

# **Die wirtschaftliche Bedeutung von Kultur und Creative Industries:**

## **Wien im Städtevergleich mit Barcelona, Berlin, London, Mailand und Paris**

im Auftrag von:

Stadt Wien, Magistratsabteilung 27  
EU-Strategie und Wirtschaftsentwicklung

erstellt von:

österreichische | **kulturdokumentation.**  
internationales | **archiv für kulturanalysen.**

Eva Häfele

Andrea Lehner

Veronika Ratzenböck

Wien, im September 2005

## Inhalt

1	Vorbemerkung	3
2	Nationale Kulturausgaben: Gesamt und pro Kopf	6
3	Gesamtausgaben der sechs Städte für Kultur	7
4	Städtische Pro-Kopf-Ausgaben für Kultur	10
5	Anteil der Kulturausgaben am städtischen Gesamtbudget	11
6	Verhältnis Kulturausgaben und Bruttourbanprodukt	13
7	Kulturwirtschaft und Creative Industries	15
	7.1 Anteil Kulturwirtschaft und CI an der Gesamtbeschäftigung	16
	7.2 Überblick über Einzelbereiche der CI	18
8	CI-Indikatoren der einzelnen Städte	22
9	Strategien der Kultur- und CI-Entwicklung	27
10	Diversität: Ausbildung im Kreativbereich und Anteil von Immigranten	28
11	Kulturtourismus und kulturelles Angebot	29
12	Resumée	35
	Anhang 1: Anmerkungen zu den statistischen Quellen und zur Definition von CI	38
	Anhang 2: Bibliografie	41

## 1 Vorbemerkung

Kultur spielt als Wirtschaftsfaktor und identitätsstiftendes Merkmal einer Region eine immer größere Rolle. Dabei umfasst Kultur nicht nur die klassischen Sparten künstlerischen Ausdrucks, sondern das gesamte kreative Potenzial einer Gesellschaft. Die Reputation von Regionen und Städten auf Grund dieses kreativen Potenzials ist selbst schon zu einem Wirtschaftsfaktor geworden, weil dadurch kreative Industrie- und Gewerbeunternehmen angezogen werden, die in der Regel überdurchschnittlich wachstums- und beschäftigungsintensiv sind. Gleichzeitig schaffen diese kreativen Milieus ein eigenes Umfeld, das für in- und ausländische Kulturtouristen attraktiv ist und auf diese Weise zusätzlich zu Wertschöpfung und Beschäftigung beiträgt.

Es gibt zahlreiche Definitionen von „Creative Industries“ (CI) und „Kulturwirtschaft“. Grundsätzlich zählen dazu jene Gewerbe und Aktivitäten, die in individueller Kreativität, Fähigkeit und Talent begründet sind und die das Potenzial haben, durch die Herstellung und Ausnutzung intellektuellen Eigentums Wohlstand und Arbeitsplätze zu schaffen.<sup>1</sup> Es werden also jene gewerblichen Aktivitäten, quer zu den traditionellen Sektordefinitionen der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung, in Anschlag gebracht, bei denen Kreativität ein entscheidender Produktionsfaktor ist. Somit müssen zu den CI vor allem jene Bereiche gerechnet werden, in denen ein besonders hohes Maß an Kreativität benötigt und eingesetzt wird, um Produkte herzustellen und Dienstleistungen zu erbringen. Die unterschiedlichen Definitionen, vor allem die Frage des Einbezuges von nur im weiteren Sinne kreativen Bereichen (Beispiel: Gastronomie, Möbelherstellung, aber auch Kreativabteilungen, wie Werbung, in insgesamt als nicht-kreativ klassifizierten Industrien), führt dazu, dass statistische Angaben für Städte und Regionen oft nur schwer miteinander verglichen werden können. In den letzten Jahren hat sich immerhin eine von der EU-Kommission empfohlene Klassifizierung auf der Basis der NACE (Nomenclature des activités économiques dans la Communauté Européenne) durchgesetzt, welche die Gewerbebereiche, die als kreativwirtschaftlich relevant gelten, erfasst. Auf die auch mit dieser Klassifikation verbundenen Probleme verweisen wir in Anhang 1.

Im vorliegenden Fall wird Wien im Hinblick auf sein Kultur- und Kreativpotenzial mit fünf weiteren Städten verglichen: Barcelona, Berlin, London, Mailand und Paris. In allen diesen fünf Städten erfolgte in den vergangenen Jahren ein bemerkenswertes Wachstum des Kultur- und Kreativsektors: Sie weisen eine rege Kunst- und Kulturszene auf, verfügen über herausragende architektonische Vorzeigeprojekte, haben ein breites Spektrum an Creative Industries im Produktions- und Dienstleistungsbereich – mit hohem Innovationsgrad in Technologie, Produktgestaltung und Marketing – entwickelt, haben einen starken Kulturtourismus, dem die Positionierung spezieller kultureller „Flaggschiffe“ entspricht, und bündeln alle diese Faktoren in ihren Stadtentwicklungsstrategien.

---

<sup>1</sup> Creative Industries Task Force (CITF) des Greater London Council (2001), zitiert nach Ratzenböck/Harauer/Leo: Untersuchung des ökonomischen Potenzials der „Creative Industries“ in Wien, S. 18

Somit werden kreative Milieus und deren Entfaltung zu einem wesentlichen Faktor eines kulturellen Wettbewerbs zwischen den europäischen Metropolen, bei dem es letztlich auch um die Stärkung der Wirtschaftskraft mittels Anziehung qualifizierter Arbeitskräfte sowie innovativer Produktionen und Dienstleistungen geht.

Bei diesem Wettbewerb nehmen London und Paris, in gewissem Maße gefolgt von Berlin, eine eigene Stellung ein, weil sie als Hauptstädte von bevölkerungsreichen Staaten mit imperialer Vergangenheit und somit als globale Players über sehr hohe – gerade auch zentralstaatliche – Kulturausgaben in absoluten Werten und über eine Massierung kultureller Objekte und Aktivitäten verfügen. Sie haben somit einen natürlichen Konkurrenzvorteil, selbst wenn die eigentlich städtischen Kulturausgaben pro Kopf sie nicht von anderen großen Kommunen unterscheiden. Diese Metropolen sind jedoch Vorreiter in Trendentwicklungen, die für kleinere Hauptstädte durchaus vergleichsrelevant sind, etwa wenn es um die Bildung von kreativen Clustern oder um die Rolle von Kultur und CI in der Revitalisierung von Stadtvierteln geht.

Barcelona und Mailand hingegen sind zentrale Orte prosperierender Groß-Regionen, deren Wirtschaftskraft und Einwohnerzahl einen direkten Vergleich mit der Bundeshauptstadt Wien sinnvoll macht (Katalonien: 6,4 Mio.; Lombardei: 9,1 Mio.). Barcelona ist es nach dem Ende der Franco-Diktatur und nach dem Beginn der Dezentralisierung des spanischen Staatssystems ab Mitte der siebziger Jahre gelungen, einen wesentlichen Teil seiner Attraktivität durch eine innovative Kultur- und Architekturorientierung seiner Stadtentwicklung zu gewinnen. Der Anteil der Kulturausgaben am städtischen Gesamtbudget ist in Barcelona selbst dann gewachsen, wenn die Stadt insgesamt zu Einsparungen gezwungen war. Barcelona gehört damit zu jenem Typus von Städten mit mehr als einer Million Einwohner, die ganz gezielt auf Kultur als zentralen Faktor ihrer ökonomischen und sozialen Entwicklung gesetzt haben.

