiger Meinung. 53,33% von diesen sind weiblich. 46,67% sind männlich.

¹³⁵ Wurde ein Postulat angekreuzt, wurde dies als Befürwortung gewertet. Wurde ein Postulat nicht angekreuzt, wurde dies als Ablehnung bzw. Nicht-Zustimmung gewertet.

ALTERSGRUPPEN

53,33% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt. 50,00% von diesen sind weiblich. 50,00% sind männlich.

26,67% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 50,00% von diesen sind weiblich. 50,00% sind männlich.

13,33% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

6,67% sind zwischen 60 und 69 Jahren alt. 100,00% von diesen sind männlich.

ERWARTETE AUSWIRKUNGEN AUS EINER VERSTÄRKUNG DER FÖRDERUNG VON KUNST DURCH DIE WIRTSCHAFT

ERHÖHUNG DES ANTEILS VERMARKTBARER KUNST/ VERSTÄRKTE EINBETTUNG KÜNSTLERISCHER PRODUKTION IN MARKTWIRTSCHAFTLICHE GESELLSCHAFTSENTWICKLUNGEN

INTERNATIONAL

20,00% der KünstlerInnen, die nicht glauben, dass es in zehn Jahren verstärkt Kunstförderungen aus der Wirtschaft geben wird, erwarten als Konsequenz daraus die verstärkte Produktion von vermarktbarer Kunst und eine fortschreitende Einbettung der künstlerischen Produktion in marktwirtschaftliche Gesellschaftsentwicklungen. 80,00% von diesen sind weiblich. 20,00% sind männlich. Diese Personen bilden 11,36% aller TeilnehmerInnen dieser Studie.

ALTERSGRUPPEN

20,00% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt. Diese sind weiblich.

20,00% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt. Diese sind weiblich.

20,00% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. Diese sind weiblich.

Seite

Studie *Kunst im Trend? Artists' Voices*.

Auswertung der Ergebnisse einer auf internationalen Ebene durchgeführten Befragung von KünstlerInnen und Analyse aktueller kulturpolitischer Entwicklungen im Kontext Creative Industries auf EU- und österreichischer Ebene.

kanonmedia, Alexandra Reill, Wien 200/2008

20,00% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt. Diese sind weiblich.

20,00% sind zwischen 60 und 69 Jahren alt. Diese sind männlich.

NATIONAL

33,33% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich, die nicht glauben, dass es in zehn Jahren verstärkt Kunstförderungen aus der Wirtschaft geben wird, erwarten wie obig beschrieben Konsequenz aus dieser Entwicklung. 80,00% von diesen sind weiblich. 20,00% sind männlich. Diese Personengruppe bildet 16,67% aller KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich, die an dieser Studie teilgenommen haben.

ALTERSGRUPPEN

Diese KünstlerInnen sind ident mit jenen, die obig im internationalen Feld bezeichnet sind.

STEIGERUNG DER EINFLUSSNAHME VON FIRMEN AUF DIE KUNSTPRODUKTION

INTERNATIONAL

16,00% der KünstlerInnen, die glauben, dass es in zehn Jahren verstärkt Kunstförderungen aus der Wirtschaft geben wird, stellen sich als Konsequenz aus dieser Entwicklung eine Steigerung der Einflussnahme durch Firmen auf die Kunstproduktion vor bzw. gehen sogar von einer "Knechtung der Kunst" aus. 50,00% von diesen sind weiblich. 50,00% sind männlich. Diese KünstlerInnen bilden 9,09% aller TeilnehmerInnen.

ALTERSGRUPPEN

25,00% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt. Diese Personen sind männlich.

25,00% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt. Diese Personen sind weiblich.

25,00% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. Diese Personen sind männlich.

25,00% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt. Diese Personen sind weiblich.

NATIONAL

20,00% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich, die glauben, dass es in zehn Jahren verstärkt Kunstförderungen aus der Wirtschaft geben wird, stellen sich obig beschriebene Auswirkungen aus dieser Situation vor. 33,33% von diesen sind weiblich. 66,67% sind männlich. Diese Personen bilden 10,00% aller TeilnehmerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich.

ALTERSGRUPPEN

33,33% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt. Diese Personen sind männlich.

33,33% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. Diese Personen sind männlich.

33,33% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt. Diese Personen sind weiblich.

STEIGERUNG DER EINFLUSSNAHME VON FIRMEN AUF DIE KUNSTPRODUKTION

INTERNATIONAL

16,00% der KünstlerInnen, die glauben, dass es in zehn Jahren verstärkt Kunstförderungen aus der Wirtschaft geben wird, stellen sich als Konsequenz aus dieser Entwicklung eine Steigerung der Einflussnahme durch Firmen auf die Kunstproduktion vor bzw. gehen sogar von einer "Knechtung der Kunst" aus. 50,00% von diesen sind weiblich. 50,00% sind männlich. Diese KünstlerInnen bilden 9,09% aller TeilnehmerInnen.

ALTERSGRUPPEN

25,00% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt. Diese Personen sind männlich.

25,00% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt. Diese Personen sind weiblich.

25,00% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. Diese Personen sind männlich.

25,00% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt. Diese Personen sind weiblich.

NATIONAL

20,00% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich, die glauben, dass es in zehn Jahren verstärkt Kunstförderungen aus der Wirtschaft geben wird, stellen sich obig beschriebene Auswirkungen aus dieser Situation vor. 33,33% von diesen sind weiblich. 66,67% sind männlich. Diese Personen bilden 10,00% aller TeilnehmerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich.

ALTERSGRUPPEN

33,33% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt. Diese Personen sind männlich.

33,33% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. Diese Personen sind männlich.

33,33% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt. Diese Personen sind weiblich.

ERHÖHUNG DER ANZAHL AN AUSSTELLUNGSRÄUMEN/STIFTUNGEN/SAMMLUNGEN BZW. BUDGETERHÖHUNGEN FÜR MUSEEN

INTERNATIONAL

12,00% der KünstlerInnen, die glauben, dass es in zehn Jahren verstärkt Kunstförderungen aus der Wirtschaft geben wird, sehen als Auswirkung davon eine Steigerung der Anzahl an Ausstellungsräumen bzw. der Anzahl von Stiftungen und Sammlungen bzw. mehr Budget für Museen. 33,33% dieser Personen sind weiblich, 66,67% sind männlich. Diese Personen repräsentieren 6,82% aller TeilnehmerInnen an dieser Studie.

ALTERSGRUPPEN

Alle weiblichen Personen aus dieser Gruppe sind zwischen 40 und 49 Jahren alt.

Alle männlichen Personen aus dieser Gruppe sind zwischen 20 und 29 Jahren alt.

NATIONAL

20,00% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich, die glauben, dass es in zehn Jahren verstärkt Kunstförderungen aus der Wirtschaft geben wird, erwarten als Auswirkung aus dieser Entwicklung obig beschriebene Veränderungen.

Diese KünstlerInnen sind ident mit jenen auf internationaler Ebene. Sie repräsentieren 10,00% aller TeilnehmerInnen an dieser Studie, die ihren Hauptwohnsitz in Österreich haben.

NOTWENDIGKEIT TECHNISCHER PROFESSIONALISIERUNG UNTER KÜNSTLERINNEN

INTERNATIONAL

8,00% der KünstlerInnen, die glauben, dass es in zehn Jahren verstärkt Kunstförderungen aus der Wirtschaft geben wird, gehen davon aus, dass eine Steigerung technischer Professionalität und Know Hows notwendig sein wird, um in Kontexten, die stärker durch mittlere und große Firmen geprägt sind, anerkannt werden zu können. 100,00% dieser Personen sind männlich und bilden 4,55% aller TeilnehmerInnen dieser Studie.

ALTERSGRUPPEN

50,00% dieser Personen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt.

50,00% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt.

NATIONAL

6,67% der KünstlerInnen auf nationaler Ebene, die glauben, dass es in zehn Jahren verstärkt Kunstförderungen aus der Wirtschaft geben wird, machten obige Angaben. Dies sind 3,33% aller TeilnehmerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich.

Seite

Studie *Kunst im Trend? Artists' Voices*.

Auswertung der Ergebnisse einer auf internationalen Ebene durchgeführten Befragung von KünstlerInnen und Analyse aktueller kulturpolitischer Entwicklungen im Kontext Creative Industries auf EU- und österreichischer Ebene.

kanonmedia, Alexandra Reill, Wien 200/2008

ALTERSGRUPPE

100,00% dieser Personen sind männlich und zwischen 20 und 29 Jahren alt.

NOTWENDIGKEIT EINER PROFESSIONALISIERUNG VON COMMUNICATION SKILLS UND MARKETINGMETHODEN UNTER KÜNSTLERINNEN

INTERNATIONAL

8,00% der KünstlerInnen, die glauben, dass es in zehn Jahren verstärkt Kunstförderungen aus der Wirtschaft geben wird, erwarten, dass eine auf Wirtschaftskontexte ausgerichtete Steigerung der Communication Skills und einer Professionalisierung an Marketingstrategien bei KünstlerInnen notwendig sein wird, um in Kontexten, die stärker durch mittlere und große Firmen geprägt sind, anerkannt werden zu können. Alle diese Personen sind männlich und bilden 4,55% aller TeilnehmerInnen dieser Studie.

ALTERSGRUPPEN

50,00% dieser Künstler sind zwischen 30 und 39 Jahren alt.

50,00% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt.

NATIONAL

Alle diese Künstler haben ihren Hauptwohnsitz in Österreich. Sie bilden 13,34% jener KünstlerInnen auf nationaler Ebene, die von einer Zunahme in der Kunstförderung durch Unternehmen ausgehen, bzw. 6,67% aller TeilnehmerInnen auf der nationalen Ebene.

ZUNAHME AN KOOPERATIONEN ZWISCHEN KÜNSTLERINNEN UND FIRMEN

INTERNATIONAL

8,00% der KünstlerInnen, die glauben, dass es in zehn Jahren verstärkt Kunstförderungen aus der Wirtschaft geben wird, erwarten als Konsequenz daraus mehr Kooperationen zwischen Wirtschaft und Kunst. 50,00% dieser KünstlerInnen sind weiblich, 50,00% männlich. Dies sind 4,55% aller TeilnehmerInnen dieser Studie.

Seite

Studie *Kunst im Trend? Artists' Voices*.

Auswertung der Ergebnisse einer auf internationaler Ebene durchgeführten Befragung von KünstlerInnen und Analyse aktueller kulturpolitischer Entwicklungen im Kontext Creative Industries auf EU- und österreichischer Ebene.

kanonmedia, Alexandra Reill, Wien 200/2008

ALTERSGRUPPEN

50,00% dieser Personen sind weiblich und zwischen 20 und 29 Jahren alt.

50,00% sind männlich und zwischen 30 und 39 Jahren alt.

NATIONAL

6,67% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich, die glauben, dass es in zehn Jahren verstärkt Kunstförderungen aus der Wirtschaft geben wird, sehen als Konsequenz daraus mehr Kooperationen zwischen Wirtschaft und Kunst entstehen. Diese Personen sind weiblich und repräsentieren 3,33% aller TeilnehmerInnen dieser Studie, die ihren Hauptwohnsitz in Österreich haben.

ALTERSGRUPPE

Alle diese Personen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt.

MEHR „BLOCKBUSTER SHOWS“

INTERNATIONAL

4,00% der KünstlerInnen, die glauben, dass es in zehn Jahren verstärkt Kunstförderung aus der Wirtschaft geben wird, erwarten als Konsequenz daraus einen Anstieg der Anzahl an "Blockbuster Shows" und an kommerziellen Produktionen sowohl in einer Hochkultur wie in einer Breitenwirkung. Diese Personen sind alle weiblich und bilden 2,27% aller TeilnehmerInnen dieser Studie.

ALTERSGRUPPE

Diese Personen sind alle zwischen 30 und 39 Jahren alt.

NATIONAL

Niemand dieser KünstlerInnen hat seinen/ihren Hauptwohnsitz in Österreich.

MEHR EVENTKULTUR/

MEHR BEDARF AN CONTENT IN DER WIRTSCHAFT

INTERNATIONAL

4,00% der KünstlerInnen, die glauben, dass es in zehn Jahren verstärkt Kunstförderungen aus der Wirtschaft geben wird, erwarten infolgedessen mehr Eventkultur bzw. erläuterten in Kombination damit, dass Unternehmen mehr Angebote an Produzierende bzgl. der Lieferung bzw. Bereitstellung von Content machen werden. Diese Personen sind alle weiblich und bilden 2,27% aller KünstlerInnen.

ALTERSGRUPPE

Alle diese Personen sind zwischen 40 und 45 Jahren alt.

NATIONAL

Alle diese Personen haben ihren Hauptwohnsitz in Österreich. Sie bilden 6,67% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich, die glauben, dass es in zehn Jahren verstärkt Kunstförderungen aus der Wirtschaft geben wird bzw. 3,33% aller TeilnehmerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich.

BESSERE VERDIENSTMÖGLICHKEITEN

INTERNATIONAL

4,00% der KünstlerInnen, die glauben, dass es in zehn Jahren verstärkt Kunstförderungen aus der Wirtschaft geben wird, erwarten als Konsequenz daraus bessere Verdienstmöglichkeiten. Diese Personen repräsentieren 2,27% aller KünstlerInnen.

ALTERSGRUPPE

Diese Personen sind männlich und zwischen 20 und 29 Jahren alt.

NATIONAL

6,67% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich, die glauben, dass es in zehn Jahren verstärkt Kunstförderungen aus der Wirtschaft geben wird, sind mit den im internationalen Feld bezeichneten ident und repräsentieren 3,33% aller TeilnehmerInnen auf nationaler Ebene.

Seite

Studie *Kunst im Trend? Artists' Voices*.

Auswertung der Ergebnisse einer auf internationalen Ebene durchgeführten Befragung von KünstlerInnen und Analyse aktueller kulturpolitischer Entwicklungen im Kontext Creative Industries auf EU- und österreichischer Ebene.

kanonmedia, Alexandra Reill, Wien 200/2008

ERMÖGLICHUNG VON MEHR KÜNSTLERISCHER FREIHEIT

INTERNATIONAL

4,00% der KünstlerInnen, die glauben, dass es in zehn Jahren verstärkt Kunstförderungen aus der Wirtschaft geben wird, sehen als Auswirkung davon die Ermöglichung von mehr künstlerischer Freiheit. Diese Personen sind männlich und repräsentieren 2,27% aller KünstlerInnen.

ALTERSGRUPPE

Alle diese Künstler sind zwischen 20 und 29 Jahren alt.

NATIONAL

Diese Personen sind ident mit 3,33% aller KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich bzw. 6,67% jener KünstlerInnen, die glauben, dass es in zehn Jahren verstärkt Kunstförderungen aus der Wirtschaft geben wird, und die als Auswirkung davon die Ermöglichung von mehr künstlerischer Freiheit sehen.

ZUNAHME VON CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

INTERNATIONAL

4,00% der KünstlerInnen, die glauben, dass es in zehn Jahren verstärkt Kunstförderungen aus der Wirtschaft geben wird, können sich eine Zunahme an Corporate Social Responsibility vorstellen. Diese Personen sind weiblich und repräsentieren 2,27% aller KünstlerInnen.

ALTERSGRUPPE

Alle diese Künstlerinnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt.

NATIONAL

Obig bezeichnete Personen haben alle ihren Hauptwohnsitz in Österreich und bilden 6,67% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich, die glauben, dass es in zehn Jahren verstärkt Kunstförderungen aus der Wirtschaft geben wird, und die sich eine Zunahme an Corporate Social Responsibility unter Firmen vorstellen können. Gleichzeitig repräsentieren sie 3,33% aller KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich, die an dieser Studie teilgenommen haben.

VERSTÄRKTER RÜCKZUG DER ÖFFENTLICHEN HAND AUS DER KUNSTFÖRDERUNG DURCH EINEN ANSTIEG VON KUNSTFÖRDERUNG DURCH DIE WIRTSCHAFT

INTERNATIONAL

4,00% der KünstlerInnen, die glauben, dass es in zehn Jahren verstärkt Kunstförderungen aus der Wirtschaft geben wird, sehen diese Entwicklung mit einem verstärkten Rückzug der öffentlichen Hand aus der Kunstförderung einhergehen. Diese Personen sind weiblich und bilden 2,27% aller TeilnehmerInnen dieser Studie.

ALTERSGRUPPE

Alle diese Personen sind zwischen 50 und 59 Jahren alt.

NATIONAL

Keine/r dieser KünstlerInnen hat seinen/ihren Hauptwohnsitz in Österreich.

KEINE ERWARTUNG AN VERSTÄRKTE FÖRDERUNG VON KUNST DURCH DIE WIRTSCHAFT¹³⁶

INTERNATIONAL

56,82% der KünstlerInnen haben nicht angenommen, dass es in zehn Jahren verstärkt Kunstförderung durch die Wirtschaft geben wird. 60,00% von diesen sind weiblich. 40,00% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

4,00% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

40,00% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt. 50,00% von diesen sind weiblich. 50,00% sind männlich.

36,00% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 77,78% von diesen sind weiblich. 22,22% sind männlich.

12,00% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt. 66,67% von diesen sind weiblich. 33,33% sind männlich.

¹³⁶ Siehe obige Fußnote

8,00% sind zwischen 60 und 69 Jahren alt und männlich.

NATIONAL

50,00% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich haben nicht angenommen, dass es in zehn Jahren verstärkt Kunstförderung durch die Wirtschaft geben wird. 66,67% von diesen sind weiblich. 33,33% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

33,33% dieser KünstlerInnen sind zwischen 30 und 39 Jahren alt. 80,00% von diesen sind weiblich. 20,00% sind männlich.

40,00% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 83,33% von diesen sind weiblich. 16,67% sind männlich.

13,33% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt. 50,00% von diesen sind weiblich. 50,00% sind männlich.

