



Europäisches Institut für
vergleichende Kulturforschung

"Culture-Biz" - das Projekt und zentrale Ergebnisse¹

*Mies päättää, nainen säättää*²

Überschrift der Tageszeitung

ILTA-SANOMAT (Helsinki), 2. Juli 2004

A. *Culture-Biz*, die „Strategie von Lissabon“ und die Soziale EU-Agenda

Culture-Biz ist der dritte in einer Reihe von Forschungsberichten, die das Europäische Institut für vergleichende Kulturforschung (ERICarts) und seine Partner mit dem Ziel vorlegen, zu überprüfen wie mehr Vielfalt durch mehr Chancengleichheit im europäischen Arbeitsmarkt von Kultur und Medien gefördert werden kann.

Der erste ERICarts-Bericht, "Pyramide oder Fundament" wurde in der zweiten Hälfte der 90er Jahre vorbereitet, als die Chancengleichheit zwischen Männern und Frauen zu einem Gründungsprinzip des Vertrags von Amsterdam der Europäischen Union (Artikel 2, 3, 13 und 141) und zugleich als eine der vier Hauptsäulen der europäischen Arbeitsmarktstrategie (EES) erklärt wurden. Der zweite Bericht, "Culture-Gates", wurde 2003 zeitgleich mit den neuen Europäischen Beschäftigungs-Richtlinien (EEG) publiziert, die vom Europäischen Rat als ein Instrument zur Realisierung der in der „Strategie von Lissabon“ dargelegten Ziele beschlossen wurden. Das Konzept des "gender mainstreaming" wurde in die Richtlinien als ein der wichtigsten Grundsätze eingeführt; damit waren die Mitgliedstaaten aufgefordert, die Chancengleichheit in allen der im EEG vorrangig behandelten Arbeitsfelder in Betracht zu ziehen. Da das EEG die notwendigen Instrumente und Werkzeuge zur Umsetzung von gender mainstreaming als integraler Bestandteil der Aktionspläne für Beschäftigung der EU-Mitgliedstaaten nicht detailliert dargelegt hatte, verstärkte sich die Diskussion darüber, ob die EES Richtlinien wirklich als Erfolg im Sinne der Ziele des Amsterdamer Vertrags in Richtung auf mehr Chancengleichheit betrachtet werden konnten. Der dritte ERICarts-Bericht, *Culture-Biz*, wurde im Herbst 2005 – kurz nach der Verabschiedung der erneuerten "Strategie von Lissabon" – zu einem Zeitpunkt vorgelegt, an dem die EU-Direktiven für "Chancengleichheit" und "Arbeitszeit" gerade überarbeitet wurden.

Die Ergebnisse von "Culture-Biz" können helfen, die eher wirtschaftsorientierte Strategie von Lissabon (Förderung der Kulturindustrie) mit der Sozialen Agenda der EU-Kommission (und hier speziell dem Ziel Chancengleichheit von Frauen und Männern) dadurch zu verknüpfen, dass mehr Transparenz über die Situation von Frauen in großen, mittleren und kleinen Firmen der Kulturwirtschaft geschaffen wird und ihre Chancen untersucht werden, in Entscheidungspositionen auf verschiedenen Ebenen der Wertschöpfungskette der Filmproduktion und des Verlagswesens zu gelangen.