Mailand zählt zu jenen Großstädten, die zumal in den neunziger Jahren einen komplizierten Transformationsprozess von „alten“ Kulturindustrien zu neuen Kreativitätsindustrien durchgemacht haben. Die klassischen Sektoren kulturorientierter Produktion, vor allem die Herstellung modischer Kleidung und Möbel, gingen in ihrer Beschäftigungswirksamkeit gravierend zurück, wobei diese Reduzierung bislang durch das Wachstum von IT und Consulting kompensiert wurde. Im selben Zug ist die Struktur der Mailänder CI kleinteiliger geworden, d.h., an die Stelle von größeren Mittelbetrieben sind viele Kleinbetriebe von 1-5 Personen getreten, die zu einer Stärkung „intelligenter Produktion“ im Bereich Design, Mode, Möbel, Gebrauchsgegenstände, Multimedia, Verlagswesen, Film etc. und zu einem Aufschwung aller Sparten der Informations- und Kommunikationstechnologie geführt haben.

In allen genannten Städten haben jedoch die klassischen Kulturangebote – Opern- und Konzerthäuser, Theater, Museen und Baudenkmäler – nach wie vor ihren prominenten Platz als kultur-touristische Attraktionen.

Vergleichende Forschung, vor allem durch Richard Florida und Irene Tinagli, hat die Rolle von Bildung, Zuwanderung und Akzeptanz kultureller Unterschiedlichkeit durch die jeweilige Aufnahmegesellschaft als zentrale Gestaltungselemente in der Entfaltung kreativer Milieus und damit des Wachstums einer „Creative Class“ hervorgehoben. Dabei haben Kunst und Kultur im engeren Sinn eine wichtige Funktion für die Bildung von Milieus, die andere „Kreative“ – Werbung, Multimedia, IT, Lifestyle – anziehen. Die 3 Ts – *Talent, Technology und Tolerance* – mit jeweiligen Ausfäucherungen sind die Faktoren, die den Umfang und die Entwicklungstrends der „Creative Class“ bestimmen.<sup>2</sup>

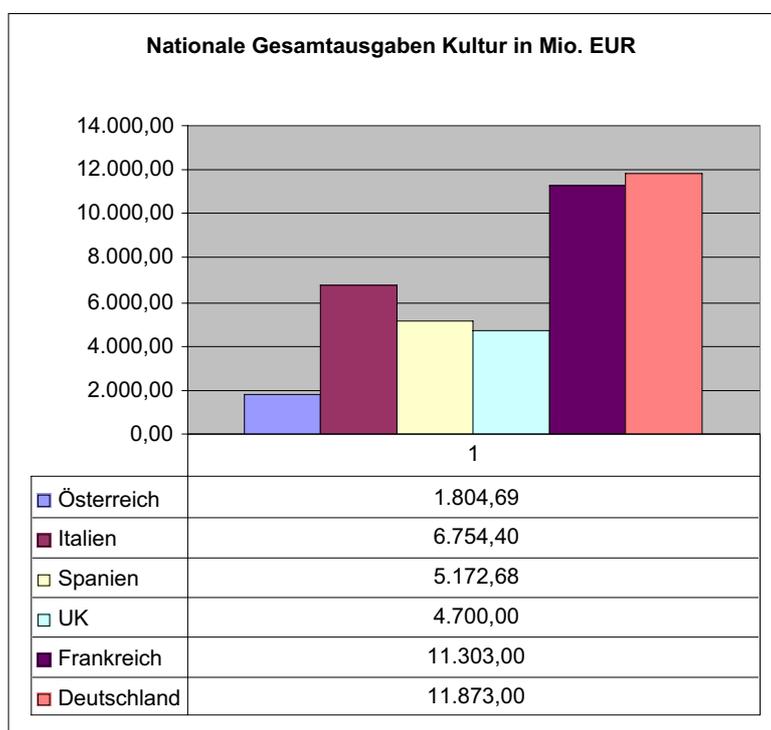
Wien, im September 2005

---

<sup>2</sup> Florida / Tinagli: 2004, S. 42-44

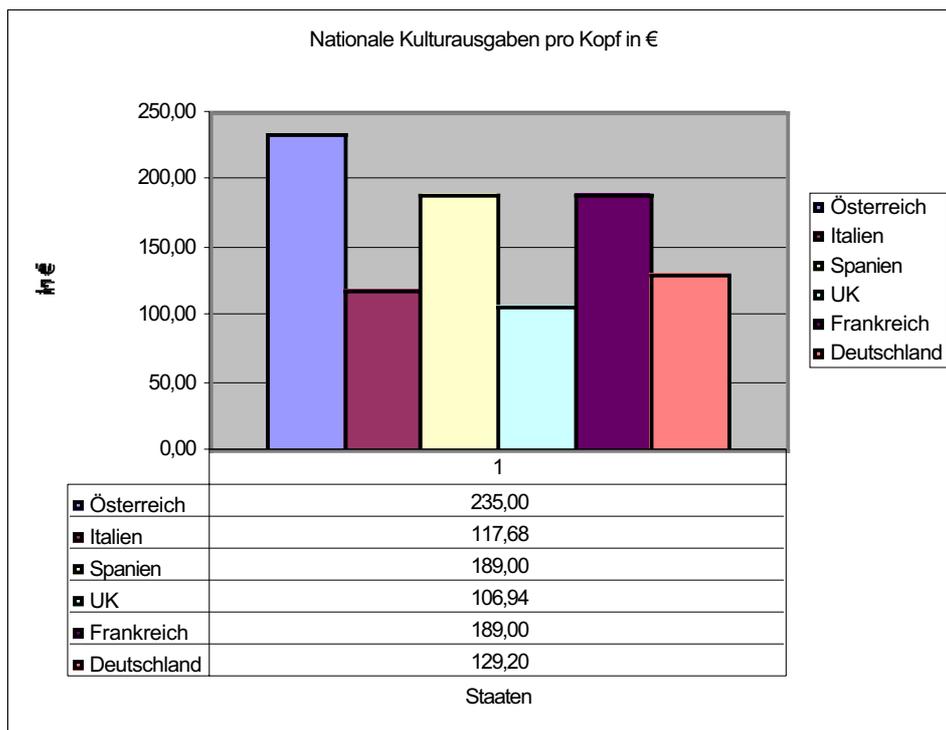
## 2 Nationale Kulturausgaben: Gesamt und pro Kopf<sup>3</sup>

Österreich liegt bei den gesamten Kulturausgaben öffentlicher Träger (Zentralstaat, Länder/Provinzen, Gemeinden) pro Kopf der Bevölkerung an der Spitze der sechs Nationalstaaten, gefolgt von Spanien und Frankreich sowie mit etwa der Hälfte des österreichischen Betrages von Deutschland und Italien. Die Pro-Kopf-Ausgaben in Großbritannien, hier am Schluss der Statistik, wären jedoch wesentlich höher anzusetzen, weil dort ein erheblicher Teil der Kulturförderung über private Stiftungen läuft, die ihrerseits vom Staat durch Steuervorteile für die Spender und weitere staatliche Zuschüsse alimentiert werden.



