



Vera Allmanritter, Tibor Kliment, Thomas Renz

Kultur als Standortfaktor in Berlin

Ein Gesamtbild ökonomischer,
gesellschaftlicher und
stadtgestaltender Effekte

Impressum

Institut für Kulturelle Teilhabeforschung | IKTF
Leitung: Prof. Dr. Vera Allmanritter

Angesiedelt in der:

Stiftung für Kulturelle Weiterbildung und Kulturberatung

++ Stiftung öffentlichen Rechts ++

Vorstand (komm.): Volker Heller

Spandauer Damm 19, 14059 Berlin

www.stiftung-kulturelle-weiterbildung-kulturberatung.berlin

Autor*innen: Prof. Dr. Vera Allmanritter, Prof. Dr. Tibor Kliment, Dr. Thomas Renz

Projektkonzeption: Prof. Dr. Vera Allmanritter, Prof. Dr. Tibor Kliment, Dr. Britta Nörenberg,

Dr. Thomas Renz, Dr. Adrian Scholz-Alvarado, Hanna Sponer

Publikationsmanagement: Betina-Ulrike Thamm, Hülya Özsari-Wöffler

Layout: Ann Christin Sievers, aufsiemitgebrüll, Berlin

Lektorat: Kristin Oswald, Kultur Management Network, Weimar,

Wissenschaftslektorat Zimmermann, Halle (Saale)

Zitierhinweis:

Allmanritter, Vera/Kliment, Tibor/Renz, Thomas (2026): Kultur als Standortfaktor in Berlin. Ein Gesamtbild ökonomischer, gesellschaftlicher und stadtgestaltender Effekte (Schriftenreihe Kulturförderung des Instituts für Kulturelle Teilhabeforschung, Nr. 5). Ergebnisse einer von der Berliner Senatsverwaltung für Kultur und Gesellschaftlichen Zusammenhalt geförderten Studie, Berlin.

Kontakt:

Institut für Kulturelle Teilhabeforschung | IKTF

Betina-Ulrike Thamm

Strategische Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit

T +49 (0)30 3030 444-35

publikation@iktf.berlin

iktf.berlin

ISBN 978-3-9828207-2-9

Inhalt

Einleitung	4
Kernergebnisse und Handlungsempfehlungen	6
1. Kulturförderung erzeugt erhebliche wirtschaftliche Rückflüsse in Berlin	9
Spotlight: Kulturelle Bildung stärkt Teilhabe, Kreativität und Zukunftskompetenzen	15
2. Berlin ist ein Spitzenstandort der Kultur- und Kreativwirtschaft – durch die Freie Szene	16
Spotlight: Kulturangebote wirken als soziale Orte der Begegnung und Gemeinschaft	20
3. Kulturelle Teilhabe steigert Gesundheit, Wohlbefinden und Lebensqualität	21
Spotlight: Breitenkultur fördert Gemeinschaft und Engagement	24
4. Kultur macht den Standort Berlin attraktiv für Unternehmen	25
Spotlight: Kultur belebt Quartiere und festigt städtische Resilienz	27
5. Kultur ist Top-Reisemotiv für Berlin-Tourist*innen	28
Quellen	30

Einleitung

Die Berliner Bevölkerung wertschätzt Kultur in hohem Maß – das zeigen die Ergebnisse der Nicht-Besucher*innenbefragung „Kulturelle Teilhabe in Berlin“ des Instituts für Kulturelle Teilhabeforschung (IKTf) eindrücklich. Demnach befürworteten zwischen 2019 und 2025 rund 85 bis 90 Prozent der Berliner*innen den Einsatz öffentlicher Mittel für Kulturangebote wie Ausstellungen, klassische Konzerte sowie Theater-, Ballett- oder Opernaufführungen (Allmanritter & Tewes-Schünzel 2025).

Diese breite Zustimmung ist gut nachvollziehbar, denn Kultur bietet einzigartige Zugänge zu anderen Lebens- und Vorstellungswelten: Sie ermöglicht ästhetische Erfahrungen, öffnet Räume für Imagination und schafft Gelegenheiten, in denen Menschen ihre Wahrnehmung schärfen, ihre Gefühle ausdrücken und ihre Welt deuten können. Kulturelle Praxis – ob künstlerisch, vermittelnd oder teilhabend – gestaltet Freiräume, in denen Ambivalenzen ausgehalten, Widersprüche sichtbar gemacht und neue Perspektiven erprobt werden können.

Kultur ist für eine Stadt wie Berlin aber auch aufgrund ihrer vielfältigen ökonomischen, gesellschaftlichen und stadtgestaltenden Effekte ein zentraler Standortfaktor. Wie diese Effekte systematisch erfasst werden können, ist bislang jedoch nur unzureichend untersucht. Bisher gibt es kein integriertes Modell, das die unterschiedlichen Wirkungsebenen von Kultur zusammenführt, auf Berlin übertragen werden kann und damit Grundlagen für eine zukunftsorientierte Landeskulturpolitik liefert (Merkel 2024). Vielmehr konzentrieren sich die rund 70 veröffentlichten deutschen Studien zu diesem Thema vor allem auf die ökonomischen Effekte von Kultur und berechnen insbesondere die Umwegrentabilität einzelner Kultureinrichtungen (z. B. Herbst 2025) oder die Bruttowertschöpfung der Kultur- und Kreativwirtschaft (z. B. Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz 2025).

An dieser Lücke setzt die vorliegende Studie des Instituts für Kulturelle Teilhabeforschung (IKTf) an, die von der Berliner Senatsverwaltung für Kultur und Gesellschaftlichen Zusammenhalt gefördert wurde. Ihre Ergebnisse bieten eine fundierte Grundlage für politische Debatten und stärken die Aushandlungen zwischen unterschiedlichen Politikfeldern: Denn die Studie erhebt erstmals die ökonomischen, sozialen, gesundheitlichen und touristischen Effekte des Berliner Kultursektors gemeinsam in konkreten Zahlen. Ausgangspunkt ist auch hier die Analyse wirtschaftlicher Effekte von Kultur. Sie beginnt mit einer Berechnung der Umwegrentabilität, allerdings im gesamtstädtischen Maßstab – also der direkten positiven Effekte öffentlich geförderter Kulturangebote für Wertschöpfungsketten, für die Beschäftigungssituation sowie für die Steuer- und Sozialversicherungseinnahmen des Landes Berlin. Es folgen Kapitel zur Bruttowertschöpfung der künstlerisch-kulturellen Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft, zu Effekten von Kultureller Teilhabe auf individuelle Lebenszufriedenheit und Gesundheit, zu Kultur als Standortfaktor für Unternehmen und zu kulturinduzierten touristischen Effekten.

Die Datenlage in Berlin für die Berechnung dieser ökonomischen Relevanz ist belastbarer und zugleich inhaltlich breiter als in anderen Studien – dank der Besucher*innenbefragungen „KulturMonitoring“ (IKTf 2026a) und der genannten Bevölkerungsbefragung „Kulturelle Teilhabe in Berlin“ (IKTf 2026b) des IKTf sowie den Ergebnissen einer ergänzenden Unternehmensbefragung. Weitere Datenquellen ergänzen die Analysen, etwa von der Senatskulturverwaltung, visitBerlin, dem Amt für Statistik Berlin-Brandenburg oder der Künstlersozialkasse. Der Kulturbegriff der Studie variiert je nach Kapitel und orientiert sich jeweils an den verwendeten Datenquellen.

Wie Kultur wirtschaftliche Wirkung entfaltet

Umwegrentabilität der öffentlichen Förderung für Kultur

- Welche gesamtwirtschaftlichen Effekte entstehen durch öffentliche Kulturförderung?

Bruttowertschöpfung künstlerisch-kultureller Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft

- Wie hoch ist die Wirtschaftskraft von Darstellender Kunst, Musik- und Kunstmarkt?

Effekte von Kultureller Teilhabe auf individuelle Lebenszufriedenheit und Gesundheit

- Wie wirken sich Kulturangebote auf das sogenannte Well-Being der Bevölkerung aus?

Kultur als Standortfaktor für Unternehmen

- Wie beeinflussen Kulturangebote die Attraktivität Berlins für Firmen und Fachkräfte?

Kulturinduzierte touristische Effekte

- Welchen Beitrag leisten Kulturangebote zu Tourismus in Berlin?

Die von September 2025 bis Mai 2026 durchgeführte Untersuchung zeichnet damit ein Gesamtbild zahlreicher wirtschaftlicher Wirkungen von Kultur als Standortfaktor und verdeutlicht bereits ein sehr breites Spektrum relevanter Gesichtspunkte. Doch die tatsächliche Wirkung von Kultur reicht weit über das hinaus, was sich über diese Kennzahlen abbilden lässt. Deshalb erweitern zwischen den Kapiteln eingefügte Spotlights die Analyse. Sie beschreiben zentrale Wirkungen von Kulturangeboten in die Stadt hinein als Motor für Kulturelle Bildung und für soziale Räume. Ebenfalls beleuchtet werden Effekte der Amateurkultur auf die Stadt sowie die Rolle von Kultur für Stadtentwicklung.

Wo Kultur individuelle und gesellschaftliche Wirkung entfaltet

Kulturangebote als Motor für Kulturelle Bildung

- Welche Rolle spielt Kulturvermittlung für Teilhabe und persönliche Entwicklung?

Kulturangebote als soziale Räume

- Inwiefern fördern Kulturangebote soziale Teilhabe in der Stadtgesellschaft?

Breitenkultur und Amateurpraxis

- Wie stärkt Amateurkultur Kulturelle Teilhabe in der Stadt?

Kultur und Stadtentwicklung

- Wie wirken sich Kulturangebote auf Quartiersentwicklung und soziale Integration aus?

Die Studie wurde von einem fachkundigen Beratungsgremium begleitet (Sounding Board). Dessen Mitglieder repräsentieren wesentliche Stakeholdergruppen und brachten ihre Expertise ein, um die Studienergebnisse zu vertiefen und ihre Relevanz für Berlin zu stärken.

Mitglieder des Sounding Boards

Vertretung für den Berliner Kulturbereich global

- Berliner Kulturkonferenz: Janina Benduski (Vorstandsmitglied)
- Deutscher Bühnenverein Landesverband Berlin: Thomas Fehrle (Vorstandsmitglied)
- Rat für die Künste: Sabine Kroner (Mitglied)

Vertretung freie Kulturakteur*innen

- Koalition der Freien Szene: Daniel Brunet (Mitglied des Sprecher*innenkreises)

Vertretung der Breitenkultur, beispielhaft Amateurmusik

- Landesmusikrat Berlin: Franziska Stoff (Generalsekretärin)

Vertretung zivilgesellschaftliche Akteur*innen

- Stiftung Zukunft: Christophe Knoch (Vorstandsmitglied)

Vertretung von Diversitätsperspektiven und Perspektiven marginalisierter Gruppen

- Diversity Arts Culture: Bahareh Sharifi (Programmleitung)

Vertretung von Verwaltungs- und Wirtschaftsakteur*innen

- Senatsverwaltung für Kultur und gesellschaftlichen Zusammenhalt: Babak Dehkordy/Geoffrey Vasseur (Referat Grundsatz)
- Senatsverwaltung für Wirtschaft, Energie und Betriebe: Nadja Clarus (Referat Kreativ- und Medienwirtschaft)
- Industrie- und Handelskammer: Jürgen Scheepers (KeyAccount Politik Kreativ- und Digitalwirtschaft)

Vertretung des kulturpolitischen Diskurses

- Kulturpolitische Gesellschaft: Wibke Behrend (Sprecherin Landesgruppe Berlin/Brandenburg)

Vertretung Stadtmarketing & Standortkommunikation

- visitBerlin: Lutz Henke/Notker Schweikhardt (Stabsstelle Kultur)

Ergänzende wissenschaftliche Perspektive

- Universität Potsdam: Prof. Dr. Uta Herbst/
Franziska Waldecker (Lehrstuhl für Marketing)
- Technische Universität Berlin: Dr. Janet Merkel (Institut für Stadt- und Regionalplanung)
- Freie Universität Berlin: Prof. Dr. Klaus Goldhammer (Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft)

■ Kernergebnisse und ► Handlungsempfehlungen

■ Kulturförderung erzeugt erhebliche wirtschaftliche Rückflüsse in Berlin.

Öffentliche Kulturförderung in Berlin wirkt weit über die geförderten Kulturangebote hinaus. Jeder Euro Förderung erzeugt im Mittel mehr als das Dreieinhalbfache an finanziellem Rückfluss in die Stadt. Museen und Gedenkstätten sind Spitzenreiter mit fast sieben Euro pro Fördereuro. Einrichtungen mit vielen Tourist*innen im Publikum haben besonders große monetäre Effekte. Insgesamt ergibt sich ein Rückfluss von rund 4,65 Milliarden Euro jährlich.

► Kulturförderung sollte auch als wirtschafts- und standortpolitische Investition verstanden werden.

Kulturförderung zielt in erster Linie auf eine vielfältige und hochwertige Kunst- und Kulturlandschaft ab. Darüber hinaus sollte sie stärker auch als wirtschafts- und standortpolitische Investition verstanden werden. Personalstarke Kultureinrichtungen sind auch als Arbeitgeber*innen, Ausbildungsorte und Teil der städtischen Infrastruktur mitzudenken. Publikumsstarke Einrichtungen erzeugen hohe Nachfrageeffekte über den Kulturbereich hinaus, besonders in Tourismus, Gastronomie, Hotellerie, Handel und Dienstleistungen. Eine engere Verzahnung von Kulturförderung, Stadtmarketing und Tourismuspolitik kann diese Effekte verstärken.

■ Kulturelle Bildung stärkt Teilhabe, Kreativität und Zukunftskompetenzen.

Kulturelle Bildung fördert Weltoffenheit, schafft Zugänge zu neuen Themen und trägt zur Demokratiebildung bei. Sie legt in Kindheit und Jugend den Grundstein für ein nachhaltiges Interesse an Kultur. Ein Großteil der Bildungsmaßnahmen öffentlich geförderter Kulturangebote in Berlin richtet sich an diese Zielgruppe, bei landesgeförderten Kultureinrichtungen jedoch meist nur für Kinder ab einem Alter von sechs Jahren. Gleichzeitig sind diese Angebote besonders von Haushaltskürzungen betroffen – durch reduzierte Projektförderung und innerhalb der Einrichtungen zugunsten von Programmmitteln.

► Kulturvermittlungsmaßnahmen brauchen verbindliche Förderquoten.

Um die Wirkkraft Kultureller Bildung zu stärken, sollte Kulturvermittlung für Kinder unter sechs Jahren in klassischen Kultureinrichtungen gezielt ausgebaut werden. So ließen sich Teilhabe und Kreativität frühzeitig fördern. Gleichzeitig sollten Angebote für lebenslanges Lernen gestärkt werden, um auch Erwachsenen den Zugang zu Kultur zu sichern. Fördergeber könnten dies durch gesicherte, möglichst mehrjährige Projektförderung und verbindliche Finanzierungsquoten für Kultureinrichtungen unterstützen (z. B. 10 % für Bildungsarbeit).

■ Berlin ist ein Spitzenstandort der Kultur- und Kreativwirtschaft – durch die Freie Szene.

Berlin ist ein führender Standort für Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft. Diese sind ein zentraler Wirtschaftsfaktor: Mit einer Bruttowertschöpfung von 12 bis 15 Milliarden Euro übertrifft sie in Berlin klassische Industriebranchen. Die künstlerisch-kulturellen Teilmärkte Darstellende Künste, Musikmarkt und Markt für Bildende Kunst werden anteilig vor allem durch Solo-Selbstständige der Freien Szene dominiert. Rund drei Viertel dieser Akteur*innen liegen im unteren Einkommenssegment, erzeugen aber den Großteil der Bruttowertschöpfung in diesen Märkten.

► Die Freie Szene sollte als fundamentaler Bestandteil der Berliner Stadtökonomie verstanden werden.

Die Freie Szene sollte stärker als wichtiger Teil der Berliner Stadtökonomie verstanden werden. Förder- und Honorarsysteme sollten sich stärker an ihrer tatsächlichen wirtschaftlichen Bedeutung orientieren, um Produktion und wirtschaftliche Stabilität der Freien Szene besser abzusichern. Da Solo-Selbstständige den Großteil der Wertschöpfung erarbeiten, ist ihre soziale Absicherung eine zentrale Aufgabe. Die wirtschaftliche Leistung der klassischen Kulturmärkte ließe sich durch verlässliche Projektförderung, mehrjährige Grundförderung sowie erschwingliche Arbeits- und Proberäume steigern.

■ **Als „Dritte Orte“ schaffen Kulturangebote Räume für soziale Begegnung und Gemeinschaft.**

Kulturangebote können als „Dritte Orte“ wirken: als offene, leicht zugängliche Räume zwischen Zuhause und Arbeit, die Begegnung und Austausch ermöglichen. Dieser Ansatz fördert soziale Integration und unterstreicht die Bedeutung von Kulturangeboten auch für diejenigen, die sie wenig besuchen. Bibliotheken und soziokulturelle Zentren sind in diesem Feld bereits sehr aktiv. Bei klassischen Kultureinrichtungen gibt es solche Angebote derzeit in der Regel nur projektbezogen.

▶ **Kulturangebote sollten stärker als zentrale Räume der sozialen Integration verstanden werden.**

Damit Kulturangebote stärker zur sozialen Integration beitragen, muss das Thema politisch aufgewertet und dauerhaft als Aufgabe neben dem künstlerischen Programm verankert werden. Insbesondere klassische Kultureinrichtungen sollten strukturelle Hürden abbauen, die solche Ansätze bislang erschweren. Um mehr Einrichtungen zur Erprobung zu motivieren, ist Projektförderung sinnvoll. Langfristig bräuchte es jedoch eine dauerhafte Förderung in diesem Bereich, damit erfolgreiche Ansätze in die Regelarbeit übergehen können.

■ **Kulturelle Teilhabe stärkt Gesundheit, Wohlbefinden und Lebensqualität.**

Kulturelle Teilhabe stärkt das Well-Being in der Berliner Bevölkerung. Vier oder mehr Besuche im Jahr steigern das individuelle Wohlbefinden und die Gesundheit etwa so stark wie ein bis zu 2 700 Euro erhöhtes Jahreseinkommen. Selbst seltenere Kulturbesuche haben einen messbaren Effekt: Sie entsprechen einer Steigerung des Wohlbefindens im Gegenwert von bis zu 2 000 Euro pro Jahr. Hochgerechnet auf ganz Berlin bewirken Besuche von Kulturangeboten eine Steigerung des Wohlbefindens im Gegenwert von rund 8,09 Mrd. Euro pro Jahr.

▶ **Kulturangebote sollten als Schlüsselfaktor für Well-Being gezielter gefördert werden.**

Die gesundheitsfördernde Wirkung Kultureller Teilhabe sollte gezielt gestärkt werden. Fördergeber sollten entsprechende Projekte in verschiedenen Kulturangeboten über eine neue Förderlinie unterstützen. Im Fokus sollten dabei auch ressortübergreifende Synergien zwischen Kultur-, Gesundheits- und Sozialpolitik stehen. Zudem sollte das Konzept „Kultur auf Rezept“ systematisch auf seine Kosten und seinen Nutzen für das Gesundheitssystem geprüft werden.