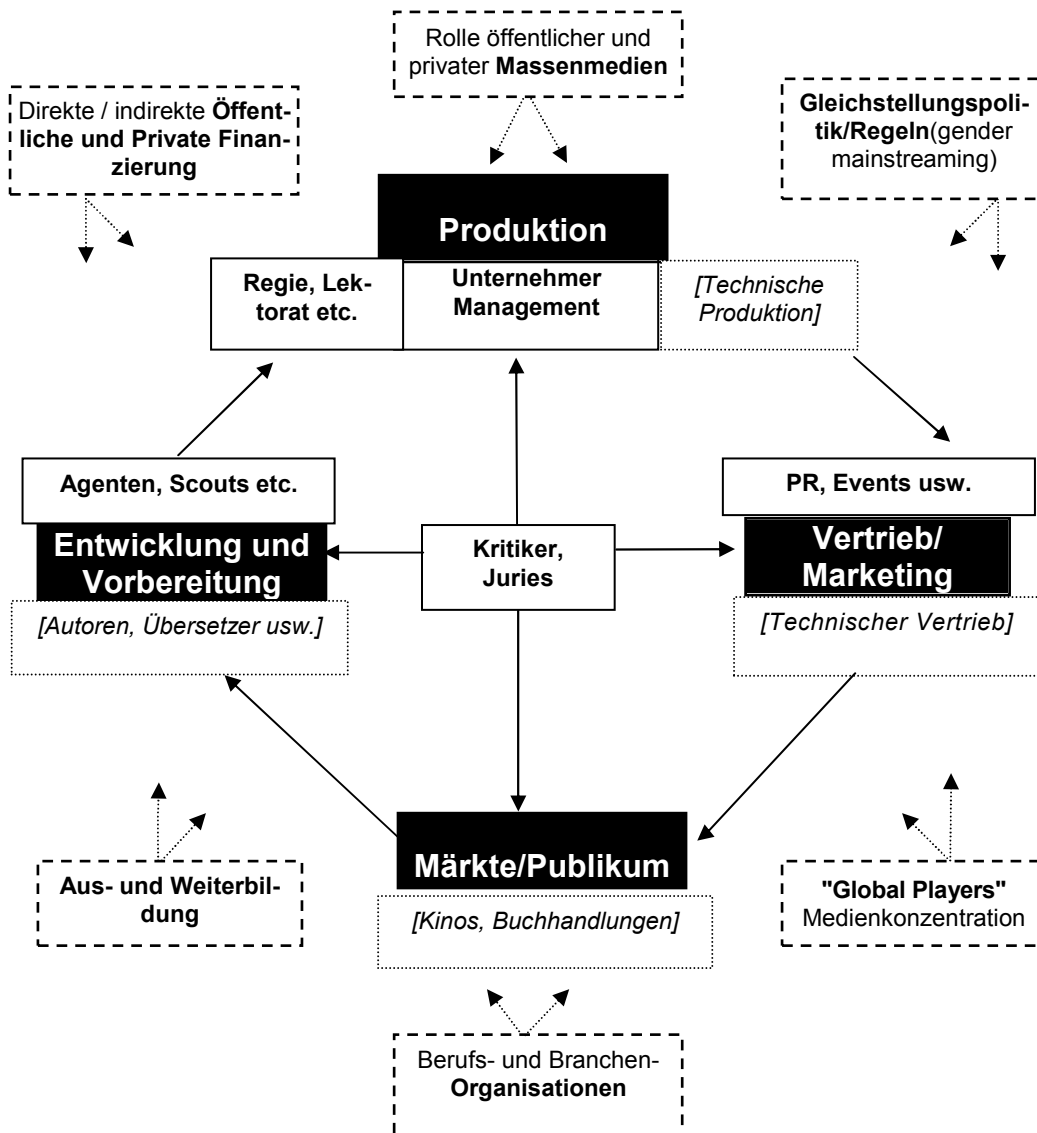
¹ Dieser Text fasst die Ergebnisse des Berichts über ein Projekt zusammen, das 2004/5 vom Europäischen Institut für vergleichende Kulturforschung (www.ericarts.org) im Rahmen der EU-Strategie zur Chancengleichheit (Programm 2001-2005) koordiniert wurde. Die Projektleitung bei ERICarts hatten Danielle Cliche und Andreas Joh. Wiesand. Als nationale Partnerinstitute wirkten mit: Finn-EKVIT, Helsinki (Autoren: Ilkka Heiskanen, Ritva Mitchell), Mediacult, Wien (Robert Harauer, Carina Sulzer, Maria Malle), Observatório das Actividades Culturais, Lissabon (Rui Telmo Gomes, Vanda Loureço, Teresa Duarte Martinho) und Zentrum für Kulturforschung, Bonn (Annette Brinkmann, Elke Baur). Die Buchausgabe von "Culture-Biz", ISBN 3-930395-70-3, ist erschienen bei ARcult Media, 2005 (Anschrift: Dahlmannstr. 26, 53113 Bonn, Fax: 0228-217493); Internet-Information unter www.gender-research.net

² "Männer entscheiden, Frauen haben die Kontrolle..."