13,33% sind zwischen 60 und 69 Jahren alt. 100,00% von diesen sind männlich.

ERWARTETE AUSWIRKUNGEN

AUS STAGNIERENDER ODER REDUZIERTER KUNSTFÖRDERUNG DURCH DIE WIRTSCHAFT

KEINE ANNAHME VON AUSWIRKUNGEN

AUS STAGNIERENDER ODER REDUZIERTER KUNSTFÖRDERUNG DURCH DIE WIRTSCHAFT¹³⁷

INTERNATIONAL

32,00% der KünstlerInnen, die nicht glauben, dass es in zehn Jahren verstärkt Kunstförderungen aus der Wirtschaft geben wird, erwarten als Konsequenz Stasis, eine unveränderte Situation. 62,50% von diesen sind weiblich. 37,50% von diesen sind weiblich. Diese 32,00% repräsentieren 18,18% aller TeilnehmerInnen dieser Studie.

¹³⁷ Wurde ein Postulat angekreuzt, wurde dies als Befürwortung gewertet. Wurde ein Postulat nicht angekreuzt, wurde dies als Ablehnung bzw. Nicht-Zustimmung gewertet. Erläuterungen konnten angegeben werden.

ALTERSGRUPPEN

50,00% dieser KünstlerInnen sind zwischen 30 und 39 Jahren alt.
50,00% von diesen sind weiblich. 50,00% sind männlich.

50,00% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 75,00% von diesen sind weiblich. 25,00% sind männlich.

NATIONAL

26,67% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich, die nicht glauben, dass es in zehn Jahren verstärkt Kunstförderungen aus der Wirtschaft geben wird, erwarten als Konsequenz Stasis, eine unveränderte Situation. 100,00% von diesen sind weiblich und repräsentieren 13,33% aller TeilnehmerInnen dieser Studie mit Hauptwohnsitz in Österreich.

ALTERSGRUPPEN

50,00% dieser KünstlerInnen sind zwischen 30 und 39 Jahren alt.

ZUNAHME AN PREKÄREN WIRTSCHAFTSVERHÄLTNISSEN UNTER KÜNSTLERINNEN

INTERNATIONAL

20,00% der KünstlerInnen, die nicht glauben, dass es in zehn Jahren verstärkt Kunstförderungen aus der Wirtschaft geben wird, erwarten als Konsequenz eine Zunahme wirtschaftlicher Armut und Prekarität bzw. den Umstand, dass KünstlerInnen noch weniger von der Kunst, sondern von einem "Dazuverdienen" leben müssen. 100,00% von diesen sind weiblich und bilden 11,36% aller TeilnehmerInnen an dieser Studie.

ALTERSGRUPPEN

20,00% dieser Künstlerinnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt.

40,00% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt.

20,00% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt.

20,00% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt.

NATIONAL

20,00% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich, die nicht glauben, dass es in zehn Jahren verstärkt Kunstförderungen aus der Wirtschaft geben wird, gehen damit einhergehend von ansteigender Prekarität aus. 100,00% von diesen sind weiblich und bilden 10,00% aller TeilnehmerInnen an dieser Studie mit Hauptwohnsitz in Österreich.

ALTERSGRUPPEN

33,33% dieser Künstlerinnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt.

33,33% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt.

33,33% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt.

KULTURELLE „VERARMUNG“

INTERNATIONAL

12,00% der KünstlerInnen, die nicht glauben, dass es in zehn Jahren verstärkt Kunstförderungen aus der Wirtschaft geben wird, erwarten als Konsequenz „kulturelle Verarmung“. 66,67% von diesen sind weiblich. 33,33% sind männlich. Diese Personen bilden 6,82% aller TeilnehmerInnen dieser Studie.

ALTERSGRUPPEN

33,33% dieser Personen sind zwischen 30 und 39 Jahren alt und weiblich.

66,67% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt. 50,00% dieser Personen sind weiblich, 50,00% männlich.

NATIONAL

13,33% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich, die nicht glauben, dass es in zehn Jahren verstärkt Kunstförderungen aus der Wirtschaft geben wird, erwarten als Konsequenz „kulturelle Verarmung“. 50,00% dieser Personen sind weiblich, 50,00% männlich. Diese Personen repräsentieren 6,67% aller TeilnehmerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich.

ALTERSGRUPPEN

50,00% von diesen sind weiblich und zwischen 30 und 39 Jahren alt.

50,00% sind männlich und zwischen 50 und 59 Jahren alt.

VERSTÄRKTE VEREINNAHMUNG KÜNSTLERISCHER FREIHEIT DURCH WIRTSCHAFTLICHE ANSPRÜCHE

INTERNATIONAL

8,00% der KünstlerInnen, die nicht glauben, dass es in zehn Jahren verstärkt Kunstförderungen aus der Wirtschaft geben wird, erwarten als Konsequenz daraus dennoch eine verstärkte Vereinnahmung der künstlerischen Freiheit durch Corporates bzw. eine Entwicklung der künstlerischen Produktionsweisen hin zu einem "reinen Funktionieren". Alle diese Personen sind weiblich. Sie bilden 4,55% aller TeilnehmerInnen dieser Studie.

ALTERSGRUPPEN

50,00% dieser Personen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt.

50,00% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt.

NATIONAL

Alle obig bezeichneten Personen haben ihren Hauptwohnsitz in Österreich und repräsentieren daher 13,33% der TeilnehmerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich, die nicht glauben, dass es in zehn Jahren verstärkt Kunstförderungen aus der Wirtschaft geben wird. Gleichzeitig bilden sie 6,67% aller TeilnehmerInnen an dieser Studie mit Hauptwohnsitz in Österreich.

RÜCKZUG DER ÖFFENTLICHEN HAND AUS DER KUNSTFÖRDERUNG

INTERNATIONAL

8,00% der KünstlerInnen, die nicht annehmen, dass es in zehn Jahren verstärkt Kunstförderungen aus der Wirtschaft geben wird, sehen diese Entwicklung auch mit einem verstärkten Rückzug der öffentlichen Hand aus der Kunstförderung einhergehen bzw. verbinden damit auch einen "Rückzug des Staates aus der Ideologie- und Sinnproduktion" bzw. durch den Entfall

Seite

Studie *Kunst im Trend? Artists' Voices*.

Auswertung der Ergebnisse einer auf internationalen Ebene durchgeführten Befragung von KünstlerInnen und Analyse aktueller kulturpolitischer Entwicklungen im Kontext Creative Industries auf EU- und österreichischer Ebene.

kanonmedia, Alexandra Reill, Wien 200/2008

von Subventionen auch mit einem "Wegfallen marktverzerrender Konkurrenz". 100,00% dieser Personen sind weiblich. Sie repräsentieren 4,55% aller TeilnehmerInnen an dieser Studie.

ALTERSGRUPPEN

50,00% dieser Personen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt.

50,00% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt.

NATIONAL

13,33% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich, die nicht glauben, dass es in zehn Jahren verstärkt Kunstförderungen aus der Wirtschaft geben wird, sehen diese Entwicklung wie im internationalen Feld obig beschrieben bzw. sind ident mit jenen im internationalen Feld bezeichneten. Gleichzeitig repräsentieren sie 6,67% aller KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich.

REDUZIERUNG DER ANZAHL INSTITUTIONELLER AUSSTELLUNGSEINRICHTUNGEN

INTERNATIONAL

8,00% der KünstlerInnen, die nicht glauben, dass es in zehn Jahren verstärkt Kunstförderungen aus der Wirtschaft geben wird, erwarten als Konsequenz daraus, dass es weniger (institutionelle) Einrichtungen geben wird, die Ausstellungen veranstalten. 50,00% von diesen sind weiblich, 50,00% männlich. Diese 8,00% bilden 4,55% aller TeilnehmerInnen an dieser Studie.

ALTERSGRUPPEN

50,00% dieser Personen sind zwischen 30 und 39 Jahren alt und männlich.

50,00% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt und weiblich.

NATIONAL

Keine/r der obig bezeichneten KünstlerInnen hat seinen/ihren Hauptwohnsitz in Österreich.

VERSTÄRKTE VERNETZUNG IM AUSLAND AUFGRUND STAGNATION BZW. NICHT-EXISTENZ VON INLÄNDISCHER KUNSTFÖRDERUNG DURCH DIE WIRTSCHAFT

INTERNATIONAL

8,00% der KünstlerInnen, die nicht glauben, dass es in zehn Jahren verstärkt Kunstförderungen aus der Wirtschaft geben wird, erwarten als Konsequenz daraus, dass sie sich verstärkt in ein Ausland wenden werden. Diese Angaben wurden von den TeilnehmerInnen aus Kroatien und Thailand gemacht – Ländern, in denen es keine oder niedrige Kunstförderung durch die Wirtschaft gibt. 50,00% sind weiblich, 50,00% männlich. Diese 8,00% bilden 4,55% aller TeilnehmerInnen an dieser Studie.

ALTERSGRUPPEN

50,00% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt und männlich.

50,00% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt und weiblich.

NATIONAL

Keine der obig bezeichneten Personen hat ihren Hauptwohnsitz in Österreich.

REDUKTION VON CHANCEN VON KÜNSTLERINNEN AUF „DEN SPRUNG AN DIE SPITZE“

INTERNATIONAL

4,00% der KünstlerInnen, die nicht glauben, dass es in zehn Jahren verstärkt Kunstförderungen aus der Wirtschaft geben wird, erwarten als Konsequenz daraus, dass noch weniger KünstlerInnen "der Sprung an die Spitze" gelingen wird. Diese Personen sind weiblich und repräsentieren 2,27% aller KünstlerInnen, die an dieser Studie teilgenommen haben.

ALTERSGRUPPE

Diese Personen sind zwischen 50 und 59 Jahren alt.

NATIONAL

Keine der obig bezeichneten Personen hat ihren Hauptwohnsitz in Österreich.

ANNAHME EINES ANSTIEGS DER PRODUKTION VON „BANALER KUNST“ OHNE ANNAHME EINES ANSTIEGS AN FÖRDERSUMMEN FÜR KUNST AUS DER WIRTSCHAFT

INTERNATIONAL

4,00% der KünstlerInnen, die nicht glauben, dass es in zehn Jahren verstärkt Kunstförderungen aus der Wirtschaft geben wird, erwarten als Konsequenz daraus mehr und mehr die Produktion von "banaler Kunst". Diese Personen sind weiblich und repräsentieren 2,27% aller TeilnehmerInnen dieser Studie.

ALTERSGRUPPE

Die Künstlerinnen sind zwischen 40 und 49 Jahren alt.

NATIONAL

6,67% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich, die nicht glauben, dass es in zehn Jahren verstärkt Kunstförderungen aus der Wirtschaft geben wird, erwarten wie obig beschriebenes Konsequenzen aus dieser Entwicklung. Sie repräsentieren 3,33% aller TeilnehmerInnen an dieser Studie mit Hauptwohnsitz in Österreich.

ANGLEICHUNG DES WARENWERTS VON KUNST AN JENEN VON ALLTAGSORIENTIERTEN KONSUMGÜTERN

INTERNATIONAL

4,00% der KünstlerInnen, die nicht glauben, dass es in zehn Jahren verstärkt Kunstförderungen aus der Wirtschaft geben wird, nehmen an, dass Kunst denselben Warenwert wie andere an Alltagsbedürfnissen ausgerichtete Konsumgüter, "wie Toilettenpapier", haben wird. Diese Personen sind männlich und bilden 2,27% aller KünstlerInnen.

ALTERSGRUPPE

Diese Personen sind zwischen 30 und 39 Jahren alt.

NATIONAL

Keine/r der dbzgl. im internationalen Feld bezeichneten KünstlerInnen hat seinen/ihren Hauptwohnsitz in Österreich.

Kurzer inhaltlicher Anriss zur Debatte:

Today, consumers are flooded by a market full of products with similar prices and technical performance. A good product can easily be copied at a lower cost. [...] What increasingly matters today, and constitutes a distinctive competition parameter, lies in the immaterial dimension generated by *creative people, skills, ideas and processes; in other terms, creativity*.¹³⁸

In den Cultural Studies wurde und wird die Thematik von etwas anderen Blickwinkeln aus beleuchtet:

*Der Satz aber, die Kunst sei keine Ware oder ein „Sonderfall der Ware“, wird im Kulturkapitalismus absurd. Die Pointe des Kulturkapitalismus ist, dass in ihm beinahe jede Ware tendenziell zu einem „Sonderfall der Ware“ wird, jedenfalls ist das die Absicht, die [...] Brandingstrategien verfolgen. Wenn aber alle Waren zu Kulturwaren werden, dann ist die Behauptung, die Kunst sei keine Ware wie jede andere, eben zu einer sinnlosen geworden. Das hieße nämlich, sie sei unter allen anderen einzigartigen Konsumgütern ein einzigartiges Konsumgut.*¹³⁹

Ähnliche Diskurse werden – geografisch gesehen, vor allem in Europa und Nordamerika - vor allem auch von jüngeren KünstlerInnen und hier verstärkt im Bereich von Medienkunst, -theorie und net.art in kunst-theoretischen Versuchen zur Positionierung künstlerischer/kultureller Produktion in einer Gesamtgesellschaft geführt:

People should really figure out they constantly are part of networks. Of perception, of sensibility, of knowledge, of technique, of relationship. My collective is made up of everyone I ever got in touch with: in real life, in virtual life, in metaphysical life, by crossing eyes on the bus, in professional life ...

Everyone gave me something I constantly use in everything I do: be it technology, technique or just plain perception or, maybe, a memory or image.

¹³⁸ KEA European Affairs in Kooperation mit Media Group und MKW Wirtschaftsforschung GmbH im Auftrag der Europäischen Kommission, *The Economy of Culture in Europe*, Brüssel 2006, S. 38

¹³⁹ Robert Misik, *Der Künstler als Manager – und umgekehrt*, in: *Der Standard*, 02.07.2007, Album S. A3

*My role to them is quite the same.*¹⁴⁰

In diesem Zusammenhang könnte auch Ricarda Denzer, österreichische Künstlerin, mit ihrer Arbeit *Das Saure vom Kraut - La croûte du chou* aus dem Jahre 2007 zitiert werden bzw. auch ihre Einstellung zur künstlerischen Arbeit, wie sie sie im Rahmen eines Gesprächspodiums im Depot 2008 formuliert hat: *Ich wüsste nicht, warum meine Arbeit mehr Bedeutung hätte als eine andere Art von Arbeit, nur für mich hat sie eben eine Bedeutung. Das ist eben die Form, in der ich mich ordne [...], das ist eben meine Arbeit.*¹⁴¹

Tilman Baumgärtel hat in seiner Publikation *net.art - Materialien zur Netzkunst* anhand der Entwicklungen in diesem relativ jungen Bereich der künstlerischen Produktion die folgenden Kriterien definiert, um Ansprüche an zeitgenössische künstlerische Produktion in der Netzkunst – die, so kann man sagen, in vielen Hinsichten in die zeitgenössisch ausgerichteten Auffassungen einer Reihe künstlerischer Sparten Einzug halten konnten – näher zu beschreiben:

- *Konnektivität;*
- *Globalität;*
- *Multimedialität;*
- *Interaktivität;*
- *Immaterialität;*
- *Egalität.*¹⁴²

Diesem Diskurs ordnen sich auch Strukturierungsversuche zu Kollektiv- bzw. basisorientierten Vernetzungs-, Produktions- bis hin zu Entscheidungsformen zu, wie etwa [...] *diese Frage von beurteilen und beurteilt werden, und Netzwerke. Das spielt natürlich eine Rolle [...]. Das eben nicht den Monopolen zu überlassen, sondern selber mitzuurteilen und natürlich selbst beurteilt zu werden.*¹⁴³

¹⁴⁰ Salvatore Iaconesi, It. Eigendefinition künstlerisch geeignetes menschliches Wesen/Prozess- und Medienkünstler, im Gespräch mit Alexandra Reill im Rahmen der KünstlerInnengespräche des Projekts *Art Following the Trend? Artists. Voices.*, EMailkorrespondenz Wien/Rom, 2007

¹⁴¹ Ricarda Denzer, Filmemacherin und bildende Künstlerin, im Gespräch mit PRINZGAU/podgorschek und Alexandra Reill im Rahmen der KünstlerInnengespräche des Projekts *Art Following the Trend? Artists. Voices.*, Depot, Wien, 07.02.2008

¹⁴² Vgl. Tilman Baumgärtel und Institut für moderne Kunst Nürnberg: *net.art – Materialien zur Netzkunst*, Hg. Institut für moderne Kunst Nürnberg, Nürnberg 1999

¹⁴³ Ricarda Denzer, Filmemacherin und bildende Künstlerin, im Gespräch mit PRINZGAU/podgorschek und Alexandra Reill im Rahmen der KünstlerInnengespräche des Projekts *Kunst im Trend? Artists. Voices.*, Depot, Wien, 07.02.2008

Die wohl bedeutsamsten Beispiele für diese Entwicklungen stammen in jüngerer Zeit vor allem aus den Kommunikations- und Kooperationsstrukturen und deren Kollektivorientiertheit in den Open Source Communities und den Copyleft-Bewegungen der letzten beiden Jahrzehnte.¹⁴⁴

Diese Bewegungen stellen sich inzwischen als gesellschaftsstrukturierend dar, was nicht zuletzt auch die Europäische Union erkannt hat. So wurde 2006 eine Studie publiziert, die sich der Analyse der wirtschaftlichen Bedeutung von Open Source Software für die Innovationskraft und Wettbewerbsfähigkeit von Informations- und Kommunikationstechnologien in der EU widmet.¹⁴⁵