■ **Breitenkultur und Amateurpraxis fördern Gemeinschaft und gesellschaftliches Engagement.**

Breitenkultur – also nicht professionelle künstlerische Aktivitäten, die viele Menschen in ihrer Freizeit ausüben – fördert Lebensqualität, soziale Stabilität und Identifikation in der Berliner Bevölkerung. Am Beispiel der Amateurmusik wird deutlich: Sie wirkt integrativ, ist niedrigschwellig und weitverbreitet. In Berlin musizieren 38 Prozent der Menschen ab 15 Jahren – deutlich mehr als im Bundesdurchschnitt. Amateurmusik ist auch in Bevölkerungsgruppen verbreitet, die klassische Kultureinrichtungen oft nur schwerlich erreichen.

▶ **Breitenkultur sollte durch langfristige Basisförderung und vereinfachte Antragsverfahren unterstützt werden.**

Breitenkultur wird durch ehrenamtliches Engagement getragen. Um ihre Wirkungen besser entfalten zu können, braucht sie vereinfachte Antragsverfahren für ehrenamtlich organisierte Gruppen oder mehrjährige Basisförderungen, die auch technische Anschaffungen ermöglichen. Programme der Förderung von Kulturräumen sollten auch die Bedarfe von Amateurkultur, z. B. Chören und Improvisationstheatergruppen, beachten.

■ **Kultur macht den Standort Berlin äußerst attraktiv für Unternehmen.**

Kultur spielt für Berliner Unternehmen eine zentrale Rolle als Standortfaktor. Rund 90 Prozent von ihnen halten das Kulturangebot für wichtig bei der Gewinnung neuer Mitarbeitender, während fast 85 Prozent den Einfluss auf die Mitarbeiterbindung betonen. Zudem nutzt etwa die Hälfte der Unternehmen kulturelle Angebote im Arbeitgeber*innen marketing. Kultur stärkt aus ihrer Sicht Innovationskraft und Teamzusammenhalt und wirkt zugleich positiv auf ihre Außenwahrnehmung.

▶ **Kooperationen und Schnittstellen zwischen Kultur und Wirtschaft sollten gestärkt werden.**

Um Kultur in Berlin als Standortfaktor zu stärken, sollte ihre internationale Sichtbarkeit gezielt gefördert werden. Zugleich sind Schnittstellen zwischen Kulturangeboten und Wirtschaft auszubauen (z. B. Firmenangebote). Dies kann durch ressortübergreifende Förderung von Kooperationen und kulturelle Angebote in Unternehmensnähe (z. B. Innovationsquartiere) unterstützt werden. Kultureinrichtungen könnten verstärkt spezifische Angebote für sie ausbauen. Zugleich sollten Sponsoringkonzepte als zusätzliche Finanzierungsquelle geprüft werden. Angesichts des geringen Anteils von Großindustrie in Berlin sollte dieser Ansatz aber nicht überschätzt werden.

■ **Kultur belebt Quartiere und stärkt städtische Resilienz.**

Kulturangebote sind wichtige Treiber städtischer Entwicklung und stärken Berlins Quartiere. Mit gezielten Maßnahmen können sie sowohl Kulturelle Teilhabe als auch soziale Integration fördern. Hier kommt bezirklicher Kulturförderung eine besondere Rolle zu. Berliner Bibliotheken sind in diesem Feld bereits sehr aktiv. In Museen und Gedenkstätten hat das Land Berlin das Thema durch das Förderprogramm „Curators of Outreach“ deutlich gestärkt.

▶ **Kultur sollte stärker in die Stadtplanung integriert und Outreach-Projekte der Kultureinrichtungen gezielter gefördert werden.**

Um Kultur systematisch in die Stadtplanung einzubeziehen, bedarf es einer ressortübergreifenden Förderstrategie – womöglich im Rahmen eines Kulturentwicklungsplans. Dabei ist es besonders wichtig, eine kulturelle Grundversorgung in den einzelnen Bezirken sicherzustellen. Wesentlich ist zudem eine verlässliche Förderung von Stadtraum-Projekten der Freien Szene, die dieses Feld in Berlin maßgeblich prägt. Um das Thema an den Bühnen zu stärken, empfiehlt sich eine gezielte Projektförderung für Outreach-Maßnahmen nach dem Vorbild der Museen/Gedenkstätten. Als Ausgangspunkt könnte die bestehende Förderlinie „Jugendkulturinitiative Berlin“ dienen.

■ **Kultur ist ein Top-Reisegrund für Berlin-Tourist*innen.**

In Berlin übernachten jährlich ähnlich viele Tourist*innen wie in London und Paris. Damit ist Stadt eines der Top-Städtereiseziele in Europa. Sehenswürdigkeiten (63 %) sowie das Kunst- und Kulturangebot (61 %) sind für inländische und internationale Tourist*innen mit Abstand die wichtigsten Gründe, nach Berlin zu reisen. Kulturell motivierte Tourist*innen bleiben im Durchschnitt länger in Berlin und geben dadurch mehr Geld in der Stadt aus. Das kulturbezogene Image Berlins ist derzeit stark von Geschichte, Architektur und Sehenswürdigkeiten geprägt.

▶ **Berlin braucht auch ein zeitgenössisches Narrativ, um langfristig Tourist*innen anzuziehen, und sollte die City Tax gezielt für Kultur einsetzen.**

Um Tourist*innen anzusprechen, die von geschichtsbezogenen Themen nicht (mehr) erreicht werden, braucht es parallel ein auf den Kultur- und Kreativstandort Berlin zugeschnittenes zeitgenössisches Narrativ. Fördergeber*innen sollten gezielt innovative Kulturangebote und Formate unterstützen, die gegenwartsbezogene Themen aufgreifen und die internationale Szene Berlins repräsentieren. Hier kann und sollte das Stadtmarketing ansetzen, um das Profil der Stadt im Kulturtourismus weiter zu stärken. Zudem sollte geprüft werden, ob Mittel aus der City Tax in einen dauerhaften Investitionsfonds für Kulturangebote fließen können. So ließe sich die kulturelle Infrastruktur sichern, die Berlin auch für Tourist*innen attraktiv hält.

1. Kulturförderung erzeugt erhebliche wirtschaftliche Rückflüsse in Berlin

Öffentliche Kulturförderung sorgt in Berlin nicht nur für eine kulturelle Vielfalt von großen Häusern bis hin zu Ensembles und Projekten der Freien Szene. Sie hat auch eine erhebliche wirtschaftliche Relevanz für die Stadt. Analysen zur Umwegrentabilität belegen, dass öffentliche Kulturförderung wesentlich zur ökonomischen Dynamik Berlins beiträgt. Besonders bedeutsam sind dabei die Kultureinrichtungen als größter öffentlich finanziert Kultursektor der Stadt. Sie schaffen zahlreiche Arbeitsplätze, vergeben hochdotierte Aufträge an Unternehmen und erzeugen wirtschaftliche Effekte entlang verschiedener Wertschöpfungsketten. Zusätzlich profitieren Bereiche wie Gastronomie, Hotellerie, Einzelhandel und weitere Dienstleistungen von den Ausgaben der Besucher*innen.

Berlins Kulturförderung ist historisch gewachsen

- 2024 förderte die Berliner Senatsverwaltung für Kultur und Gesellschaftlichen Zusammenhalt Kultur mit rund einer Milliarde Euro; davon flossen rund 95 Prozent in die institutionelle Förderung von Kultureinrichtungen, freien Ensembles und Gruppen.
- Kulturangebote werden vor allem von den Referaten I A (Künstler*innen, Projekte und Freie Gruppen), I B (Bühnen, Orchester, Tanz, Literatur und interdisziplinäre Einrichtungen) sowie I C (Gedenkstätten, Museen, Bildende Kunst) der Berliner Senatskulturverwaltung gefördert. Auch die Referate I D (Stadtkultur, Bibliotheken, Archive sowie Musik- und Jugendkunstschulen) und ZS D (Grundsatz und Recht) fördern Kulturangebote entweder direkt oder bspw. über den Projektfonds Kulturelle Bildung und Kulturprojekte Berlin (SenKultGZ 2026a).
- Kultur wird in Berlin auch durch den Bund über den Hauptstadt-kulturvertrag mitfinanziert sowie über Förderinstrumente wie den Hauptstadtkulturfonds, den Fonds Darstellende Künste und die Initiative Musik. Ergänzt werden sie durch viele internationale Stipendien-, Residenz- und Austauschprogramme. Hohe Anteile all dieser Förderungen gibt es hier jedoch nur, wenn das Land Berlin eine Ko-Förderung zusichert.

Die in dieser Studie vorgenommene Umwegrentabilitätsanalyse berechnet die wirtschaftlichen Wirkungen der Landes-kulturförderung für Berlin. Dafür wird ein breites Spektrum an Kulturangeboten – von Museen und Gedenkstätten über Sprechtheater, Oper, Ballett und Tanz bis hin zu Konzerthäusern – betrachtet. Die Untersuchung bezieht sowohl Kultureinrichtungen als auch Freie Gruppen und Ensembles ein.

Betrachtet wird zum einen, welchen Anteil an Kulturförderung des Landes Berlin diese Akteur*innen erhalten, und zum anderen, welche positiven Effekte sie damit in Berlin erzielen. Aufgrund der Datenlage konzentrieren sich die Berechnungen auf die künstlerische institutionelle Förderung der Referate I B und I C der Berliner Senatskulturverwaltung, da für sie öffentlich zugängliche Wirtschaftspläne der Geförderten vorliegen. Für Referat I A existieren keine vergleichbaren Dokumentationen der wirtschaftlichen Leistungen der Geförderten.

Insgesamt erhielten die geförderten Kultureinrichtungen der Referate I A, I B, I C, ZS D nach Auskunft der Senatskulturverwaltung 2024 667,7 Millionen Euro. Die folgende Analyse der Umwegrentabilität basiert auf den Daten zu insgesamt 65 Einrichtungen, Freien Ensembles und Gruppen der Referate I B und I C mit zusammen 541,8 Millionen Euro Fördersumme. Damit ist die Berechnung im Vergleich zu bisherigen deutschen Studien in einzigartiger Weise flächendeckend und belastbar.

Landesgeförderte Akteur*innen in dieser Umwegrentabilitätsberechnung

Referat I C – Gedenkstätten, Museen, Bildende Kunst

- Aktives Museum
- Atelierhaus Dahlem
- Bauhaus-Archiv
- Georg Kolbe Museum
- Haus der Wannsee-Konferenz
- Käthe-Kollwitz-Museum
- Künstlerhaus Bethanien
- Kunst-Werke Berlin
- Stiftung Berliner Mauer
- Stiftung Berlinische Galerie
- Stiftung Bröhan-Museum
- Stiftung Deutsches Technikmuseum Berlin
- Stiftung Domäne Dahlem
- Stiftung Gedenkstätte Berlin-Hohenschönhausen
- Stiftung Stadtmuseum Berlin (Nikolaikirche, Ephraim-Palais, Museum Knoblauchhaus und Berlin Global im Humboldt Forum)
- Stiftung Topographie des Terrors
- Schwules Museum
- Werkbundarchiv – Museum der Dinge

Referat I B – Bühnen, Orchester, Tanz, Literatur und interdisziplinäre Einrichtungen

- andcompany&Co.
- ATZE Musiktheater
- Ballhaus Naunynstraße
- Ballhaus Ost
- Berliner Ensemble
- cie. toulalimnaios
- Constanza Macras | DorkyPark
- Deutsche Oper Berlin
- Deutsches Theater Berlin
- DOCK ART
- Friedrichstadt-Palast
- Gob Squad Arts Collective
- GRIPS Theater
- Hebbel Theater Berlin
- Internationales Kultur Centrum ufaFabrik
- Kleines Theater am Südwestkorso
- Komische Oper Berlin
- Komödie am Kurfürstendamm
- Konzerthaus Berlin
- Literaturhaus Berlin
- Maxim Gorki Theater Berlin
- Neuköllner Oper
- Nico and the Navigators
- Renaissance Theater
- Rimini Apparat GbR (Rimini Protokoll)
- Rundfunk-Orchester und -Chöre Berlin
- Saalbau Neukölln & Veranstaltungs GmbH (Heimathafen Neukölln)
- sashawaltz & guests
- Schaubühne am Lehniner Platz
- She She Pop
- Schlosspark Theater
- Solistenensemble Kaleidoskop
- Sophiensæle
- Staatsballett Berlin
- Staatsoper Unter den Linden
- Stiftung Berliner Philharmoniker
- Tanzfabrik Berlin
- Theater an der Parkaue
- Theater im Palais
- Theater Strahl
- Theater Thikwa
- Theaterdiscounter
- Vaganten Bühne Berlin
- Volksbühne am Rosa-Luxemburg-Platz

Die vorgenommene Analyse nimmt mehrere Wirkungsebenen in den Blick. Dazu zählen zunächst die direkten ökonomischen Effekte aus den laufenden Ausgaben und Personalkosten der Einrichtungen. Hinzu kommen die wirtschaftlichen Impulse, die über beauftragte Unternehmen und deren Vorleistungen entstehen, sowie die Ausgaben des Publikums vor Ort. Auch die aus all diesen Effekten resultierenden Steuern und Sozialversicherungsbeiträge werden einbezogen. Besonders aufschlussreich ist die in dieser Untersuchung erstmalig vorgenommene Aufgliederung der Besucher*innenausgaben nach auswärtigen Gäst*innen und den Berliner*innen auf Basis von KulturMonitoring-Daten (KulMon-Daten). So wird auch die Wirkung des lokalen Publikums sichtbar und die wirtschaftliche Bedeutung von Kultur nicht allein auf den Tourismus reduziert.



Umwegrentabilität – was zeigt sie auf?

- Öffentliche Kulturförderung fließt nicht nur direkt in die Kulturangebote, sondern schafft auch indirekten wirtschaftlichen Nutzen für die Stadt.
- Die Kulturangebote erzielen Umsätze (z. B. Ticketverkäufe) und beschäftigen Personal. Sie zahlen Löhne und Gehälter sowie Steuern und Abgaben (› direkte Effekte).
- Die geförderten Kultureinrichtungen vergeben Aufträge an lokale Handwerksbetriebe oder Technikfirmen und kaufen Material ein (› direkte Effekte). Davon profitieren auch deren Zulieferbetriebe und Dienstleister (z. B. Druckereien, Reinigungsfirmen) (› indirekte Effekte).
- Die Besucher*innen geben Geld für Tickets, aber auch für ÖPNV, Gastronomie, Hotels oder den Einzelhandel in der Stadt aus. Davon profitieren ebenfalls Zulieferer und Dienstleister (› indirekte Effekte).
- Die Einkommen der Beschäftigten der Kulturangebote werden in der Region ausgegeben und erzeugen zusätzliche Nachfrage (› induzierte Effekte).
- In all diesen Feldern entstehen zusätzliche Steuereinnahmen für den Staat wie Mehrwert-, Einkommens- und Gewerbesteuer (› steuerliche Rückflüsse).
- Die Umwegrentabilitätsanalyse untersucht, welche dieser verschiedenen Einnahmen in der Stadt durch die öffentlich geförderten Kulturangebote entstehen.

Jeder Euro Kulturförderung bringt Berlin mehr als das Dreieinhalbfache an wirtschaftlichen Effekten zurück

Kulturförderung rechnet sich für Berlin deutlich. Die hier betrachteten Kultureinrichtungen, Freien Gruppen und Ensembles erzeugen Ausgaben und Rückflüsse in die Stadtwirtschaft in erheblichen Größenordnungen. Dabei ist zu beachten: Die drei Kultureinrichtungen Stiftung Berliner Mauer, Topographie des Terrors und Gedenkstätte Hohenschönhausen haben außergewöhnlich hohe Besuchszahlen und einen überdurchschnittlich hohen Anteil touristischer Besucher*innen. Dadurch erzielen sie überproportional hohe indirekte Wertschöpfungs- und Beschäftigungseffekte. Da diese Durchschnittswerte erheblich verzerren, fließen sie in die im Folgenden aufgeführten Ergebnisse nicht ein. Sie werden stattdessen separat betrachtet.

Die Ausgaben der Einrichtungen, auf denen die nachfolgenden Berechnungen beruhen, belaufen sich auf insgesamt 1630,5 Mio. Euro. Der eingerechnete Personalaufwand beträgt 454,7 Mio. Euro (Gehälter, Sozialabgaben, Beihilfen, Zuschläge, ggf. Versorgungsaufwendungen). Der Sachaufwand liegt bei 342,5 Mio. Euro (Mieten, Technik, Material, Energie, Verwaltungskosten, Werbung, Reparaturen, Honorare, Dienstleistungen usw.). Hinzu kommen 833,3 Mio. Euro an Ausgaben, die Besucher*innen dieser Kulturangebote im Zusammenhang mit ihrem Kulturbesuch tätigen (bspw. ÖPNV, Gastronomie, Hotels, Einzelhandel). Von diesen Publikumsausgaben entfallen 610,4 Mio. Euro auf auswärtige und 222,9 Mio. Euro auf einheimische Besucher*innen. Der lokale Anteil bei den Publikumsausgaben liegt also bei rund 26,7 Prozent. Damit spielen die Besucher*innen aus Berlin zwar eine messbare Rolle für die hiesige Gesamtwirtschaft. Der größte wirtschaftliche Effekt in diesem Feld entsteht aber durch Tourist*innen.

Über die weitere Berechnung zeigt sich: Von diesen Mitteln fließen 1 880,5 Millionen Euro – also rund 1,9 Milliarden Euro – in die Berliner Wirtschaft zurück. Dieser Betrag setzt sich aus mehreren Komponenten zusammen: Ein Teil entsteht durch die direkten Personal- und diversen Sachausgaben der Einrichtungen selbst (12,7 %). Hinzu kommen die Einkommen der Beschäftigten, die überwiegend in Berlin wieder ausgegeben (7,6 %) werden, z. B. für Wohnen, im Einzelhandel oder für Dienstleistungen (Energie, Lebenshaltung, Freizeitangebote etc.). Von den Einkäufen oder Aufträgen der Kultureinrichtungen profitieren nicht nur die direkt Beauftragten, sondern auch weitere Unternehmen in der Wertschöpfungskette (5,4 %). Diese Unternehmen kaufen dafür ebenfalls Arbeitszeit, Dienstleistungen oder Material ein (bspw. bei einem Cateringbetrieb die Lebensmittel-Produzenten).

Mit fast zwei Dritteln stellen die Ausgaben der Kulturbesucher*innen den größten Anteil an den Rückflüssen innerhalb Berlins (62,6 %). Die fiskalischen Rückflüsse betragen 219,5 Mio. Euro. Sie entstehen im Wesentlichen durch Steuern und Sozialabgaben, die im Zusammenhang mit all diesen ausgelösten wirtschaftlichen Aktivitäten anfallen. Allerdings fließt nur ein geringer Teil dieser Einnahmen tatsächlich an das Land Berlin zurück. Einkommensteuer und Umsatzsteuer werden

nach festgelegten Verteilungsschlüsseln zwischen den verschiedenen Gebietskörperschaften aufgeteilt, sodass das Land Berlin nur einen kleinen Teil der Einnahmen bekommt. Ebenso fließen die Sozialabgaben an unterschiedliche Sozialversicherungsträger in den Bereichen Gesundheit, Pflege, Arbeit und Alterssicherung auf Bundesebene.