B. Methodischer Rahmen

Abbildung 1 zeigt die wichtigsten Akteure und Einflüsse auf die Entwicklung der privaten Kulturwirtschaft in Europa, die in der Studie thematisiert werden. Quantitative und qualitative Indikatoren für komplexe Interaktionen wurden auf der Grundlage dieses Schemas entwickelt.

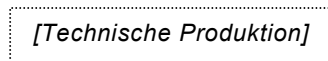
Abbildung 1: Hauptakteure und untersuchte Einflüsse in "Culture-Biz"



Erläuterung:



Detailliert untersuchte Positionen / Funktionen



Positionen/Funktionen, die nicht im Fokus der Studie stehen



Untersuchte Einflussfaktoren

ERICarts 2004

C. Vorgehensweise der Culture-Biz Teams

Die Culture-Biz-Forschungsteams in Deutschland (Zentrum für Kulturforschung), Finnland (Finn-Ekvi), Österreich (Mediacult) und Portugal (OAC) prüften Informationen aus Branchenstudien, erhoben genderspezifische Daten und führten Interviews mit relevanten Akteuren. Ihr Ziel war es:

- Strukturveränderungen und andere Entwicklungen in den Branchen Buchmarkt und Filmproduktion und ihre möglichen Einflüsse auf die Position von Frauen zu ermitteln;
- berufliche Karrieren von Männern und Frauen in diesen Branchen nachzuzeichnen;

- herauszufinden, wie im Buchmarkt und beim Film professioneller "Erfolg" definiert wird,
- zu überprüfen, welche Rolle Schlüsselpersonen („gatekeepers“) zukommt und welchen Einfluss sie auf die Anerkennung der Leistungen von Künstlerinnen und Autorinnen haben;
- mögliche Barrieren ("glass-ceilings") für den Aufstieg von Frauen in Spitzenpositionen zu analysieren, sowie
- den Anteil von Frauen zu bestimmen, die trotz solcher Barrieren eine Karriere bis hin zu Entscheidungspositionen in unterschiedlich dimensionierten Betrieben machen konnten.

Die Ergebnisse dieser nationalen Bestandsaufnahmen wurden ergänzt durch allgemeine Brancheninformationen, etwa zur Struktur und zu den Verflechtungen großer, mittlerer und kleiner Unternehmen in den Bereichen Film und Verlagswesen in den beteiligten Ländern. Entsprechende Trends für die beiden Branchen wurden über einen Zeitraum von 10 Jahren überprüft. Feldstudien und individuelle Erfahrungen zu mehr oder weniger gelungenen Praktiken runden das Bild in den einzelnen Kapiteln von *Culture-Biz* ab.

Europäische Vergleichsdaten und Informationen ergänzen die nationalen Erhebungen und stellen sie in einen größeren, internationalen Zusammenhang. Dabei wurde u.a. überprüft, wie hoch der Anteil von Frauen ist, die an europäischen Förderprogrammen teilnehmen, die Führungspositionen in marktbeherrschenden Unternehmen in Europa bekleiden oder die entscheidende Funktionen in bei Veranstaltungen – wie z.B. der Frankfurter Buchmesse oder beim Filmfestival von Cannes – ausüben, die den Markt regulieren und als Treffpunkte für Professionelle der Verlags- und Filmbranche dienen.