Entsprechende Ansätze werden inzwischen selbst von der Kulturabteilung der Stadt Wien im Versuch zur Umstrukturierung von Vergabemodellen der öffentlichen Hand für die Medienkunst- und Kulturförderung seit 2004 unternommen, indem auf die Initiative einiger Kulturschaffender wie den Künstlergruppen *monochrom*, *team teichenberg*, *eSel*, *poool* und anderen reagiert und diesen in Kommunikation/Kooperation mit einer Reihe von anderen Initiativen und EinzelkünstlerInnen ermöglicht wurde, auf kollektiv-partizipativer Basis ein Wahlmodell namens *netznetz*, zwischenzeitlich auch *mana* genannt, zur selbstverwalteten Vergabe von Fördermitteln der öffentlichen Hand in prozessualer Weise und über mehrere Jahre zu entwickeln und einzusetzen.¹⁴⁶

Angemerkt muss werden, dass dieses Modell immer wieder insofern zu Kontroversen geführt hat¹⁴⁷, als vor allem die Problemstellung einer Kartellbildung, Zusammenschlüsse von Wahlstimmen unter Personen, die sich teilweise gleichzeitig in der Funktion des/der FördernehmerIn wie FördergeberIn zu rezipieren hatten, nicht zufriedenstellend gelöst werden konnten, obwohl sich das Kollektiv selbst – unter dezidierter Ablehnung eines Jurymodells – gleichzeitig schon sehr früh veranlasst sah, aus den

¹⁴⁴ Man vergleiche u.a.: GNU, www.gnu.org; Free Software Foundation, <http://www.fsf.org>

¹⁴⁵ UNU-Merit: Study on the: Economic Impact of Open Source Software on Innovation and the Competitiveness of the Information and Communication Technologies (ICT) Sector in the EU, NL 2006, <http://ec.europa.eu/enterprise/ict/policy/doc/2006-11-20-flossimpact.pdf>, Aufruf 06.04.2008

¹⁴⁶ Vgl. *netznetz* mailing list: <http://listen.esel.at/pipermail/liste/>, 2004-2008, Aufruf 06.04.2008; vgl. a.: Alexandra Reill, Versuch einer Anordnung – *netznetz* 2004-2006, in: <http://www.kanonmedia.com/portfolio/nettnetz.htm> bzw. a. <http://kanonmedia.blogs.sonance.net/>, 2007, Aufruf 13.04.2008

¹⁴⁷ Vgl. u.a.: Patrick Dax: Selbstverwaltung mit Einschränkungen, in: futurezone.orf.at, 01.04.2008, <http://futurezone.orf.at/it/stories/267291/>, Aufruf 06.04.2008; IG Kultur Österreich, Netzkulturfördermodell grundrechtswidrig!, <http://igkultur.at/igkultur/kulturpolitik/1150899410>, 21.06.2006, Aufruf 06.04.2008; Monika Mokre, Community Voting ohne Community, in: www.malmoe.org, 06.06.2007, Aufruf 06.04.2008; etc.

eigenen Reihen so genannte Trustees zu wählen, denen wie KuratorInnen die Befugnis zugestanden wurde, Wahlergebnisse anteilig zu korrigieren.

Gleichzeitig ist auch infolge einer Reihe von kulturpolitisch getroffenen Entscheidungen im Laufe dieses Prozesses festzustellen, dass die Ansätze der Kulturabteilung der Stadt Wien in diesem Kontext mit den strategisch-politischen EU-Strategien zu Creative Industries und Public Private Partnerships (PPP) konform gehen: von einer tatsächlich autonomen Selbstverwaltung von Fördergeldern durch Wiener Medienkunst und –kulturschaffende wurde bei Letztentscheidungen und formal bis dato Abstand genommen - organisatorischen und strukturellen Diskrepanzen wurde trotz Ablehnung durch das Kollektiv an Medienschaffenden mit der Einberufung einer Jury – sachlich wohl gerechtfertigt - entgegengewirkt. Bei der Bestellung der Jury behielt sich die Kulturabteilung der Stadt Wien die Benennung von zwei Jurymitgliedern in freier Entscheidung vor und ermöglichte, dass zwei Jurymitglieder von Kulturchaffenden angefragt und – nach einer zuvor stattfindenden Validierung, d.h. Zulassung durch Empfehlungen aus dem Kollektiv - gewählt werden konnten: Annette Schindler, Leiterin des digitalen Kunst- und Kulturzentrums *plugin* in Basel, und Florian Cramer, Leiter des *Piet-Zwart-Instituts für Neue Medien* in Rotterdam wurden für das Jahr 2008 aufgrund der auf Basis von Wahlen ermittelten Empfehlung von Medienschaffenden in die Jury bestellt. Ohne Mitentscheidungs- oder Beratungsrecht durch die Communities berief das Förderressort die an der *Manchester Metropolitan University* lehrende Medienkünstlerin Andrea Zapp sowie den Inhaber der *Microgiants Industrial Design GmbH* und Kurator des im Wiener Museumsquartier angesiedelten *net culture labs* Gerin Trautenberger in die Jury für Medienkunst und -kultur. Für den Fall eines Stimmgleichstands zwischen den vier ExpertInnen ist die Referentin des Förderressorts Medienkunst und -kultur mit finaler Beschlusskompetenz selbst in der Jury vertreten.

Gerade die Berufung von Gerin Trautenberger ist insofern interessant, als er sich mit Konzeptentwicklungen im Kontext Medien wie Kunst in den Creative Industries einen Namen machen konnte.¹⁴⁸ So ist ein Schwerpunkt des *net culture lab*, in dem Trautenberger gemeinsam mit Roland Alton-Scheidl als Kurator tätig ist, die Förderung von verstärktem Einsatz von Open Source und Copyleft im Kontext von Creative Industries - in einer

¹⁴⁸ Vgl. u.a.: <http://www.microgiants.at/>; <http://www.linkedin.com/pub/0/397/41b>, Aufruf 06.04.2008

Partnerschaft mit der *Telekom Austria, osAlliance*¹⁴⁹, *creativwirtschaft austria115*, *Fachhochschule Vorarlberg* und der *Fachhochschule St. Pölten*.

*Die Fachhochschule Vorarlberg ist Teil des so genannten Kompetenznetzwerks Mediengestaltung, das sich neben der expliziten Berufung auf den Copyleft-Gedanken gleichzeitig der folgenden Mission widmet: Die Kreativwirtschaft ist heute ein wichtiger Standortfaktor und Fachhochschulen sehen sich als ihr Partner. Einschlägige Studiengänge, die die Gestaltung medialer Information, Kommunikation und Interaktion vermitteln, bilden mit Institutionen und Firmen aus diesem Sektor ein Kompetenznetzwerk.*¹⁵⁰

Die Ansätze und Ausrichtung der *creativwirtschaft austria* stellen sich klar dar: *Die Lissabon-Ziele sind ein starker Anreiz zur Erhöhung der FuE-Ausgaben von Regierungen, Universitäten und Unternehmen. Sie basieren auf der Überzeugung, dass durch Investitionen in die IKT-Industrie als einem Kernbereich der digitalen Wirtschaft sowie durch Förderung der Innovation, insbesondere in der „wissensbasierten Wirtschaft“, Wachstum und Beschäftigung erreicht werden können.*

Die Rolle des kulturellen und kreativen Sektors in diesem Kontext ist noch weitgehend unbekannt. Tatsächlich ist die Messung der sozioökonomischen Leistung des kulturellen und kreativen Sektors eine relativ neue Tendenz und überdies eine umstrittene Praktik. Kunst und Kultur dient vielen der Aufklärung oder Unterhaltung.

Das führt zu der Auffassung, dass Kunst und Kultur nur einen marginalen Beitrag zur Wirtschaft leisten und deshalb auf den Bereich der öffentlichen Intervention beschränkt bleiben sollten. Das ist möglicherweise auch die Erklärung für den Mangel an verfügbaren statistischen Instrumenten zur Messung des wirtschaftlichen Beitrags der Kulturbranche auf nationaler oder internationaler Ebene, insbesondere im Vergleich zu anderen Industriesektoren. Die vorliegende Studie soll hier Abhilfe schaffen. Sie stellt einen ersten Versuch dar, die direkten und indirekten sozioökonomischen Auswirkungen der Kulturbranche in Europa zu ermitteln und dadurch ihren Beitrag zur Lissabon-Agenda und insbesondere hinsichtlich Wachstum, Wettbewerbsfähigkeit, Schaffung von mehr und besseren Arbeitsplätzen, nachhaltige Entwicklung und Innovation einzuschätzen. Der kulturelle und kreative Sektor ist ein Wachstumssektor,

¹⁴⁹ Vgl. <http://osalliance.com/>, Aufruf 16.10.2007

¹⁵⁰ <http://www.fhv.at/res/weitere/medien/>, Aufruf 16.10.2007

der sich schneller entwickelt als die übrige Wirtschaft. Dasselbe gilt für die Beschäftigung. So bietet dieser Sektor ganz verschiedene, oft hoch qualifizierte Arbeitsmöglichkeiten, und auch bei der Schaffung von Arbeitsplätzen weist dieser Sektor ein höheres Wachstum auf als die übrige Wirtschaft.

Die Entwicklung vieler anderer Branchen der europäischen Wirtschaft, insbesondere Innovation und IKT, wird durch diesen Sektor ebenfalls vorangetrieben.¹⁵¹

Bei Betrachtung der Zwischenergebnisse aus dem *netznetz*-Prozess zur Umstrukturierung der Vergabe von öffentlichen Fördermitteln aus der Kulturabteilung der Stadt Wien ist u.a. zu bemerken, dass die Kooperation der Abteilung *Netzkunst und –kultur* mit dem Netz an Kulturschaffenden, die in *netznetz* aktiv sind, an das Modell von Public Private Partnerships erinnert, wenngleich bis dato anstelle eines Rechtskörpers – wie dies ansonsten in Public Private Partnerships üblich ist - schon alleine, um in Leistungs- und Haftungsfragen über eine rechtliche Basis zu verfügen - hier ein loses Netz an freischaffenden Kulturschaffenden als Private Partner fungiert, das zwar im Zuge des mehrjährigen Entwicklungsprozesses mehrfach angedacht hat, einen Rechtskörper zu begründen, dies jedoch bis dato nicht realisierte, da eine Mehrheit von aktiven Beschlussfassenden sich wiederholt dagegen aussprach. Grund dafür war u.a. eine Ablehnung der Aufgabe von kollektiven Entscheidungsfindungsprozessen und die Annahme, dass durch die dadurch notwendige Begründung von Vorstandsebenen eine Art von Zentralisierung auf Koordinationsebene entstehen würde – eine Struktur, die als widersprüchlich zu den Prinzipien kollektiver Entscheidungsfindung rezipiert wurde. Weiterer Grund war die Zielsetzung, eine Einengung eines heterogenen Profils in den inhaltlichen Ausrichtungen und kuratorischen Aktivitäten zu vermeiden.

Frage ist, ob diese Kooperationsform einer Stadtverwaltung mit freischaffenden Kulturschaffenden in Zukunft nicht doch auf eine formal definierbare Basis gestellt werden wird – die Begründung einer echten Public Private-Partnerschaft -, denn nicht zuletzt bleibt anzumerken, dass der organisatorische Aufwand, der hauptsächlich auf Basis von Spesenersätzen

¹⁵¹ Unbekannte/r AutorIn, *creativwirtschaft austria*, in: <http://creativwirtschaft.at/service/studien/international/92-105.htm>, Aufruf 16.10.2007, Originaltext: Zusammenfassung der von der EU 2005 in Auftrag gegebenen und 2006 veröffentlichten Studie *The Economy of Culture in Europe*, http://ec.europa.eu/culture/eac/sources_info/studies/pdf_word/economy_cult/executive_summary_de.pdf, Aufruf 16.10.2007

an Kulturschaffende ausgelagert wurde, auf dieser Grundlage langfristig nicht finanzierbar ist.

Die Entwicklung und Positionierung von Kunst als Prozesse und Objekte tägliche gesellschaftlichen Lebens und die Abkehr von einem Genieglauben zugunsten einer Wertigkeit von Kunst vergleichbar jener von Gebrauchsgegenständen scheint jedoch, wie sich in den Umfrageergebnissen dieser Studie zeigt – prozentuell gesehen – nicht den mehrheitlich von KünstlerInnen vertretenen Ansätzen zu entsprechen¹⁵² bzw. zeigen sich auch bei den jüngsten Fragestellungen im zeitgenössischen Kunstdiskurs Tendenzen, die sich teilweise bereits wieder von kollektiv orientierten Ansätzen entfernen oder nicht davon ausgehen, dass diese auf einem freien Markt funktionieren können:

I understand the tradition of patronage as well as the struggle against bourgeois culture created by the 20th Century Avant-Garde. After the collapse of Modernism, it really depends on what context and tradition you wish to address, and how you wish to frame yourself (as Nauman and Beuys created the artist as "oeuvre" [body-of-work]). The joy of the Post-modern, and as we go into the next period at the moment (name TBA¹⁵³), is that immaterial culture's association with the material (expand at will) is that the antagonism between the art market and the avant is diffused by allowing for localized discourse. Since the "ism"¹⁵⁴ was destroyed, art atomized into very local threads of genre, into small groups, and even imploded to the individual.

There is no need to rebel against Modernism once it is turned into a field on the Venn diagram¹⁵⁵, and its role as master narrative is displaced. This is not to say that it has _gone away_, and the same for the art market after conceptualism. In fact, before the 2007 financial crises, a lot of artists working in the genre formerly called "New Media" (to paraphrase Dietz) have gone to the galleries.¹⁵⁶

¹⁵² Vgl. z.B. die infolge ausgewiesenen Umfrageergebnisse zur Gleichwertigkeit künstlerischer Produkte mit Konsumgütern des Alltagsgebrauchs

¹⁵³ Im Amerikanischen gebräuchliche Abkürzung für: to be announced (im Deutschen: noch anzukündigen, Üb. AR)

¹⁵⁴ Synonym für prozessuale Kunst und Locative Art, entstanden im Amerikanischen; abgeleitet aus Worten wie z.B. conceptualism oder vgl. a.: Max Herman, posting to Rhizome Discuss List, 15.01.2006, <http://rhizome.org/discuss/view/21802/#49819>, Aufruf 06.04.2008: I'd like to propose that the new Art-Historical Period be called "Networkism".

¹⁵⁵ Vgl.: http://en.wikipedia.org/wiki/Venn_diagram, Aufruf 06.04.2008

¹⁵⁶ Patrick Lichty, posting to Rhizome, thread: The Rematerialization of Art, <http://rhizome.org/editorial/fp/blog.php/590>, 03.04.2008, Aufruf 06.04.2008

Salvatore Iaconesi drückt sich in anderen Zusammenhängen folgendermassen aus: *"The point" possibly shifts toward the perspective that in the contemporary era *all* production is aesthetically characterized, creating a radical change in which what really makes the difference is the visual (sensorial) fetish incorporated in a "thing". And that's the a really substantial change running from Marx to Adorno or Benjamin.*¹⁵⁷

Lapidar beziehen sich andere, wie etwa der Kunst- und Medientheoretiker F. E. Rakuschan in ihren Analysen aktueller Entwicklungen in ihrer Positionierung von Kunstschaffen in einer Gesamtgesellschaft auf inzwischen klassische Positionen der Kunsttheorie: *Die Bohème ist eine Erfindung der Gesellschaft und der Künstler war immer Unternehmer. Er macht seine Arbeit wie ein Unternehmer natürlich auch.*¹⁵⁸

FÖRDERUNG VON KUNST DURCH DIE ÖFFENTLICHE HAND

ERWARTUNG VERSTÄRKTER FÖRDERUNG VON KUNST DURCH DIE ÖFFENTLICHE HAND¹⁵⁹

INTERNATIONAL

11,36% der KünstlerInnen sind der Meinung, dass es in zehn Jahren verstärkt Kunstförderung durch die öffentliche Hand geben wird. 40,00% von diesen sind weiblich. 60,00% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

60,00% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt. 33,33% von diesen sind weiblich. 66,67% sind männlich.

20,00% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

¹⁵⁷ Salvatore Iaconesi, posting to Rhizome, thread: The Rematerialization of Art, <http://rhizome.org/editorial/fp/blog.php/590>, 03.04.2008, Aufruf 06.04.2008

¹⁵⁸ F. E. Rakuschan, Kommentar anlässlich des KünstlerInnengesprächs von Ricarda Denzer und PRINZGAU/podgorschek mit Alexandra Reill im Rahmen des Projekts Art Following the Trend? Artists. Voices., Depot, Wien, 07.02.2008

¹⁵⁹ Wurde ein Postulat angekreuzt, wurde dies als Befürwortung gewertet. Wurde ein Postulat nicht angekreuzt, wurde dies als Ablehnung bzw. Nicht-Zustimmung gewertet. Erläuterungen konnten formuliert werden.

20,00% sind zwischen 60 und 69 Jahren alt. 100,00% von diesen sind männlich.

NATIONAL

16,67% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich sind der Meinung, dass es in zehn Jahren verstärkt Kunstförderung durch die öffentliche Hand geben wird. 40,00% von diesen sind weiblich. 60,00% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

60,00% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt. 33,33% von diesen sind weiblich. 66,67% sind männlich.

20,00% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

20,00% sind zwischen 60 und 69 Jahren alt. 100,00% von diesen sind männlich.

ERWARTETE AUSWIRKUNGEN AUS EINER STEIGERUNG DER FÖRDERUNG VON KUNST DURCH DIE ÖFFENTLICHE HAND

„HÖHERE QUALITÄT DER KUNSTPRODUKTION“ UND „MEHR FREIRAUM FÜR KÜNSTLERISCHES ARBEITEN“

INTERNATIONAL

50,00% der KünstlerInnen, die glauben, dass es in zehn Jahren verstärkt Kunstförderungen aus der öffentlichen Hand geben wird, können sich als Konsequenz daraus eine "höhere Qualität der Kunstproduktion" und "mehr Freiraum für künstlerisches Arbeiten" vorstellen. 50,00% dieser Personen sind weiblich, 50,00% männlich. Diese 50,00% bilden 4,55% aller TeilnehmerInnen dieser Studie.

ALTERSGRUPPEN

50,00% dieser Personen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt und männlich.