Für die wirtschaftliche Einordnung der Gesamteffekte der Berliner Kulturförderung ist die Kennzahl „Rückflüsse gesamt für Berlin“ die zentrale Größe. Sie fasst alle oben aufgeführten wirtschaftlichen Wirkungen der Kulturförderung innerhalb der Stadt zusammen. Demnach stehen Ausgaben für Fördermittel in Höhe von 528 Mio. Euro gesamtwirtschaftliche Effekte von 1880,5 Mio. Euro gegenüber. Die Kulturförderung generiert damit 1352,5 Mio. Euro Überschüsse. Die ausgelöste wirtschaftliche Aktivität übersteigt also das Fördervolumen deutlich. Aus den Werten ergibt sich in Summe eine Umwegrentabilität (UWR) der öffentlichen Kulturförderung des Landes Berlin von 3,56. Das bedeutet: Jeder investierte Euro öffentliche Kulturförderung erzeugt im Durchschnitt mehr als das Dreieinhalbfache an wirtschaftlichen Rückflüssen in die Stadt.

Die wirtschaftlichen Wirkungen der verschiedenen Kultursparten unterscheiden sich deutlich voneinander. Sie sind vor allem von strukturellen Unterschieden zwischen den einzelnen Einrichtungen in Größe, Personalintensität, Produktionsstruktur und Publikumsreichweite geprägt. Große Häuser mit hohem Budgets, hohem Personalbestand und insbesondere großer Reichweite erzeugen überproportionale Rückflüsse. Das gilt im Theaterbereich insbesondere für den Friedrichstadt-Palast und bei den Opernhäusern besonders für die Staatsoper Unter den Linden und die Deutsche Oper Berlin, für die Komische Oper hingegen in deutlich geringerem Umfang. Im Musikbereich sind die Berliner Philharmoniker und die Rundfunk-Orchester und -Chöre zu nennen. Im Bereich Museen und Gedenkstätten trifft es insbesondere auf das Technikmuseum und die Stiftung Stadtmuseum Berlin zu – sowie auf die Sonderfälle Stiftung Berliner Mauer und Topographie des Terrors, die weiter unten als Sonderfälle separat betrachtet werden.

Personalintensive Einrichtungen, insbesondere große Opernhäuser und Theater, erzeugen zudem aufgrund ihrer höheren Löhne und anderweitigen Ausgaben häufig stärkere fiskalische Rückflüsse. Einrichtungen mit hohem Sach- und Produktionsaufwand kaufen zudem besonders viele Sach- und Dienstleistungen ein. Dadurch profitieren viele lokale Unternehmen, die wiederum eigene Zulieferer beauftragen. Dies gilt etwa im Konzert- und Ausstellungsbetrieb. Publikumsstarke und international bekannte Häuser mit hoher touristischer Sichtbarkeit entfalten gleichzeitig besonders hohe Effekte über die Ausgaben ihrer Besuchenden. Dies gilt bspw. für den Friedrichstadt-Palast, die Berliner Philharmoniker, das Deutsche Technikmuseum und die Stiftung Stadtmuseum Berlin.

Fiskalische Gesamteffekte und Effizienz der Kulturförderung (2024)

Höhe der Kulturförderung	Fiskalische Effekte gesamt	Rückflüsse gesamt für Berlin	UWR	Überschüsse
528,0 Mio. €	219,5 Mio. €	1880,5 Mio. €	3,56	1352,5 Mio. €

Treiber hoher Umwegrentabilität öffentlich geförderter Kultur

- Geförderte Einrichtungen, Freie Ensembles und Gruppen erzeugen hohe Effekte, wenn sie viele Menschen beschäftigen, die ihr Einkommen wiederum in der Stadt ausgeben.
- Hohe Effekte entstehen auch, wenn die Geförderten viel Geld bei Berliner Unternehmen und Dienstleistern ausgeben und diese wiederum Personal und Material vor Ort beziehen.
- Ein großes und vor allem touristisches Publikum verstärkt die Wirkung, weil Besucher*innen Ausgaben in Bereichen wie Gastronomie, Mobilität und Dienstleistungen tätigen.
- Fiskalische Rückflüsse entstehen vor allem bei personalintensiven Einrichtungen, weil hohe Lohnsummen starke Effekte über Lohnsteuer und Sozialabgaben erzeugen.

Die wirtschaftlichen Effekte unterscheiden sich deutlich zwischen den Sparten

Die Museen und Gedenkstätten zeigen auch ohne die genannten statistischen Ausreißer innerhalb der Sparten das mit Abstand publikums- und reichweitenstärkste Profil: Den 108,8 Mio. Euro, die sie an Förderung erhalten, stehen erhebliche 580,1 Mio. Euro an Rückflüssen für Berlin gegenüber. Die Umwegrentabilität liegt entsprechend bei sehr hohen 6,71, der Überschuss bei 471,3 Mio. Euro. Die fiskalischen Rückflüsse der Sparte liegen insgesamt bei 44,1 Mio. Euro und stammen größtenteils aus den Umsatzsteuereffekten aus den Ausgaben des Publikums. Auffällig ist hier: Die direkten und indirekten Effekte aus den Ausgaben ihres Publikums rund um den Besuch summieren sich bei den Museen und Gedenkstätten auf 433,0 Mio. Euro und machen damit 74,6 Prozent der gesamten Berlin-Effekte aus. Kommen die Umsatzsteuer-rückflüsse aus diesen Ausgaben hinzu, steigt der publikumsbezogene Anteil auf 461,8 Mio. Euro bzw. 79,6 Prozent. Die ökonomische Logik dieser Sparte ist also stark von Besuchsreichweite, touristischer Nachfrage und besuchsbezogenen Konsumausgaben geprägt. Gleichzeitig bewirken hier wenige große Einrichtungen den Großteil der Umwegrentabilität, insbesondere das Deutsche Technikmuseum, die Stiftung Stadtmuseum, die Berlinische Galerie und die Domäne Dahlem: Rund 80 Prozent der Publikumseffekte entfallen auf diese vier Museen.

Bei den Sprechtheatern entstehen aus 193,9 Mio. Euro Förderung 674,4 Mio. Euro an Rückflüssen für Berlin. Ihre Umwegrentabilität liegt bei 3,48, der Überschuss bei 480,6 Mio. Euro. Auffällig ist, dass die Publikumsausgaben mit 64,1 Prozent auch hier der wichtigste Treiber der wirtschaftlichen Effekte sind. Der laufende Betrieb der Häuser und die Umsätze der Unternehmen, mit denen sie zusammenarbeiten, tragen zusammen rund 17,0 Prozent bei. 7,4 Prozent entstehen aus dem Konsum der Beschäftigten in Berlin. Die fiskalischen Rückflüsse liegen bei 77,4 Mio. Euro und entstehen überwiegend aus den Arbeitsplätzen, die die Theater schaffen, sowie aus den lokalen Ausgaben der Beschäftigten. Allerdings bestehen auch im Bereich Sprechtheater große Unterschiede zwischen einzelnen Einrichtungen, vor allem über den Anteil auswärtiger Besucher*innen. Einige große Häuser heben die Durchschnittswerte deutlich an. Allen voran entfallen allein auf den Friedrichstadt-Palast rund 42,1 Prozent der Rückflüsse der gesamten Sparte.

Die Sparte Konzerthäuser erreicht 240,6 Mio. Euro an wirtschaftlichen Effekten für Berlin, bei 54,6 Mio. Euro Förderung. Die Umwegrentabilität liegt in dieser Sparte bei hohen 5,14, der finanzielle Rückfluss in die Stadtwirtschaft beträgt 186,0 Mio. Euro. Auffällig ist ein gemischtes Wirkungsprofil: 112,7 Mio. Euro bzw. knapp die Hälfte der Effekte (46,8 %) entsteht direkt und indirekt aus Publikumsausgaben. Weitere 66,5 Mio. bzw. rund 27,6 Prozent stammen aus dem laufenden Betrieb und aus den Umsätzen der Unternehmen, die von den Einrichtungen beauftragt werden. Der lokale Konsum von Beschäftigten macht 26,9 Mio. € bzw. 11,2 Prozent aus. Die Sparte verbindet damit stabile Betriebs- und Beschäftigungseffekte mit einer starken publikumsbezogenen Wirkung. Die fiskalischen Rückflüsse betragen 34,5 Mio. Euro.

Bei der Sparte Oper (inkl. Tanz/Ballett) erzeugen 168,4 Mio. Euro Förderung 374,1 Mio. Euro Rückflüsse für Berlin. Die Umwegrentabilität liegt bei 2,70, der Überschuss bei 205,7 Mio. Euro. 13,9 Prozent des wirtschaftlichen Effekts stammen aus dem, was die Beschäftigten in der Stadt ausgeben. Publikumsausgaben spielen mit 51,1 Prozent die größte Rolle. Die Umwegrentabilität der Opern in Berlin fällt damit im Vergleich zu Häusern wie etwa der Semperoper Dresden etwas geringer aus (Bönsel & Donsbach 2007). Ein wichtiger Grund dafür ist, dass in den Berliner Einrichtungen nur rund ein gutes Drittel des Publikums von außerhalb anreist. Zudem geben Besucher*innen der Opern in Berlin im Durchschnitt etwas weniger Geld rund um ihren Besuch aus. Vor allem aber ist das Kulturangebot der Hauptstadt enorm vielfältig. Dadurch verteilt sich die Aufmerksamkeit der Gäst*innen auf viele Attraktionen. Opernhäuser spielen deshalb nur eine kleinere Rolle im gesamten Kulturangebot und sind für viele Menschen ein weniger entscheidender Grund, nach Berlin zu kommen als in anderen Städten.

In der Sparte Literatur floss mit dem Literaturhaus Berlin nur eine einzige Einrichtung in die Berechnung der Umwegrentabilität ein. Auch die ufaFabrik ist in ihrer Einrichtungsart einzeln im Datensatz vertreten. Sie passt nicht eindeutig in eine Kultursparte, da sie Kultur, Soziokultur und Nachbarschaftsarbeit

auf einem gemeinsamen Gelände verbindet. Daher erfolgt für beide Einrichtungen keine spartenbezogene Analyse, sie gehen aber mit zusammen 8,8 Mio. Euro Förderung und 8,9 Mio. Euro wirtschaftlichen Rückflüssen in die Gesamtbetrachtung ein.

Wirtschaftliche Effekte der Kulturförderung nach Sparten (2024)

Sparte	Förderung Berlin	Rückflüsse Berlin	UWR	Überschuss
Sprechtheater	193,9 Mio. €	674,4 Mio. €	3,48	480,6 Mio. €
Museen/Gedenkstätten	108,8 Mio. €	580,1 Mio. €	6,71	471,3 Mio. €
Opern (inkl. Ballett)	168,4 Mio. €	374,1 Mio. €	2,70	205,7 Mio. €
Konzerthäuser	54,6 Mio. €	240,6 Mio. €	5,10	186,0 Mio. €

Besonders touristische Erinnerungs- und Bildungsorte erreichen eine außergewöhnlich hohe Umwegrentabilität

Die drei Einrichtungen Stiftung Berliner Mauer, Topographie des Terrors und die Gedenkstätte Berlin Hohenschönhausen wurden – wie bereits erläutert – getrennt ausgewertet, weil ihre Ergebnisse die gemittelten Werte der übrigen Häuser stark verzerren würden. Insgesamt erhalten die drei Einrichtungen 13,8 Mio. Euro Förderung, was rund ein Drittel ihrer betrachteten Ausgaben abdeckt. Diese bestehen aus Sachaufwendungen von 28,6 Mio. Euro und 11,0 Mio. Euro bzw. 38,3 Prozent Personalaufwand. Ihre großen Außenbereiche ziehen außergewöhnlich viele auswärtige Besucher*innen an, wodurch die Einrichtungen sehr hohe tourismusbezogene Effekte erzeugen. Rund 30 Prozent aller erfassten Museums- und Gedenkstättenbesuche entfallen allein auf diese drei Orte. Ihre auswärtigen Besucher*innen sorgen für rund 1,8 Mrd. Euro Nachfrage in Berlin; insgesamt entstehen durch sie wirtschaftliche Effekte von etwa 2,8 Mrd. Euro. Die sehr hohe Umwegrentabilität dieser Einrichtungen von 224,67 ist kein Normalfall kultureller Förderung, sondern Ausdruck ihrer besonderen Rolle als Ankerpunkte der Erinnerung, Bildung und des Tourismus. Zusammen mit den zuvor analysierten Einrichtungen ergibt sich ein Gesamtrückfluss von rund 4,65 Mrd. Euro für Berlin.

Von der Förderung zur wirtschaftlichen Wirkung: Neue Perspektiven auf Kulturförderung

Die Ergebnisse zeigen: Kulturförderung sollte ausdrücklich auch als wirtschafts- und standortpolitische Investition verstanden und begründet werden. Mit Blick auf politische Entscheidungen ist es dabei sinnvoll, das Zusammenspiel aus Gesamteffekten für Berlin, Überschüssen und Umwegrentabilität (UWR) zu betrachten. Im Gegensatz zu einzelnen, isolierten Kennzahlen machen erst diese drei Größen gemeinsam die tatsächliche Wirkung der Förderung sichtbar. Eine engere Verzahnung von Kulturförderung, Stadtmarketing und Tourismuspolitik kann das Zusammenwirken der Effekte weiter verstärken. So erzeugen publikumsstarke Einrichtungen hohe Nachfrageeffekte insbesondere in den Bereichen Tourismus, Gastronomie, Hotellerie, Handel und Dienstleistungen. Personalstarke Kultureinrichtungen sollten als Arbeitgeber*innen, Ausbildungsorte und Bestandteile der städtischen Infrastruktur verstanden und in der Förderpolitik adäquat berücksichtigt werden. Sie sichern stabile Beschäftigung, erzeugen hohe Lohnsummen und damit fiskalische Rückflüsse. Gleichzeitig sollte bei Wirtschaftlichkeitsbetrachtungen eine einseitige Orientierung an großen, volumenstarken Häusern vermieden werden. Kleine und mittlere Akteur*innen tragen wesentlich zur kulturellen Vielfalt bei und erfüllen wichtige Funktionen in den Bereichen Innovation, lokale Verankerung, Nachwuchsförderung und quartiersbezogene Wirkung. Diese Dimensionen sollten in der Förderlogik systematisch berücksichtigt werden.

Berechnung der Umwegrentabilität der öffentlichen Kulturförderung – Methodik und Datenlage

Wirtschaftsberichte der landesgeförderten Kultureinrichtungen

- Höhe der öffentlichen Förderung/Zuschüsse für die Geförderten der Referate I B und I C 2024: Personalaufwendungen/Gehälter, Sachaufwendungen und sonstige Sachaufwendungen, ohne CAPEX-Investitionen sowie Besucher*innenzahlen.

KulturMonitoring-Daten (KulMon-Daten)

- Face-to-Face- und Tablet-Befragungen im Publikum von spartenübergreifend 65 Kultureinrichtungen in Berlin, Mindestalter 16 Jahre, Zufallsauswahl der Befragten durch Interviewer*innen, Zeitraum 01.01. bis 31.12.2024 (n = 48 887) und 01.02. bis 28.02.2026 (n = 10 761); bei keinen vorliegenden Daten berechnet aus Durchschnittswerten.
- Anteil von Anwohner*innen und Tourist*innen im Publikum (auf Basis von Daten aus 2024 und 2026), bei Tourist*innen Bedeutung des Einrichtungsbesuchs für die Destinationsentscheidung Berlin und summarische Ausgaben der Besucher*innen spezifisch rund um ihren Besuch für Unterkunft, Essen, Einkäufe, Verkehr, gesplittet nach Tages- und Übernachtungstourist*innen (ohne Ausgaben in der Einrichtung, Daten aus 2026).

Berechnung der Umwegrentabilität

- Lokale Konsumeffekte der Lohnzahlungen an Mitarbeiter*innen über angepasste Schätzindikatoren des Statistischen Bundesamts. Fiskalische Effekte aus Einkommenssteuer und Sozialversicherungsabgaben bei den Personalaufwendungen. Anteil der Beauftragung in Berlin (lokale Dienstleistungen modelliert über Schätzindikatoren von Destatis). Ermittlung der direkten und indirekten Effekte auf die Vorleistenden bei den Sachaufwendungen und sonstigen Sachaufwendungen der Einrichtungen in Berlin (lokale Dienstleistungen modelliert über Schätzindikatoren von Destatis).
- Anteil der in Berlin direkt und indirekt wirksamen touristischen Nachfrage unter Verwendung der festgestellten Quote bei Ort der Verausgabung Berlin über Schätzer von DESTATIS (2025) und Statistischem Bundesamt (2026) modelliert (Herbst 2025). Umsatzsteuer-Effekte auf die touristische und einheimische Nachfrage über Multiplikatoren von Destatis berechnet.

Um die Umwegrentabilität sichtbar zu machen, braucht es eine bessere Datengrundlage für die Freie Szene.

Damit die Umwegrentabilität der Freien Szene messbar wird, braucht es ein einheitliches System zur Erhebung wirtschaftlicher Kennzahlen aller Geförderten inklusive Projektförderung. Auch müssten einzelne Einrichtungen innerhalb von Trägergesellschaften mit mehreren Einrichtungen in Förderdokumentationen gesondert ausgewiesen werden. Zudem sollten Einrichtungen der Freien Szene in die Besucher*innenbefragungen des KulturMonitorings (KulMon) einbezogen werden. Diese Daten würden auch die praktische Arbeit der Freien Szene unterstützen.

Kulturelle Bildung stärkt Teilhabe, Kreativität und Zukunftskompetenzen

Kulturelle Bildung gehört zu den wirksamsten Investitionen in die Zukunft eines Gemeinwesens. Studien zeigen, dass frühe kulturelle Erfahrungen zentrale Kompetenzen wie Kreativität, Problemlösefähigkeit, sprachliche Ausdrucksstärke, soziale Empathie und Selbstwirksamkeit fördern. Sie reichen weit über den künstlerischen Bereich hinaus und sind bspw. für Arbeitsmarkt und Gesellschaftsentwicklung relevant. Kulturelle Bildung fördert zudem soziale Integration und Chancengleichheit und sichert somit langfristig demokratische und gesellschaftliche Stabilität (Deutsche UNESCO-Kommission 2026). Menschen, die regelmäßig an kulturellen Angeboten teilnehmen – ob in Musikschulen, Jugendtheatern, Museen, Bibliotheken oder Projekten der Freien Szene –, entwickeln nachweislich ein höheres Vertrauen in die eigenen Fähigkeiten und ein stärkeres Gefühl sozialer Zugehörigkeit (Hasselhorn et al. 2022). Besonders prägend für ein Interesse an Kunst und Kultur sind die jungen Lebensjahre eines Menschen. Nur eine frühe Beschäftigung sichert ein nachhaltiges Interesse und die Teilhabe an Kunst und Kultur im weiteren Lebensverlauf (Keuchel & Larue 2012; Arts Council 2008).

Auch in Berlin profitieren besonders junge Menschen von diesen Effekten: Die 2024 durchgeführte Bestandsaufnahme des IKTF zur Kulturellen Bildung in Berlin hat gezeigt, dass die Stadt über ein dichtes Netz an Angeboten Kultureller Bildung verfügt. Dieses wird von landesgeförderten Einrichtungen, der Freien Szene und zahlreichen gemeinnützigen Trägern gestaltet. Ein Großteil der Maßnahmen Kultureller Bildung von öffentlich geförderten Kulturorten in Berlin richtet sich an die Zielgruppe Kinder und Jugendliche, bei den klassischen Kultureinrichtungen wie Ausstellungen, klassische Konzerte sowie Sprechtheater-, Ballett- und Opernaufführungen allerdings meist erst ab einem Alter von sechs Jahren. Kulturelle Bildung wirkt in Berlin nicht nur als Lernraum, sondern auch als Schutzraum: Sie stärkt Resilienz, eröffnet neue Perspektiven und schafft oftmals Zugänge für Kinder und Jugendliche, die in anderen Bildungsbereichen unterrepräsentiert sind (Mouhamed & Nörenberg 2024).