D. Ergebnisse des Projekts im Überblick: 10 Fragen und Antworten

Die Studie *Culture-Biz* enthält umfangreiche branchen- und länderspezifische Beobachtungen und Empfehlungen, die unter anderem für Privatfirmen, Rundfunkanstalten, Berufstätige sowohl auf den Managementebenen wie in „kreativen“ Funktionen, für Berufs- und Branchenorganisationen, für Hochschulangehörige und für weitere Gruppen und Institutionen relevant sein können. An dieser Stelle kann nur eine zusammenfassende Übersicht wichtiger Ergebnisse in Form eines Frage- und Antwortspiels stehen – wer mehr wissen möchte, kann sich im *Culture-Biz* Buch oder auf der Internetseite www.gender-research.net informieren.

1. Daten von EUROSTAT zeigen einen Frauenanteil von über 45% im gesamten kulturellen Arbeitsmarkt. Sind Frauen in ähnlichem Umfang auch im Verlagswesen und in der Filmproduktion vertreten?

Grundsätzlich ja, denn nach den Daten, die von EUROSTAT ermittelt und verglichen wurden, liegt der Anteil von Frauen im Bereich von Film- und Videoaktivitäten (NACE-Kategorie 921) bei 40% und im Verlagswesen bei 48%. Allerdings zeigen die Daten, die direkt von den *Culture-Biz* Teams erhoben wurden, dass dieser Anteil innerhalb der beiden Branchen je nach Art der beruflichen Position erheblich schwanken, d. h. von diesen Durchschnittswerten abweichen kann.

2. Gibt es auch Frauen in Entscheidungspositionen von Firmen dieser zwei Branchen?

Ja, die Anzahl von Frauen steigt, die mit Qualifikationen im kaufmännischen und Marketingbereich den Berufseinstieg in der Kulturwirtschaft suchen. Diese machen dann auch schneller Karriere in den Betrieben, steigen vom unteren ins mittlere Management auf.

3. Und wie steht es um die bekannten „unsichtbaren Barrieren“ (die sog. „glass ceilings“) beim beruflichen Aufstieg in größeren Betrieben?

Es gibt sie nach wie vor. Obwohl mehr Frauen ins mittlere Management gelangen, stoßen sie in ihrer Karriere dann doch häufig auf solche Barrieren, wenn es um Exekutivpositionen und besonders um die Top-Jobs der Machtelite geht. Zum Teil hat das in diesen Branchen mit einer Art Nepotismus in Medienkonzernen zu tun, die oft noch immer von Familien kontrolliert werden. Selbst

wenn also die „glass ceilings“ durchbrochen wurden, kann es also immer noch weitere unsichtbare Barrieren geben, die so genannten „glass walls“, die in den obersten Etagen Frauen den Zugang von bisher meist von Männern gehaltenen Top-Jobs versperren. Zwar gibt es inzwischen viele, teilweise sogar eine Mehrheit, von Frauen in Exekutiv- und Einflusspositionen von Bereichen wie Marketing, Kommunikation/PR, Verkauf, Sozialwesen und sogar als Direktoren im administrativen und Finanzbereich. Die obersten und auch prestigeträchtigsten Exekutivpositionen, etwa Generaldirektoren oder Vorstandsvorsitzende bzw. CEO bleiben aber weiter in männlicher Hand. Manche weiblichen Executives wurden durch solche Blockaden in traditionellen Firmenhierarchien schon dazu gebracht, diese zu verlassen und eigene Betriebe aufzumachen.

4. Sieht es denn mit den Karrieremöglichkeiten in kleinen und mittleren Betrieben besser aus?

Ja, es gibt mehr und mehr Frauen, die als Unternehmerinnen eigene Existenzen gründen und dadurch versuchen, ihre Ideen und Projekte besser zu verwirklichen und flexiblere Arbeitszeiten zu schaffen, damit zugleich auch eine bessere Abstimmung zwischen privaten und beruflichen Sphären zu ermöglichen (Stichwort „work-life-balance“). Obwohl in politischen Erklärungen und Dokumenten die Notwendigkeit von betrieblichen Maßnahmen zugunsten dieser „work-life-balance“ inzwischen stärker betont wird, sind doch unter den Führungskräften mit Familien und Kindern noch immer viel mehr Männer als Frauen. Die Bestandsaufnahmen von *Culture-Biz* haben gezeigt, dass es durchaus interessante Beispiele von Firmen gibt, die solche Regelungen einführen, etwa betriebliche Kindergärten oder flexiblere Arbeitszeitregelungen; allerdings sind das immer noch eher Ausnahmen. Allgemein kann man sagen, dass Frauen, die ihre eigenen Betriebe leiten, auch mehr Frauen einstellen als das bei Betrieben von Männern der Fall ist.