Es sei darauf hingewiesen, dass nationale Vergleiche etwas unscharf sind, weil in den nationalen Budgets die Ansätze für Kultur unterschiedlich gehandhabt werden: In einigen Ländern werden Bereiche wie Sport, Tourismus oder Zweige des Ausbildungswesens (z.B. Kunstakademien) den Kulturausgaben zugerechnet, in anderen nicht.

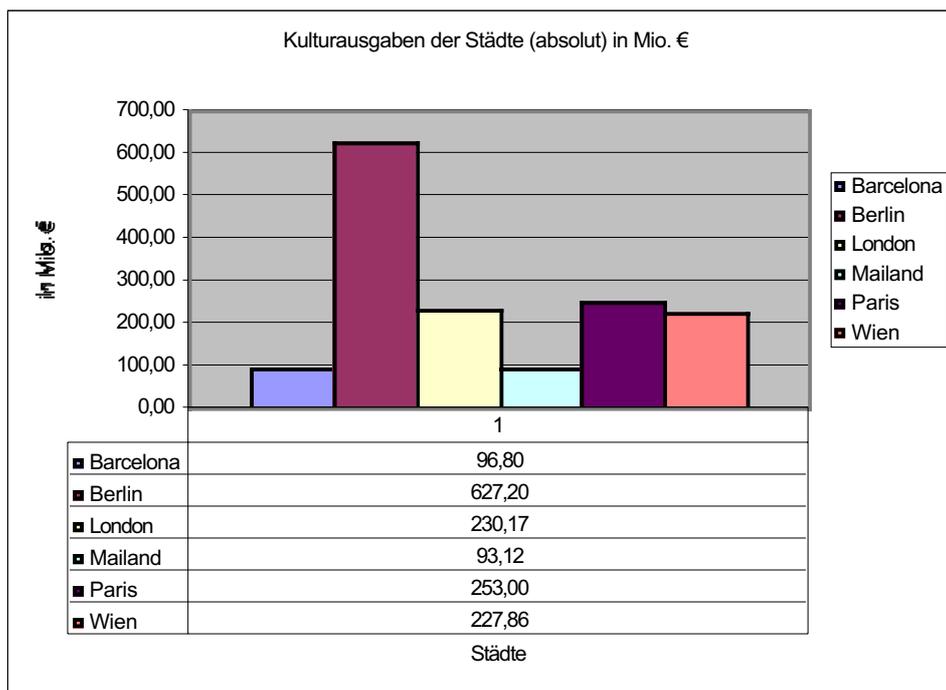
<sup>3</sup> Zahlenangaben aus Länderberichten des Europarates (Council of Europe) unter [www.culturalpolicies.net](http://www.culturalpolicies.net) sowie aus den nationalen Statistikjahrenbüchern. In der neuesten Fassung dieser Berichte existiert keine einheitliche Jahresbezugsbasis für das statistische Material der einzelnen Länder. Die einzelnen Länder- bzw. Städteangaben beziehen sich auf folgende Jahre: Österreich 2003, Wien 2004, Italien 2000 und Mailand 2001/2002, Spanien 1999, Barcelona 2003, UK/London 2002/2003, Frankreich/Paris 2002/2003, BRD 2001/2002, Berlin 2001/2003.



### 3 Gesamtausgaben der sechs Städte für Kultur<sup>4</sup>

In allen sechs Städten ist ein Vergleich der gesamten Kulturausgaben schwierig, weil zwar die Zahlen zu den städtischen Budgets, mangels statistischer Angaben jedoch nicht die vom Zentralstaat bzw. der Provinzregierung geleisteten Ausgaben für nicht-städtische, doch in der Stadt situierte Einrichtungen veranschlagt werden können. Das Bild wird außerdem verzerrt, wenn zentralstaatliche Ausgaben für Aufgaben von nationalem Rang über die städtischen Budgets laufen und diese infolgedessen aufgebläht werden. So erklärt sich das nominell sehr hohe Budget Berlins aus der zentralstaatlichen Alimentierung von Investitions-, Sozial- und Kulturausgaben, die in anderen europäischen Städten direkt dem Zentralstaat zugerechnet werden (und auf diese Weise in den städtischen Budgets nicht aufscheinen).

<sup>4</sup> Sämtliche Zahlen beziehen sich auf die Jahre 2002 und 2003, für Wien beziehen sich die Zahlen auf das Jahr 2004. Auf Grund des engen Zeitraums wurden die Angaben zu laufenden Preisen angesetzt und nicht auf ein einheitliches Bezugsjahr umgerechnet. Bei allen sechs untersuchten Städten wurden lediglich die nominell städtischen Kulturbudgets in den Vergleich einbezogen, nicht jedoch Ausgaben, die von den Zentralstaaten bzw. den jeweiligen Provinzregierungen für kulturelle Einrichtungen/Aktivitäten getätigt werden. Das kann den Vergleich verzerren, wenn z.B. zentralstaatliche Gelder nicht direkt verausgabt werden, sondern nominell über die städtischen Budgets laufen und diese dadurch erhöhen.



In absoluten Werten städtischer Kulturausgaben kann sich Wien mit London und Paris messen (bei London jedoch mit der erwähnten Problematik der nicht eingerechneten Finanzierung durch private Stiftungen), und Wiens städtische Kulturausgaben liegen etwa doppelt so hoch wie jene Mailands oder Barcelonas.

#### **Barcelona (2002: 1.527.190 Ew.)<sup>5</sup>**

Im Jahre 2003 betrug die Kulturausgaben der Stadt € 96,8 Mio., wobei das Budget gegenüber 2002 eine Steigerung von 4,8 % erfahren hatte. Das ist insofern bemerkenswert, als im gleichen Zeitraum das Gesamtbudget (2003: € 1.640,083 Mio.) um 6,6 % zurückgegangen war. Der prozentuelle Anteil der Kulturausgaben am Gesamtbudget der Stadt betrug im Jahre 2003 somit 5,9 %.<sup>6</sup>

#### **Berlin (2002: 3.392.425 Ew.)**

Das hervorstechendste Merkmal des Berliner städtischen Kulturbudgets ist mit insgesamt € 720 Mio. (2001) seine Spitzenstellung unter den europäischen Metropolen, die es trotz Etatbeschränkungen und Reduzierung der Kulturausgaben (von 1995 bis 2001 ein Rückgang um minus 9,1 %)<sup>7</sup> bewahren konnte. Das Berliner Gesamtbudget für Kultur setzt sich aus den „Kulturausgaben“ (2001: € 627,20 Mio.) und den Ausgaben für „kulturnahe Bereiche“ (2001: € 93 Mio.) zusammen.<sup>8</sup> Zu den kulturnahen Bereichen zählen Ausgaben für Volkshochschulen

<sup>5</sup> Alle folgenden Angaben zur Bevölkerung der einzelnen Städte: siehe Stadt Wien (Statistisches Jahrbuch 2004): 2004, S. 294; für Wien: [www.wien.gv.at/statistik/daten/bevoelkerung.html](http://www.wien.gv.at/statistik/daten/bevoelkerung.html)

<sup>6</sup> Real Instituto Elcano: 2004, S. E-33; Ajuntament de Barcelona – Departament d'Estadística: Statistical Yearbook of Barcelona city 2004 (*Statistik Besucher Kultureinrichtungen 2003*)

<sup>7</sup> Kulturfinanzbericht 2003: Mai 2004, S. 25

<sup>8</sup> Kulturfinanzbericht 2003: Mai 2004, S. 20

und sonstige Weiterbildung, für kirchliche Angelegenheiten sowie für Rundfunk und Fernsehen.<sup>9</sup> Diese Ausgaben für „kulturnahe Bereiche“ werden in den folgenden Vergleichen (besonders auch mit den Kulturausgaben von Wien) jedoch nicht in Ansatz gebracht. Berlins nominell sehr hohes Gesamt- wie auch Kulturbudget erklärt sich aus der Tatsache, dass die deutsche Bundesregierung mit der Erhebung Berlins zur Hauptstadt eine Reihe von Aufgaben finanziert, die für das kulturelle Gesicht der Stadt prägend sind: Wiederherstellung der Museumsinsel, Gründung des Jüdischen Museums, Finanzierung des Betriebs des Martin-Gropius-Baus, des Hauses der Kulturen, des Berlin-Festivals und der Berlinale.