Kulturelle Bildung findet in Berlin häufig im Rahmen von Projektförderungen statt. Das erschwert eine langfristige strukturelle Verankerung innerhalb von Kultureinrichtungen und führt im Fall kurzfristiger Haushaltskürzungen zu einem schnellen Ende. Öffentliche Kultureinrichtungen sollten daher animiert werden, Kulturelle Bildung organisatorisch und personell langfristig in ihren Strukturen zu verankern. Um die Wirkkraft Kultureller Bildung zu vergrößern, ist zudem eine stärkere Förderung von Kulturvermittlung für Kinder unter sechs Jahren in den klassischen Kultureinrichtungen zu empfehlen, sodass Teilhabe und Kreativität frühzeitig gefördert werden können. Zudem sollten Angebote für lebenslanges Lernen, insbesondere für Erwachsene und ältere Menschen, ausgebaut werden, um den Zugang zu Kultureller Bildung im späteren Lebensverlauf zu sichern. Kulturpolitik kann Angebote der Kulturellen Bildung in Einrichtungen fördern, indem sie in mehrjährige Projektförderprogramme investiert und gemeinsam mit Kultureinrichtungen klare Ziele festlegt – z. B. dass ein fester Anteil (etwa 10 %) der Budgets speziell für Bildungsarbeit eingesetzt wird (Mouhamed & Nörenberg 2024).

Kulturelle Bildung – Berlin (Daten und Fakten)

Berliner Musik- und Jugendkunstschulen sind stark nachgefragt

- Über 60 000 Schüler*innen nutzen pro Jahr Angebote der bezirklichen Berliner Musikschulen.
- 30 000 Kinder und Jugendliche nehmen jährlich an Angeboten der Jugendkunstschulen teil (SenKultGZ2025).

Die Arbeit der Kulturellen Bildung findet stark über Kooperationen mit Schulen und Freier Szene statt

- Die Arbeit der Kulturellen Bildung findet in Berlin wohnortnah in den Bezirken statt. 2023 gab es 3851 Kooperationen zwischen bezirklichen Einrichtungen und Schulen.
- Die Leistung der Einrichtungen der Kulturellen Bildung in den Bezirken wird in Unterrichtseinheiten oder Stunden gemessen, z. B. für Musikunterricht oder Kurse in Jugendkunstschulen. 2023 waren das 1 111 239 Unterrichtseinheiten in Musikschulen, 166 747 Stunden allgemeine kulturelle Angebote, 134 255 Stunden in der Arbeit der Stadtteilgeschichte und 51 929 Stunden an Jugendkunstschulen (SenKultGZ 2025).
- Kitas, Schulen und Horte sowie Künstler*innen der Freien Szene sind die wichtigsten Kooperationspartner*innen für Aktivitäten der Kulturellen Bildung in den landesgeförderten Kultureinrichtungen in Berlin (Mouhamed & Nörenberg 2024).

Die Datenlage zur Kulturellen Teilhabe von Kindern und Jugendlichen muss systematisch verbessert werden.

Die Datenlage zur Kulturellen Teilhabe von Erwachsenen in Berlin ist bereits gut aufgestellt. Für Kinder und Jugendliche fehlen jedoch belastbare Daten. Eine systematische Erhebung ihrer Einstellungen, Motive und sozialen Lagen würde eine evidenzbasierte Steuerung in Politik und Kultureinrichtungen deutlich erleichtern. Zudem sollte ein Befragungsmodul für Multiplikator*innen entwickelt werden, die Schul- und Gruppenbesuche mit Kultureinrichtungen initiieren – ähnlich den KulturMonitoring-Befragungen (KulMon-Befragungen) von regulären Besuchenden. Empfehlenswert wären zudem regelmäßige Erhebungen dazu, welche Aktivitäten Kultureller Bildung landesgeförderte Kultureinrichtungen anbieten.

2. Berlin ist ein Spitzenstandort der Kultur- und Kreativwirtschaft – durch die Freie Szene

Berlin ist einer der führenden Standorte für die Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland. Die Branche ist breit aufgestellt und reicht von der Designwirtschaft über die Software- und Games-Industrie, Architektur, Werbung, Film, Rundfunk, Fotografie und Mode bis hin zu den klassischen kulturellen Teilmärkten Kunst, Musik und Darstellende Künste. Kultur- und Kreativwirtschaft ist in Berlin sehr vielfältig und unterscheidet sich somit von anderen Städten mit stark spezialisierten Märkten. Beispielsweise dominieren in Köln Film und Rundfunk oder in Hamburg das Verlagswesen. Von Start-ups der Digitalwirtschaft bis hin zu großen Kultureinrichtungen und zur Freien Szene besteht in Berlin ein dichtes, vielfältiges Ökosystem. Wirtschaftlich besonders ins Gewicht fallen die Software- und Games-Industrie sowie die Designwirtschaft. Gut 70 Prozent des Gesamtumsatzes der Branche werden von diesen beiden Teilmärkten erwirtschaftet (SenWiEnBe 2025; Matthiesen et al. 2014). Die besondere Struktur der Kultur- und Kreativwirtschaft Berlins ergibt sich aus einer Kombination historischer und wirtschaftlicher Faktoren. Die Stadt verfügt über eine historisch gewachsene Freie Szene, aus der seit den 1990er-Jahren zahlreiche Kreative aus Kunst und Kultur sowie viele Start-ups hervorgegangen sind. Über viele Jahre waren die Lebenshaltungskosten und Mietpreise in Berlin im europäischen Vergleich relativ günstig, was es vielen Gründer*innen erleichtert hat, Unternehmen ohne hohe Anfangsinvestitionen zu starten. Diese niedrigen Markteintrittsbarrieren haben es ermöglicht, dass sich in vielen kreativen Branchen zahlreiche kleine Unternehmen und Solo-Selbstständige etablieren konnten. Darüber hinaus zieht Berlin international Kreative an: Sie bringen Wissen und Erfahrung mit, die gesellschaftliche und andere Innovationen in der Stadt vorantreiben (KPMG 2020).

Vergleich Kultur- und Kreativwirtschaft und Industrie (2024)

Sektor in Berlin	Bruttowertschöpfung (Mrd. €)	Abhängige Beschäftigte	Umsatz (Mrd. €)
Kultur- und Kreativwirtschaft	12 - 15	195 000	41,1
Industrie (gesamt)	12	108 000	36,3

(SenWiBeEn 2025; SenWiBeEn 2024)



Bruttowertschöpfung – was zeigt sie auf?

- Die Bruttowertschöpfung zeigt, welchen wirtschaftlichen Beitrag eine Branche, bspw. die Kultur- und Kreativwirtschaft, zur gesamtwirtschaftlichen Leistung einer Stadt leistet.
- Die Kultur- und Kreativwirtschaft erzielt Umsätze (z. B. durch Ticketverkäufe, Dienstleistungen oder Produktverkäufe) und beschäftigt Personal. Aus diesen Tätigkeiten entstehen Löhne, Gehälter sowie Steuern und Abgaben. Dieser Teil der wirtschaftlichen Aktivität trägt unmittelbar zur Bruttowertschöpfung bei (→ direkte Wertschöpfung).
- Unternehmen der Branche beziehen zudem Vorleistungen aus der Stadt und der Region, etwa von Druckereien, IT-Dienstleistern, Technikfirmen, Handwerksbetrieben oder Produktionsdienstleistern. Diese Vorleistungen fließen ebenfalls in die wirtschaftliche Leistung ein, da auch in diesen Betrieben Einkommen und Wertschöpfung entstehen (→ indirekte Wertschöpfung über Vorleistungen).
- Darüber hinaus werden die in der Kultur- und Kreativwirtschaft erzielten Einkommen in der Region ausgegeben – etwa für Wohnen, Konsum, Gastronomie oder Mobilität. Dadurch entsteht zusätzliche wirtschaftliche Aktivität in anderen Branchen (→ induzierte Wertschöpfung über Konsum).
- Die Bruttowertschöpfung macht sichtbar, wie viel Wert in Berlin selbst entsteht – also nicht nur, wie viel umgesetzt wird, sondern welcher Anteil davon als ökonomische Leistung in der Stadt „hängen bleibt“. Sie veranschaulicht also, welchen realen Beitrag die Kultur- und Kreativwirtschaft zur Wirtschaftsleistung Berlins insgesamt leistet.

Die Kultur- und Kreativwirtschaft in Berlin hat ein beachtliches Gewicht und übertrifft in ihrer wirtschaftlichen Gesamtleistung die Industrie, wie beispielsweise Pharma- oder Maschinenbauindustrie (siehe Tabelle). Deutlich wird dies sowohl bei der Bruttowertschöpfung: Diese beträgt in der Kreativwirtschaft zwischen 12 und 15 Mrd. € gegenüber 12 Mrd. € in der Industrie. Auch bei der Zahl der abhängig Beschäftigten (195000 gegenüber 108 000) und auch beim Umsatz (41,1 Mrd. € gegenüber 36,3 Mrd. €) sind die Werte in der Kultur- und Kreativwirtschaft höher als in der gesamten Industrie in Berlin.

Zugleich gestaltet die Kultur- und Kreativwirtschaft maßgeblich das öffentliche und internationale Image Berlins und trägt wesentlich zur kulturellen Strahlkraft der Stadt bei. Insgesamt prägt sie Berlin wie kaum ein anderer Wirtschaftsbereich. Unterdessen wirkt die Branche weit über ihren eigenen Sektor hinaus: Sie zieht Fachkräfte aus aller Welt an, stärkt die Innovationskraft anderer Wirtschaftsbereiche und leistet einen essenziellen Beitrag zur Attraktivität Berlins als Arbeits- und Lebensort sowie als Tourismusziel (SenWiEnBe 2025).

Vergleich der klassischen Kulturmärkte in Berlin (2024)

Teilmarkt in Berlin	Anzahl Unternehmen insgesamt	Anteil Solo-Selbstständige unter diesen Unternehmen
Darstellende Künste	1 382	87 %
Musik	3 538	86 %
Bildende Kunst	3 429	90 %

(SenWiEnBE 2025)

In den klassischen Kulturmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft Berlins – Kunst, Musik und Darstellende Künste – findet sich ein breites Spektrum an Unternehmen und Akteur*innen: von Theatergesellschaften und Musiklabels über Galerien, Produktionshäuser und Booking Agenturen bis zu Kunsthändler*innen, Veranstaltungsagenturen, Tonstudios, Clubs, freien Kollektiven, Off Spaces sowie freischaffenden Künstler*innen und Kulturvermittler*innen. Gleichzeitig weisen diese Teilmärkte mit fast 8500 Unternehmen eine hohe Unternehmensdichte auf (SenWiEnBe 2025). Auffällig ist dabei das Verhältnis von Unternehmen zu Beschäftigten: Im Vergleich zur Zahl der vielen, häufig kleineren Betriebe gibt es nur wenige sozialversicherungspflichtige Beschäftigte. Die Strukturen sind also kleinteilig organisiert und stark von Solo-Selbstständigkeit geprägt. Dies ist ein typisches Merkmal der Freien Szene. Diese Zahlen verdeutlichen: Die Freie Szene prägt die Kulturmärkte Berlins strukturell sehr stark und beeinflusst deren künstlerische sowie wirtschaftliche Dynamik entscheidend.

Die Solo-Selbstständigen der Freien Szene haben hohe wirtschaftliche Bedeutung für Berlin

Für die vorliegende Studie wurden für eine spezifische Betrachtung der Freien Szene die Daten der amtlichen Wirtschaftsstatistik Berlins sowie Bestands- und Einkommensdaten der Künstlersozialkasse (KSK) für Berlin vertiefend ausgewertet. Nicht berücksichtigt sind dabei Personen, die über KSK-Versicherte mitversichert sind, sowie Kunstschaffende in regulären sozialversicherungspflichtigen Beschäftigungsverhältnissen. Die Zahl dieser Personen dürfte jedoch – gemessen an allen dort Versicherten – nur einen niedrigen, einstelligen Prozentbereich ausmachen. Da es weitere, spezielle Erhebungen zur wirtschaftlichen Situation der Berliner Kulturwirtschaft nicht gibt, handelt es sich um eine Modellrechnung. Die nachfolgend dargestellten Werte sind daher eine konservative Schätzung und zeigen vermutlich die untere Grenze der tatsächlichen Bruttowertschöpfung.

Ein Blick in die Zahlen der Künstlersozialkasse (KSK) verdeutlicht: Insgesamt erwirtschaften 2024 in den drei klassischen Kulturmärkten Kunst, Musik und Darstellende Künste 32 420 Solo-Selbstständige ein gemeinsames Einkommen von 614,1 Millionen Euro. Diese Akteur*innen sind wirtschaftlich gesehen also kein Randbereich, sondern ein zentraler

Bestandteil der Berliner Kulturproduktion. Gleichzeitig wird deutlich: Zwar entsteht in allen drei Teilmärkten ein beträchtliches Einkommensvolumen, die durchschnittlichen Einkommen pro Kopf bleiben mit rund 19 000 Euro jedoch vergleichsweise niedrig. Dies weist auf eine wirtschaftlich angespannte Situation vieler Solo-Selbstständiger hin. Besonders deutlich wird dies im Bereich Musik, der das kleinste Segment darstellt (siehe Tabelle).

Jahresarbeits-einkommen der Solo-Selbstständigen der freien Szene (2024)

Teilmarkt in Berlin	Anzahl Solo-Selbstständige	Summe Jahresarbeits-einkommen	Ø Jahresarbeits-einkommen
Bildende Kunst	14 137	270,7 Mio. €	19 149 €
Musik	8 758	157,1 Mio. €	17 942 €
Darstellende Künste	9 525	186,3 Mio. €	19 556 €
Gesamt	32 420	614,1 Mio. €	18 942 €

Drei Viertel der Solo-Selbstständigen in den Teilmärkten Kunst, Musik und Darstellende Künste liegen dabei im unteren Einkommenssegment bis einschließlich 22 000 Euro jährlich. Beim Gesamteinkommen zeigt sich ein ähnliches Bild: Die untere Einkommensgruppe verdient rund zwei Drittel der insgesamt 614,1 Millionen Euro. Obwohl die individuellen Einkommen gering sind, führt die große Zahl an Erwerbstätigen in der Summe zu einem höheren Gesamtvolumen. Die wirtschaftliche Basis der Freien Szene wird damit überwiegend von einer breiten Basis einkommensschwacher Solo-Selbstständiger getragen.

Die klassischen Kulturmärkte erreichen jeweils unterschiedliche Bruttowertschöpfung

Insgesamt ergibt die Modellrechnung für die drei klassischen Kulturmärkte eine geschätzte Bruttowertschöpfung von 690,3 Millionen Euro (siehe Tabelle). Den größten Beitrag leistet dabei die Bildende Kunst (rund 43,9 %), gefolgt von den Darstellenden Künsten (31 %) und der Musik (25 %). Die Verteilung nach Jahresarbeits-einkommensgruppen entspricht hier dem Muster der Solo-Selbstständigen: Rund zwei Drittel der Bruttowertschöpfung in den Teilmärkten Kunst, Musik und Darstellende Künste entstehen in der untersten Einkommensgruppe bis 22 000 Euro jährlich. Die vergleichsweise wenigen sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in der Berliner Kulturwirtschaft verändern diese Verteilung also kaum.

Geschätzte Bruttowertschöpfung nach Kulturmärkten (2024)

Teilmarkt in Berlin	BWS bis 22 000 € Jahresarbeits-einkommen	BWS über 22 000 € Jahresarbeits-einkommen	BWS gesamt	Anteil bis 22 000 €/ über 22 000 € Jahresarbeits-einkommen
Bildende Kunst	192,6 Mio. €	110,7 Mio. €	303,2 Mio. €	63,5 %/36,5 %
Musik	117,7 Mio. €	55,2 Mio. €	172,9 Mio. €	68,1 %/31,9 %
Darstellende Künste	140,3 Mio. €	73,9 Mio. €	214,2 Mio. €	65,5 %/34,5 %
Gesamt	450,5 Mio. €	239, 8 Mio. €	690,3 Mio. €	65,3 %/34,7 %

Die drei Kulturmärkte haben jeweils eigene Charakteristika, die sich stark auf ihre Bruttowertschöpfungswerte auswirken: In der Bildenden Kunst entsteht die höchste Wertschöpfung, bedingt durch das Zusammenspiel aus vielen Selbstständigen, relativ hohen Gesamteinkommen und vergleichsweise günstigen Produktionsstrukturen. Die Arbeit ist hier meist stark individualisiert und atelierbasiert, mit geringen infrastrukturellen Anforderungen, aber einer hohen Abhängigkeit von Markt- und Ausstellungsmöglichkeiten. In der Musik fällt die Wertschöpfung geringer aus, da die Einkommensbasis kleiner ist und die strukturellen Rahmenbedingungen weniger günstig sind. Die Produktion ist stärker von Technik, Aufführungsorten und projektbezogener Zusammenarbeit abhängig, was höhere laufende Kosten und organisatorischen Aufwand mit sich bringt. Die Darstellenden Künste liegen im Mittelfeld, da hier ein höheres Gesamtjahresarbeits-einkommen und spezifische Produktionsbedingungen die geringere Erwerbstätigenzahl teilweise ausgleichen. Dieser Teilmarkt ist durch kollektive Produktionsformen geprägt, die einen hohen Koordinationsaufwand sowie umfangreiche Infrastruktur wie Proberäume, Bühnen und technische Ausstattung erfordern.

Treiber hoher Bruttowertschöpfung in klassischen Kulturmärkten

- Die Bruttowertschöpfung wird maßgeblich von der Anzahl und der Struktur der Erwerbstätigen bestimmt: Viele Solo-Selbstständige erhöhen die gesamte Wertschöpfung auch dann, wenn die individuellen Jahresarbeits-einkommen vergleichsweise niedrig sind.
- Die Produktions- und Organisationsform beeinflusst die Wertschöpfung ebenfalls deutlich, etwa durch unterschiedliche Grade an Individualisierung, Zusammenarbeit in Gruppen oder projektbasierte Arbeitsweisen, welche sowohl die Höhe der erzielten Einkommen als auch die Verteilung von Kosten, Erträgen und Vorleistungen beeinflussen.
- Ein weiterer Faktor ist die Infrastrukturabhängigkeit, da ein hoher Bedarf an Räumen, Technik oder Aufführungsorten sowohl Kostenstrukturen als auch Produktionskosten und -bedingungen prägt.

- Der Marktzugang und die jeweiligen Verwertungsmöglichkeiten wirken sich direkt darauf aus, in welchem Umfang wirtschaftliche Leistungen erzielt werden können.
- Auch spielt der Koordinations- und Organisationsaufwand insofern eine Rolle, als stark arbeitsteilige oder gemeinschaftliche Produktionsformen mit höherem Abstimmungsbedarf verbunden sind.