5. Wie wirkt sich die Einführung neuer Technologien in den Branchen aus?

Überwiegend positiv, soweit es Karrieremöglichkeiten für Frauen betrifft. Neue, digitale Technologien erlauben es mehr Menschen – darunter vielen Frauen – selbst Unternehmer zu werden, also selbständige Existenzen und Firmen zu gründen, die mit geringeren Investitionen und Risiken arbeiten, z.B. auch weniger von Banken abhängig sind. Darüber hinaus machen es neue Technologien heute auch leichter und zu geringeren Kosten möglich, dass z.B. Schriftsteller/innen ihre eigenen Bücher publizieren und vertreiben oder Filmemacher/innen eigene Filme – überwiegend im dokumentarischen Genre – produzieren und bearbeiten.

6. Arbeiten heute mehr Frauen in Schlüsselpositionen (als sog. „gatekeeper“), in denen sie dann auch anderen Frauen die Tür zum Berufsleben öffnen (können)?

Hier fällt die Antwort uneinheitlich aus: Als „gatekeeper“ werden ja solche Personen bezeichnet, die berufliche Maßstäbe setzen oder kontrollieren bzw. im künstlerischen Bereich über Erfolg oder Misserfolg bestimmen können; letzteres hat dann z.B. auch inhaltliche Auswirkungen auf die Produktion von Büchern oder Filmen sowie auf ihre Finanzierbarkeit. Während die Zahl von Frauen in Preisjurs und anderen Fördergremien zugenommen hat, zeigen Analysen der Entscheidungen solcher Gremien in den untersuchten Ländern, dass dies nicht notwendigerweise zu einer Erhöhung des Anteils von Frauen auf der Empfängerseite führt. Dies trifft im übrigen auch für die Auszeichnungen zu, die bei wichtigen Filmfestivals vergeben werden.

7. Wie sieht es mit gleichen Zugangsmöglichkeiten von Frauen bei der öffentlichen Projektförderung aus?

Erneut ist keine einheitliche Aussage möglich: Die vor allem im Filmbereich wichtigen Ausschreibungen von Förderprogrammen behindern sicher keine Bewerbungen von Frauen, andererseits bleibt die Tatsache unübersehbar, dass sich deutlich weniger Frauen als Männer mit ihren Projekten um eine Förderung bemühen. Es mag sein, dass sie u.a. dadurch abgeschreckt werden, dass sie im Schnitt bei solchen Bewerbungen geringere Fördermittel erhalten als Männer und dass die besonders prestigeträchtigen Förderinstitutionen mit den größten Etats nach wie vor den geringsten

Frauenanteil auf der Empfängerseite aufweisen; umgekehrt findet man bei Einrichtungen mit kleinen Förderetats den höchsten Anteil von Frauen unter den Empfängern/innen (s. Tabelle 1).

Tabelle 1: Anteil von Frauen in Leitungspositionen öffentlich geförderter Filmproduktionen in Österreich (A), Deutschland (D), Portugal (P) und Finnland (SF) in %