50,00% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt und weiblich.

NATIONAL

50,00% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich, die glauben, dass es in zehn Jahren verstärkt Kunstförderungen aus der öffentlichen Hand geben wird, können sich wie obig beschriebene Konsequenzen aus dieser Situation vorstellen. Alle diese Personen sind ident mit jenen, die im internationalen Feld bezeichnet sind, und bilden 6,67% aller TeilnehmerInnen an dieser Studie mit Hauptwohnsitz in Österreich.

VERSTÄRKUNG DES FOKUS AUF „STAATSTRAGENDE PRODUKTIONEN“

INTERNATIONAL

25,00% der KünstlerInnen, die glauben, dass es in zehn Jahren verstärkt Kunstförderungen aus der öffentlichen Hand geben wird, sehen diese Entwicklung ausgerichtet auf Budgeterhöhungen für "staatstragende Produktionen". Diese Personen sind männlich und bilden 2,27% aller TeilnehmerInnen dieser Studie.

ALTERSGRUPPE

Diese Personen sind zwischen 60 und 69 Jahren alt.

NATIONAL

25,00% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich, die glauben, dass es in zehn Jahren verstärkt Kunstförderungen aus der öffentlichen Hand geben wird, sehen diese Entwicklung ausgerichtet auf Budgeterhöhungen für "staatstragende Produktionen".

Diese Personen sind ident mit jenen, die im internationalen Feld bezeichnet sind, und bilden 3,33% der TeilnehmerInnen dieser Studie mit Hauptwohnsitz in Österreich.

BESSERE VERDIENSTMÖGLICHKEITEN FÜR KÜNSTLERINNEN DURCH VERSTÄRKTE KUNSTFÖRDERUNG DURCH DIE ÖFFENTLICHE HAND

INTERNATIONAL

25,00% der KünstlerInnen, die glauben, dass es in zehn Jahren verstärkt Kunstförderungen aus der öffentlichen Hand geben wird, erwarten als Konsequenz aus dieser Entwicklung "mehr Möglichkeiten, mit Kunst allein den Lebensunterhalt zu verdienen". Diese Personen sind männlich und bilden 2,27% aller TeilnehmerInnen.

ALTERSGRUPPE

Diese Künstler sind alle zwischen 20 und 29 Jahren alt.

NATIONAL

Die 25,00% der KünstlerInnen, die glauben, dass es in zehn Jahren verstärkt Kunstförderungen aus der öffentlichen Hand geben wird, erwarten als Konsequenz aus dieser Entwicklung "mehr Möglichkeiten, mit Kunst allein den Lebensunterhalt zu verdienen" bilden 3,33% aller KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich, die an dieser Studie teilgenommen haben.

ALTERSGRUPPE

Die Angaben sind ident mit jenen auf internationaler Ebene.

„STÄRKERE EINBINDUNG DER KUNSTPRODUKTION IN DIE KAPITALISTISCHE EINKOMMENSSTRUKTUR“

INTERNATIONAL

25,00% der KünstlerInnen, die glauben, dass es in zehn Jahren verstärkt Kunstförderungen aus der öffentlichen Hand geben wird, sehen diese Entwicklung gleichzeitig ausgerichtet auf "eine stärkere Einbindung der Kunstproduktion in die kapitalistische Einkommensstruktur". Diese Personen sind männlich und bilden 2,27% aller TeilnehmerInnen dieser Studie.

ALTERSGRUPPE

Diese Personen sind zwischen 60 und 69 Jahren alt.

NATIONAL

Alle obig bezeichneten Personen haben ihren Hauptwohnsitz in Österreich und bilden daher 25,00% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich, die glauben, dass es in zehn Jahren verstärkt Kunstförderungen aus der öffentlichen Hand geben wird, bzw. 3,33% aller TeilnehmerInnen an dieser Studie mit Hauptwohnsitz in Österreich.

ALLGEMEIN „BESSERE ÜBERSCHAUBARKEIT“ ÜBER DIE KUNSTPRODUKTION FÜR FÖRDERSTELLEN DER ÖFFENTLICHEN HAND

INTERNATIONAL

25,00% der KünstlerInnen, die glauben, dass es in zehn Jahren verstärkt Kunstförderungen aus der öffentlichen Hand geben wird, sehen diese Entwicklung einhergehen mit "besserer Überschaubarkeit" des Gesamtspektrums an künstlerischer Produktion für PolitikerInnen. Diese Personen sind weiblich und bilden 2,27% aller TeilnehmerInnen dieser Studie.

ALTERSGRUPPE

Alle diese Personen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt.

NATIONAL

25,00% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich, die glauben, dass es in zehn Jahren verstärkt Kunstförderungen aus der öffentlichen Hand geben wird, machten obige Angaben. Diese Personen bilden 3,33% aller TeilnehmerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich.

ALTERSGRUPPE

Diese Personen sind weiblich und zwischen 20 und 29 Jahren alt.

ERWARTUNG EINER REDUZIERUNG AN FÖRDERUNG VON KUNST DURCH DIE ÖFFENTLICHE HAND¹⁶⁰

INTERNATIONAL

34,09% der KünstlerInnen sind der Meinung, dass es in zehn Jahren eine Verringerung an Kunstförderung durch die öffentliche Hand geben wird. 60,00% von diesen sind weiblich. 40,00% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

13,33% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt. 50,00% von diesen sind weiblich. 50,00% sind männlich.

46,67% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt. 57,14% von diesen sind weiblich. 42,86% sind männlich.

20,00% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 66,67% von diesen sind weiblich. 33,33% sind männlich.

13,33% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

6,67% sind zwischen 60 und 69 Jahren alt. 100,00% von diesen sind männlich.

NATIONAL

33,33% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich sind nicht der Meinung, dass es in zehn Jahren verstärkt Kunstförderung durch die öffentliche Hand geben wird. 60,00% von diesen sind weiblich. 40,00% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

20,00% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt. 50,00% von diesen sind weiblich. 50,00% sind männlich.

30,00% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt. 66,67% von diesen sind weiblich. 33,33% sind männlich.

¹⁶⁰ Siehe obige Fußnote

30,00% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 66,67% von diesen sind weiblich. 33,33% sind männlich.

10,00% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt und weiblich.

10,00% sind zwischen 60 und 69 Jahren alt und männlich.

ERWARTETE AUSWIRKUNGEN AUS EINER REDUZIERUNG DER FÖRDERUNG VON KUNST DURCH DIE ÖFFENTLICHE HAND

**VERLAGERUNG VON BUDGETMITTELN DER ÖFFENTLICHEN HAND
FÜR KUNSTFÖRDERUNG ZUGUNSTEN DER FINANZIERUNG VON
HOCHKULTUR/BLOCKBUSTER-PRODUKTIONEN/
DER FÖRDERUNG EINZELNER ‚STARS‘ ZU UNGUNSTEN
EXPERIMENTELLER BZW. AVANTGARDISTISCHER/
KOMMERZIELL SCHWER VERWERTBARER KUNST**

INTERNATIONAL

26,67% der KünstlerInnen, die glauben, dass es in zehn Jahren eine Verringerung der Kunstförderung aus der öffentlichen Hand geben wird, erwarten Budgetreduzierungen für experimentelle/avantgardistische/nicht schwer kommerziell verwertbare Kunst bei gleichzeitigen Budgeterhöhungen durch die öffentliche Hand zur Finanzierung von Hochkultur bzw. Blockbustern bzw. einzelner "Stars". 75,00% dieser Personen sind weiblich. 25,00% sind männlich. Diese 26,67% bilden 9,09% aller TeilnehmerInnen dieser Studie.

ALTERSGRUPPEN

50,00% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt und weiblich.

25,00% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt und weiblich.

25,00% sind zwischen 60 und 69 Jahren alt und männlich.

NATIONAL

36,36% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich, die glauben, dass es in zehn Jahren eine Verringerung der Kunstförderung aus der öffentlichen Hand geben wird, erwarten Budgetverschiebungen wie obig beschrieben. 75,00% dieser Personen sind weiblich. 25,00% sind männlich. Diese 36,36% repräsentieren 13,33% aller TeilnehmerInnen an dieser Studie mit Hauptwohnsitz in Österreich.

ALTERSGRUPPEN

50,00% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt. Diese Personen sind weiblich.

25,00% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt. Diese Personen sind weiblich.

25,00% sind zwischen 60 und 69 Jahren alt und zu 100,00% männlich.

HÄRTERE KONKURRENZ ZWISCHEN KÜNSTLERINNEN/ „VERKAPITALISIERUNG“ DER KÜNSTLERISCHEN PRODUKTION/ „STÄRKERE VERSCHMELZUNG VON CREATIVE INDUSTRIES UND ,FREIER' KUNST“

INTERNATIONAL

26,67% der KünstlerInnen, die glauben, dass es in zehn Jahren eine Verringerung der Kunstförderung aus der öffentlichen Hand geben wird, gehen davon aus, dass sich härtere Konkurrenz zwischen KünstlerInnen entwickeln wird bzw. dass eine „Verkapitalisierung“ der Kunstproduktion und „ein stärkeres Verschmelzen der Creative Industries und der freien Kunst“ stattfinden werden. 100,00% dieser Personen sind weiblich und bilden 9,09% aller TeilnehmerInnen dieser Studie.

ALTERSGRUPPEN

25,00% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt.

25,00% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt.

25,00% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt.

25,00% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt.

NATIONAL

27,27% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich, die glauben, dass es in zehn Jahren eine Verringerung der Kunstförderung aus der öffentlichen Hand geben wird, gehen von obig beschriebener Entwicklung aus. 100,00% dieser Personen sind weiblich und bilden 10,00% aller TeilnehmerInnen an dieser Studie mit Hauptwohnsitz in Österreich.

ALTERSGRUPPEN

33,33% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt.

33,33% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt.

33,33% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt.

ZUNAHME AN PREKÄREN WIRTSCHAFTSVERHÄLTNISSEN UNTER KÜNSTLERINNEN

INTERNATIONAL

26,67% der KünstlerInnen, die glauben, dass es in zehn Jahren eine Verringerung der Kunstförderung aus der öffentlichen Hand geben wird, gehen davon aus, dass sich prekäre wirtschaftliche Lebensverhältnisse unter KünstlerInnen noch weiter steigern werden und dass es "noch weniger möglich sein wird, von der Kunst zu leben, sondern von einem 'Dazuverdienen'. Alle diese Personen sind weiblich und repräsentieren 9,09% aller KünstlerInnen.

ALTERSGRUPPEN

25,00% dieser Personen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt.

25,00% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt.

25,00% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt.

25,00% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt.

NATIONAL

36,36% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich, die glauben, dass es in zehn Jahren eine Verringerung der Kunstförderung aus der öffentlichen Hand geben wird, gehen von obig beschriebenen Konsequenzen aus. Alle diese Personen sind weiblich und repräsentieren 13,33% aller KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich, die an dieser Studie teilgenommen haben.

ALTERSGRUPPEN

Die Aufschlüsselung der Altersgruppen ist ident mit jener im internationalen Feld.

„TROSTLOSIGKEIT“/„MÜDIGKEIT“/BURN OUT DURCH ZU GROSSE ÜBERFORDERUNG UND LEISTUNGSANGST

INTERNATIONAL

26,67% der KünstlerInnen, die glauben, dass es in zehn Jahren eine Verringerung der Kunstförderung durch die öffentliche Hand geben wird, erwarten als Auswirkungen auf emotionale Stati unter KünstlerInnen "Trostlosigkeit", "Müdigkeit"/Erschöpftheit von zu lange anhaltender Überforderung und Angst, genug leisten zu können. Alle diese Personen sind weiblich und repräsentieren 9,09% aller KünstlerInnen.

ALTERSGRUPPEN

25,00% dieser Künstlerinnen sind zwischen 30 und 39 Jahren alt.

50,00% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt.

25,00% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt.

NATIONAL

36,36% der KünstlerInnen auf nationaler Ebene, die glauben, dass es in zehn Jahren eine Verringerung der Kunstförderung durch die öffentliche Hand geben wird, erwarten als Auswirkungen auf emotionale Stati unter KünstlerInnen "Trostlosigkeit", "Müdigkeit"/Erschöpftheit von zu lange anhaltender Überforderung und Angst, genug leisten zu können. Alle diese Personen sind weiblich und repräsentieren 13,33% aller KünstlerInnen auf nationaler Ebene.

ALTERSGRUPPEN

Die Aufschlüsselung der Altersgruppen ist mit jener im internationalen Feld ident.

VERSTÄRKTE ABWANDERUNG VON KÜNSTLERINNEN IN NICHTKÜNSTLERISCHE BERUFE

INTERNATIONAL

20,00% der KünstlerInnen, die glauben, dass es in zehn Jahren eine Verringerung der Kunstförderung aus der öffentlichen Hand geben wird, gehen davon aus, dass infolge davon KünstlerInnen verstärkt in andere, so genannte Broterwerbsberufe abwandern werden. 66,67% dieser Personen sind weiblich, 33,33% männlich. Die benannten 20,00% repräsentieren 6,82% aller KünstlerInnen.

ALTERSGRUPPEN

33,33% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt und zu 100,00% männlich.

66,67% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt und zu 100,00% weiblich.

NATIONAL

9,09% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich, die glauben, dass es in zehn Jahren eine Verringerung der Kunstförderung aus der öffentlichen Hand geben wird, gehen davon aus, dass infolge davon KünstlerInnen verstärkt in andere, so genannte Broterwerbsberufe abwandern werden. Diese Personen sind weiblich und stellen 3,33% aller KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich dar, die an dieser Studie teilgenommen haben.

ALTERSGRUPPE

Alle diese KünstlerInnen sind zwischen 50 und 59 Jahren alt und weiblich.

STEIGERUNG VON LEISTUNGSDRUCK UND INFOLGE DESSEN QUALITÄTSSTEIGERUNG IN DER PRODUKTION VON KUNST

INTERNATIONAL

13,34% der KünstlerInnen, die glauben, dass es in zehn Jahren eine Verringerung der Kunstförderung aus der öffentlichen Hand geben wird, gehen von einer Steigerung des Leistungsdrucks und eine etwaig dadurch eintretende Qualitätssteigerung in der Kunstproduktion aus. 100,00% dieser Personen sind weiblich und repräsentieren 4,55% aller KünstlerInnen.

ALTERSGRUPPEN

50,00% dieser Personen sind zwischen 30 und 39 Jahren alt.

50,00% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt.

NATIONAL

9,09% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich, die glauben, dass es in zehn Jahren eine Verringerung der Kunstförderung aus der öffentlichen Hand geben wird, gehen von einer dadurch bedingten Qualitätssteigerung in der Kunstproduktion aus. Diese Personen sind allesamt weiblich und repräsentieren 3,33% aller KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich.

ALTERSGRUPPE

Diese Personen sind zwischen 50 und 59 Jahren alt.

ANSTIEG VON SOCIAL GAPPING ZWISCHEN KÜNSTLERINNEN MIT AKADEMISCHER AUSBILDUNG UND JENEN OHNE AKADEMISCHE AUSBILDUNG

INTERNATIONAL

6,67% der KünstlerInnen, die glauben, dass es in zehn Jahren eine Verringerung der Kunstförderung aus der öffentlichen Hand geben wird, gehen davon aus, dass sich im Vergleich zwischen akademischen, "professionellen" KünstlerInnen und solchen ohne akademische Ausbildung, mit nieder-

Seite

Studie *Kunst im Trend? Artists' Voices*.

Auswertung der Ergebnisse einer auf internationaler Ebene durchgeführten Befragung von KünstlerInnen und Analyse aktueller kulturpolitischer Entwicklungen im Kontext Creative Industries auf EU- und österreichischer Ebene.

kanonmedia, Alexandra Reill, Wien 200/2008

schwelligerem Ausbildungsabschluss bzw. mit autodidaktischem Hintergrund eher jene KünstlerInnen mit akademischer Ausbildung zu Ungunsten der anderen Ausbildungshintergründe durchsetzen werden. Die Personen, die diese Konsequenz angenommen haben, sind alle weiblich und bilden 2,27% aller KünstlerInnen.

ALTERSGRUPPE

Diese KünstlerInnen sind zwischen 50 und 59 Jahren alt.

NATIONAL

Keine dieser Künstlerinnen hat ihren Hauptwohnsitz in Österreich.

REDUZIERUNG DER CHANCEN AUF UMSETZBARKEIT DER KÜNSTLERISCHEN ARBEIT

INTERNATIONAL

6,67% der KünstlerInnen, die glauben, dass es in zehn Jahren eine Verringerung der Kunstförderung aus der öffentlichen Hand geben wird, gehen davon aus, dass es "noch mehr KünstlerInnen geben wird, die ihre Arbeit nicht umsetzen können". Diese Personen sind weiblich und bilden 2,27% aller TeilnehmerInnen.

ALTERSGRUPPE

Diese Personen sind zwischen 40 und 49 Jahren alt.

NATIONAL

9,09% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich, die glauben, dass es in zehn Jahren eine Verringerung der Kunstförderung aus der öffentlichen Hand geben wird, gehen von obig beschriebenen Auswirkungen aus. Diese Personen sind weiblich und bilden 3,33% aller TeilnehmerInnen an dieser Studie mit Hauptwohnsitz in Österreich.

ALTERSGRUPPE

Diese Personen sind zwischen 40 und 49 Jahren alt.

ERHÖHTE ANFÄLLIGKEIT VON KUNST GEGENÜBER KOMMERZIELL ORIENTIERTEN POSITIONEN

INTERNATIONAL

6,67% der KünstlerInnen, die glauben, dass es in zehn Jahren eine Verringerung der Budgets der öffentlichen Hand für die Kunstförderung geben wird, sehen als Konsequenz daraus eine erhöhte Anfälligkeit von Kunst gegenüber Vereinnahmungstendenzen durch Corporates und kommerzielle Positionen. Diese Personen sind weiblich und bilden 2,27% aller KünstlerInnen.