Die Freie Szene sollte als produktiver Bestandteil der Berliner Stadtökonomie verstanden werden – das zeigen die vorliegenden Ergebnisse deutlich. Es braucht realistisch kalkulierte Förder- und Honorarsysteme, um die Spannung zwischen niedrigen individuellen Einkommen und hoher gesamtwirtschaftlicher Leistung zu verringern und damit die kulturelle Produktion und wirtschaftliche Stabilität der Freien Szene zu sichern. Da Solo-Selbstständige einen erheblichen Teil der Wertschöpfung der Berliner Kulturwirtschaft generieren, ist ihre soziale Absicherung ein zentrales strukturpolitisches Thema. Verlässliche, krisenfestere Sicherungssysteme und eine bessere Absicherung bei Erwerbsausfällen sind nicht nur sozialpolitisch relevant, sondern tragen unmittelbar zur Stabilisierung der wirtschaftlichen Basis der Kulturproduktion bei.

Gleichzeitig sollten bezahlbare Arbeits-, Probe-, Atelier- und Aufführungsräume als produktive wirtschaftsförderliche Infrastruktur begriffen werden. Verschlechterungen in diesem Bereich wirken sich nicht nur auf die individuelle Einkommenssituation, sondern direkt auf die gesamtwirtschaftliche Leistungsfähigkeit der Berliner Kulturwirtschaft aus. Die Bruttowertschöpfung der Freien Szene ließe sich zudem durch verlässlichere Projektförderung und den Ausbau mehrjähriger Grundförderungen weiter steigern.

Berechnung der Bruttowertschöpfung – Datenlage und Methodik

Daten der Künstlersozialkasse (KSK)

- KSK-Versichertenbestand: Berlin-Ost/Berlin-West zum 01.01.2024. Die Grundlage der Analyse bilden sogenannte Teiltabellen, die von der Künstlersozialkasse stammen und jeweils nur einen bestimmten Bereich des Kultur- und Kreativsektors abbilden. Zusätzlich wurden die sogenannten K-Faktoren – also Schätzgrößen für bestimmte kulturelle Bereiche – von Expert*innen der Künstlersozialkasse eingeschätzt.
- Betrachtet wurden die Teilmärkte Bildende Kunst, Musik sowie Darstellende Kunst, jeweils auf Grundlage der aktuellen Bestandszahlen der KSK. In diesen Zahlen gibt es keine Überschneidungen mit Beschäftigten, die bereits über Kulturinstitutionen erfasst wurden. Laut KSK kann eine Untererfassung durch mitversicherte Solo-Selbstständige weitgehend ausgeschlossen werden.
- Das hier ausgewiesene Jahresarbeitseinkommen entspricht dem Gewinn aus selbständiger künstlerischer Tätigkeit vor Abzug persönlicher Sozialversicherungsbeiträge und Einkommensteuer. Es ist daher nicht mit Nettoeinkommen gleichzusetzen.
- Analytischer Schwellenwert: 22 000 Euro Jahresarbeitseinkommen zur Abgrenzung von Solo-Selbstständigen, orientiert an Steuer- und Wirtschaftsstatistik (kleine wirtschaftliche Einheiten) sowie zur Differenzierung innerhalb der Solo-Selbstständigkeit.
- Anteil Versicherter unterhalb der unteren Jahresarbeitseinkommensschwelle: ca. 74 Prozent, berechnet auf Basis Berliner Teiltabellen und KSK-Statistiken, obere Gruppe als rechnerische Differenz zum Gesamteinkommen.

Daten der amtlichen Wirtschaftsstatistik Berlins

- Daten zu Unternehmen, Mini-Selbstständigen, Umsätzen und Beschäftigten in der Kultur- und Kreativwirtschaft über den Standortmonitor von Goldmedia (Goldmedia 2026).

Berechnung der Bruttowertschöpfung (BWS)

- Arbeitseinkommen KSK: Betriebseinnahmen abzüglich Betriebsausgaben. Korrektur um in der Volkswirtschaftliche Gesamtrechnungen (VGR) enthaltene, im Gewinn aber bereits abgezogene Positionen: Abschreibungen, Löhne und Gehälter inkl. Arbeitgeber*innenanteile, sonstige Produktionsabgaben abzüglich Subventionen sowie öffentliche Fördermittel; BWS-Definition nach Destatis.
- Die Berechnung der BWS setzt beim KSK-Arbeitseinkommen an. Für eine Annäherung an die Bruttowertschöpfung gemäß VGR-Definition werden dem Gewinn jene Bestandteile hinzugerechnet, die zwar betriebswirtschaftlich als Aufwand erfasst sind, volkswirtschaftlich aber zur Wertschöpfung zählen. Hierzu gehören Abschreibungen, Arbeitnehmer*innenentgelte einschließlich Arbeitgeber*innenanteile, sonstige Produktionsabgaben abzüglich Subventionen sowie öffentliche Fördermittel. Vorleistungen wie Material-, Energie- und Reisekosten, Mieten, Leasing, Abzug der Vorleistungen sind: Material-, Energie- und Reisekosten, Mieten, Leasing, Lizenzgebühren, externe Honorare und sonstige zugekaufte Leistungen (DESTATIS 2026)
- Spezifische Umrechnung Arbeitseinkommen via Bruttowertschöpfung über sektoralen Multiplikator: K-Faktor = BWS/Gewinn bzw. Arbeitseinkommen der KSK-Versicherten; K-Werte nach Teilmarkt (abgeleitet aus Plausibilitätsannahmen und KSK-Expertengesprächen): Bildende Kunst $K = 1,12$; Musik $K = 1,10$; Darstellende Kunst $K = 1,15$. Unterschiede der K-Werte resultieren aus variierenden Kosten- und Produktionsstrukturen (Infrastruktur, Technik, organisatorischer Aufwand).
- Zur Schätzung der Bruttowertschöpfung der Kultur und Kreativwirtschaft in Berlin wurde die von Goldmedia ausgewiesene Gesamtwertschöpfung der Kreativ und Digitalwirtschaft (19,8 Mrd. € für 2024) herangezogen und anteilig anhand der Umsatzverhältnisse zwischen Kreativ ($\approx 41,1$ Mrd. €) und Digitalwirtschaft (≈ 29 Mrd. €) bereinigt; unter Berücksichtigung methodischer Unsicherheiten und höherer Wertschöpfungsquoten der Kreativwirtschaft ergibt sich daraus eine realistische Spannbreite von etwa 12 bis 15 Mrd. €.

Für gezielte Fördermaßnahmen für die Freie Szene braucht es mehr Wissen über ihre wirtschaftlichen Strukturen.

Für gezielte Fördermaßnahmen für die Freie Szene ist mehr Wissen über deren wirtschaftliche Struktur notwendig. Eine vertiefende Untersuchung könnte zentrale Datenlücken zu Einkommen, Beschäftigung und Produktionsbedingungen schließen. Dies würde die Aussagekraft künftiger Bruttowertschöpfungsanalysen erhöhen.

Kulturangebote wirken als soziale Orte der Begegnung und Gemeinschaft

Kulturorte können als sogenannte Dritte Orte wirken, als Orte der Begegnung und des Austauschs zwischen Zuhause und Arbeit, die neutral, leicht zugänglich und gemeinschaftsorientiert sind. Solche Räume gelten in der internationalen Stadtforschung als zentral für sozialen Zusammenhalt, weil sie Begegnungen zwischen unterschiedlichen sozialen Gruppen ermöglichen und damit den Aufbau von sozialen Beziehungen unterstützen. Typische Merkmale solcher Orte sind eine ungezwungene Atmosphäre und flexible Nutzungsmöglichkeiten (Oldenburg 1989; Klinenberg 2018). Die hohe internationale Bedeutung des Themas zeigt sich im Report „Social Connections and Loneliness in OECD-Countries“. Er zählt dazu öffentliche Einrichtungen wie Bibliotheken, Spielplätze oder Parks, religiöse Orte oder Vereine, aber auch kommerzielle Angebote wie Cafés, Kneipen, Friseursalons oder Buchhandlungen. Dritte Orte spielen als soziale Infrastruktur eine zentrale gesellschaftliche Rolle, weil sie Begegnungen zwischen unterschiedlichen sozialen Gruppen ermöglichen und damit den Aufbau sozialer Beziehungen unterstützen (OECD 2025a).

In Deutschland haben sich die Bibliotheken besonders intensiv mit dem Konzept und seiner Umsetzung beschäftigt (Bartlakowski 2023; Schumann 2019). Insofern verwundert es nicht, dass die Angebote der Berliner Bibliotheken, aber auch die der soziokulturellen Zentren weit über Bücher, Medien zum Ausleihen oder kulturelle Veranstaltungen hinausgehen. Sie reichen von kostenfreien, barrierefreien Arbeits- und Aufenthaltsräumen über offene Werkstätten, Makerspaces, Repair Cafés, Yoga- und Sportgruppen, Sing-, Theater-, Strick- und Spielekreisen bis zu den „Döner Dialogen“, bei denen in den Bibliotheken rund um eine Gesprächsveranstaltung Döner gegessen wird (Stadtbibliothek Pankow 2026). Im Winter stellen Berliner Bibliotheken, wie einige Kultureinrichtungen, ihre Räume im Rahmen des stadtweiten „Netzwerks der Wärme“ als Orte zum Aufwärmen zur Verfügung (Berliner Kurier 2022). Wie gut zugänglich Bibliotheken sind, zeigt sich auch daran, wer sie nutzt: Sie erreichen Menschen mit unterschiedlichen formalen Bildungsabschlüssen, Migrationshintergründen und aus verschiedenen sozialen Milieus – deutlich stärker als viele klassische Kultureinrichtungen (Auswertungen des IKTf 2026). Wenn sich diese Einrichtungen als Dritte Orte öffnen würden, könnten sie für mehr Menschen zusätzliche Bedeutung gewinnen, auch für jene, die sie bislang nur selten oder nie besuchen. Viele dieser Kulturorte weisen jedoch historisch bedingt Besuchsbarrieren auf – etwa in Sprache, Symbolik oder Programmgestaltung –, die dieser Idee entgegenwirken. Wenn sie ihr Potenzial als echte Dritte Orte entfalten wollen, müssen diese Barrieren erkannt und systematisch abgebaut werden (European Commission 2019).

Eine systematische Förderung des Konzepts Dritter Ort fehlt in Berlin bislang jedoch: Entsprechende Angebote klassischer Kultureinrichtungen sind projektbasiert und nicht flächendeckend verankert. Damit Kulturorte diese Rolle besser erfüllen können, braucht es eine stärkere politische Anerkennung dieser Aufgabe als zentral für Kultureinrichtungen.

Eine Projektförderlinie könnte mehr Einrichtungen motivieren, entsprechende Konzepte zu erproben. Langfristig ist jedoch eine dauerhafte Förderung nötig, damit erfolgreiche Ansätze in die Regelarbeit übergehen können.

Kulturorte als soziale Orte – Berlin (Daten und Fakten)

Bibliotheken sind (auch) zentrale soziale Treffpunkte

- Laut KulMon-Daten sehen fast 60 Prozent der Berliner Nutzer*innen in der Bibliothek einen guten Ort, um andere Leute aus ihrem Kiez zu treffen.
- 40 Prozent der Nutzer*innen kommen nicht primär zum Ausleihen von Büchern oder Medien in Bibliotheken, sondern zum Lernen, Arbeiten, Treffen mit Familie, Freund*innen oder Bekannten sowie um Ruhe zu finden (Auswertungen des IKTf 2026).

Soziokulturelle Zentren bieten (auch) räumliche und soziale Infrastruktur

- 37 Prozent der Soziokulturellen Zentren stellen auch nicht kommerzielle Räume (insbesondere Ateliers, Co-Working, Proberäume) zur Verfügung; bei 40 Prozent ist dauerhafte Gastronomie fester Bestandteil ihres Angebots (Bundesverband Soziokultur 2025).

Berliner Kultureinrichtungen werden meist in Begleitung besucht

- KulMon-Daten des IKTf zeigen, dass nur 25 Prozent der Besucher*innen die Berliner Kultureinrichtungen allein besuchen. Hauptbegleitungen sind Partner*innen, Familie oder Freund*innen und Bekannte (Auswertungen des IKTf 2026).

Für eine gezielte Förderung von Dritten Orten braucht es bessere Daten zu ihren Zielen, Zielgruppen und Wirkungen.

Die Datenlage zu „Dritten Orten“ sollte deutlich vertieft werden. Nötig ist eine kontinuierliche, vergleichbare Erfassung von Zielen, Zielgruppen, Nachfrage und Wirkungen. Ergänzend braucht es Analysen zu Zugangsbarrieren und Gelingensbedingungen für diese Maßnahmen bei Kultureinrichtungen. Auf dieser Basis lassen sich Fördermaßnahmen gezielter steuern und erfolgreiche Ansätze nachhaltig verankern.

3. Kulturelle Teilhabe steigert Gesundheit, Wohlbefinden und Lebensqualität

Kulturelle Teilhabe beeinflusst sowohl das individuelle als auch das gemeinsame Wohlbefinden in einer Stadtgesellschaft. Der Begriff ‚Well-Being‘ beschreibt, wie Menschen ihr eigenes Leben erleben. Er umfasst die persönliche Zufriedenheit, das Gefühl, dass das eigene Tun sinnvoll ist, und wie glücklich oder ängstlich sich Menschen fühlen. Ein höherer Grad an Well-Being trägt zu körperlicher, psychischer und emotionaler Stabilität und Gesundheit bei, etwa durch weniger Stress oder stärkere mentale Widerstandskraft (Vander-Weele et al. 2020). Langfristig hängt ein hohes Wohlbefinden laut zahlreichen europäischen Studien besonders stark von sozialen Beziehungen ab – sowohl zwischen Einzelnen als auch über soziale Integration innerhalb der Stadtgesellschaft. Wer in stabilen Beziehungen lebt, hat ein besonders hohes Wohlbefinden (ESS 2015; Bartolini & Sarracino 2014; Eurofound 2013). Kulturelle Teilhabe fördert soziale Teilhabe und verbessert damit das Well-Being der Bürger*innen einer Stadt. Dieser Zusammenhang bekommt international viel Aufmerksamkeit und ist gut dokumentiert, etwa in Studien der WHO, der OECD und dem „Culture for Health Report“ der Europäischen Kommission (Murtin 2024, Zbranca et al. 2022, Fancourt & Finn 2019).

Die vorliegende Erhebung zeigt, wie genau sich Häufigkeit und Art von Kulturbesuchen auf das Wohlbefinden der Berliner*innen auswirken, sprich wie stark Kulturelle Teilhabe die individuelle Lebensqualität steigert. Diese Wirkung wird in einen Geldwert übersetzt – also anhand eines objektiven Maßstabs berechnet. Hierfür wird ein sogenanntes Einkommensäquivalenz-Modell verwendet, das in der

Wohlfahrts-, Verhaltens- und Kulturökonomie verbreitet ist und auf dem Gedanken beruht, dass ein höheres Einkommen das Well-Being verbessert. Das Modell berechnet, wie viel zusätzliches Einkommen nötig wäre, um subjektives Wohlbefinden in demselben Maß zu steigern, wie es Kulturelle Teilhabe vermag (Decancq et al. 2015). Basis für die vorliegenden Berechnungen ist die Nicht-Besucher*innenstudie des IKTf „Kulturelle Teilhabe in Berlin“. Sie enthielt in den Befragungen der letzten Jahre bereits alle zu diesem Zweck erforderlichen Angaben.

Kulturbesuche steigern das individuelle Wohlbefinden der Berliner*innen messbar

Die Ergebnisse der Einkommensäquivalenz-Berechnung zeigen deutlich: Wer häufiger Kultur besucht, gibt ein höheres Wohlbefinden an. Das gilt für Besuche klassischer Kulturangebote wie Ausstellungen, Konzerte, Theater, Ballett oder Oper sowie für Kino- und Filmvorführungen, die hier beispielhaft für populäre Kulturangebote betrachtet werden. Menschen, die in den letzten Jahren nur wenige oder keines dieser Angebote besucht haben, bewerten ihr Wohlbefinden am niedrigsten. Vereinzelte Besuche in den letzten ein bis zwei Jahren wirken sich bereits positiv aus. Die höchsten Werte erreichen diejenigen, die diese Angebote mindestens einmal im letzten Jahr besuchten (siehe Tabelle).

Durchschnittliches Wohlbefinden nach Grad Kultureller Teilhabe (2025)

	Mittelwert auf Glücksskala von 0 bis 10 in Berlin				
Zeitraum des letzten Besuchs	Klass. Konzerte	Oper, Operette, Ballett	Theateraufführungen	Ausstellungen	Kino-/ Filmvorführungen
Noch nie	5,11	5,20	5,01	5,04	3,92
Ist länger als drei Jahre her	5,25	5,31	5,34	5,08	4,65
Ist länger als ein Jahr her	5,59	6,03	5,91	5,56	5,57
Innerhalb der letzten zwölf Monate	6,13	6,01	5,96	5,88	5,71

Je häufiger Berliner*innen kulturelle Angebote besuchen, desto mehr Einkommen bräuchten sie, um ihr Wohlbefinden im selben Maß zu steigern. Schon bei einem bis drei Besuchen pro Jahr liegt dieser Einkommenswert bei Besuchen klassischer Konzerte bei rund 2 000 Euro pro Person und Jahr, bei Gedenkstätten und Erinnerungsorten sowie Theater- und Schauspielaufführungen bei rund 1 200 bis 1 300 Euro. Besuchen die Berliner*innen Kulturangebote jährlich vier Mal oder häufiger, steigt der Einkommensäquivalenzwert nochmals deutlich auf bis zu 2 700 Euro. Diesen Wert erreichen

Theater- und Schauspielaufführungen pro Person und Jahr. Klassische Konzerte sowie wissenschaftliche Ausstellungen in den Bereichen Naturkunde, Technik und Geschichte erreichen Werte um 2 300 Euro.

Dabei verbessern alle klassischen Kulturangebote – von Sprechtheater, Oper, Tanz und klassischer Musik bis hin zu Ausstellungen in Museen und Gedenkstätten – das Wohlbefinden der Berliner Bevölkerung deutlich mehr als Kino- und Filmvorführungen. Auffällig ist, dass häufigere Besuche

der Sparte Oper (inklusive Ballett) den Well-Being-Wert nicht steigern. Dieser bleibt immer vergleichsweise ähnlich (rund 1 000 Euro). Das ist auch bei Gedenkstätten und Erinnerungsorten der Fall. Offenbar sorgen hier schon wenige Besuche für ein höheres Wohlbefinden.

Kulturbesuche in Berlin sind also je nach Angebot und Besuchsfrequenz mit erheblichen Wohlbefindengewinnen verbunden, die einem Einkommenszuwachs von bis zu rund 2 700 Euro pro Person und Jahr entsprechen. Diese Ergebnisse sind vergleichbar mit denen internationaler Studien: Für das Vereinigte Königreich wurde der monetäre Gegenwert von mindestens einem jährlichen Besuch einer Filmvorführung, Ausstellung, Musik-, Theater- oder Tanzveranstaltung auf rund 1 084 Pfund pro Person und Jahr beziffert. Das entsprach nach dem Wechselkurs des Befragungszeitpunkts zwischen 2010 und 2011 etwa 1 250 Euro (Fujiwara et al. 2014).

Kultur führt in Berlin zu einem Wohlbefindengewinn im Gegenwert von acht Milliarden Euro

Auf Berlin hochgerechnet ist die Verbesserung des Wohlbefindens durch Kulturelle Teilhabe erheblich. Die höchsten Beträge entstehen, wenn zwei Faktoren zusammenkommen: ein hoher individueller Zugewinn an Wohlbefinden und viele Menschen, die kulturelle Angebote besuchen. Bei den Berliner*innen, die aktuell ein bis drei Kulturangebote pro Jahr wahrnehmen, summiert sich die im monetären Gegenwert ausgedrückte Steigerung des Well-Being auf rund 4,19 Milliarden Euro. Bei Personen mit vier oder mehr Besuchen kommen weitere rund 3,9 Milliarden Euro hinzu. Insgesamt haben Kulturbesuche in Berlin eine positive Wirkung auf das Wohlbefinden in Höhe von geschätzt etwa 8,09 Milliarden Euro pro Jahr.