	1991-1993				2001-2003			
	A	D	P	SF	A	D	P	SF
a. Spielfilme								
Zahl geförderter Filme	29	135	33	37	48	168	52	39
Regie	9.4	12.5	21.2	5.4	18.9	15.0	27.0	31.7
Produktion	6.3	16.4	19.2	16.3	12.3	20.7	19.3	17.9
Schnitt	73.3	63.2	30.7	30.0	56.6	37.3	42.4	15.4
Drehbuch	11.9	14.9	14.3	16.4	26.1	19.2	33.3	22.9
DoP (Kamera)	3.4	4.1	12.0	0	2.0	9.6	9.3	7.5
b. Kurzfilme								
Zahl geförderter Filme	47	201	5	55	35	98	71	46
Regie	23.5	25.5	0.0	27.6	34.3	35,5	27.8	46.8
Produktion	33.3	-	0.0	44.7	23.1	-	24.3	44.7
Schnitt	46.8	-	0.0	39.6	52.9	39,8	26.2	39.6
Drehbuch	22.6	17.1	0.0	46.3	38.9	37,0	36.4	46.3
DoP (Kamera)	14.0	-	0.0	4.8	35.1	24,6	10.3	18.0
c. Dokumentarfilme								
Zahl geförderter Filme	35	55	2	16	23	109	82	13
Regie	16.3	35.6	0.0	26.3	34.5	34.3	30.6	31.3
Produktion	5.0	28.8	0.0	29.4	11.9	26.1	36.0	17.6
Schnitt	45.0	60.3	0.0	57.9	48.3	52.5	34.0	50.0
Drehbuch	15.9	38.5	0.0	33.3	42.9	35.8	22.2	26.3
DoP (Kamera)	8.9	9.9	0.0	14.3	20.0	21.0	15.8	12.5

Quelle: ERICarts ("Culture-Biz") 2005

8. Agieren viele Frauen als „Karrierehelferinnen“?

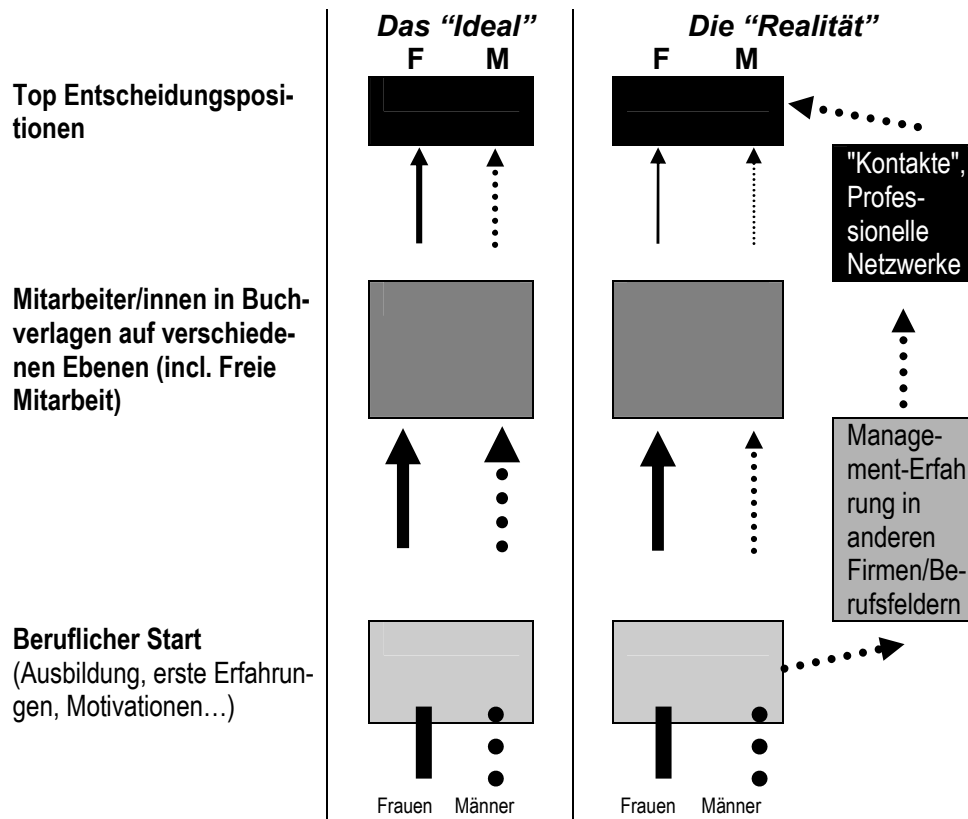
Das kann man nicht wirklich unterstreichen. Professoren und andere potentielle „Mentoren“ oder Vorbilder, die beispielsweise den Studierenden Kontakte zu Firmen, Netzwerken oder Förderinstanzen anbahnen würden, sind bislang immer noch vorwiegend Männer. Es gibt allerdings eine Reihe von Beispielen für „Mentorenprogramme“ in verschiedenen Branchen, die speziell darauf abzielen, Frauen am Beginn oder in der Mitte ihrer beruflichen Laufbahn zu unterstützen. Auch männliche Professoren könnten hier zu Veränderungen beitragen, indem sie z.B. Frauen als Gastdozentinnen einladen oder ihre Arbeiten zeigen und diesen damit eine angemessene Präsenz sichern helfen.