ALTERSGRUPPE

Diese Künstlerinnen sind zwischen 20 und 29 Jahre alt.

NATIONAL

9,09% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich, die glauben, dass es in zehn Jahren eine Verringerung der Budgets der öffentlichen Hand für die Kunstförderung geben wird, sehen solche Konsequenzen. Diese Personen sind weiblich und repräsentieren 3,33% aller KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich, die an dieser Studie teilgenommen haben.

ALTERSGRUPPE

Diese Künstlerinnen sind zwischen 20 und 29 Jahre alt.

ZUNAHME MARKTORIENTIERTER KUNSTPRODUKTIONEN UND INFOLGE DESSEN QUALITÄTSVERLUSTE IN DER KUNSTPRODUKTION

INTERNATIONAL

6,67% der KünstlerInnen, die glauben, dass es in zehn Jahren eine Verringerung der Kunstförderung aus der öffentlichen Hand geben wird, gehen davon aus, dass mehr marktorientierte Kunstproduktionen umgesetzt werden und dadurch ein Qualitätsverlust in der Kunstproduktion eintreten wird. Diese Personen sind weiblich und repräsentieren 2,27% aller KünstlerInnen, die an dieser Studie teilgenommen haben.

ALTERSGRUPPE

Diese Personen sind zwischen 50 und 59 Jahren alt.

NATIONAL

Keine der obig bezeichneten Personen hat ihren Hauptwohnsitz in Österreich.

ZUNAHME DER PRODUKTION OBJEKTBASIERTER WERKE UND INFOLGEDESSEN REDUZIERUNG DER VIELFALT KÜNSTLERISCHER PRODUKTION

INTERNATIONAL

6,67% der KünstlerInnen, die glauben, dass es in zehn Jahren eine Verringerung der Kunstförderung aus der öffentlichen Hand geben wird, erwarten eine Zunahme objektbasierter Werke bei gleichzeitiger Reduzierung an Vielfalt in der Kunstproduktion. Diese Personen sind allesamt weiblich und bilden 2,27% aller KünstlerInnen.

ALTERSGRUPPE

Alle diese Personen sind zwischen 30 und 39 Jahren alt.

NATIONAL

Keine dieser Personen hat ihren Hauptwohnsitz in Österreich.

WIRTSCHAFTLICHE „AUSHÖHLUNG“ VON KUNST- UND KULTURSCHAFFENDEN

INTERNATIONAL

6,67% der KünstlerInnen, die glauben, dass es in zehn Jahren eine Verringerung der Kunstförderung durch die öffentliche Hand geben wird, gehen von einer wirtschaftlichen "Aushöhlung" zeitgenössischer bzw. experimenteller Kunst- bzw. Kulturschaffender durch die Politik aus. Diese Personen sind weiblich und repräsentieren 2,27% aller KünstlerInnen.

ALTERSGRUPPE

Diese Künstlerinnen sind zwischen 40 und 49 Jahren alt.

NATIONAL

9,09% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich, die glauben, dass es in zehn Jahren eine Verringerung der Kunstförderung durch die öffentliche Hand geben wird, gehen von einer wirtschaftlichen "Aushöhlung" zeitgenössischer bzw. experimenteller Kunst- bzw. Kulturschaffender durch die Politik aus. Diese Personen bilden 3,33% aller KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich, die an dieser Studie teilgenommen haben.

ALTERSGRUPPE

Die Angaben sind ident mit jenen auf internationaler Ebene.

„ABWANDERUNG VON CULTURAL KNOW HOW“

INTERNATIONAL

6,67% der KünstlerInnen, die glauben, dass es in zehn Jahren eine Verringerung der Kunstförderung aus der öffentlichen Hand geben wird, gehen infolge davon aus, dass eine "Abwanderung von cultural know how" in ein Ausland eintreten wird. Diese Personen sind weiblich und repräsentieren 2,27% aller KünstlerInnen.

ALTERSGRUPPE

Diese Künstlerinnen sind zwischen 40 und 49 Jahren alt.

NATIONAL

Die auf internationaler Ebene gemachten Angaben stammen von KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich und bilden 9,09% letzterer. Diese Personen repräsentieren 3,33% aller KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich, die an dieser Studie teilgenommen haben.

ALTERSGRUPPE

Diese Künstlerinnen sind zwischen 40 und 49 Jahren alt.

ERWARTUNG KEINER VERÄNDERUNGEN DES AUSMASSES AN FÖRDERUNG VON KUNST DURCH DIE ÖFFENTLICHE HAND¹⁶¹

INTERNATIONAL

54,55% der KünstlerInnen sind der Meinung, dass es in zehn Jahren ein Gleichbleiben an Kunstförderung durch die öffentliche Hand geben wird. 62,50% von diesen sind weiblich. 37,50% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

16,67% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt. 75,00% von diesen sind weiblich. 25,00% sind männlich.

20,83% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt. 40,00% von diesen sind weiblich. 60,00% sind männlich.

37,50% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 66,67% von diesen sind weiblich. 33,33% sind männlich.

20,83% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt. 80,00% von diesen sind weiblich. 20,00% sind männlich.

4,17% sind zwischen 60 und 69 Jahren alt. 100,00% von diesen sind männlich.

NATIONAL

50,00% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich sind der Meinung, dass es in zehn Jahren ein Gleichbleiben an Kunstförderung durch die öffentliche Hand geben wird. 66,67% von diesen sind weiblich. 33,33% sind männlich.

ALTERSGRUPPEN

20,00% dieser KünstlerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt. 66,67% von diesen sind weiblich. 33,33% sind männlich.

13,33% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt. 100,00% von diesen sind weiblich.

¹⁶¹ Siehe obige Fußnote

40,00% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 66,67% von diesen sind weiblich. 33,33% sind männlich.

20,00% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt. 66,67% von diesen sind weiblich. 33,33% sind männlich.

6,67% sind zwischen 60 und 69 Jahren alt. 100,00% von diesen sind männlich.

ERWARTETE AUSWIRKUNGEN AUS EINER STASIS IN DER KUNSTFÖRDERUNG DURCH DIE ÖFFENTLICHE HAND

Die Annahme keiner Veränderung in der Situation der Kunstförderung durch die öffentliche Hand ging mit keiner Nennung von spezifischen Auswirkungen einher.

EMPFEHLUNGEN AN DIE KULTURPOLITIK

In der EU-Studie *The Economy of Culture in Europe* finden sich die folgenden Empfehlungen:

*A specific feature of the cultural & creative sectors is that they benefit from public support or are partly run by public authorities. It is a European tradition in that public authorities (at local, national and supra-national level) intervene in the cultural sector, as employers and as financiers.*¹⁶²

*Seeking to justify public intervention in the cultural sector is often regarded as a betrayal. Traditionally it has been believed that the value of investment in culture could not be questioned – it should not be an economic issue because culture is deemed to be a non profitable sector that should be isolated from market mechanisms. On the basis of “art for art’s sake” arguments as well as because culture enlightens people, reflects our past and is constitutive of our identities there is an obligation to support it. [... A]t a time when the public purse is shrinking, it is [nevertheless] wise to look at the reasons for supporting culture – on top of the “art for art’s sake” arguments.*¹⁶³

Damit geht die EU bedingt neue Wege: **nach acht Jahren einer Art von Euphorie, durch den Kreativsektor innovatives Wirtschaftswachstum, vor allem auf der Grundlage von Warenproduktion, zu erzielen, wird von der EU eingeräumt, wie wichtig Förderungen der öffentlichen Hand für die Kultur-, insgesamt für die Kreativproduktion sind, selbst wenn Abstand von einer *L’art pour l’art*-Position genommen und empfohlen wird zu analysieren, in welche Projekte man bei einer Gewinnorientiertheit besser investiert. Dennoch stellt die EU-Empfehlung in der Rückbesinnung auf realistische Verhältnisse einen großen Fortschritt in den Entwicklungen dar. Nationale und städtische Förderebenen ebenso wie mittlere und vor allem große Unternehmen sind gut beraten, diese Ergebnisse in ihrer Kulturpolitik und Corporate Social Responsibility neu miteinzubeziehen und verstärkt wieder Kultur zu fördern anstelle – nach wie vor im Sinne der Erstentwicklungen im Kontext von Creative Industries - Förderungen zu kürzen, nicht aufzugreifen oder einzustellen:**

¹⁶² KEA European Affairs in Kooperation mit Media Group und MKW Wirtschaftsforschung GmbH im Auftrag der Europäischen Kommission, *The Economy of Culture in Europe*, Brüssel 2006, S. 119

¹⁶³ *Ibid.*, S. 121

[... A]s a general rule, SMEs¹⁶⁴ suffer from inadequate access to finance, especially in the sector of early-stage financing. An important gap persists in the availability of micro-lending (loans below €25,000) and loan guarantees for small businesses.

In this respect the European Commission encourages the development of public support policies to bridge the gap and remedy this market failure.¹⁶⁵

Funding for creative industries is a particular problem. While other growth sectors such as technology, telecoms and biotechnology have well established routes for entrepreneurs to gain financial backing, the creative industries have few. Investors are more used to industries with fixed assets. Creative people are seen as being less business-minded and more inclined to resist commercial advice. Banks are also reluctant to provide corporate financial services to the creative industries which are often perceived as too risky. This results in people and small companies with creative ideas finding it hard to gain commercial backing.¹⁶⁶

Financial operators agree on the difficulty of the task of measuring the effective value of untraditional business assets such as copyright, licenses and royalties. Not only are these unpredictable variables but they also present particular complexities with regards to their exact valuation. Accounting standards represent an important tool to gain the investors confidence. Financial information is harmonised at EU level to allow transparency and comparability.¹⁶⁷

Initiatives to collect data at a European level in the creative sector concern essentially the film industry with the setting up of the Audiovisual Observatory in Strasbourg. The European Commission (DG Information Society) also worked on the setting up of a publishing observatory. The EP Ruffolo Report¹⁶⁸ suggested the setting up of a cultural observatory. These initiatives indicate a piecemeal approach but no coherent policy in comprehending the sector in its entirety.

[...T]he Leadership Group on Cultural Statistics (LEG-Culture) was set up by the Eurostat Statistical Programme Committee in March 1997 with the financial support of the European Commission. Its mandate was to build up a system of

¹⁶⁴ Englisch: Small and Medium Enterprises; in der deutschen Sprache: Kleine und Mittlere Unternehmen –KMUs (Übersetzung: AR)

¹⁶⁵ KEA European Affairs in Kooperation mit Media Group und MKW Wirtschaftsforschung GmbH im Auftrag der Europäischen Kommission, The Economy of Culture in Europe, Brüssel 2006, S. 214

¹⁶⁶ Ibid., S. 214

¹⁶⁷ Ibid., S. 215

¹⁶⁸ Report on Cultural Cooperation in the European Union (2000/2323(INI), European Parliament's Committee on Culture, Youth, Education, the Media and Sport, Rapporteur: Giorgio RUFFOLO, 21.07.2001, FINAL A5-0281/2001

*coherent and comparable information that could contribute to a better understanding of the links between culture and socio-economic development at EU level.*¹⁶⁹

- *It is recommended that the EU establish a pan-European economic intelligence, on the basis of the LEG Group's recommendations, to assess and monitor the sector.*

- *The collection of data should enable the following to be measured:*

- o The economic value and growth of the culture and creative sector at national and EU level including SMEs;*

- o Employment in the different sub-sectors composing the cultural & creative sector, including public employment, the selfemployed and freelancers;*

- o The value of trade in cultural products and services including e-commerce;*

- o The contribution of the public sector;*

- o Diversity of cultural offers within the EU countries and in relation to exchanges with third countries;*

- o Investments in intellectual capital, i.e. measuring intangible assets.*

- *To complement Eurostat resources, the data collection process could be assisted by a "European Cultural Network", financed by the EU-Commission and private resources. This network would be composed of employees of public and private bodies such as research institutes, NGOs, trade associations and institutions active in the cultural & creative sector. The network itself would function with a mandate similar to the American for the Arts network. The data collected could be made accessible on the Internet for comments or to post relevant publications.*¹⁷⁰

To complement the tools developed by the European commission to measure the degree of innovation in Europe, it is also suggested to develop a creativity index.

¹⁶⁹ KEA European Affairs in Kooperation mit Media Group und MKW Wirtschaftsforschung GmbH im Auftrag der Europäischen Kommission, *The Economy of Culture in Europe*, Brüssel 2006, S. 208-209

¹⁷⁰ *Ibid.*, S. 209

The EU is already implementing innovation scoreboards to monitor technology and scientific performances¹⁷¹.

Similarly, the World Bank has set up a scoreboard to measure knowledge societies. It includes the following categories of analysis:

- An economic and institutional regime that provides incentives for the efficient use of existing as well as new knowledge and the flourishing of entrepreneurship;*
- An educated and skilled population that can create, share and also use knowledge;*
- A dynamic information infrastructure that can facilitate the effective communication, dissemination and processing of information;¹⁷²*
- Efficient innovation system of firms, research centres, universities, consultants and other organisations that can tap into the growing stock of global knowledge, assimilate it and adapt it for local needs and create new technologies.*

[... The study also] presented the creativity scoreboards used in Finland and Hong Kong. It is proposed that the EU sets up a "Euro-creativity index". This would require identifying a set of factors conducive to creativity, building appropriate indicators in relation to these factors and establishing a system of monitoring creativity performances at national levels.

The EURO CREATIVITY SCOREBOARD would include the following sections:

- Talent Sub-Index [...] to measure the level and characteristics of employment in the cultural & creative sector. Possible indicators could include: % of workforce employed in the cultural and creative sector.*
- Cultural Sub-Index [...] to measure the availability, participation and production of cultural resources. Possible (and non exhaustive) indicators could include:*

o Venues: Number of museums, operas, festivals, cinemas etc.

¹⁷¹ Vgl. u.a.: EU innovation policy scoreboards, http://trendchart.cordis.lu/scoreboards/scoreboard2005/scoreboard_papers.cfm. Aufruf 12.04.2008

¹⁷² Vgl. ibd., Aufruf 12.04.2008

o Artists: Number of composers, musicians, dancers, orchestras, ballets, etc.

o Industry: number of creative companies, production levels, etc.

o Equipment: Number of TV channels per million inhabitants, radio stations, hardware equipment, Internet connections etc.

o Education: Number of arts and audiovisual related education institutions, etc.

o Participation and consumption: Number of people playing an instrument, singing in a choir, reading more than five books a year, cinema attendance, CD albums bought on an annual basis, etc.

• *Technology and Innovation Sub-Index [...] to measure the development of infrastructures and technology penetration, the use of information and communication technologies in cultural institutions and organisations and media activities, the investment in cultural capital. Possible indicators would include:*

o Broadband penetration, broadband speed, etc.

o Investments in intangible assets.

• *Diversity Sub-Index [...] to measure the variety in cultural products on offer. Possible indicators would include:*

o Market shares of non-national European film or music, etc.

o Top 100 hits in music, films, books, etc (including on-line top 100 hits);

o Diversity in total sales (including online sales);

o Diversity of radio programmes, etc.¹⁷³

The [International Accounting Standard Board] IASB recognises that investment in intangible assets has increased significantly but again the dominant opinion values intangible assets from a traditional knowledge economy point of view, giving preference to patents and R&D. Little attention is paid to equally valuable intangibles such as creativity, invention, originality and talent – which constitute the main assets owned by creative industries.

¹⁷³ Ibid., S. 209-211

The maximisation of the use of the financial instruments of the EIB¹⁷⁴, and the EIF¹⁷⁵, in line with the EIB i2010 Initiative, is recommended. Furthermore, European expertise in project evaluation and risk assessment in the cultural & creative sector should be gathered and made accessible to financial operators.

It is further suggested that a “creative industries bank” be established to address the under funding of the sector (as part of the I2010 initiative of the European Investment Bank).¹⁷⁶

In all diesen Zusammenhängen bleibt – spezifisch hinsichtlich der Bedürfnisse von Künstlerinnen und Künstlern – vor allem die Tatsache großen Mangels an Projektförderungen bis zu 25.000,- Euro nochmals hervorzuheben, da gerade diese Kategorie an Förderungssummen vorrangig von den betreffenden Personen und Teams beansprucht und benötigt werden.

Weiters bleibt anzumerken, dass jegliches Anheben von Förderungen auf EU-Ebene auch eine Reform an Förderrichtlinien beinhalten müsste, u.a. eine Korrektur der in allen EU-Förderprogrammen angewandten Richtlinie, dass Co-Finanzierungen, die je nach Förderprogramm meist zwischen 25% und 50% des Produktionsvolumens betragen, bereits bei Vorauswahl eines Förderantrags durch EU-Gremien mit einer schriftlichen Zusage von Co-Financiers belegt werden müssen. Dies ist – jedenfalls in Österreich – einerseits aus dem Grunde nicht möglich, als schriftliche Zusagen nur in den wenigsten Fällen von Kulturschaffenden innerhalb einer üblichen Einreichfrist von rd. drei Monaten erwirkt werden können, da sowohl Subventionsstellen der öffentlichen Hand wie auch Marketingabteilungen von Corporates meist längere Bearbeitungsfristen bis zu einer schriftlichen Zusage benötigen bzw. eher zu Förderung geneigt sind, wenn bereits eine Zusage durch EU-Gremien vorliegt. Der andere wichtige Grund, warum diese Richtlinie nicht eingehalten werden kann, ist, dass z.B. bei zweijährigen Förderprogrammen in keinem Falle, weder von der öffentlichen Hand noch von Marketingabteilungen, Zusagen für zwei Jahre getroffen werden können, da jeweils immer nur für ein Budgetjahr entschieden werden kann und die Ergebnisse des betreffenden Jahres in die Planungen für das bevorstehende Budgetjahr einfließen, welche meist im Herbst eines Kalenderjahres bei Corporates, bei der öffentlichen Hand nicht selten erst im ersten Quartal eines bereits angelaufenen Folgejahres vorgenommen werden.