Bei einem bis drei Besuchen pro Jahr zeigen sich erneut besonders hohe Werte bei klassischen Konzerten, bei Gedenkstätten und Erinnerungsorten sowie bei Theater- und Schauspielaufführungen. Bei vier oder mehr Besuchen stechen vor allem Kino- und Filmvorführungen mit rund 1,09 Milliarden Euro sowie wissenschaftliche Ausstellungen mit rund 1,01 Milliarden Euro hervor. Die hohen Gesamtwerte bei Kino- und Filmvorführungen erklären sich vor allem durch die hohe Zahl an Besucher*innen und eine hohe Besuchsfrequenz. Auch bei moderaten Well-Being-Effekten pro Person summiert sich dies zu einem erheblichen Gesamtbeitrag.

Geldwerte Zunahme des Wohlbefindens nach Kultureller Teilhabe (2025)

Angebote besucht inner- und außerhalb Berlins	Gewinn an Well-Being in € bei 1–3 Besuchen/Jahr pro Person	Berliner Bevölkerungsanteil in %	Summe für Berlin in Mio. € (Besucherzahl x Well-Being-Beitrag)	Gewinn an Well-Being in € bei 4+ Besuchen/Jahr pro Person	Berliner Bevölkerungsanteil in %	Summe für Berlin in Mio. € (Besucherzahl x Well-Being-Beitrag)
Theater-/ Schauspiel	1 289,38 €	16,20	674,68 €	2 695,97 €	4,70	409,28 €
Oper/Operette/ Ballett	940,96 €	11,60	352,56 €	970,48 €	2,10	65,83 €
Klassische Konzerte	2048,51 €	18,20	1 204,24 €	2 335,82 €	4,90	369,69 €
Kunstaussstellungen	421,24 €	21,20	288,45 €	1 564,10 €	11,60	586,04 €
Gedenkstätten/ Erinnerungsorte	1 154,98 €	20,00	746,12 €	1 483,39 €	7,70	368,93 €
Wissenschaftliche Ausstellungen	646,84 €	22,20	463,82 €	2 275,09 €	13,80	1 014,10 €
Kino/ Filmvorführungen	447,37 €	31,50	455,18 €	1 195,49 €	28,20	1 088,92 €

Der genaue Zusammenhang zwischen Wohlbefinden und Kulturbesuchen lässt sich aus den vorliegenden Daten allerdings nicht eindeutig herauslesen. Es ist denkbar, dass Menschen mit höherem Wohlbefinden einfach häufiger Kulturangebote besuchen. Dass diese Erklärung nicht ausreicht, zeigen jedoch Erfahrungen aus anderen Ländern. Beispielsweise wurde im Vereinigten Königreich bereits erprobt, ärztliche Rezepte für Besuche kultureller Angebote auszustellen, um Einsamkeit zu verringern und das Wohlbefinden zu steigern. In diesem Zusammenhang durchgeführte Studien belegen, dass stärkere Kulturelle Teilhabe tatsächlich das Wohlbefinden

und die Gesundheit steigert (siehe bspw. Mak et al. 2024). In Berlin zeigen Projekte wie „GRIPS Theater auf Rezept“ und „Das heilende Museum“ des Bode-Museums, wie Kultur gezielt für Gesundheit und Wohlbefinden eingesetzt wird (GRIPS 2026; SMB 2026).

Die gesundheitsfördernde Wirkung Kultureller Teilhabe ließe sich in Berlin weiter steigern, wenn Förderungen Kulturorte aktiv dazu ermutigen, Well-Being-Ansätze zu einem festen Bestandteil ihrer Arbeit zu machen. Hilfreich wäre eine Projektförderlinie, die mehr Einrichtungen zur Erprobung des Konzepts

motiviert, bspw. für von Einsamkeit besonders betroffene Bevölkerungsgruppen oder Kooperationen mit Alten- und Pflegeeinrichtungen. Langfristig ist jedoch eine dauerhafte Förderung erforderlich, damit erfolgreiche Ansätze in die Regelarbeit übernommen werden können. Dabei sollten auch ressortübergreifende Synergien zwischen Kultur-, Gesundheits- und Sozialpolitik genutzt werden. Gleichzeitig würde sich eine Kosten-Nutzen-Prüfung des Konzepts „Kultur auf Rezept“ lohnen, um Potenziale und mögliche Einsparungen im Gesundheitssystem generell zu prüfen.

Die Bevölkerungsbefragung „Kulturelle Teilhabe in Berlin“ sollte kontinuierlich fortgeführt werden.

Eine wichtige Datengrundlage für kulturwirtschaftliche Fragen und die gesellschaftlichen Wirkungen von Kultur – etwa auf das Wohlbefinden – bietet die Nicht-Besucher*innen Studie „Kulturelle Teilhabe in Berlin“ des IKTf. Um Standortfaktor-Analysen weiterzuführen, zu präzisieren und thematisch zu erweitern, sollte diese Bevölkerungsbefragung regelmäßig fortgeschrieben werden.



Berechnung Well-Being-Effekte – Methodik und Datenlage

Bevölkerungsbefragung „Kulturelle Teilhabe in Berlin“

- Schriftlich-postalische Erhebung mit Möglichkeit der Online-Teilnahme, auf Basis einer Einwohner-meldeamtsstichprobe; Personen mit Erstwohnsitz in Berlin, die zu Beginn der Erhebung mindestens 15 Jahre alt waren, Durchführungszeitraum: 28.07.2025 bis 31.09.2025 (n = 1372).
- Well-Being gemessen über die Frage „Ganz allgemein, was würden Sie sagen, wie glücklich sind Sie? Bitte vergeben Sie einen Wert zwischen 0 = extrem unglücklich und 10 = extrem glücklich. Mit den Werten dazwischen können Sie Ihr Urteil abstufen.“
- Häufigkeit und Art kultureller Aktivitäten (Besuche von Ausstellungen in Museen/Gedenkstätten, Aufführungen von Sprechtheater, Oper, Ballett, klassischen Konzerten, Kino/Film; eigene künstlerisch-kulturelle Freizeitaktivitäten).

Berechnung der Well-Being-Effekte

- Befragte gaben an, wie oft sie im Jahr Angebote aus verschiedenen Kulturbereichen nutzen. Diese Angaben wurden für jede Sparte in drei Gruppen eingeteilt – „nie“, „ein- bis dreimal“ und „viermal oder häufiger“. Für die statistische Auswertung wurden diese Gruppen dann in sogenannte Dummy Variablen umgewandelt, also in einfache Ja/Nein Kennzeichen, mit denen man prüfen kann, ob eine bestimmte Besuchshäufigkeit einen Einfluss auf andere Faktoren hat.
- Die im Text ausgewiesenen Werte entsprechen dem Einkommensäquivalent gegenüber Nicht-Besuchen der entsprechenden Angebote; ausgewiesen sind signifikante Mittelwertunterschiede (5-%-Niveau).
- Zur Kontrolle der Berechnungsergebnisse wurden Alter, Geschlecht, Bildung sowie Einkommen berücksichtigt. So lässt sich prüfen, ob Unterschiede wirklich am Kulturverhalten liegen und nicht an diesen sozialen Merkmalen. Die Effekte auf das subjektive Wohlbefinden (Skala 0–10) wurden mittels linearer Regression gemessen.
- Die Einkommensäquivalente ergeben sich aus dem Verhältnis der unstandardisierten Regressionskoeffizienten von Kultureller Teilhabe und Einkommen zueinander (Netto-Äquivalenzeinkommen).
- Für Berlin wurden die Ergebnisse für die Bevölkerung ab 15 Jahren je Besuchskategorie mit dem jeweiligen monetären Well-Being-Wert multipliziert.

Breitenkultur fördert Gemeinschaft und Engagement

Neben professioneller Kunst und Kultur entfaltet auch Breitenkultur für Städte wichtige indirekte Standortvorteile, indem sie soziale Stabilität, Lebensqualität und lokale Identifikation stärkt. In Berlin gibt es eine Vielzahl selbstorganisierter und oft ehrenamtlich getragener Museen, Archive, Galerien oder soziokultureller Einrichtungen. Aktivitäten wie Amateurmusik, Amateurtheater oder Lai*innenkunst fördern Gemeinschaftsgefühl, Integration und bürgerschaftliches Engagement, was sich positiv auf das soziale Klima, informelle Strukturen und damit die Attraktivität eines Standorts auswirkt (Götzky 2013). Dabei eignet sich Amateurmusik besonders gut als Beispiel für die positiven Auswirkungen von Breitenkultur, weil sie eine außergewöhnlich niedrige Zugangsschwelle hat und in nahezu allen Altersgruppen und sozialen Milieus verbreitet ist. Musik kann ohne großen materiellen Aufwand gemeinsam ausgeübt werden und ist stilistisch von Alter Musik bis Hip-Hop äußerst vielfältig (Overbeck 2020).

Berlin ist eine der aktivsten Amateurmusik-Städte Deutschlands: Laut der Studie „Kulturelle Teilhabe in Berlin 2025“ des IKTF musizieren 38 Prozent der Berliner*innen ab 15 Jahren zumindest gelegentlich (Tewes-Schünzel & Allmanritter 2025). Das sind mehr als doppelt so viele Menschen wie im Bundesdurchschnitt (Deutsches Musikinformationszentrum 2025). Angebote für Amateurmusiker*innen tragen damit wesentlich zur einer breiteren kulturellen Teilhabe in Berlin bei. Nach einer Detailauswertung des IKTF sind hier in hohen Anteilen Menschen mit Migrationshintergrund aktiv. Es handelt sich um Bevölkerungsgruppen, die von klassischen Kultureinrichtungen nur schwer erreicht werden (Tewes-Schünzel & Allmanritter 2025). Der Amateurmusik-Atlas Berlin des Landesmusikrats dokumentiert Hunderte Ensembles in allen Bezirken – von Chören über Bands bis zu Sinfonie- und Blasorchestern (Landesmusikrat Berlin 2026).

Amateurmusik ist ein zentraler Motor für Well-Being. Aktives Musizieren erhöht nachweislich die Lebenszufriedenheit, verbessert den Stressabbau und die emotionale Stabilität – und weil in Berlin besonders viele Menschen musizieren, profitieren davon entsprechend viele. Amateurmusik eröffnet kulturelle Teilhabe jenseits professioneller Institutionen und schafft über Proben, Auftritte und Vereinsstrukturen stabile soziale Netzwerke (Deutsches Musikinformationszentrum 2025). Viele Ensembles werden vollständig ehrenamtlich getragen; das Engagement reicht von musikalischer Leitung bis zu Organisation und Öffentlichkeitsarbeit (Landesmusikrat 2026).

Gleichzeitig wirkt diese breite kulturelle Aktivität weit über den privaten oder gemeinnützigen Bereich hinaus. Sie generiert lokale Nachfrage, etwa nach Musikunterricht, Instrumenten, Proberäumen und Auftrittsorten. Und sie fungiert als wichtiger Talentpool für die professionelle Kultur- und Kreativwirtschaft. Breitenkultur ist damit auch ein wirtschaftlicher Faktor für Berlin. Ende 2026 werden Ergebnisse einer Studie zur wirtschaftlichen Bedeutung von Amateurmusik in Deutschland des Bundesmusikverbands Chor und Orchester erwartet (BMCO 2026). Um ihre Wirkungen noch besser zu entfalten, braucht Breitenkultur öffentliche Förderung – allerdings mit anderen Formaten und in anderen Dimensionen als bspw. große landesgeförderte

Kultureinrichtungen. Dazu zählen vereinfachte Antragsverfahren für ehrenamtlich organisierte Gruppen oder mehrjährige Basisförderungen, die auch technische Anschaffungen ermöglichen. Programme zur Förderung von Kulturräumen sollten auch die Bedarfe von Amateurkultur, z. B. Chören und Improvisationstheatergruppen beachten. Beispielsweise können Mehrfachnutzungen öffentlicher Gebäude wie Schulen helfen, die Raumnot zu lindern.

Amateurmusik – Berlin (Daten und Fakten)

In Berlin gibt es deutlich mehr Amateurmusiker*innen als im übrigen Deutschland

- Laut der IKTF-Studie „Kulturelle Teilhabe in Berlin“ musizieren 38 Prozent der Berliner*innen aktiv – das sind mehr als doppelt so viele wie im Bundesdurchschnitt (miz 2025; Tewes-Schünzel & Allmanritter 2025).
- 35 Prozent der in Berlin wohnenden Deutschen ohne Migrationshintergrund musizieren, 40 Prozent der Deutschen mit Migrationshintergrund und 53 Prozent der Ausländer*innen (Auswertungen des IKTF 2026).
- Mehr als 200 000 aktive Amateurmusiker*innen musizieren in mehr als 1000 Chören, Bands, Orchestern und Ensembles – überwiegend in ehrenamtlichen Strukturen; besonders in Mitte, Pankow, Friedrichshain und Kreuzberg (Landesmusikrat 2026).

Amateurmusik ist vor allem über ehrenamtliche Strukturen getragen

- Rund 40 Prozent der Bevölkerung in Deutschland engagieren sich laut Freiwilligensurvey ehrenamtlich. Kultur und Musik (rund 6 %) bildet das drittgrößte Betätigungsfeld nach Sport (8 %) und Sozialem (rund 8 %) (BMFSFJ 2025).
- In Berlin ist das ehrenamtliche Engagement im Kultursektor besonders verbreitet: Hier liegt Kultur und Musik laut der IKTF-Studie „Kulturelle Teilhabe Berlin“ mit rund 18 Prozent nach Sport auf dem zweiten Platz (Tewes-Schünzel & Allmanritter 2023).

Bestehende Erhebungen zur Lage der Breitenkultur sollten um eine systematische Erfassung der Bedarfe von Akteur*innen ergänzt werden.

Neben der Fortschreibung der bestehenden regelmäßigen Erhebungen zum künstlerisch-kreativen Freizeitverhalten der Berliner*innen im Rahmen der Nicht-Besucher*innen-Studie „Kulturelle Teilhabe Berlin“ des IKTF sollten der Ist-Zustand sowie potenzielle Bedarfe von Akteur*innen der Breitenkultur systematisch erfasst werden, bspw. die von Amateurmusiker*innen benötigte Infrastruktur (z. B. Aufführungsorte oder Proberäume).

4. Kultur macht den Standort Berlin attraktiv für Unternehmen

Für Unternehmen ist die kulturelle Infrastruktur einer Stadt ein Teil ihrer Standortqualität. Sie stärkt die Attraktivität im Wettbewerb um Fachkräfte. Und das Kulturangebot liefert Impulse für Kreativität und Zusammenarbeit zwischen Unternehmen, Branchen und Disziplinen. Angesichts des wachsenden Wettbewerbs zwischen Städten und Metropolen weltweit gewinnt die Rolle von Kultur aus wirtschaftlicher Sicht dadurch zunehmend an Bedeutung für Standortentscheidungen, Unternehmensentwicklung und Zukunftsfähigkeit. Vor allem in wissensintensiven und international tätigen Branchen möchten Arbeitskräfte in Städten mit einem attraktivem Kulturangebot leben und arbeiten (Florida 2002).

Für Berlin ist das besonders relevant, da die Stadt im internationalen Wettbewerb um Talente, Unternehmen und Investitionen steht. Zugleich spielt Berlins große und vielfältige Kulturlandschaft sowie Kultur- und Kreativwirtschaft eine bedeutende Rolle im Standortprofil der Stadt. Um zu untersuchen, wie Berliner Unternehmen den Standortvorteil Kultur bewerten, beauftragte das Institut für Kulturelle Teilhabeforschung (IKTf) eine standardisierte Unternehmensbefragung. Grundlage bildete ein Panel von 100 Berliner Unternehmen. Aufgrund der geringen Fallzahl können die Ergebnisse zwar nicht als repräsentativ für die gesamte Berliner Unternehmenslandschaft gelten. Sie liefern aber wichtige Hinweise zur Wahrnehmung von Kultur in Unternehmen und möglichem Förderbedarf in diesem Bereich.

Kultur ist in Berlin zentraler Faktor für das Gewinnen und Binden von Fachkräften

Das Berliner Kulturangebot spielt aus Sicht der Unternehmen eine zentrale Rolle im Wettbewerb um Fachkräfte. Das zeigen die Ergebnisse der Befragung sehr deutlich. Fast alle (rund 90 %) Unternehmen halten Kultur für wichtig zwecks Gewinnung neuer Mitarbeitender. Rund 85 Prozent der Unternehmen setzen sie regelmäßig für Personalgewinnung und Arbeitgeber*innenmarketing ein. Die Vielfalt des Kulturangebots trägt aus Sicht der Unternehmen besonders zur Attraktivität Berlins als Arbeitsort bei. Besonders wichtig sind aus ihrer Sicht Festivals (70 %), gefolgt von Museen (61 %), Theatern (58 %), klassischen Konzerten (57 %) und populären Konzerten (56 %). Aber auch die Clubkultur wird von fast 50 Prozent der Unternehmen als relevanter Standortfaktor genannt.

Das Kulturangebot wirkt sich ökonomisch für die Unternehmen ganz konkret aus: Rekrutierungsprozesse werden kürzer und es gibt mehr qualifizierte Bewerbungen. Auch sinkt der Bedarf an höheren Gehältern oder zusätzlichen finanziellen Anreizen, da der Standort Berlin selbst überzeugt. Neben der Gewinnung neuer Mitarbeitender verbessert das Kulturangebot aus Sicht von 85 Prozent der Unternehmen auch die Bindung bestehender Beschäftigter. Kultur wird damit als Teil nachhaltiger Personalstrategien verstanden. Dazu passt, dass bereits gut die Hälfte der Unternehmen kulturelle Benefits oder

Kooperationen mit Kultureinrichtungen nutzt. Dabei betrachten die Unternehmen Kultur nicht nur als reines Freizeitangebot. Ein Großteil nutzt kulturelle Angebote gezielt zur Förderung des Wohlbefindens ihrer Mitarbeitenden und sieht in ihnen einen Beitrag zur Integration unterschiedlicher sozialer und kultureller Hintergründe im Betrieb (rund 75–85 %). Ein Leben ohne das Berliner Kulturangebot würde laut 85 Prozent der Unternehmen von vielen Mitarbeitenden als Verlust an Lebensqualität empfunden werden.

Kultur ist Standortfaktor und wirtschaftlicher Multiplikator zugleich

Kultur ist für die Unternehmen auch ein bedeutender, wenn gleich nicht ausschlaggebender Faktor für die Wahl des Standorts. Für rund 75 Prozent ist das Kulturangebot ein relevanter Grund für die Ansiedlung oder den Verbleib in Berlin. Auch hat das Kulturangebot deutliche Außenwirkungseffekte. Rund 85 Prozent der Unternehmen sehen in Kultur einen Beitrag zur Attraktivität ihres Unternehmens bei Kund*innen und Partnerunternehmen. Kultur wirkt damit zudem als Ressource für Sichtbarkeit, Reputation und Außenwahrnehmung. Diese wirtschaftliche Dimension zeigt sich auch in den konkreten Nutzenaspekten, die die Unternehmen der Kultur zuschreiben. Besonders häufig nennen sie eine gesteigerte Sichtbarkeit oder positive Markenwahrnehmung (gut 60 %) sowie Kooperationen mit Kultureinrichtungen (45 %). Weitere Mehrwerte sind Impulse für Kreativität und Innovation (gut 40 %), die Gewinnung und Bindung von Kund*innen (etwas über ein Drittel) sowie Vorteile durch informelles Networking (ebenfalls gut ein Drittel). Kultur erzeugt damit aus Sicht der Unternehmen eine Reihe von Spillover-Effekten, die weit über den Kulturbereich hinausreichen.