9. Gibt es immer noch „old boys networks“, die der beruflichen Entwicklung von Frauen im Wege stehen?

Die Führungsebenen großer Medienkonzerne werden in der Tat noch von solchen, meist informellen Netzwerken kontrolliert. Bei Neueinstellungen berücksichtigen sie zunehmend Manager aus anderen Bereichen der Wirtschaft, deren Interesse mehr auf die finanzielle Performance und weniger auf das Programm von Kultur- und Medienbetrieben gerichtet ist (vgl. Abbildung 2). Männerkartelle findet man teilweise auch unter führenden Kritikern oder Feuilletons und in einigen Berufs- und Branchenorganisationen, darunter z.B. solchen von Regisseuren und Produzenten, in literarischen Gesellschaften etc. Dies kann Frauen demotivieren, sich selbst um eine Mitgliedschaft zu

bemühen. Andererseits hat auch eine Gegenstrategie eingesetzt, bei der Frauen selbst berufliche oder individuelle Netzwerke bilden (Beispiel: „Women in Publishing“).

Abbildung 2 Typische Karrierepfade von Frauen und Männern in Buchverlagen



Quelle: ERICarts 2005.

10. Wie sieht es mit Vorurteilen und Stereotypen aus?

Rollen-Festschreibungen gibt es in einigen Bereichen der hier untersuchten Branchen, so etwa bei Kinderbüchern und -filmen sowie in bestimmten beruflichen Positionen, beim Film etwa für Schnitt und Regieassistenten auf der einen und für Kameraleute und Spielfilm-Regisseure auf der anderen. Zusätzlich zu den geschilderten Problemen in den Top-Führungsebenen existieren hier weiterhin überholte Vorstellungen zum Künstlerbild (Film) und über Intellektuelle (Literatur), die für Frauen eine nur schwer zu durchbrechende Barriere darstellen können.

Fazit: Obwohl in einigen Feldern über Fortschritte berichtet werden kann, bleibt die Gender-Bilanz in der Kulturwirtschaft insgesamt ähnlich unausgeglichen wie die in öffentlichen Kulturbetrieben (vgl. ERICarts: "Culture-Gates", 2003). Eine „Feminisierung“ zeigt sich primär in Arbeitsprozessen und Positionen mit geringerem gesellschaftlichen Status und meist auch geringeren Verdienstmöglichkeiten. Hier wäre mehr Transparenz durch eine laufende Überprüfung („Monitoring“) wichtig, damit Stereotype abgebaut und die oft fehlende Kenntnis der Leistungen von Frauen sowohl für die „kreative“ wie für die wirtschaftliche Seite von Kulturbetrieben ausgeglichen werden können.

Vor dem Hintergrund der zunehmenden Europäisierung der Kultur- und Medienmärkte zeigen die Ergebnisse von *Culture-Biz*, dass eine Fortsetzung der von ERICarts und seinen Partnern in den letzten Jahren gestarteten Vergleichsuntersuchungen sinnvoll sein wird. Auch das auf der EU-Ebene angekündigte „European Gender Institute“ sollte den Kultursektor nicht übersehen, wenn es sein Programm für regelmäßige Bestandsaufnahmen und das Monitoring von Chancengleichheit in Europa entwickelt.