¹⁷⁴ EIB: Europäische Investitionsbank

¹⁷⁵ EIF: European Investment Fund

¹⁷⁶ KEA European Affairs in Kooperation mit Media Group und MKW Wirtschaftsforschung GmbH im Auftrag der Europäischen Kommission, *The Economy of Culture in Europe*, Brüssel 2006, S. 215

Diese beiden Faktoren stellen nur einen Anriss der Komplikationen dar, die für KünstlerInnen und Künstler oder auch für Initiativen ohne Verfügung über ein für mehrere Kalenderjahre durchfinanziertes Infrastrukturbudget verhindern, überhaupt EU-Förderungen in Anspruch nehmen zu können. Als Empfehlung wird daher die Durchführung einer Analyse der Richtlinien zu Finanzierung, Auszahlung und Abrechnung von EU-geförderten Projekten empfohlen.

Weiters gibt die EU zu Strukturförderungen die folgenden Empfehlungen – wie weit von diesen KünstlerInnen und Künstler profitieren können, die sich – wie die Ergebnisse dieser Studie deutlich zeigen - nicht als Industrie und viel eher als ForscherInnen denn als UnternehmerInnen verstehen, sei hinterfragt, denn auch angesichts der Beleuchtung der Einkommensverhältnisse stellen sich KünstlerInnen eher als sozial Betroffene denn als Wirtschaftsmotoren dar:

It is recommended that EU structural funds support both traditional art and heritage sectors and cultural industries on the following grounds:

- They significantly contribute to employment at local levels;
- They have a significant potential for growth;
- They play a significant role in improving social integration and territorial cohesion;
- Using culture as an economic & social tool can be a winning strategy in urban, industrial as well as agricultural areas.¹⁷⁷

In diesem Zusammenhang bleibt auch zu erwähnen, dass mehr und mehr Themenausschreibungen im Rahmen von Ausstellungs- und Projektplanungen vorkommen, mit denen [kultur-]politische Schwerpunkte im Bewußtsein entweder breiter Bevölkerungsschichten oder eines Fachpublikums verankert werden sollen. Stattdessen ist die Einladung von KünstlerInnen und Kulturschaffenden, die aus sich heraus zum entsprechenden Thema gearbeitet haben und über vorliegende Arbeiten verfügen, die daher nicht für das spezifische (Ausstellungs-)Projekt inhaltlich adaptiert werden müssen, zu empfehlen, denn das Recht und vielleicht die Pflicht des/der KünstlerIn, das eigene Thema zu suchen, zu erarbeiten, zu entwickeln und zu platzieren, wird mehr und mehr negiert – ein Umstand, dessen nähere Beleuchtung den Rahmen dieser Studie sprengt, von dem jedoch festgehalten werden soll, dass er allen zeitgenössischen Analysen aus der

¹⁷⁷ KEA European Affairs in Kooperation mit Media Group und MKW Wirtschaftsforschung GmbH im Auftrag der Europäischen Kommission, *The Economy of Culture in Europe*, Brüssel 2006, S. 216

Kunsttheorie zu Zwecken und Rollen des/der KünstlerIn in einer Gesellschaft zu widersprechen scheint.¹⁷⁸

In der 2006 veröffentlichten EU-Studie *The Economy of Culture in Europe* werden weiters - unter Bezugnahme auf die *UNESCO Konvention für kulturelle Vielfalt* - die folgenden Empfehlungen gegeben, die sich auf Kooperationen mit Drittländern beziehen und in der vorliegenden Arbeit nicht unerwähnt bleiben sollen, da sich auch in ihnen neue Ausrichtungen in den kulturpolitischen Strategien präsentieren:

- *Integrating the cultural dimension into trade, cooperation and association agreements at bilateral & multilateral levels between the EU and third countries outside multilateral trade agreements and mere liberalisation commitments.*
- *Considering applying, in specific cases, preferential treatments for cultural products. For example audiovisual and film coproductions completed in partnerships with a country party to one of the agreements referred to above could be eligible to become a "European audiovisual work" and therefore be eligible to European "quotas" as defined in the European Television Without Frontiers Directive (and in the future Audiovisual Media Services Directive). [...C]o-productions with third countries as well as distribution or licensing agreements should be encouraged to promote cultural diversity within and outside Europe.*
- *Supporting third country artists and professionals' attendance and participation in European trade fairs and festivals. Supporting the establishment of trade organisations representing local industries in developing countries to facilitate selfdetermination, collective bargaining, trade exchanges and licensing agreements.*
- *Supporting European cultural and creative professionals in prospective external markets (completing market research, identifying partners, easing administrative burdens through the setting up of one-stop-shops in third countries on the model of "export bureaux").*¹⁷⁹

¹⁷⁸ Vgl. u.a.: Dieter Henrich, Theorieformen moderner Kunsttheorie, in: Theorien der Kunst, Hg. Dieter Henrich und Wolfgang Iser, Dritte Auflage, Suhrkamp Wissenschaft, Frankfurt am Main 1999, Erste Auflage 1992, S. 11 ff.; Wolfgang Iser, Interpretationsperspektiven moderner Kunsttheorie, ebd., S. 33 ff.; Helmut Kuhn, Die Ontogenese der Kunst, ebd., S. 81 ff.; Nelson Goodman, Kunst und Erkenntnis, ebd., S. 569 ff.

¹⁷⁹ KEA European Affairs in Kooperation mit Media Group und MKW Wirtschaftsforschung GmbH im Auftrag der Europäischen Kommission, *The Economy of Culture in Europe*, Brüssel 2006, S. 217

*The EU has an important role to play in promoting cultural exchanges and the diversity of cultural offer so as to avoid standardisation and homogenisation in taste and cultural offers. Globalisation must work for all cultures.*¹⁸⁰

*Müssen sich Kulturwirtschaft/Creative Industries gegen den Trivialisierungsverdacht der etablierten Kultur erwehren oder sind sie gleichwertige Partner in der künstlerischen bzw. kreativen Produktion? Es ist keineswegs eindeutig auszumachen, wo qualitativ hochwertige Produktionen entstehen. Dies kann der öffentlich finanzierte Kulturbetrieb oder das gemeinnützig getragene Netzwerk sein, es kann eben so die Kulturwirtschaft oder ein anderer wirtschaftlicher Bereich sein. Denn die zukünftigen Orte der Kunst-, Kultur- und Kreativproduktion liegen dort, wo die spannendsten Prozesse der Gesellschaft ablaufen. Und das ist keineswegs allein der Ort des öffentlich geförderten Kulturbetriebs.*¹⁸¹

Eine Position wie diese der Bundesdeutschen Grünen aus dem Jahr 2007 ist infolge der ersten Entwicklungsjahre 2000-2005 der EU-Strategien im Kontext Creative Industries nunmehr häufig auf nationalen und städtischen Ebenen zu finden – bei aller Zustimmung zur Notwendigkeit von Förderungen durch die öffentliche Hand wird heute doch gerne eine gewinn-, eine marktwirtschaftlich orientierte Position auf politischer Ebene vertreten und die Bestrebung, Kulturschaffende unter Forcierung von Unternehmensgründungen bzw. Projektboostern durch Fördermodelle auf der Grundlage von Public Private Partnerships möglichst in den sogenannten freien Markt zu entlassen – man vergleiche z.B. das Wiener Förderprogramm für Creative Industries *departure*, das sich speziell Starterförderungen im Bereich Design und IKT verschrieben hat.

Tendenz ist die Förderung von Hochkultur, die durch Exporte hohe Gewinne erzielen kann oder auch kommerziell verwertbare Kultur – man vergleiche das durchaus erfolgreiche Profil z.B. der *Wien Holding*¹⁸² oder auch das Fernsehformat *Dancing Stars*, entwickelt von BBC Entertainment und lokal adaptiert durch den ORF.

*The "old Europe" has been challenged as a destination to experience art. Clearly, Europe is not making the most out of its artistic heritage and it is losing ground to Asia and the US.*¹⁸³ *Japan in particular has impressive records [. . . The] Japanese situation can be mainly explained by the partial privatisation of*

¹⁸⁰ *Ibd.*, S. 217

¹⁸¹ Deutsche Bundestagsfraktion Bündnis 90/Die Grünen, Kulturwirtschaft und Creative Industries 2007, Aktuelle Trends unter besonderer Berücksichtigung der Mikrounternehmen, <http://www.gruenebundestag.de/cms/publikationen/dokbin/185/185891.pdf>. Aufruf 15.07.2007

¹⁸² Vgl.: <http://www.wienholding.at/>, Aufruf 10.04.2008

¹⁸³ KEA European Affairs in Kooperation mit Media Group und MKW Wirtschaftsforschung GmbH im Auftrag der Europäischen Kommission, *The Economy of Culture in Europe*, Brüssel 2006, S. 152

*museums which took place in 2001 in Japan. This would have triggered the necessity to make more profits and develop an aggressive marketing policy. [...] Japanese exhibitions record very high rates for visitors per day in comparison to those exhibitions organised on the European territory.*¹⁸⁴

*It seems that a middle way can be found between the museums' traditional "offer policy" (with educational and scientific purposes) and the "demand policy" generated by the market. The challenge for museums is to "strike a balance", to reform their structure and operating methods, without "selling their souls".*¹⁸⁵

*Competition in the art market is increasingly global, and Europe's top art fairs are working hard to keep Europe on the map of art collectors and dealers. Art fairs represent an opportunity to keep the activities of the art market and to attract all of these different publics into the European territory.*¹⁸⁶ *Museums are more and more run like enterprises which compete against other museums to attract audiences. Museums have to find new resources (sponsors), develop business plans & strategies, and implement communication & marketing plans. In other words, these institutions are increasingly integrated into market mechanisms. [...] In this context, the success-story of the Bilbao museum illustrates a winning strategy.*¹⁸⁷ *The Basque authorities provided the financing that enabled the Museum to be built and to operate [... The statistics of 2005 show that] public entities [...] accounted for 22% of the museum's revenues. The museum covered up to 78% of its revenues, being one of the leaders among European cultural institutions that is able to self finance itself.*¹⁸⁸ *These revenues derive from:*

- *Earned income (tickets sold, revenues generated by guided visits, shopping in the museum library & gift shops and revenues from the Museum's restaurant & cafeteria);*

- *Sponsorship and customer programs.*¹⁸⁹

*[Also, ...] much attention is paid to the socio-economic benefits of festivals, in particular as a powerful vector of tourism. [...] The economic impact of festivals is acknowledged internationally.*¹⁹⁰

¹⁸⁴ *Ibd.*, S. 154

¹⁸⁵ *Ibd.*, S. 154

¹⁸⁶ *Ibd.*, S. 151

¹⁸⁷ *Ibd.*, S. 154

¹⁸⁸ *Ibd.*, S. 156 unter Zitieren von: Bilanz 2005 Guggenheim Bilbao und <http://www.guggenheimbilbao.es/caste/historia/historia.htm>

¹⁸⁹ *Ibd.*, S. 156

¹⁹⁰ *Ibd.*, S. 160

The performing arts are often cited as having important economic spin-offs, in particular through the expected benefits of the democratisation of cultural practices and local employment potential.¹⁹¹ [...] Less conventional is film and music tourism.

Cultural industries participate in the development of cultural tourism too. People's choices of places to visit are often influenced by the films they've seen or music that they've listened to.

More and more people, especially the young, are interested in visiting sets and places which have played host to successful TV and film productions.

Similarly, in relation to music, Beatles' fans would not want to miss a visit to Liverpool, a city which is trying to make the most of its most famous sons to develop a new image and dust off its industrial past.

The same is true in the USA for cities like New Orleans (Jazz) or Nashville (country music). Salzburg, Vienna, Bayreuth owe much to Mozart, Beethoven and Richard Wagner.¹⁹²

Die ausgewiesenen Erfolge im Tourismus, Entertainment und in der Hochkultur seien VeranstalterInnen unbenommen, doch kann nicht davon ausgegangen werden, dass sich eine lebendige Kulturproduktion und vor allem ihre Weiterentwicklung ausschließlich auf klassische, oft Jahrhunderte alte Kunstwerke stützen kann.

In the [...] OECD report on culture and local development, the author Prof. Xavier Greffe highlights that social-economic impacts expected from developing cultural tourism are not self-fulfilling and that a certain number of criteria are important:

- *The permanence of cultural activities;*
- *The degree of participation by local people in addition to tourists;*
- *The territory's capacity to produce all the goods and services demanded on this occasion - in other words the local context is paramount;*
- *Interdependence of these activities to foster "clustering" effects.*

It can be added that the ability to promote and market organised activities is also an important element of success.¹⁹³

¹⁹¹ *Ibd.*, S. 163

¹⁹² *Ibd.*, S. 163

***Künstlerisches Experiment und Freiraum sind Motor jeder Gesellschaft*¹⁹⁴, eine Gesellschaft kann sich ohne zeitgenössisches Experiment nicht weiterentwickeln – sie würde ersticken. Daher darf ein adäquater Fokus auf die Aktivitäten und Partizipationsmöglichkeiten zeitgenössisch-experimentell tätiger Kunst- und Kulturschaffender sowie auf die Fördernotwendigkeit von so genannter Subkultur bzw. der Arbeit eines – wie es Ricarda Denzer formuliert hat – *Mittelstandes an KünstlerInnen* nicht verloren gehen:**

[...] *Ein wirklich großer Teil [in der Kunst] kann [... sehr gut] verdienen, und das liegt daran, dass das Kunstverständnis, das allgemein herrscht, wirklich noch 200 Jahre alt ist. [...] Es ist tatsächlich 19. Jahrhundert. [...] Es gibt [... in Masse] Geld von der Privatwirtschaft für Kunst, aber das ist alles sammel- und stapelbar. [...S]chauen wir doch einmal weltweit [...] - auf die Messen.*¹⁹⁵

[...D]er Mittelstand bricht da genauso weg wie gesamtgesellschaftlich. [... Es] ist ein ganz kleiner Teil [der KünstlerInnen], d[er] davon leben k[ann].¹⁹⁶

Eine zeitgemäße Adaptierung politischer Positionen an die neuesten Erkenntnisse zur massiven Unterförderung kultureller Produktion in Europa soll in dieser Studie als Empfehlung wiederholt werden – eine Empfehlung, für welche nicht zuletzt auch deutlich die Umfrageergebnisse zu den Einkommensverhältnissen von KünstlerInnen aus Kunst im Trend? Artists' Voices. sprechen.

Trotz deutlicher Aufrechterhaltung positivistischer Aussichten auf wirtschaftliches Wachstum durch Strategien im Kontext Creative Industries fällt auf, dass die Studie *The Economy of Culture in Europe* letztlich doch zu Schlussfolgerungen gelangt, die bekennen, dass die Praxis andere Entwicklungen nahe legt als in den EU-Planungen ursprünglich entworfen waren:

While culture is an integral part of the decision making process, the reality shows that the role of culture remains limited in practice. Culture tends to be viewed from the perspective of competition or trade law rather than in the perspective of cultural diversity and other related public interest objectives. As a result culture is taken into account by means of exception and exemptions – that is in a

¹⁹³ Ibid., S. 165, unter Bezugnahme auf: Xavier Greffe, Antonella Noya und Sylvie Pflieger im Auftrag der OECD im Rahmen des LEED Programms, Culture and local development, Paris 2005

¹⁹⁴ Unbenannte/r AutorIn, Linz Kultur, Freie Szene, in: <http://www.linz.at/kultur/2112.asp>, Aufruf 10.04.2008

¹⁹⁵ Martina Reuter, Depot, anlässlich eines KünstlerInnengesprächs von Ricarda Denzer und PRINZGAU/podgorschek mit Alexandra Reill im Rahmen des Projekts Kunst im Trend? Artists' Voices., Depot, Wien, 07.02.2008

¹⁹⁶ Ricarda Denzer im Rahmen des KünstlerInnengesprächs mit PRINZGAU/podgorschek und Alexandra Reill im Rahmen des Projekts Kunst im Trend? Artists' Voices., Depot, Wien, 07.02.2008

negative way – in relation to the aims of the EC Treaty which are essentially market driven. Article 151.4¹⁹⁷ is not comprehensively implemented.

Furthermore, the human resources of the European Commission dealing with the creative sector are essentially focused on audiovisual (in particular cinema) and the media (press and publishing) within DG Information Society and the management of a cultural programme (DG Education & Culture).

Whereas the ICT industries are able to interact with the European Commission – essentially through DG Information Society and DG Enterprise – the cultural and creative industries are not in a position to engage with the EC services to the same extent (with the notable exception of the cinema sector through the MEDIA programme).¹⁹⁸

“Ich kaufe, also bin ich” – “I shop therefore I am”¹⁹⁹. Dass wir mit den Waren, die wir konsumieren, unseren Lifestyle, unser Ich, unseren emotionalen Stil konstituieren, ist eine Erkenntnis [...]. Was ist denn noch ‚ich‘ in uns, wenn der Kapitalismus unerbittlich in die engsten Nischen unseres privaten, zwischenmenschlichen und emotionalen Lebens eindringt? Wer will schon die Summe der von ihm konsumierten ‚Identity Goods‘ sein? Andererseits: Selbst wenn ich mein Ich erst über Konsum konstituiere, habe ich in der Realität doch meist relativ klare Vorstellungen darüber, wer ‚ich‘ in etwa sein will (auch wenn es trügerische Vorstellungen sind, deren Urheber nicht ausschließlich ich bin), und die Waren hindern mich in der Regel nicht etwa daran, sondern helfen mir dabei.²⁰⁰ [...]