Öffentliche Investitionen in kulturelle Angebote lassen sich auf Basis dieser Ergebnisse nicht nur kulturpolitisch, sondern auch arbeitsmarkt- und wirtschaftspolitisch begründen. Um Kultur als Standortfaktor für Unternehmen weiter zu stärken, empfiehlt sich der Ausbau von Schnittstellen zwischen Kultur und Wirtschaft. Dazu gehören etwa gezielte Unternehmensangebote von Kultureinrichtungen oder geförderte Kooperationen in räumlicher Nähe zu den Unternehmen, bspw. in Innovationsquartieren oder gemischt genutzten Stadtentwicklungsgebieten. So könnte kulturelle Infrastruktur noch stärker als Teil des wirtschaftlichen und sozialen Standortumfelds verankert werden. Diese Ausrichtung entspricht auch den Erwartungen der befragten Unternehmen an die Weiterentwicklung des Kulturstandorts Berlin. Besonders häufig nannten sie mehr internationale Kulturveranstaltungen und Festivals (59 %), mehr familien- und kinderfreundliche Angebote (51 %) sowie stärkere Kooperationen zwischen Kultur und Wirtschaft (51 %). Darüber hinaus betreffen die Wünsche den Ausbau digitaler Kulturangebote (44 %), niedrigschwellige Zugänge (40 %) und eine stärkere internationale Sichtbarkeit des Kulturstandorts (32 %). Nur ein sehr kleiner Anteil der Unternehmen (4 %) sieht keinen Änderungsbedarf.

Bedeutung von Kultur aus Sicht der Unternehmen in Berlin (2026)

Themenfeld	Anteil der Unternehmen (gerundet)	Einordnung (vereinfacht)
Bedeutung von Kultur für die Gewinnung neuer Mitarbeitender	90 %	sehr wichtig oder eher wichtig
Nutzung von Kultur im Arbeitgeber*innenmarketing	83 %	regelmäßig oder gelegentlich
Beitrag von Kultur zur Mitarbeiterbindung	83 %	sehr stark oder eher stark
Nutzung kultureller Benefits oder Kooperationen	85 %	regelmäßig oder gelegentlich
Bedeutung von Kultur für Standortentscheidungen (Ansiedlung/Verbleib)	76 %	sehr oder eher relevant
Beitrag von Kultur zur Attraktivität gegenüber Kund*innen und Partner*innen	84 %	trifft zu
Wahrgenommener Verlust an Lebensqualität ohne Berliner Kulturangebot	85 %	voll und ganz oder überwiegend

Trotz dieser positiven Wahrnehmung ist es wichtig, die sehr hohe Wertschätzung von Kultur durch Unternehmen realistisch einzuordnen und keine wirklichkeitsfremden Erwartungen an zusätzliche Finanzierungsquellen zu entwickeln. Zwar wird im öffentlichen Diskurs gelegentlich die stärkere Nutzung von Sponsoring als Potenzial für Kulturfinanzierung diskutiert und entsprechende Konzepte sollten grundsätzlich weiterentwickelt werden. Die Spielräume für konventionelle Sponsoringmodelle sind in Berlin jedoch begrenzt, da der Anteil von Unternehmen der Großindustrie vergleichsweise gering ist (Die Deutsche Wirtschaft 2026). Weil klassische Großsponsoren in Berlin selten sind, könnten kleinere, flexiblere Formen der Zusammenarbeit – etwa viele kleine Sponsoren, Kooperationen mit lokalen Unternehmen oder neue Finanzierungsmodelle – eine vielversprechende Alternative sein. Solche Modelle müssten allerdings gezielt entwickelt oder gefördert werden, um ihr Potenzial zu entfalten.



Berechnung Standortfaktor für Unternehmen – Methodik und Datenlage

Standardisierte Unternehmensbefragung (Februar 2026)

- Nutzung eines stehenden, repräsentativen Online-Panels von Berliner Unternehmen bestehend aus Führungskräften (Geschäftsführung/C-Level, HR-Verantwortliche und Selbstständige) des Marktforschungsunternehmens Moweb Research (Moweb Research 2026) (n = 100).
- Die Stichprobe ist aufgrund der Berliner Situation stark kleinbetriebsgeprägt. Sie umfasst unterschiedliche Branchen, insbesondere wissensintensive und dienstleistungsorientierte Sektoren.



Die Datenerhebung zur Bedeutung von Kultur für Unternehmen sollte systematisch ausgebaut werden.

Um Kultur als Standortfaktor für Unternehmen belastbar analysieren zu können, braucht es eine noch systematischere Datenerhebung auf Unternehmensseite. Eine Befragung über die IHK oder der Anschluss an eine bestehende Omnibusbefragung von Unternehmen wäre hierfür besonders geeignet, da sie eine hohe Reichweite, repräsentative Stichproben und geringe Zusatzkosten ermöglicht.

Kultur belebt Quartiere und festigt städtische Resilienz

Kulturrorte sind ein zentraler Motor städtischer Entwicklung. Laut OECD beleben sie Quartiere und machen sie attraktiv, indem sie Räume schaffen, in denen Menschen aus der Nachbarschaft und der ganzen Welt zusammenkommen. So gesehen stärken sie auch die lokale Wirtschaft, etwa durch die Belebung von Gastronomie und Einzelhandel. Außerdem helfen sie Stadtteilen, die vor sozialen und wirtschaftlichen Herausforderungen stehen, stabil und widerstandsfähig zu bleiben, indem sie verlässliche Infrastrukturen bieten und als Anker- und Orientierungspunkte im Quartier dienen (OECD 2022). In der EU-Politik werden kulturelle Infrastrukturen daher seit Langem als Motor für Regionalentwicklung und sozialen Zusammenhalt gefördert (Europäische Kommission 2022). Wenn Kultureinrichtungen ihre stadtteilorientierten Aktivitäten ausbauen wollen, müssen sie ihre Angebote an der Ausgangslage und den Bedarfen ihrer Nachbarschaft ausrichten, mit lokalen Akteur*innen kooperieren und ko-kreative Ansätze verfolgen (OECD 2025b; OECD/ICOM 2019). In den USA nutzten Bibliotheken bereits in den 1970er-Jahren gezielte Outreach-Programme, um Kulturelle Teilhabe und soziale Inklusion vor Ort zu fördern (Farnham & Caffrey 2023).

Outreach ist auch in Berlin vor allem in der Arbeit von Bibliotheken verbreitet, etwa in Form dauerhaft eingesetzter Bücherbusse (VÖBB 2026). Sie gehören weitgehend in die Hoheit der Bezirke, die in Berlin hauptverantwortlich für die kulturelle Stadtentwicklung und die Sicherung der kulturellen Grundversorgung der Stadtteile sind. Flankierend unterstützt werden die Bezirke von der Senatskulturverwaltung (v. a. Referat I D: Stadtkultur, Bibliotheken, Archive, Musik- und Jugendkunstschule). Im Bereich der Museen und Gedenkstätten hat das Förderprogramm „Curators of Outreach“ (Referat I C) solche Ansätze deutlich gestärkt (Kulturprojekte Berlin 2026). Parallel treibt die Freie Szene das Thema „Kultur und Stadtraum“ in Berlin voran: Der Berliner Projektfonds Urbane Praxis fördert künstlerische und partizipative Projekte im öffentlichen Raum, die Jugendkulturinitiative unterstützt spartenübergreifend Projekte in sozial benachteiligten Stadtteilen und das „Performing Arts Programm Berlin“ stärkt Community- und Kiezprojekte (SenKultGZ 2026b; BPUP 2026; PAP 2026).

Damit Kulturrorte ihre Rolle als Motor lebendiger und resilienter Stadtquartiere stärken können, ist gezielte, ressortübergreifende Förderung und dafür wiederum eine systematische Zusammenarbeit der Kultur-, Bildungs-, Sozial-, Stadtplanungs-, Umwelt- und Wirtschaftsressorts auf Landes- und Bezirksebene nötig. Auf Landesebene fehlt aber bislang ein strategisches Instrument wie ein übergeordneter Kulturentwicklungsplan (KEP), während entsprechende Pläne auf Bezirksebene bereits bestehen. Ein solcher „Stadtentwicklungsplan Kultur“ würde Kultur systematisch in die Stadtplanung einbeziehen. Zugleich sind verlässliche Förderlinien erforderlich, die Kultur-im-Stadtraum-Projekte der Freien Szene und der Kultureinrichtungen unterstützen. Speziell landesgeförderte Bühnen könnten mit gezielter Projektförderung dazu angeregt werden, ihre Outreach-Maßnahmen orientiert am Modell der Curators of Outreach auszubauen. Ausgangspunkt dafür könnte eine neu ausgerichtete Projektförderlinie Jugendkulturinitiative sein.

Kultur und Stadtentwicklung – Berlin (Daten und Fakten)

Kulturrorte als Orte der Stadtgesellschaft

- Laut Mikrozensus haben rund 42 Prozent der Gesamtbevölkerung Berlins einen Migrationshintergrund (Amt für Statistik Berlin Brandenburg 2025). Laut KulMon-Daten des IKTF trifft das auch auf 23 Prozent der Bibliotheksnutzer*innen zu, allerdings nur auf 19 Prozent der Besucher*innen klassischer Kultureinrichtungen (Auswertungen des IKTF 2026).

Kulturelle Infrastruktur als Standortfaktor

- Zwischen 2019 und 2023 lag die Zufriedenheit mit dem wohnortnahen Kulturangebot laut Nicht-Besucher*innenstudie „Kulturelle Teilhabe in Berlin“ des IKTF konstant bei 60 Prozent. 2025 ist sie jedoch deutlich auf 52 Prozent gesunken (Allmanritter & Tewes-Schünzel 2025).
- Für 62 Prozent der Bevölkerung sind klassische Kulturangebote 2025 ein wichtiger Grund, in Berlin zu leben (Auswertungen des IKTF 2026).

Für ein besseres Verständnis der Rolle von Kultur in der Stadtentwicklung ist eine verknüpfte Datengrundlage aus Kultur-, Sozial- und Stadtplanungsdaten erforderlich.

Um die Rolle von Kultur in der Stadtentwicklung in Berlin gezielt zu stärken, braucht es eine ressortübergreifende Datengrundlage, die Kultur-, Sozial- und Stadtplanungsdaten miteinander verknüpft und sichtbar macht, wie Kulturangebote in Quartiere hineinwirken. Neben herkömmlichen Kennzahlen zu Nutzung und Reichweite sollten insbesondere Effekte von Outreach-Maßnahmen erfasst werden, etwa im Hinblick auf neue Zielgruppen, soziale Integration und lokale Vernetzung. Ergänzend sollten qualitative Studien mit bspw. Bibliotheken, Museen und der Freien Szene Ansätze im Stadtraum systematisch beleuchten, um Erfolgsfaktoren und Übertragbarkeit sichtbar zu machen.

5. Kultur ist Top-Reisemotiv für Berlin-Tourist*innen

Kultur erzeugt touristische Effekte, die weit über die unmittelbaren Besuche einzelner Angebote hinausgehen. Von klassischen Kultureinrichtungen über Angebote der Freien Szene bis hin zu subkulturellen Formaten prägt Kultur das internationale Image einer Stadt und ihre Position im globalen Städtetourismus. Unter allen Angeboten einer Stadt verbinden Menschen Orte für Kunst und Kultur am stärksten mit Urlaubsreisen. Selbst diejenigen, für die Kunst- und Kulturangebote im Alltagsleben keine große Rolle spielen, besuchen sie auf Reisen (Pröbstle 2014). Kulturangebote sind sehr häufig der primäre oder ausschlaggebende Reisegrund (UNWTO 2018). Die positiven wirtschaftlichen Effekte des Kulturtourismus umfassen deshalb weit mehr als nur die Eintrittserlöse kultureller Einrichtungen, die in der Berechnung der Umwegrentabilität in Kapitel 2 dargestellt wurden. Kulturtourismus generiert Übernachtungen sowie Umsätze in Gastronomie, Einzelhandel, Verkehr und weiteren tourismusnahen Dienstleistungen.

Kultur ist deshalb auch in Berlin ein zentraler Standortfaktor, der die touristische Attraktivität strukturell prägt, stabilisiert und zur internationalen Wettbewerbsfähigkeit der Stadt beiträgt. Allein 2024 kamen 12,7 Millionen Gäst*innen aus Deutschland und der Welt nach Berlin. Die Hauptstadt zählt, gemessen an den Übernachtungszahlen, neben London und Paris zu den zentralen Magneten für Städtereisen in Europa. Zugleich spricht Berlin Besucher*innen an, die deutlich jünger sind als Städtetourist*innen in anderen Teilen Deutschlands (visitBerlin 2025). Sehenswürdigkeiten und das Kunst- und Kulturangebot sind laut der Studie „Qualitätsmonitor

Deutschland Tourismus“ von visitBerlin die zentralen Reiseanlässe für alle Tourist*innen. Die kulturelle Vielfalt Berlins ist daher ein wesentliches Element der internationalen Markenidentität der Stadt und struktureller Treiber der touristischen Nachfrage: Ohne Kulturangebote würde die Stadt einen erheblichen Teil ihrer Attraktivität für Urlaubsgäst*innen verlieren (visitBerlin 2024).

Insbesondere für internationale Tourist*innen ist das Kunst- und Kulturangebot der wichtigste Besuchsgrund. Ihre Kultur macht die Stadt Berlin für ausländische Besucher*innen einzigartig. Entsprechend spielen andere Merkmale wie die Vielfalt des Angebots, Sehenswürdigkeiten oder gastronomische Angebote für sie eine deutlich geringere Rolle, da es diese auch in anderen touristischen Destinationen gibt (visitBerlin 2024). Das Kulturangebot ist somit ein klar abgrenzbares Markenzeichen Berlins.

Entsprechend spielen Kunst und Kultur eine herausragende wirtschaftliche Rolle für den Berlin-Tourismus. Der Blick in die KulMon-Daten verdeutlicht: Von den Gäst*innen, die im Rahmen ihrer Berlinreise mindestens eine Kultureinrichtung besucht haben, übernachten 70 Prozent der deutschen und 96 Prozent der internationalen Besucher*innen in Berlin. Durchschnittlich liegen ihre Ausgaben bei 136 Euro pro Aufenthaltstag (visitBerlin 2024). Hier bestätigt sich für Berlin die wertschöpfungsstarke Rolle des Kulturtourismus, der im Durchschnitt mit höheren Ausgaben und längeren Aufenthalten verbunden ist (OECD 2022).

Aufenthaltsdauer aller Berlin-Besuchenden und Kultur-Tourist*innen im Vergleich

	Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus-Studie 2023/24		KulturMonitoring (KulMon) 2023/24	
	Gesamt		Kulturgäst*innen	
	aus Inland	aus Ausland	aus Inland	aus Ausland
bis zu 3 Tage	69 %	54 %	56 %	33 %
4 bis 7 Tage	30 %	44 %	38 %	52 %
mehr als 7 Tage	1 %	2 %	6 %	16 %

Bei Besucher*innen von Berliner Kultureinrichtungen aus Deutschland dominieren laut KulMon-Daten Kurzaufenthalte bis drei Tage. Ausländische Gäst*innen der Einrichtungen verbringen hingegen überwiegend vier bis sieben Tage in Berlin. Auch bei längeren Aufenthalten von mehr als sieben Tagen verbringen Kulturtourist*innen in Berlin mehr Zeit als der Durchschnitt aller Berlinreisenden – und geben auf dieser Reise entsprechend mehr Geld aus.

Internationale Besucher*innen verbinden laut der Image Study 2024 von visitBerlin die Stadt in erster Linie mit Geschichte, Architektur und Sehenswürdigkeiten (43 %), Authentizität (28 %) und Modernität (18 %). Auch Clubs und die Freien Szene prägen intensiv das Image Berlins (Auswertungen von visitBerlin 2026). Kulturangebote sollten daher politisch stärker als eine Infrastruktur verstanden werden, die diese Nachfrage erst erzeugt. Neben großen

kulturtouristischen Ankereinrichtungen müssen auch die Freie Szene und subkulturellen Formate gefördert werden. Letztere sind entscheidend für das besondere Profil Berlins im Vergleich zu anderen Kulturstädten. Hierüber ließe sich das derzeit stark geschichtsgeprägte Image Berlins als Reiseziel erweitern. Dass Geschichte allein für eine dauerhaft hohe Anziehungswirkung nicht ausreicht, merkte der Geschäftsführer von visitBerlin jüngst in einem Zeitungsinterview an (Loy 2025). Um attraktiv zu bleiben, sollte Berlin neben Geschichte gezielt auch innovative Kulturorte und Formate hervorheben, die zeitgenössische Themen und die internationale Szene der Stadt zeigen. Dadurch könnten neue Zielgruppen angesprochen und bestehende jüngere Zielgruppen zu häufigeren Wiederbesuchen motiviert werden. Da Kultur für Berlin als Tourismusdestination eine so zentrale Rolle spielt, sollte zugleich geprüft werden, ob Mittel aus der City Tax gezielt in einen dauerhaften Investitionsfonds für Kulturangebote fließen können. Damit ließe sich eine Kulturlandschaft stabilisieren und weiterentwickeln, die Berlin langfristig (auch) für Tourist*innen attraktiv hält.

Kulturbezogene und touristische Datenerhebungen sollten stärker miteinander verzahnt werden.

Für eine präzisere Analyse kulturinduzierter touristischer Effekte sollten die bestehenden Studien von visitBerlin stärker mit den Erhebungen des IKTf verzahnt werden. Gemeinsame Indikatoren und abgestimmte Fragebatterien würden die Vergleichbarkeit der Ergebnisse verbessern und eine noch robustere Grundlage schaffen. Zudem wäre es sinnvoll, touristische Leistungsträger in die Besucher*innenbefragungen des KulturMonitoring (KulMon) des IKTf einzubeziehen, um sie mit diesen Benchmarking-Daten bei ihrer strategischen und operativen Arbeit zu unterstützen. machen.

Kulturtourismus – Berlin (Daten und Fakten)

Berlin ist international eines der beliebtesten Städtereiseziele in Europa

- Berlin ist zusammen mit London und Paris Hauptziel für Städte- und Kulturtourismus in Europa und verzeichnete 2024 über 30 Millionen Übernachtungen (visitBerlin 2025).
- Mit etwa 40 Jahren sind Berlin-Besucher*innen laut der Studie Qualitätsmonitor Deutschlandd 2024 deutlich jünger als in anderen deutschen Städten. Die größte Besuchergruppe bilden mit 25 Prozent die 20- bis 29-Jährigen. Tourist*innen geben durchschnittlich 136 Euro am Tag in Berlin aus (visitBerlin 2024; Auswertungen von visitBerlin 2026).
- Laut KulMon-Daten bleiben Kulturgäst*innen deutlich länger in Berlin als andere Besucher*innen.
- Kulturgäst*innen aus dem Ausland verbringen durchschnittlich mehr als sieben Tage in Berlin (Auswertungen des IKTf 2026).