#### **London (2001: 7.188.000 Ew.)**

Die Greater London Authority und das Arts Council of England sind neben Stiftungen und anderen privaten Einrichtungen im Wesentlichen für das städtische Kulturbudget verantwortlich. Das gemeinsame Budget 2003 lag bei umgerechnet € 230,17. Einen Sonderfall stellt die „National Lottery“ (Staatslotterie) dar, die durch direkte Zuwendungen und durch die Finanzierung des Arts Council einer der wesentlichen Financiers für die Londoner Kulturszene ist.

#### **Mailand (2001: 1.304.942 Ew.)**

€ 93,121 Mio. betragen die städtischen Ausgaben für Theater, musikalische Veranstaltungen und Kino in Mailand<sup>10</sup>. Die Ausgaben für Museen, Bildende Kunst, Bibliotheken und kulturelles Erbe sind den über das Internet zugänglichen städtischen Statistiken ebenso wenig zu entnehmen wie ein Gesamtbudget der Stadt.

#### **Paris (Kernparis 1999: 2.125.246 Ew.<sup>11</sup>)**

In London wie in Paris erreichen die kulturellen Gesamtausgaben der Stadt jeweils Spitzenwerte im Vergleich mit anderen europäischen Städten. Die Ausgaben der Stadt Paris lagen im Jahr 2003 bei € 253 Mio.

#### **Wien (2004: 1.626.440 Ew.)**

Die zentralstaatlichen Zuwendungen für nationale Einrichtungen in den jeweiligen Hauptstädten sind auch für Wien nicht erfasst. Denn die Bundeshauptstadt verzeichnet wie Berlin, Paris und London einen hohen Anteil an bundesfinanzierten Einrichtungen (Bundestheater, Bundesmuseen und andere). Die Kulturausgaben der Stadt Wien mit 227,86 Mio. Euro sind im Vergleich zu den anderen Städten im Spitzenfeld angesiedelt. Die budgetierten Kulturausgaben gemessen am Bruttourbanprodukt – also die Kulturausgaben im Verhältnis zur wirtschaftlichen Leistungskraft

---

<sup>9</sup> Kulturfinanzbericht 2003: Mai 2004, S. 92

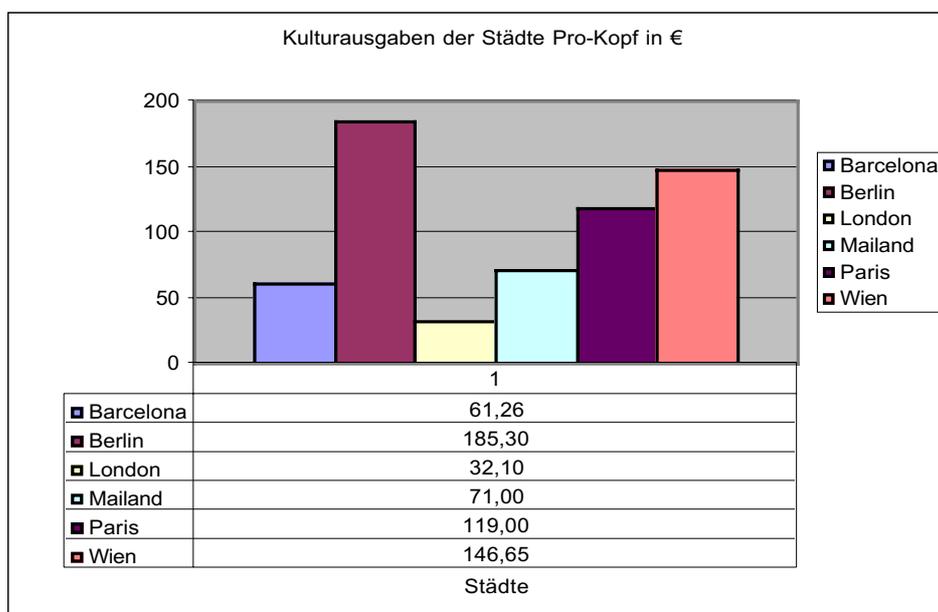
<sup>10</sup> Comune di Milano: 2005, Milano in Breve 2004

<sup>11</sup> Siehe Insee (Zahl für 1999)

der Stadt – liegen bei 0,37 %. In dieser Gesamtsumme sind neben den Ausgaben der Kulturabteilung folgende Budgetposten inkludiert: Musiklehranstalten, kulturelle Jugendbetreuung<sup>12</sup> sowie Wirtschaftsförderungen von „departure“ für das Jahr 2004.<sup>13</sup>

#### 4 Städtische Pro-Kopf-Ausgaben für Kultur

Auch bei einem Vergleich der direkten Pro-Kopf-Kulturausgaben der sechs Städte – also unter Ausschluss zentralstaatlicher Beiträge – nimmt Wien mit € 140,10 eine absolute Spitzenstellung ein, lediglich übertroffen von Berlin, wohin nach der Erhebung zur Hauptstadt des wieder vereinigten Deutschland ganz erhebliche Bundesmittel zur Kulturförderung geflossen sind. Mailand und Barcelona bewegen sich auf einem Niveau von etwa der Hälfte der Wiener Pro-Kopf-Ausgaben. Auch London würde sich, wenn man die Ausgaben der privaten Stiftungen berücksichtigt, wahrscheinlich auf diesem Level bewegen.



##### Barcelona

Die durchschnittlichen Pro-Kopf-Ausgaben der Stadt Barcelona für Kultur im Jahr 2003 lagen bei € 61,26. Das bedeutet gegenüber 1999 (€ 34,81) eine Steigerung um 76 %.<sup>14</sup> Dieser Sachverhalt ist auf jeden Fall bemerkenswert, da im gleichen Zeitraum andere europäische Städte und Länder signifikante Rückgänge oder bestenfalls eine Stagnation des Kulturbudgets aufzuweisen hatten.