Jean Baudrillard [untersucht] in seinen frühen Schriften der 60er und 70er Jahre [...] die symbolische Funktion von Gebrauchsgegenständen, die reine Zeichen seien. Ein englischer Ledersessel, ein Ascher aus Jade, ein orientalischer Gebetsteppich existieren nicht als Gegenstände des Gebrauchs, sondern sie werden zuvörderst in ihrer ideellen Dimension als Zeichen konsumiert. [...] Der Konsum, so schloss Baudrillard damals, ist eine absolut idealistische Praxis.²⁰¹

¹⁹⁷ Europäische Kommission, Terms of Reference, Tender n° DG EAC 02/04, Study on the economic and cultural impact, notably on co-productions, of territorialisation clauses of state aids schemes for films and audiovisual productions, Annex 1, <http://ec.europa.eu/avpolicy/docs/library/studies/eac/EAC-02-04-annex1.pdf>, Aufruf: 05.11.2007: According to Article 151.1 of the EC Treaty, “the Community shall contribute to the flowering of the cultures of the Member States, while respecting their national and regional diversity”. In addition, Article 151.4 enshrines the principle that the Community shall take cultural aspects into account in its action under other provisions of the Treaty, in particular in order to respect and to promote the diversity of its cultures. Cinematographic productions are an essential component of our culture, which are covered by Article 151.

¹⁹⁸ KEA European Affairs in Kooperation mit Media Group und MKW Wirtschaftsforschung GmbH im Auftrag der Europäischen Kommission, The Economy of Culture in Europe, Brüssel 2006, S. 218

¹⁹⁹ Barbara Kruger, New York 1987

²⁰⁰ Robert Misik, Das Kult-Buch. Glanz und Elend der Kommerzkultur., Berlin 2007, S. 46-48

²⁰¹ <http://de.wikipedia.org/wiki/Baudrillard>, Aufruf 12.11.2007, zitiert in: Wolf Günther Thiel, Sabine Aichhorn. Zwischen Film, Objekt und Fotografie., in: ST/A/R, Nr. 15/2007, S. 27

Worauf kommt es in der Kulturwirtschaft/Creative Industries als Branchenkomplex an? Sind es die Mikrounternehmen und freiberuflichen Büros, die als „Humuswirtschaft“ die Kreativität erzeugen und garantieren? Bilden die KMUs das Rückgrat der Kultur – und Kreativbranchen? Oder ist es am Ende die neue Orientierung an den Majors und Medienkonzernen, die zählt? Damit verbunden ist die Frage, welche „Kapitalsorten“ in der Kulturwirtschaft, in den Creative Industries ausschlaggebend sind? Wer braucht wie viel „symbolisches“, wie viel „soziales“ und wie viel „ökonomisches“ Kapital (Bourdieu)?²⁰²

[... Es] lässt sich die These riskieren, dass die Demokratie [...] in vielen [...] westlichen Demokratien jenen merkwürdigen Zustand erreicht hat, den schon der französische Aristokrat Alexis de Tocqueville mit der Ruhe einer Gesellschaft in Verbindung gebracht hat, die nicht etwa herrscht, „weil sie sich ihrer Kraft und ihres Wohlstands bewusst ist, sondern weil sie sich im Gegenteil für kraftlos und hilflos hält“. Diese große Ernüchterung [...] ließe sich in die Kant'sche Frage fassen: Was war es, das wir im Hinblick auf Demokratie erhofft, erwartet und geglaubt hatten?²⁰³

²⁰² Deutsche Bundestagsfraktion Bündnis 90/Die Grünen, Kulturwirtschaft und Creative Industries 2007, Aktuelle Trends unter besonderer Berücksichtigung der Mikrounternehmen, <http://www.gruenebundestag.de/cms/publikationen/dokbin/185/185891.pdf>. Aufruf 15.07.2007

²⁰³ Wolfgang Müller-Funk, Auf dem Weg in die lethargische Demokratie, in: Der Standard, 27./28.10.2007, S. 32

ANHANG

GESAMTANZAHL DER TEILNEHMERINNEN²⁰⁴

INTERNATIONAL

44 KünstlerInnen (100,00%) haben insgesamt mit auswertbaren Angaben an der Umfrage teilgenommen, 63,64% der TeilnehmerInnen sind weiblich, 36,36% sind männlich.

NATIONAL

Aus den 44 KünstlerInnen haben 30 ihren Hauptwohnsitz in Österreich, dies sind 68,18% der TeilnehmerInnen. 63,33% dieser Personen sind weiblich, 36,67% männlich.

Von den TeilnehmerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich haben²⁰⁵ 93,33% ihren Hauptwohnsitz in Wien und je 3,33% in Salzburg bzw. in Vorarlberg.

TEILNEHMERINNENSTATISTIK

NACH NATIONALER ZUGEHÖRIGKEIT

STICHPROBEN AUS ANDEREN NATIONEN ALS ÖSTERREICH

31,82% aller TeilnehmerInnen haben ihren Hauptwohnsitz in Europa in anderen Nationen als in Österreich, in Asien und in den USA. Diese gelten als Stichproben aus dem internationalen Ausland. 57,14% von diesen sind weiblich, 42,68% sind männlich.

Je 7,14% aus den Stichproben im Ausland sind weibliche TeilnehmerInnen aus Frankreich, Griechenland, Kroatien, der Schweiz, aus dem UK und männliche Teilnehmer aus Italien, Spanien, Thailand und den USA.

14,29% aus den Stichproben im Ausland sind weibliche Teilnehmerinnen aus Deutschland.

²⁰⁴ Die Teilnehmerschaft auf internationaler bzw. österreichischer Ebene wurde nach dem Hauptwohnsitz definiert.

²⁰⁵ In allen Fällen, in denen in diesem Dokument die Gegenwart angewendet wird, beziehen sich die Angaben auf das Kalenderjahr 2007.

21,43% aus den Stichproben im Ausland sind TeilnehmerInnen aus der Türkei, von diesen sind 66,67% männlich und 33,33% weiblich.

NATIONAL

68,18% der TeilnehmerInnen haben ihren Hauptwohnsitz in Österreich. 63,33% dieser Personen sind weiblich, 36,67% männlich.

ANGABEN ZUM GEFÜHL DER KULTURELLEN ZUGEHÖRIGKEIT

Parallel zur Frage nach dem Hauptwohnsitz wurden die TeilnehmerInnen danach befragt, welcher kulturellen Herkunft sie sich, ausgehend von einem Gefühl der Zugehörigkeit, am ehesten zuzählen würden.²⁰⁶ Die Frage zeitigte die folgenden Ergebnisse:

ANGABE DER NATION, IN DER EINE/E KÜNSTLERIN SEINEN/IHREN HAUPTWOHNSITZ HAT

INTERNATIONAL

25,00% der TeilnehmerInnen gaben die Nation, in der sie ihren Hauptwohnsitz haben, als jenen Kulturraum an, dem sie sich am ehesten zugehörig fühlen. 54,55% von diesen sind weiblich, 45,45% sind männlich.

NATIONAL

23,33% der TeilnehmerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich gaben Österreich als jenen Kulturraum an, dem sie sich zugehörig fühlen. 57,14% von diesen sind weiblich, 42,86% sind männlich.

²⁰⁶ Die Türkei wurde in dieser Studie Europa hinzugerechnet, da sich die große Mehrzahl an TeilnehmerInnen an dieser Studie mit Hauptwohnsitz in der Türkei – von diesen leben alle hauptsächlich in Istanbul – für eine EU-Mitgliedschaft aussprechen.

ANGABE EINES ZUGEHÖRIGKEITSGEFÜHLS ZU ANDEREN KULTURRÄUMEN ALS DEN NATIONEN, IN DENEN KÜNSTLER:INNEN IHREN HAUPTWOHNSITZ HABEN

ANGABE VON ASIEN ALS KULTURRAUM

INTERNATIONAL

4,55% der Teilnehmer:Innen gaben Asien als Gefühl der Kulturzugehörigkeit an, 50,00% dieser Personen leben in Deutschland und sind weiblich, 50,00% sind männlich und rechnen sich selbst keinen Hauptwohnsitz aufgrund kontinuierlicher Auslandsaufenthalte und Artist in Residencies zu. Letztere stammen ihrem Geburtsort nach aus Thailand.

NATIONAL

Keine/r der Teilnehmer:Innen mit Hauptwohnsitz in Österreich gaben Asien als Gefühl der Kulturzugehörigkeit an.

ANGABE VON EUROPA ALS KULTURRAUM

INTERNATIONAL

31,82% der Teilnehmer:Innen mit Hauptwohnsitz in verschiedenen europäischen Nationen gaben "europäisch" oder Europa als Gefühl der Kulturzugehörigkeit an, 64,29% von diesen sind weiblich, 35,71% männlich.

57,14% der Teilnehmer:Innen, die "europäisch" oder Europa als Gefühl der Kulturzugehörigkeit angaben, spezifizierten dabei "Mittel-" oder "Nordeuropa" bzw. verwendeten als zusätzliches Attribut "abendländisch" bzw. einen mitteleuropäischen Hauptwohnsitz zur näheren Beschreibung von "europäisch". 87,50% dieser Personen sind weiblich, 12,50% männlich.

NATIONAL

36,67% der Teilnehmer:Innen mit Hauptwohnsitz in Österreich gaben "europäisch" oder "Europa" als Gefühl der Kulturzugehörigkeit an, 63,64% von diesen sind weiblich, 36,36% männlich.

72,73% der Teilnehmer:Innen mit Hauptwohnsitz in Österreich, die "europäisch" oder "Europa" als Gefühl der Kulturzugehörigkeit angaben, spezifizierten dabei "Mittel-" oder "Nordeuropa" bzw. verwendeten als

Seite

Studie *Kunst im Trend? Artists' Voices*.

Auswertung der Ergebnisse einer auf internationaler Ebene durchgeführten Befragung von Künstler:Innen und Analyse aktueller kulturpolitischer Entwicklungen im Kontext Creative Industries auf EU- und österreichischer Ebene.

kanonmedia, Alexandra Reill, Wien 200/2008

zusätzliches Attribut "abendländisch" bzw. einen mitteleuropäischen Hauptwohnsitz zur näheren Beschreibung von "europäisch". 87,50% dieser Personen sind weiblich, 12,50% sind männlich.

Man bemerke den deutlichen Unterschied in den Prozentsätzen an KünstlerInnen, die nähere Spezifikationen zu dem Terminus Europa vornahmen - auf nationaler Ebene (72,73%) und auf internationaler Ebene (57,14%).

ANGABE VON „WEISS“/„KAUKASISCH“ ODER „WEISS-KAUKASISCH“ ALS KULTURELLES ZUGEHÖRIGKEITSGEFÜHL

INTERNATIONAL

9,09% der TeilnehmerInnen mit Hauptwohnsitz in verschiedenen Nationen gaben "weiß" oder "weiß-kaukasisch" oder "kaukasisch" als Gefühl der Kulturzugehörigkeit an, 50,00% von diesen sind weiblich, 50,00% sind männlich.

NATIONAL

3,33% der TeilnehmerInnen, die ihren Hauptwohnsitz in Österreich haben, gaben "weiß" oder "weiß-kaukasisch" oder "kaukasisch" als Gefühl der Kulturzugehörigkeit an. 100,00% von diesen sind männlich.

Auch hier ist ein spürbarer Unterschied in den Prozentsätzen auf internationaler Ebene (9,09%) und nationaler Ebene (3,33%) zu vermerken.

ANGABE VON SPANIEN ALS KULTURRAUM

INTERNATIONAL

2,27% der TeilnehmerInnen gaben als eine zu der Nation, in der sie ihren Hauptwohnsitz haben, divergierende Angabe Spanien als kulturellen Raum an, dem sie sich am ehesten zugehörig fühlen. 100,00% von diesen sind weiblich.

NATIONAL

3,33% der TeilnehmerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich gaben Spanien als Gefühl der Kulturzugehörigkeit an und sind weiblich.

ANGABE VON RUSSLAND ALS KULTURRAUM

INTERNATIONAL

2,27% der TeilnehmerInnen gaben als eine zu der Nation, in der sie ihren Hauptwohnsitz haben, divergierende Angabe Russland als Gefühl der Kulturzugehörigkeit an, 100,00% von diesen sind weiblich.

NATIONAL

3,33% der TeilnehmerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich gaben Russland als Raum ihrer Kulturzugehörigkeit an, 100,00% von diesen sind weiblich.

ANGABE VON NEW YORK CITY ALS KULTURRAUM

INTERNATIONAL

2,27% der TeilnehmerInnen gaben als eine zu der Nation, in der sie ihren Hauptwohnsitz haben, divergierende Angabe New York City als Gefühl der Kulturzugehörigkeit an, 100,00% von diesen sind weiblich.

NATIONAL

Dies sind 3,33% der TeilnehmerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich. 100,00% von diesen sind weiblich.

ANGABE VON „TSCHECHISCH/ÖSTERREICHISCH“ ALS KULTURRAUM

INTERNATIONAL

2,27% der TeilnehmerInnen gaben als eine zu der Nation, in der sie ihren Hauptwohnsitz haben, divergierende Angabe "tschechisch/österreichisch" als Gefühl der Kulturzugehörigkeit an, 100,00% von diesen sind weiblich.

NATIONAL

Diese Personen bilden 3,33% der TeilnehmerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich.

ANGABE VON „IRAN/ÖSTERREICH“ ALS KULTURRAUM

INTERNATIONAL

2,27% der TeilnehmerInnen gaben als eine zu der Nation, in der sie ihren Hauptwohnsitz haben, divergierende Angabe "Iran/Österreich" als Gefühl der Kulturzugehörigkeit an, 100,00% von diesen sind weiblich.

NATIONAL

Diese sind 3,33% der TeilnehmerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich.

ANGABE DER ZUGEHÖRIGKEIT ZUR KULTUR DER ROMNIA UND ROMA

INTERNATIONAL

2,27% der TeilnehmerInnen gaben als eine zu der Nation, in der sie ihren Hauptwohnsitz haben, divergierende Angabe die Kultur der Romnia und Roma als jenen Kulturraum an, dem sie sich zugehörig fühlen, 100,00% von diesen sind männlich.

NATIONAL

Dies entspricht 3,33% der TeilnehmerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich.

ANGABE VON KOSMOPOLITENTUM BZW. NOMADENTUM ALS ZUGEHÖRIGKEITSGEFÜHL ZU EINER KULTUR

INTERNATIONAL

9,09% der TeilnehmerInnen an dieser Studie gaben auf die Frage nach ihrem kulturellen Zugehörigkeitsgefühl ein Kosmopoliten- bzw. ein Nomadentum an. 25,00% von diesen sind weiblich, 75,00% männlich.

NATIONAL

10,00% der TeilnehmerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich gaben auf die Frage nach ihrem kulturellen Zugehörigkeitsgefühl ein Kosmopoliten- bzw. ein Nomadentum an. 33,33% von diesen sind weiblich, 66,67% männlich.

ANGABE ARBEITERMILIEU ALS ZUGEHÖRIGKEITSGEFÜHL ZU EINER KULTUR

INTERNATIONAL

2,27% der TeilnehmerInnen an dieser Studie antworteten auf die Frage nach einem kulturellen Zugehörigkeitsgefühl nicht mit einer geografischen Angabe und fühlten sich einem Arbeitermilieu zugehörig. 100,00% von diesen sind männlich.

NATIONAL

Diese Angaben entsprechen auf nationaler Ebene 3,33% der TeilnehmerInnen.

Seite

Studie *Kunst im Trend? Artists' Voices*.

Auswertung der Ergebnisse einer auf internationalen Ebene durchgeführten Befragung von KünstlerInnen und Analyse aktueller kulturpolitischer Entwicklungen im Kontext Creative Industries auf EU- und österreichischer Ebene.

kanonmedia, Alexandra Reill, Wien 200/2008

ANGABE BOURGOISIE ALS ZUGEHÖRIGKEITSGEFÜHL ZU EINER KULTUR

INTERNATIONAL

4,55% der TeilnehmerInnen antworteten auf die Frage nach einem kulturellen Zugehörigkeitsgefühl nicht mit einer geografischen Angabe und fühlten sich einer Bourgeoisie zugehörig. 100,00% von diesen sind weiblich.

NATIONAL

Diese Personen bilden 6,67% der TeilnehmerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich.

ALTER

INTERNATIONAL

20,45% der TeilnehmerInnen sind zwischen 20 und 29 Jahren alt. 55,56% von diesen sind weiblich, 44,44% männlich.

29,55% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt. 53,85% von diesen sind weiblich, 46,15% männlich.

29,55% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 69,23% von diesen sind weiblich, 30,77% männlich.

13,64% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt. 83,33% von diesen sind weiblich, 16,67% männlich.

6,82% sind zwischen 60 und 69 Jahren alt und männlich.

NATIONAL

26,67% der TeilnehmerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich sind zwischen 20 und 29 Jahren alt. 50,00% von diesen sind weiblich, 50,00% männlich.

16,67% sind zwischen 30 und 39 Jahren alt. 80,00% von diesen sind weiblich, 20,00% männlich.

33,33% sind zwischen 40 und 49 Jahren alt. 70,00% von diesen

sind weiblich, 30,00% männlich.

13,33% sind zwischen 50 und 59 Jahren alt. 60,00% von diesen sind weiblich, 40,00% männlich.

10,00% sind zwischen 60 und 69 Jahren alt und männlich.

KÜNSTLERISCHE TÄTIGKEITSFELDER

Die TeilnehmerInnen kommen aus den folgenden künstlerischen Segmenten, wobei die große Mehrheit der TeilnehmerInnen mehr als ein Genre als künstlerisches Aktivitätsfeld angegeben hat. Dies soll infolge aufgeschlüsselt werden:

FILM/VIDEO/VIDEOKUNST

Unter den Begriffen Film und Video wurden hier Kunstschaffende im experimentell-bildnerischen Sektor eingereiht, im Unterschied zu Filmschaffenden, die für den Spielfilm oder den Dokumentarfilm tätig sind, ausgerichtet auf Kino- und/oder TV-Vertrieb.

INTERNATIONAL

29,55% der TeilnehmerInnen haben Film und/oder Video und/oder Videokunst als einziges oder eines ihrer künstlerischen Tätigkeitsfelder definiert. 69,23% von diesen sind weiblich, 30,77% männlich.