Das Kulturangebot ist DER Reiseanlass nach Berlin

- Sehenswürdigkeiten sowie Kunst- und Kulturangebot sind die Hauptgründe für Berlinbesuche. Bei ausländischen Gäst*innen liegt das Kunst- und Kulturangebote 2024 mit 67 Prozent an erster Stelle (visitBerlin 2024).

Das Image Berlins ist in Bezug auf Kultur laut der Image Study 2024 vor allem mit Geschichte, Sehenswürdigkeiten und Architektur verbunden. Aber auch Clubs und die Freie Szene spielen eine zentrale Rolle (Auswertungen von visitBerlin 2026).

Quellen

- Allmanritter, V./Tewes-Schünzel, O. (2025): Kulturelle Teilhabe in Berlin: Zwischen gesellschaftlichem Rückhalt und neuen Zugangsbarrieren. Erste Ergebnisse aus der Studie Kulturelle Teilhabe in Berlin 2025. kurz&knapp-Bericht, Nr. 12, Berlin.
- Amt für Statistik Berlin Brandenburg (2025): Pressemitteilung: Einwohnerbestand am 30.06.2025. Mehr Deutsche mit Migrationshintergrund. <https://www.statistik-berlin-brandenburg.de/132-2025>
- Arts Council England (2008): New audiences for the arts – The New Audiences Programme 1998–2003. London.
- Bartlakowski, K. (2023): Vom Audience Development zum Community Building – Öffentliche Bibliotheken im Spannungsfeld zwischen Tradition und Co Kreation, in: Information – Wissenschaft & Praxis, 74(2 3), S. 130–138. <https://doi.org/10.1515/iwp-2022-2259>
- Bartolini, S./Sarracino, F. (2014): It's not the economy, stupid! How social capital and GDP relate to happiness over time. arXiv. <http://arxiv.org/pdf/1411.2138>
- Berliner Kurier (2022): Gegen Einsamkeit und Kälte „Netzwerk der Wärme“: Bibliotheken in Berlin laden Menschen zum Verweilen ein. <https://www.berliner-kurier.de/berlin/netzwerk-der-waerme-bibliotheken-in-berlin-laden-menschen-zum-verweilen-ein-li.300758>
- Bönsel, M./Donsbach, W. (2007): Wirtschaftliche Bedeutung der Semperoper für Dresden und die Region. Semperoper – Sächsische Staatsoper Dresden. https://viventure-test.weebly.com/uploads/2/9/5/7/29577579/web-version_semperoper-studie.pdf
- Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) (2024): Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland: Datenreport 2024. Berlin: BMWi. <https://www.bundeswirtschaftsministerium.de/Redaktion/DE/Publikationen/Kultur-und-Kreativwirtschaft/Monitoringberichte/monitoringbericht-kultur-und-kreativwirtschaft-2024.html>
- Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz (BMWK) (2025): Monitoringbericht Kultur- und Kreativwirtschaft 2024. Berlin. <https://www.bundeswirtschaftsministerium.de/Redaktion/DE/Publikationen/Kultur-und-Kreativwirtschaft/Monitoringberichte/monitoringbericht-kultur-und-kreativwirtschaft-2024.html>
- Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ) (2021): Freiwilliges Engagement in Deutschland – Zentrale Ergebnisse des Fünften Deutschen Freiwilligensurveys (FWS 2019). Berlin: BMFSFJ. <https://www publikationen-bundesregierung.de/pp-de/publikationssuche/freiwilliges-engagement-in-deutschland-zentrale-ergebnisse-des-fuenften-deutschen-freiwilligensurveys-fws-2019--1878944>
- Bundesmusikverband Chor & Orchester (BMCO) (2026): Wirtschaftliche Bedeutung von Amateurmusik in Deutschland. <https://bundesmusikverband.de/wirtschaftsstudie/>
- Bundesverband Soziokultur e. V. (2025): Statistik zur Soziokultur 2025. <https://soziokultur.de/kulturpolitik/dashboard-soziokultur/statistik-zur-soziokultur-2025/>
- Decancq, K./Fleurbay, M./Schokkaert, E. (2015): Happiness, equivalent incomes, and respect for individual preferences, in: *Economica*, 82, S. 1082–1106.
- Deutsche UNESCO-Kommission (2026): Kulturelle Bildung. www.unesco.de/themen/kultur/kulturelle-bildung/
- Deutscher Kulturrat (2021): Kultur verändert – Kultur verändern. <https://www.kulturrat.de/publikation/kultur-veraendert-kultur-veraendern/>
- DIW Econ et al. (2025): Wirtschaftsfaktor Tourismus in Berlin – TSA 2023: Die ökonomische Bedeutung des Tourismus in Berlin. Berlin: visitBerlin/DIW Econ.
- Deutsches Musikinformationszentrum (miz) (2025): Amateurmusizieren in Deutschland – Ergebnisse einer Repräsentativbefragung in der Bevölkerung ab 6 Jahre. Bonn: miz. <https://miz.org/de/fokus/amateurmusizieren-in-deutschland>
- Die Deutsche Wirtschaft (2026): Berlin im Standortranking Deutschland: Die Stadt rangiert auf Rang 3. Die Kennzahlen und Analysen aus der DDW-Research. <https://die-deutsche-wirtschaft.de/standort/berlin/>
- Eurofound (2013): Third European Quality of Life Survey – Quality of life in Europe: Subjective well-being, Luxemburg: Publications Office of the European Union. <https://www.eurofound.europa.eu/en/publications/all/quality-life-europe-subjective-well-being>
- Europäische Kommission (2022): Report from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions on the cultural dimension of sustainable development in EU actions, COM (2022) 709 final, 9 Dec. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex:52022DC0709>.
- European Commission, Directorate-General for Education, Youth, Sport and Culture (2019): From Social Inclusion to Social Cohesion: The Role of Culture Policy. Luxembourg: Publications Office of the European Union. <https://doi.org/10.2766/851458>
- European Social Survey (ESS) (2015): Measuring and reporting on Europeans' wellbeing: Findings from the European Social Survey. https://www.europeansocialsurvey.org/sites/default/files/2023-07/Measuring_and_Reporting_on_Europeans_wellbeing.pdf

- Fancourt, D./Finn, S. (2019): What is the evidence on the role of the arts in improving health and well being? A scoping review. Health Evidence Network Synthesis Report No. 67. Kopenhagen: WHO Regional Office for Europe. <https://iris.who.int/handle/10665/329834>
- Florida, R. (2002): The Rise of the Creative Class. And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life. New York: Basic Books.
- Fujiwara, D./Kudrna, L./Dolan, P. (2014): Quantifying and Valuing the Wellbeing Impacts of Culture and Sport. London: Department for Culture, Media and Sport (DCMS). https://assets.publishing.service.gov.uk/media/5a7de7a0e5274a2e8ab4492f/Quantifying_and_valuing_the_wellbeing_impacts_of_sport_and_culture.pdf
- Goldmedia (2026) Standortmonitor.net – Standortanalyse und Prognosen. <https://standortmonitor.net>
- Götzky, D. (2014): Breitenkultur – ein Thema in der Kulturpolitik?, in: Schneider, W. (Hrsg.): Weißbuch Breitenkultur. Kulturpolitische Kartografie eines gesellschaftlichen Phänomens. Hildesheim, S. 37-44.
- GRIPS Theater (2026): Kartenförderung – Theater auf Rezept. <https://www.grips-theater.de/de/service/kartenverkauf/kartenfoerderung>
- Hasselhorn, J./Krupp, V./Lin, H.-R./Beisiegel J./Kopiez, R. (2022): Musikalisch-kulturelle Teilhabe als Prädiktor für allgemeine Lebenszufriedenheit: Sind Persönlichkeitsausprägungen bedeutsam?, in: Zeitschrift für Erziehungswissenschaft, 25, S. 603–628. <https://doi.org/10.1007/s11618-022-01104-0>
- Herbst, U. (2025): Die Stiftung Preußische Schlösser und Gärten Berlin-Brandenburg (SPSG) als nachhaltiger Wirtschaftsfaktor: Welchen wirtschaftlichen Beitrag leistet die Stiftung in Brandenburg? https://www.uni-potsdam.de/fileadmin/projects/wirtschaft-transfer-gesellschaft/Partnerkreis/Abschlusspr%C3%A4sentation_Umwegrentabilit%C3%A4t_SPSG_2025.pdf
- Institut für Kulturelle Teilhabeforschung (IKTf) (2026a): KulMon – kontinuierliches Besuchendenmonitoring für den Kulturbereich. <https://www.ikt.f.berlin/kulmon/>
- Institut für Kulturelle Teilhabeforschung (IKTf) (2026b): Forschung zu Nichtbesuchenden | Bevölkerungsbefragung. <https://www.ikt.f.berlin/nichtbesuchendenforschung/>
- Keuchel, S./Larue, D. (2012): Das 2. Jugend-KulturBarometer: Zwischen Xavier Naidoo und Stefan Raab ... Bonn: ARCCult Media.
- Kliment, T./Förster, B. (2019): Nicht-Besucherbefragungen in der freien Szene. Publikumsgewinnung und Schlussfolgerungen für die Kulturpolitik am Bsp. der Stadt Köln, in: Kulturpolitische Mitteilungen, II/2019, Nr. 165, S. 69–71.
- Kliment, T. (2001): Der Multimedia-Sektor in Deutschland. Wirtschaftliche Entwicklung, Arbeitsmarkt und seine Rahmenbedingungen. Synopse eines Experten-Panels im Auftrag des Bundeswirtschaftsministeriums, in: Media Perspektiven 12/2001.
- Klinenberg, E. (2018): Palaces for the People: How Social Infrastructure Can Help Fight Inequality, Polarization, and the Decline of Civic Life. New York City: Crown.
- KPMG (2020): Berlin's Creative and Digital Economy: Drivers of Innovation and Urban Development. Berlin: KPMG. <https://home.kpmg/xx/en/home/insights/2020/07/berlin-creative-digital-economy.html>
- Kulturprojekte Berlin (2025): Outreach in Berliner Museen – Museumsportal Berlin. <https://www.museumsportal-berlin.de/de/planen-organisieren/outreach/>
- Landesmusikrat Berlin (2026): Amateurmusik-Atlas Berlin. <https://www.landesmusikrat-berlin.de/amateurmusik/amateurmusik-atlas-berlin/>
- Loy, T. (2025): Muss sich Berlin neu erfinden, Herr Kieker? „Wir sind nicht mehr das New Kid on the Block“. Tages-spiegel. <https://www.tagesspiegel.de/berlin/berliner-wirtschaft/muss-sich-berlin-neu-erfinden-herr-kieker-wir-sind-nicht-mehr-das-new-kid-on-the-block-13867378.html>
- Mak, H.W./Hu, Y./Bu, F./Bone, J. K./Fancourt, D. (2024): Art for health's sake or health for art's sake: Disentangling the bidirectional relationships between arts engagement and mental health, in: PNAS Nexus, 3(11), S. 465–475.
- Matthiesen, N./Nitt-Drießelmann, D./Wedemeier, J. (2014): Kulturwirtschaft in den 30 größten Städten Deutschlands und deren Entwicklung, in: Wirtschaftsdienst, 94, S. 912–914. <https://doi.org/10.1007/s10273-014-1768-5>
- Merkel, J. (2024): Kulturpolitik als Stadt(entwicklungs) politik, in: Crückeberg, J./Heinicke, J./Kalbhenn, J./Landau-Donnelly, F./Lohbeck, K./Mohr, H. (Hrsg.): Handbuch Kulturpolitik. Wiesbaden: Springer VS, S. 699–716. https://doi.org/10.1007/978-3-658-34381-1_71-1
- Mouhamed, J./Nörenberg, B. (Hrsg.) (2024): Status quo der Kulturellen Bildung in Berlin. Strukturen, Kooperationen und Nachhaltigkeit: Von der Gegenwart zu Zukunftsstrategien für die Kulturelle Bildungsarbeit. (Schriftenreihe Kulturförderung des Instituts für Kulturelle Teilhabeforschung, Nr. 3). Berlin.
- Moweb Research (2026): Panels. <https://www.mowebresearch.com/de/panels/>
- Murtin, F. (2024): The art of living well: Cultural participation and well being (OECD Papers on Well Being and Inequalities, No. 2). https://www.oecd.org/content/dam/oecd/en/publications/reports/2024/03/the-art-of-living-well_8d539344/0219e248-en.pdf
- OECD (2022): The Culture Fix: Creative People, Places and Industries, Local Economic and Employment Development (LEED). Paris: OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/991bb520-en>

- OECD (2025a): Social Connections and Loneliness in OECD Countries. Paris: OECD Publishing.
- OECD (2025b): The role of culture-led regeneration in place transformation (OECD Local Economic and Employment Development [LEED] Papers, No. 2025/06). Paris: OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/4d302bfc-en>
- OECD/ICOM (2019): Culture and local development: Maximising the impact: A guide for local governments, communities and museums (OECD Local Economic and Employment Development [LEED] Papers, No. 2019/07). Paris: OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/9a855be5-en>
- Oldenburg, R. (1989): The Great Good Place: Cafés, Coffee Shops, Bookstores, Bars, Hair Salons, and Other Hangouts at the Heart of a Community. New York: Paragon House.
- Overbeck, L. (2020): Musik: Gemeinsam erleben und performen, in: Politik und Kultur, 11/20, S. 27.
- Performing Arts Programm Berlin (PAP) (2026): Community und Kiezprojekte, Performing Arts Programm Berlin. <https://pap-berlin.de/de/community-und-kiezprojekte>
- Pröbstle, Y. (2014): Kulturtouristen. Eine Typologie. Wiesbaden: Springer VS.
- Projektfonds Urbane Praxis (BPUP) (2026): Berliner Projektfonds Urbane Praxis – Home, Berlin. <https://www.projektfonds-urbane-praxis.berlin/de/home/>
- Renz, T. (2020): Empirisch-quantitative Methoden in der Theaterforschung, in: Balme, C./Symanski-Düll, B. (Hrsg.): Methoden der Theaterwissenschaft. Tübingen: Narr Verlag, S. 279–294.
- Schumann, T. (2019): Community Building als Mission: Öffentliche Bibliotheken als Ermöglicher, in: Schumann, Tim (Hrsg.): Öffentliche Bibliothek 2030. Herausforderungen – Konzepte – Visionen. Bock + Herchen Verlag, S. 185–193. <https://doi.org/10.18452/20197>
- Senatsverwaltung für Kultur und Gesellschaftlichen Zusammenhalt Berlin (SenKultGZ) (2026a): Wir über uns – Leitung und Organisation. <https://www.berlin.de/sen/kultgz/ueber-uns/>
- Senatsverwaltung für Kultur und Gesellschaftlichen Zusammenhalt (SenKultGZ) (2026b): Neue Ausschreibung der Jugendkulturinitiative – Pressemitteilung. Berlin: Senatsverwaltung für Kultur und Gesellschaftlichen Zusammenhalt. <https://www.berlin.de/sen/kultgz/aktuelles/pressemitteilungen/2026/pressemitteilung.1650498.php>
- Senatsverwaltung für Kultur und Gesellschaftlichen Zusammenhalt (SenKultGZ) (2025): Mitteilung Senatsverwaltung für Kultur und Gesellschaftlichen Zusammenhalt an das Abgeordnetenhaus von Berlin. Aktuelle Situation der bezirklichen Kulturarbeit – 6. Bericht (Nr. 19/2669). <https://www.parlament-berlin.de/ados/19/KultEnDe/vorgang/k19-0324-v.pdf>
- Senatsverwaltung für Wirtschaft, Energie und Betriebe (2024): Wirtschaft aktuell. Newsletter Industrie. https://www.berlin.de/sen/wirtschaft/konjunktur-und-statistik/wirtschaft-aktuell/industrie_2024.pdf?ts=1775739751
- Senatsverwaltung für Wirtschaft, Energie und Betriebe Berlin (2025): Kreativ- und Digitalwirtschaftsbericht Berlin 2025. <https://www.berlin.de/sen/wirtschaft/branchen/medien-kreativwirtschaft/kreativunddigitalwirtschaftsbericht-berlin-2025.pdf>
- SMB (2026): Das heilende Museum. <https://www.smb.museum/museen-einrichtungen/bode-museum/ausstellungen/das-heilende-museum/>
- Stadtbibliothek Pankow (2026): Döner Dialoge – Stadtbibliothek Pankow. Stadtbibliothek Pankow. <https://www.stadtbibliothek-pankow.de/doener-dialoge/>
- Statistisches Bundesamt (2026): Input-Output-Rechnung. Wiesbaden: Destatis.
- Statistisches Bundesamt (2026): Volkswirtschaftliche Gesamtrechnungen: Entstehungsrechnung. Destatis. <https://www.destatis.de/DE/Themen/Wirtschaft/Volkswirtschaftliche-Gesamtrechnungen-Inlandsprodukt/Methoden/erlaeuterung-entstehungsrechnung.html>
- Tewes-Schünzel, O./Allmanritter, V. (2023): Ehrenamtliches Engagement im kulturellen Bereich. Analysen aus der Bevölkerungsbefragung „Kulturelle Teilhabe in Berlin 2019“. kurz&knapp-Bericht Nr. 4. Berlin: Institut für Kulturelle Teilhabeforschung (IKTf). https://www.ikt.f.berlin/wp-content/uploads/2023/06/IKTf_kurzundknapp_Nr.4_2022_Ehrenamt.pdf
- Tewes-Schünzel, O./Allmanritter, V. (2025): Zahlen, Daten und Fakten zu musikalischen Interessen und Aktivitäten in Berlin aus der Studie „Kulturelle Teilhabe in Berlin 2025“. <https://www.ikt.f.berlin/wp-content/uploads/2025/12/IKTf-Two-Page-2025-Musik-update.pdf>
- UN World Tourism Organization (UNWTO) (2018): Tourism and Culture Synergies. <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284418978>
- VanderWeele, T. J. et al. (2020): Current recommendations on the selection of measures for well-being, in: Preventive Medicine, 133, Artikel 106004. <https://doi.org/10.1016/j.ypmed.2020.106004>
- Verband der Öffentlichen Bibliotheken Berlins (VÖBB) (2026): Überblick über Bibliotheken und mobile Bibliotheken in Berlin. [https://www.voebb.de/aDISWeb/app?service=direct/0/Home/\\$DirectLink&sp=SAK1341942996&sp=SPRODOO](https://www.voebb.de/aDISWeb/app?service=direct/0/Home/$DirectLink&sp=SAK1341942996&sp=SPRODOO)
- visitBerlin (2024): Qualitätsmonitor Berlin 2023/24. Berlin: visitBerlin. https://about.visitberlin.de/sites/default/files/2025-02/qualitaetsmonitor-berlin_2023_24.pdf

visitBerlin (2025): Positive annual review 2024: Berlin counts 30.6 million overnight stays in hotels. Berlin: visitBerlin. <https://about.visitberlin.de/en/press/press-releases/positive-annual-review-2024-berlin-counts-306-million-overnight-stays-hotels>

White Farnham, J./Caffrey, C. (2023): Examining our roots: The origins and evolution of outreach in academic libraries, 1958–2020, in: Journal of Library Outreach and Engagement, 3, S. 106–118. <https://doi.org/10.21900/j.jloe.v3.1105>

Zbranca, R. et al. (2022): CultureForHealth Report. Culture's contribution to health and well-being. A report on evidence and policy recommendations for Europe. CultureForHealth. Culture ActionEurope. https://www.cultureforhealth.eu/app/uploads/2023/02/Final_C4H_FullReport_small.pdf