<sup>12</sup> Ausgaben der Gruppe 3 Kunst, Kultur und Kultus: Rechnungsabschluss der Bundeshauptstadt Wien für das Jahr 2004, Wien 2005 [www.wien.gv.at/finanzen/budget/ra04/pdf/06.pdf](http://www.wien.gv.at/finanzen/budget/ra04/pdf/06.pdf)

<sup>13</sup> Wiener Wirtschaftsförderungsfond: Jahresbericht 2004, S. 16

<sup>14</sup> Eurocult 21: 2005, S. 56

## **Berlin**

Auch die städtischen Pro-Kopf-Ausgaben von Berlin für Kultur liegen mit € 185,3 im Spitzenfeld. Diese beziehen auf die direkten Kulturausgaben in Höhe von 627,20 Mio. € (also unter Ausschluss der Ausgaben für „kulturnahe Bereiche“ – siehe oben).<sup>15</sup>

## **London**

Die städtischen Pro-Kopf-Ausgaben 2002 von € 31 erscheinen im internationalen Schnitt niedrig, weil sie nur das städtische Budget und die London-bezogenen Ausgaben des Arts Council of England, nicht aber die Zuwendungen des Staates und der zahlreichen Stiftungen enthalten.

## **Mailand**

Die Pro-Kopf-Ausgaben der Stadt Mailand machen € 71 aus. Diese Zahl bezieht sich allerdings nur auf die oben genannten Gesamtausgaben für Theater, musikalische Veranstaltungen und Kino, da weitere Angaben nicht verfügbar waren.

## **Paris**

Mit € 119 liegt Paris (Departement) bei den städtischen Kulturausgaben pro Kopf auf hohem Niveau, ohne allerdings den Wert von Wien zu erreichen. Doch ist auch hier noch ein zusätzlicher Zufluss zentralstaatlicher Mittel in Pariser Kulturaktivitäten und -objekte von nationaler Relevanz zu unterstellen.

## **Wien**

Die Kulturausgaben der Stadt Wien belaufen sich pro Einwohner auf € 140,10.

## **5 Anteil der Kulturausgaben am städtischen Gesamtbudget**

Wien liegt mit einem Anteil von rund 2,39 % der Kulturausgaben am städtischen Gesamtbudget keineswegs im Schnitt vergleichbarer Städte, sondern eher darunter.<sup>16</sup> London und Paris liegen bei jeweils 6 %, und auch Barcelona, wo in den vergangenen Jahren die Stadtentwicklung sich stark auf den Kulturbereich orientiert hat, liegt bei 5,9 %.

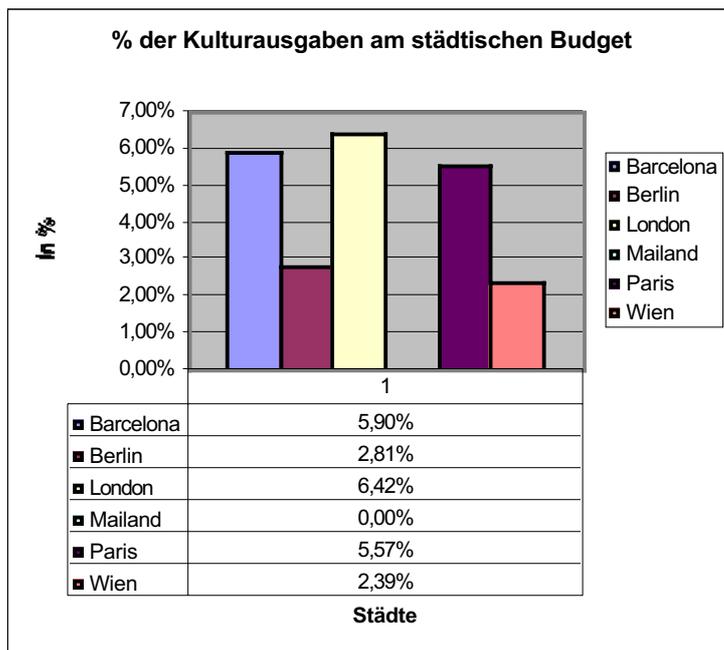
In der Bundeshauptstadt Berlin ist der Anteil der Kultur am städtischen Gesamtbudget mit 2,81 % relativ niedrig<sup>17</sup>, weil dort das Gesamtbudget infolge öffentlicher bundesfinanzierter Investitionsaufgaben auf einer europäischen Rekordhöhe angelangt ist, sodass die Kultur-Pro-Kopf-Ausgaben trotz des nominell niedrigen Budgetanteils an der Spitze der sechs verglichenen Städte liegen (s.o.).

---

<sup>15</sup> Kulturfinanzbericht 2003: Mai 2004, S. 30

<sup>16</sup> Rechnungsabschluss der Bundeshauptstadt Wien für das Jahr 2004, Wien 2005 [www.wien.gv.at/finanzen/budget/ra04/pdf/06.pdf](http://www.wien.gv.at/finanzen/budget/ra04/pdf/06.pdf)

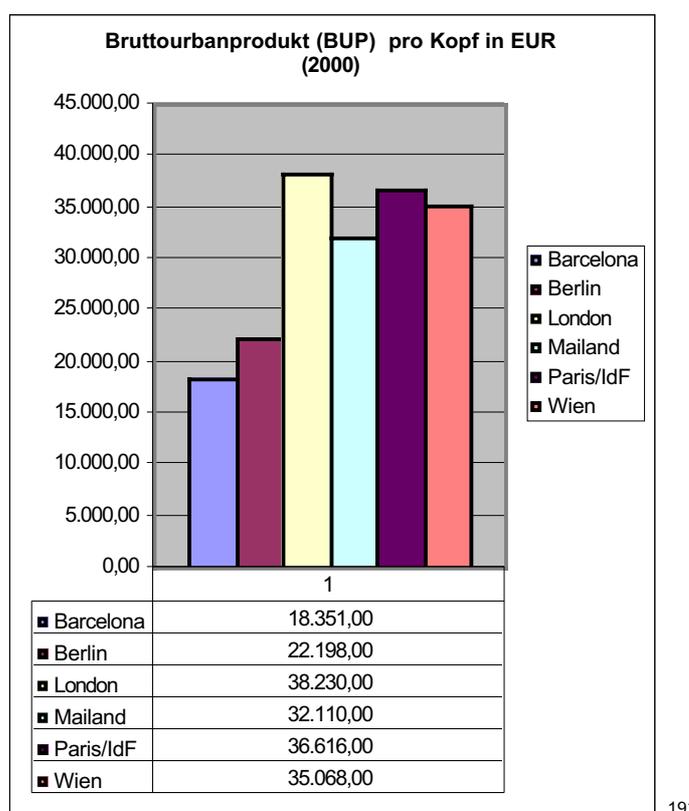
Insgesamt ist in Wien der Anteil der Kulturausgaben am städtischen Budget vergleichsweise moderat, die städtischen Kulturausgaben pro Kopf liegen allerdings im Spitzenfeld und höher als in Mailand, Barcelona, London und Paris. Es ergibt sich also das Bild einer budgetpolitisch soliden und keineswegs übertriebenen Dotierung von „Kultur“, jedoch einer ganz erheblichen Betonung dieses Sektors pro Kopf der Bevölkerung. Dieser Umstand ist im Hinblick auf die Förderung einer „kreativen Klasse“ als Motor zukünftiger Wirtschaftsentwicklung und als Attraktion für neue Firmenansiedlungen sowie die Zuwanderung hoch qualifizierter Arbeitskräfte besonders entscheidend. Wien ist hier also auf einem guten europäischen Weg – mit relativ hohen Pro-Kopf-Ausgaben für Kultur bei guter Budgetverträglichkeit.