NATIONAL

Auf nationaler Ebene haben 30,00% der TeilnehmerInnen diese Angaben gemacht. 66,67% von diesen sind weiblich, 33,33% männlich.

MALEREI/ZEICHNUNG/DIGITALE BILDKUNST

INTERNATIONAL

25,00% der TeilnehmerInnen sind in der Malerei, Zeichnung und/oder digitalen Bildkunst tätig. 54,55% von diesen sind weiblich, 45,45% männlich.

NATIONAL

33,33% der TeilnehmerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich sind in der Malerei und in der Zeichnung tätig. 50,00% von diesen sind weiblich, 50,00% männlich.

MEDIENKUNST/

NEUE MEDIEN/MULTIMEDIA/

INTERAKTIVE ANWENDUNGEN

INTERNATIONAL

22,73% der TeilnehmerInnen haben Medienkunst oder Neue Medien und/oder Multimedia und/oder interaktive Anwendungen als einziges oder eines ihrer künstlerischen Tätigkeitsfelder definiert. 60,00% von diesen sind weiblich, 40,00% männlich.

NATIONAL

In Österreich sind dies 13,33% der TeilnehmerInnen dieser Studie. 50,00% von diesen sind weiblich, 50,00% männlich.

KONZEPTKUNST/

PROCESS ART/

LOCATIVE MEDIA/

COMMUNICATION ART

INTERNATIONAL

22,73% der TeilnehmerInnen haben Konzeptkunst und/oder process art und/oder locative media und/oder locative narrative und/oder communication art und/oder Aufmerksamkeitskunst bzw. Schutzkunst bzw. Beobachtungskunst als eines ihrer künstlerischen Tätigkeitsfelder definiert. 50,00% von diesen sind weiblich, 50,00% männlich.

NATIONAL

In Österreich sind dies 23,33% der TeilnehmerInnen. 71,43% von diesen sind weiblich, 28,57% männlich.

KOMPOSITION/PRODUKTION VON MUSIK/ /AUFFÜHRUNG VON MUSIK/SOUND/SOUND ART

Die Mehrzahl der KünstlerInnen, die Komposition bzw. Produktion bzw. Aufführung von Musik bzw. Sound bzw. Sound Art angegeben haben, haben entweder mehrere dieser Angaben gemacht oder nicht näher spezifiziert, wie der Terminus Produktion von Musik genau zu definieren ist oder welche Tätigkeiten unter der Produktion von Sound oder Sound Art enthalten sind.

Aus diesem Grunde wurden all jene KünstlerInnen, die im Bereich der künstlerischen Tonentwicklung und -aufführung tätig sind, statistisch gemeinsam ausgewertet.

INTERNATIONAL

20,45% der TeilnehmerInnen haben die Produktion und/oder Aufführung von Musik und/oder Sound und/oder Sound Art und/oder musikalische Komposition als eines ihrer künstlerischen Tätigkeitsfelder definiert. 55,56% von diesen sind weiblich, 44,44% männlich.

NATIONAL

20,00% der TeilnehmerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich haben entsprechende Angaben gemacht. 57,14% von diesen sind weiblich, 42,86% männlich.

FOTOGRAFIE

INTERNATIONAL

18,18% der TeilnehmerInnen haben Fotografie als eines ihrer künstlerischen Tätigkeitsfelder definiert. 50,00% von diesen sind weiblich, 50,00% männlich.

NATIONAL

20,00% der TeilnehmerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich haben Fotografie als eines ihrer künstlerischen Tätigkeitsfelder definiert. 50,00% von diesen sind weiblich, 50,00% männlich.

PERFORMANCE

INTERNATIONAL

15,91% der TeilnehmerInnen haben Performance als einziges oder als eines ihrer künstlerischen Tätigkeitsfelder definiert. 71,43% von diesen sind weiblich, 28,57% männlich.

NATIONAL

16,67% der TeilnehmerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich haben Performance als einziges oder als eines ihrer künstlerischen Tätigkeitsfelder definiert. 80,00% von diesen sind weiblich, 20,00% männlich.

AUTORENSCHAFT VON TEXTEN/LITERATUR/TEXT ART/ DRAMATURGIE

Entsprechend der Situation bei Tonkunst wurden die nicht näher spezifizierbaren Angabenebenfalls gemeinsam ausgewertet.

INTERNATIONAL

15,91% der TeilnehmerInnen haben eine Autorenschaft und/oder Texten und/oder Dramaturgie und/oder Text Art und/oder Literatur als eines ihrer künstlerischen Tätigkeitsfelder definiert. 71,43% von diesen sind weiblich, 28,57% männlich.

NATIONAL

16,67% der TeilnehmerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich haben entsprechende Angaben gemacht. 83,33% von diesen sind weiblich, 16,67% männlich.

THEATERREGIE

INTERNATIONAL

11,36% der TeilnehmerInnen haben Theaterregie als einziges oder eines ihrer künstlerischen Tätigkeitsfelder definiert. 60,00% von diesen sind weiblich, 40,00% sind männlich.

NATIONAL

Alle auf der internationalen Ebene bezeichneten Personen haben ihren Hauptwohnsitz in Österreich und bilden daher 16,67% der TeilnehmerInnen auf nationaler Ebene.

SCHAUSPIEL

INTERNATIONAL

11,36% der TeilnehmerInnen haben Schauspiel als einziges oder eines ihrer künstlerischen Tätigkeitsfelder definiert. 40,00% von diesen sind weiblich, 60,00% männlich.

NATIONAL

10,00% der TeilnehmerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich haben entsprechende Angaben gemacht. 33,33% von diesen sind weiblich, 66,67% männlich.

GESANG/STIMMLICHE INTERPRETATION

INTERNATIONAL

9,09% der TeilnehmerInnen haben Gesang/stimmliche Interpretation als eines ihrer künstlerischen Tätigkeitsfelder definiert. 75,00% von diesen sind weiblich, 25,00% männlich.

NATIONAL

6,67% der TeilnehmerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich haben Gesang/stimmliche Interpretation als eines ihrer künstlerischen Tätigkeitsfelder definiert. 66,67% von diesen sind weiblich, 33,33% männlich.

INSTALLATION

INTERNATIONAL

9,09% der TeilnehmerInnen haben Installation als einziges oder als eines ihrer künstlerischen Tätigkeitsfelder definiert. 50,00% von diesen sind weiblich, 50,00% männlich.

NATIONAL

10,00% der TeilnehmerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich haben Installation als einziges oder als eines ihrer künstlerischen Tätigkeitsfelder definiert. 66,67% von diesen sind weiblich, 33,33% männlich.

GRAFIK/ILLUSTRATION

INTERNATIONAL

9,09% der TeilnehmerInnen haben Grafik oder Illustration als eines ihrer künstlerischen Tätigkeitsfelder definiert. 50,00% von diesen sind weiblich, 50,00% männlich.

NATIONAL

10,00% der TeilnehmerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich haben Grafik oder Illustration als eines ihrer künstlerischen Tätigkeitsfelder definiert. 50,00% von diesen sind weiblich, 50,00% männlich.

BILDHAUEREI/OBJEKTKUNST

INTERNATIONAL

6,82% der TeilnehmerInnen haben Bildhauerei oder Objektkunst als einziges oder als eines ihrer künstlerischen Tätigkeitsfelder definiert. 100,00% von diesen sind weiblich.

NATIONAL

Diese Personen repräsentieren 10,00% der TeilnehmerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich.

PRODUKTION/PRODUKTIONSLEITUNG/ HERAUSGABE VON PRINTPRODUKTEN

Die Tätigkeit des/der HerausgeberIn eines Produkts wurde gemeinsam mit der Produktion von Projekten bzw. der Funktion der Produktionsleitung ausgewertet, da all diesen Tätigkeit als wesentliches Profil strukturellorganisatorische Kompetenzen zugrunde liegen.

Seite

Studie *Kunst im Trend? Artists' Voices*.

Auswertung der Ergebnisse einer auf internationalen Ebene durchgeführten Befragung von KünstlerInnen und Analyse aktueller kulturpolitischer Entwicklungen im Kontext Creative Industries auf EU- und österreichischer Ebene.

kanonmedia, Alexandra Reill, Wien 200/2008

Diese Annahme wird als zulässig angenommen, da im Unterschied zur HerausgeberInnenrolle nicht die Tätigkeit des/der RedakteurIn angegeben wurde.

INTERNATIONAL

6,82% der TeilnehmerInnen haben als eine ihrer künstlerischen Funktionen die Produktion und/oder Produktionsleitung oder die Herausgabe eines künstlerischen Printprodukts im Rahmen ihrer künstlerischen Aktivitäten angeführt. 100,00% von diesen sind männlich.

NATIONAL

6,67% der TeilnehmerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich haben als eine ihrer künstlerischen Funktionen die Produktion bzw. auch Produktionsleitung oder die Herausgeberschaft eines künstlerischen Printprodukts im Rahmen ihrer künstlerischen Aktivitäten angeführt. 100,00% von diesen sind männlich.

PUBLIC ART

INTERNATIONAL

4,55% der TeilnehmerInnen haben Public Art als einziges bzw. eines ihrer künstlerischen Tätigkeitsfelder definiert. 100,00% von diesen sind männlich.

NATIONAL

3,33% der TeilnehmerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich haben Public Art als ein künstlerisches Feld aus ihren Aktivitäten definiert. 100,00% von diesen sind männlich.

TANZ

INTERNATIONAL

4,55% der TeilnehmerInnen haben Tanz als einziges oder eines ihrer künstlerischen Tätigkeitsfelder definiert. 100,00% von diesen sind weiblich.

NATIONAL

Diese Personen bilden 6,67% der TeilnehmerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich.

AKTIVISMUS

INTERNATIONAL

4,55% der TeilnehmerInnen haben Aktivismus als künstlerisches Tätigkeitsfeld definiert. 50,00% von diesen sind weiblich, 50,00% männlich.

NATIONAL

Diese Personen bilden 6,67% der TeilnehmerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich.

KUNSTVERMITTLUNG

INTERNATIONAL

4,55% der TeilnehmerInnen haben einen künstlerischen Anspruch an Formen der Kunstvermittlung erhoben und solche Kunstvermittlung als eines ihrer künstlerischen Tätigkeitsfelder definiert. 50,00% von diesen sind weiblich, 50,00% männlich.

NATIONAL

Diese Personen bilden 6,67% der TeilnehmerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich.

LICHTKUNST

INTERNATIONAL

2,27% der TeilnehmerInnen haben Lichtkunst als eines ihrer künstlerischen Tätigkeitsfelder definiert. 100,00% von diesen sind männlich.

NATIONAL

Diese bilden 3,33% der TeilnehmerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich.

FILMREGIE

INTERNATIONAL

2,27% der TeilnehmerInnen haben Filmregie als einziges oder eines ihrer künstlerischen Tätigkeitsfelder definiert und sind männlich.

Seite

Studie *Kunst im Trend? Artists' Voices*.

Auswertung der Ergebnisse einer auf internationaler Ebene durchgeführten Befragung von KünstlerInnen und Analyse aktueller kulturpolitischer Entwicklungen im Kontext Creative Industries auf EU- und österreichischer Ebene.

kanonmedia, Alexandra Reill, Wien 200/2008

NATIONAL

Diese Personen bilden 3,33% der TeilnehmerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich.

RADIOKUNST/HÖRSPIEL

INTERNATIONAL

2,27% der TeilnehmerInnen haben Radiokunst und Hörspiel als zwei ihrer künstlerischen Tätigkeitsfelder definiert. 100,00% von diesen sind weiblich.

NATIONAL

Diese Personen bilden 3,33% der TeilnehmerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich.

FERNSEHJOURNALISMUS

INTERNATIONAL

2,27% der TeilnehmerInnen haben Fernsehjournalismus als einziges oder eines ihrer künstlerischen Tätigkeitsfelder definiert. 100,00% von diesen sind weiblich.

NATIONAL

Niemand der TeilnehmerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich hat Fernsehjournalismus als eines seiner/ihrer künstlerischen Tätigkeitsfelder definiert.

ARCHITEKTUR

INTERNATIONAL

2,27% der TeilnehmerInnen haben Architektur als eines ihrer künstlerischen Tätigkeitsfelder definiert. 100,00% von diesen sind männlich.

NATIONAL

Alle diese Personen haben ihren Hauptwohnsitz in Österreich und bilden daher auf nationaler Ebene 3,33% der TeilnehmerInnen dieser Studie.

TEXTILDESIGN

INTERNATIONAL

2,27% der TeilnehmerInnen haben Textildesign als einziges ihrer künstlerischen Tätigkeitsfelder definiert. 100,00% von diesen sind weiblich.

NATIONAL

Alle diese Personen haben ihren Hauptwohnsitz in Österreich und bilden daher auf nationaler Ebene 3,33% der TeilnehmerInnen dieser Studie.

ART & SCIENCE

INTERNATIONAL

2,27% der TeilnehmerInnen haben Art & Science als eines ihrer künstlerischen Tätigkeitsfelder definiert. 100,00% von diesen sind weiblich.

NATIONAL

Alle diese Personen haben ihren Hauptwohnsitz in Österreich und bilden daher auf nationaler Ebene 3,33% der TeilnehmerInnen dieser Studie.

DISTRIBUTION

INTERNATIONAL

2,27% der TeilnehmerInnen haben als eine ihrer künstlerischen Funktionen die Distribution im Rahmen ihrer künstlerischen Aktivitäten angeführt. 100,00% von diesen sind männlich.

NATIONAL

Diese Personen bilden 3,33% der TeilnehmerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich.

TRANSDISZIPLINARITÄT

Als relevante Fragestellung erschien, wie transdisziplinär KünstlerInnen ausgerichtet sind bzw. ob sich KünstlerInnenschaft eher in einem spezifischen künstlerischen Tätigkeitsfeld/Genre/Segment konzentriert oder ob KünstlerInnen gerne in verschiedenen Genres tätig sind.

Seite

Studie *Kunst im Trend? Artists' Voices*.

Auswertung der Ergebnisse einer auf internationaler Ebene durchgeführten Befragung von KünstlerInnen und Analyse aktueller kulturpolitischer Entwicklungen im Kontext Creative Industries auf EU- und österreichischer Ebene.

kanonmedia, Alexandra Reill, Wien 200/2008

Eine dementsprechende Analyse wurde daher vorgenommen:

Eine hohe Anzahl, 79,55%, sogar 83,87% der KünstlerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich, gaben mehr als ein Segment an, in dem sie tätig sind, manche gaben bis zu zehn Aktivitätsfeldern an:

ZWEI SEGMENTE

INTERNATIONAL

31,82% der TeilnehmerInnen haben aus allen angeführten künstlerischen Segmenten zwei Segmente als Felder der künstlerischen Aktivität angegeben. 42,86% von diesen sind weiblich, 57,14% sind männlich.

NATIONAL

20,00% der TeilnehmerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich haben aus allen angeführten künstlerischen Segmenten zwei Segmente als Felder der künstlerischen Aktivität angegeben. 16,67% von diesen sind weiblich, 83,33% sind männlich.

DREI SEGMENTE

INTERNATIONAL

25,00% der TeilnehmerInnen haben drei Segmente als Felder der künstlerischen Aktivität angegeben. 72,73% von diesen sind weiblich, 27,27% männlich.

NATIONAL

30,00% der TeilnehmerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich haben drei Segmente als Felder der künstlerischen Aktivität angegeben. 77,78% von diesen sind weiblich, 22,22% männlich.

EIN SEGMENT

INTERNATIONAL

20,45% der TeilnehmerInnen haben aus allen angeführten künstlerischen Segmenten ein einziges Segment als Feld der künstlerischen Aktivität angegeben. 66,67% von diesen sind weiblich, 33,33% männlich.

Seite

Studie *Kunst im Trend? Artists' Voices*.

Auswertung der Ergebnisse einer auf internationalen Ebene durchgeführten Befragung von KünstlerInnen und Analyse aktueller kulturpolitischer Entwicklungen im Kontext Creative Industries auf EU- und österreichischer Ebene.

kanonmedia, Alexandra Reill, Wien 200/2008

NATIONAL

16,67% der TeilnehmerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich haben aus allen angeführten künstlerischen Segmenten ein einziges Segment als Feld der künstlerischen Aktivität angegeben. 80,00% von diesen sind weiblich, 20,00% männlich.

VIER SEGMENTE

INTERNATIONAL

11,36% der TeilnehmerInnen haben vier Segmente als Felder der künstlerischen Aktivität angegeben. 80,00% von diesen sind weiblich, 20,00% männlich.

NATIONAL

16,67% der TeilnehmerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich haben vier Segmente als Felder der künstlerischen Aktivität angegeben. 80,00% von diesen sind weiblich, 20,00% männlich.

FÜNF BIS ZEHN SEGMENTE

INTERNATIONAL

9,09% der TeilnehmerInnen haben fünf bis zehn Segmente als Felder der künstlerischen Aktivität angegeben. 50,00% von diesen sind weiblich, 50,00% männlich.

NATIONAL

6,67% der TeilnehmerInnen mit Hauptwohnsitz in Österreich haben fünf bis zehn Segmente als Felder der künstlerischen Aktivität angegeben. 100,00% von diesen sind weiblich.

Diese Studie versteht sich als autonom und den vorliegenden Ergebnissen aus der KünstlerInnenbefragung *Kunst im Trend? Artists' Voices*. sachlich verpflichtet.

Seite

Studie *Kunst im Trend? Artists' Voices*.

Auswertung der Ergebnisse einer auf internationalen Ebene durchgeführten Befragung von KünstlerInnen und Analyse aktueller kulturpolitischer Entwicklungen im Kontext Creative Industries auf EU- und österreichischer Ebene.

kanonmedia, Alexandra Reill, Wien 200/2008