<sup>17</sup> Kulturfinanzbericht 2003: Mai 2004, S. 30

## 6 Verhältnis Kulturausgaben und Bruttourbanprodukt

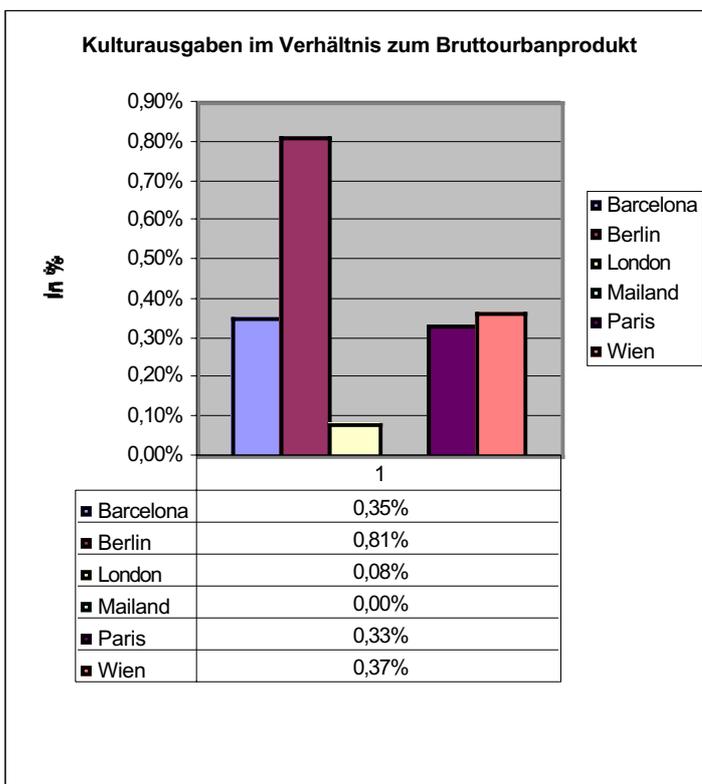
Setzt man die städtischen Kulturausgaben ins Verhältnis zum jährlichen Bruttourbanprodukt, also zur gesamten wirtschaftlichen Leistungskraft einer Stadt, so liegt Wien sehr gut im Mittelfeld, gleichauf mit Barcelona und Paris. Auffällig hier ist der gute Stand Barcelonas, einer Stadt, deren BUP pro Kopf nicht viel mehr als die Hälfte Wiens beträgt (€ 18.351 gegenüber € 35.068). Dies ist ein Ergebnis der insgesamt hohen Budgetierung von Kultur in Barcelona und umso bemerkenswerter, als die Menschen dieser Stadt im Schnitt nur halb so wohlhabend sind wie die Einwohner von Wien, London oder Paris.<sup>18</sup>



19)

<sup>18</sup> Stadt Wien (Statistisches Jahrbuch 2004): 2004, S. 294, 296 (eigene Berechnung)

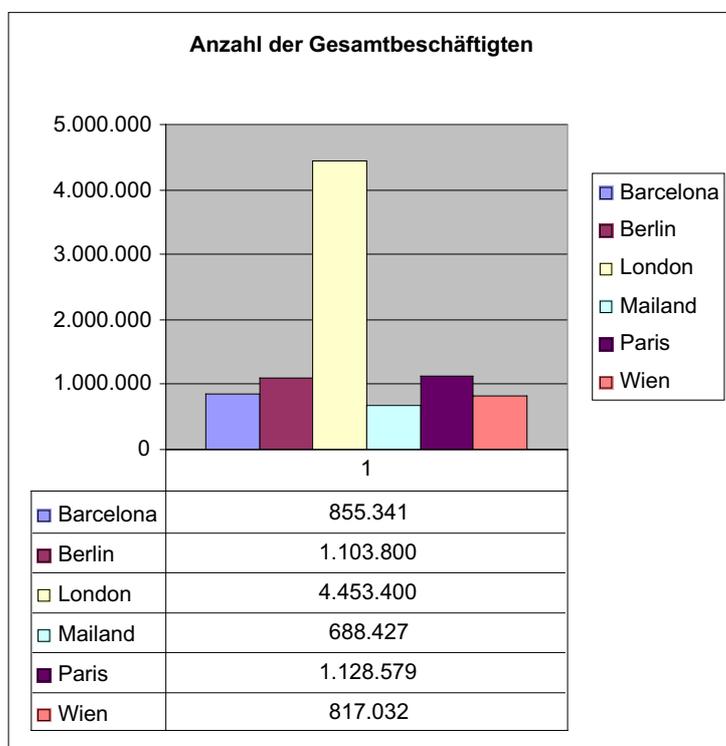
<sup>19</sup> Zahlen zum BUP (für das Jahr 2000): siehe Stadt Wien (Statistisches Jahrbuch 2004): 2004, S. 296



Der geringe Wert für London hat wie in anderen Statistiken dieses Vergleichs zum einen mit der Nicht-Einbeziehung privater Stiftungsfinanzierungen zu tun, zum anderen wahrscheinlich aber auch mit der intensiveren Auslastung von Kultureinrichtungen und einem ökonomischeren Einsatz von Overhead-Kosten durch die höhere Bevölkerungsdichte. Für Mailand lagen keine relevanten Zahlen vor.

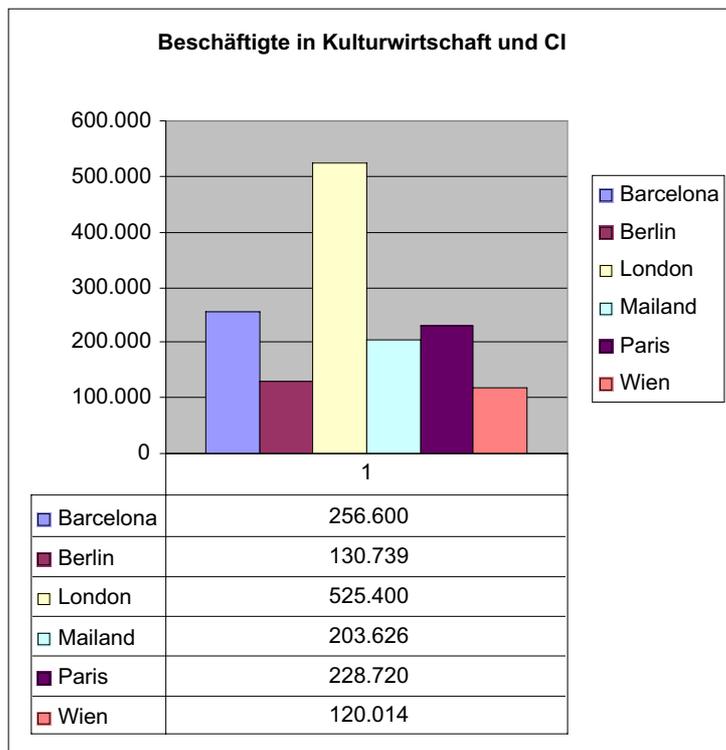
## 7 Kulturwirtschaft und Creative Industries

### Anzahl der Beschäftigten insgesamt (Gesamtbeschäftigung)



## Gesamtzahl der Beschäftigten in der Kulturwirtschaft und in den CI

Beim Städtevergleich überrascht es nicht, dass London bei der absoluten Zahl der Kultur- und CI-Beschäftigten eine überragende Spitzenstellung einnimmt. Dies gilt auch für sämtliche Subsektoren der CI wie Architektur, Grafik, Mode, Design, Verlagswesen und Software/Multimedia.



### 7.1 Anteil Kulturwirtschaft und CI an der Gesamtbeschäftigung

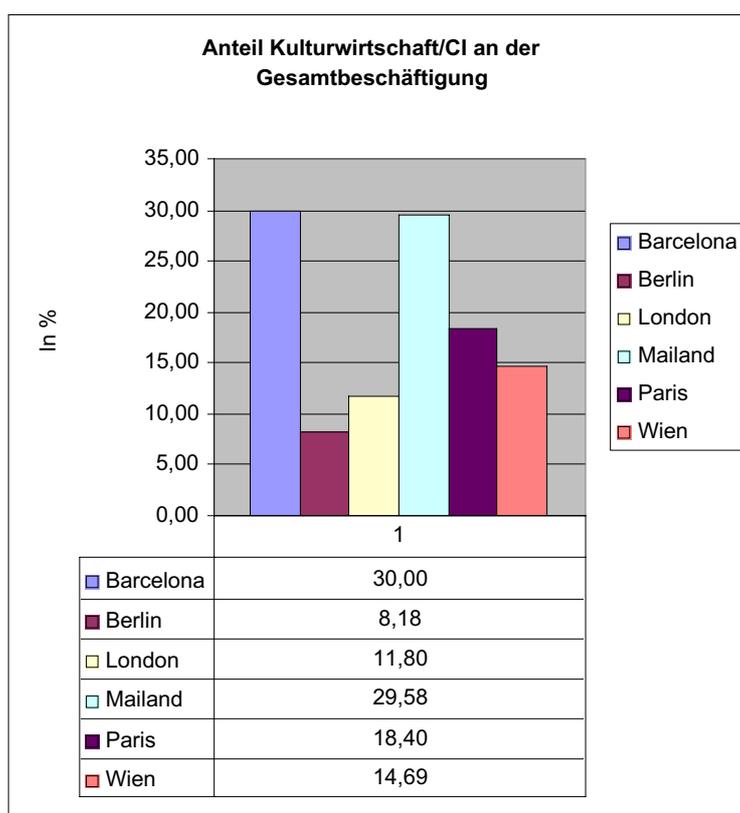
Analysiert man den Anteil der Kulturwirtschaft- und CI-Beschäftigten an der Gesamtbeschäftigung einer Stadt, dann liegt Wien mit rund 15 % in einem sehr guten Mittelfeld, gleichauf mit Paris und London und rund sechs Prozentpunkte über Berlin. Der Vorsprung von Barcelona und Mailand mit einem rund 30-prozentigen Anteil ist zu einem guten Teil statistisch begründet, weil Herstellungsbereiche wie Bekleidung und Möbel eine große Rolle spielen, die man aufgrund ihrer Krisenhaftigkeit heute dem „traditionellen“ CI-Bereich zurechnen muss, oder weil die für CI oft typischen prekären Beschäftigungen im Dienstleistungssektor stark zu Buche schlagen.

Im Falle Barcelonas<sup>20</sup> hat sicherlich zum einen die gezielte Förderungspolitik seit den neunziger Jahren gespielt, zum anderen aber gibt es eine große Zahl der im Tourismus- und Kulturbereich

<sup>20</sup> Angaben für Barcelona siehe: Università Bocconi 2004, S. 34

Beschäftigten, wobei sehr viele dieser Arbeitsplätze aus prekären Beschäftigungsverhältnissen resultieren dürften.

In den Angaben zu Mailand sind die zahlreichen Betriebe der Textil-, Bekleidungs-, Schuh- und Möbelherstellung sowie die entsprechenden Verkaufsgeschäfte zu berücksichtigen, die allesamt zu den CI gerechnet werden. Dabei ist in den letzten Jahren ein Strukturwandel von krisenbedrohten, klassischen CI – Textil und Möbel – zu neuen Kulturwirtschafts- und CI-Sektoren festzustellen. Angesichts der fortschreitenden Globalisierung ist diese Krise für Mailand, vor allem im Schuh- und Bekleidungssektor, sicherlich noch nicht ausgestanden.<sup>21</sup>



Grundsätzlich müssen bei einer Analyse der Beschäftigungswirksamkeit von CI sowohl selbständig als auch unselbständig Beschäftigte einbezogen werden, da viele Kreativbetriebe Einpersonen-Betriebe sind. Lediglich die unselbständig Beschäftigten einzubeziehen, würde kein realistisches Bild ergeben. Um die relative Beschäftigungswirksamkeit der CI darzustellen, ist deshalb ein Vergleich der CI-Beschäftigten mit der Zahl der Gesamtbeschäftigten und nicht nur mit jener der unselbständig Beschäftigten erforderlich, wie es auch in der obigen Statistik dargestellt ist.<sup>22</sup>

<sup>21</sup> Milano produttiva 2005: S. 173

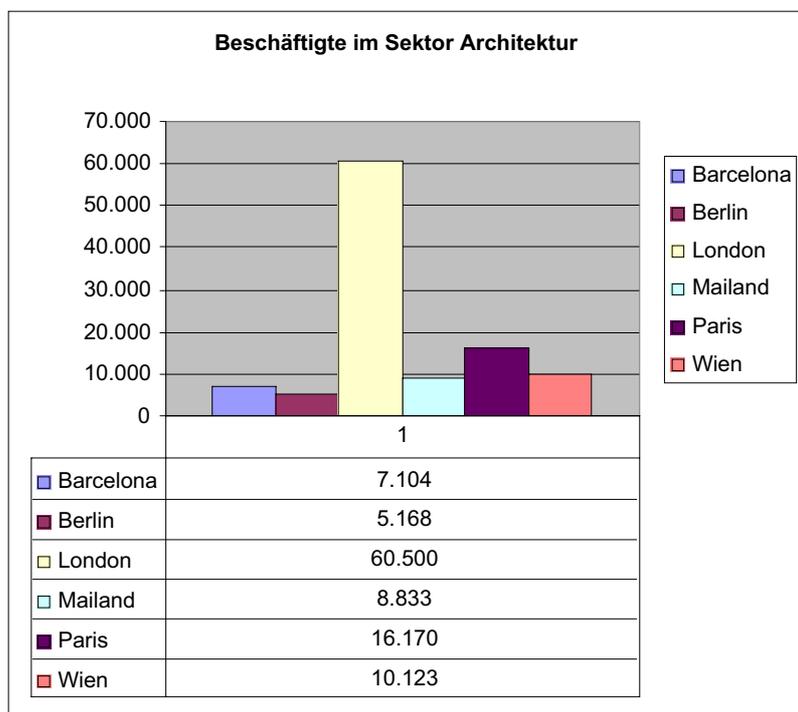
<sup>22</sup> CI-Beschäftigung: zu Wien siehe Ratzenböck/Harauer/Leo 2004, S. 26, 28, 31; zu Berlin IHK/DIW 2002, S. 43, sowie Senatsverwaltung für Wirtschaft 2005, S. 22; zu London Mayor of London 2003, S. 42; zu Paris Chambre de Commerce sowie Ministère de la Culture: L'emploi... 2004, S. 29.

## 7.2 Überblick über Einzelbereiche der CI

Es ist wichtig zu sehen, dass Wien in den vorher erwähnten modernen Sektoren der CI im Hinblick auf die in der Größenordnung vergleichbaren Städte Mailand und Barcelona, aber auch bezüglich Berlin und Paris, jeweils einen guten bis sehr guten Platz einnimmt.

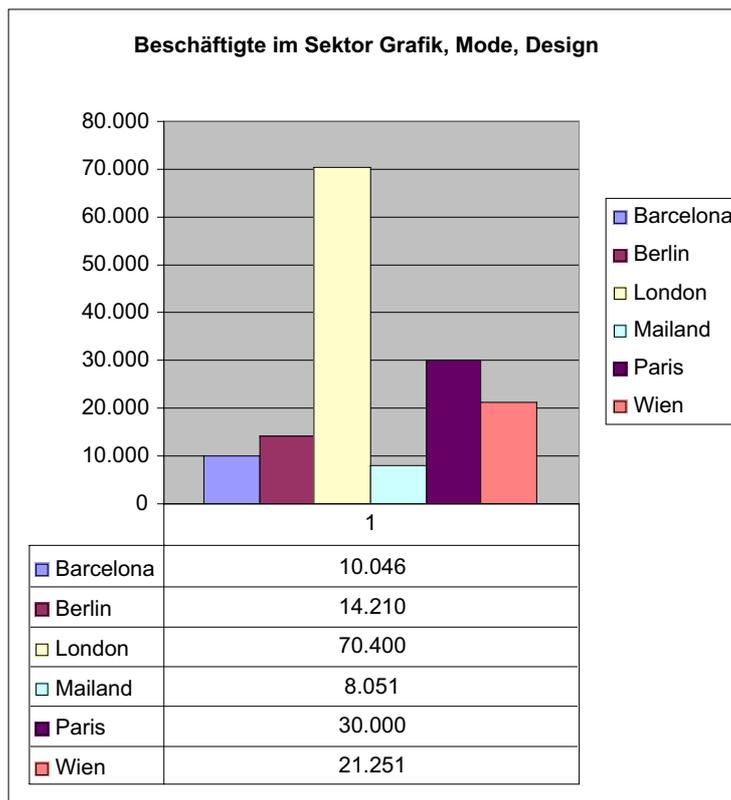
### Architektur

In der Architektur liegt Wien etwa gleichauf mit Mailand und Barcelona (geschätzt auf Basis der Anzahl der Betriebe, analog zur Durchschnittsbeschäftigung in Wien), erheblich vor Berlin und angesichts der Größenordnung nicht wesentlich hinter Paris.



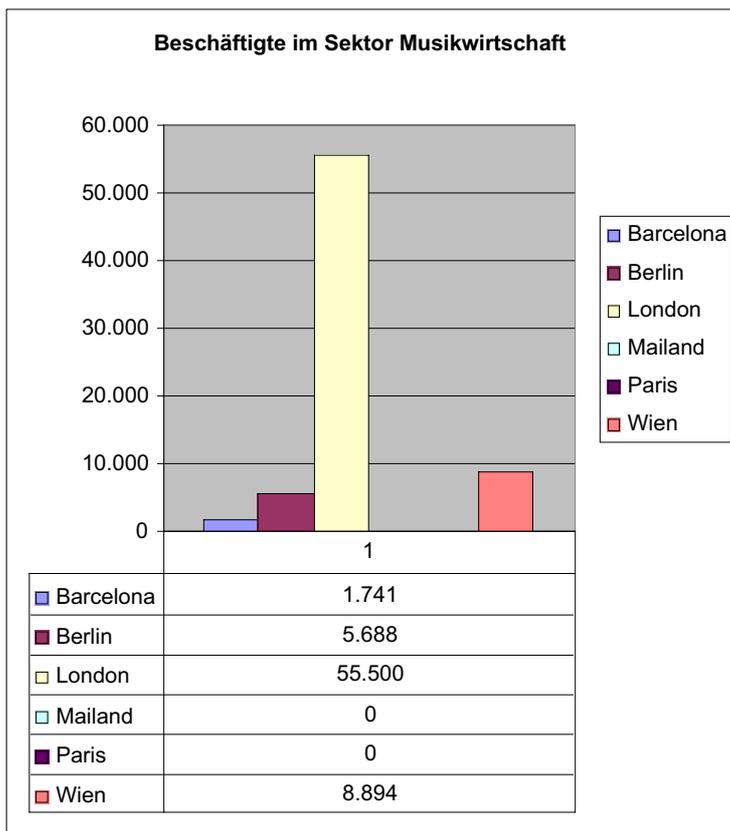
### Grafik, Mode und Design

Dieser Vorsprung gilt überraschenderweise auch für Grafik, Mode und Design mit einer doppelt so großen Beschäftigtenzahl wie Mailand oder Barcelona (geschätzt auf Basis der Anzahl der Betriebe, analog zur Durchschnittsbeschäftigung in Mailand) und immerhin mit zwei Dritteln der Beschäftigtenzahl von Paris, wo Mode und Design zu den drei Entwicklungsschwerpunkten der Stadt zählt. Wien liegt diesbezüglich auch über Berlin.



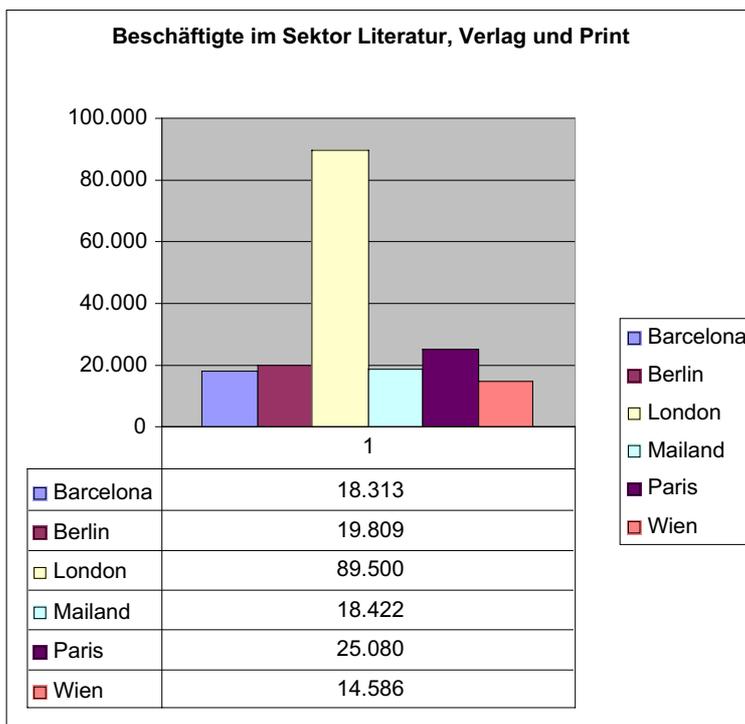
### *Musik*

Die Musikwirtschaft spielt in Wien eine zentrale Rolle, und dies zeigt sich auch im Städtevergleich deutlich. Hier positioniert sich Wien weit über Barcelona und über Berlin. Die übertragende Zahl von London wird durch eine Einbeziehung der Beschäftigten in den Bereichen Kino, Film, Darstellende und Bildende Kunst verzerrt.



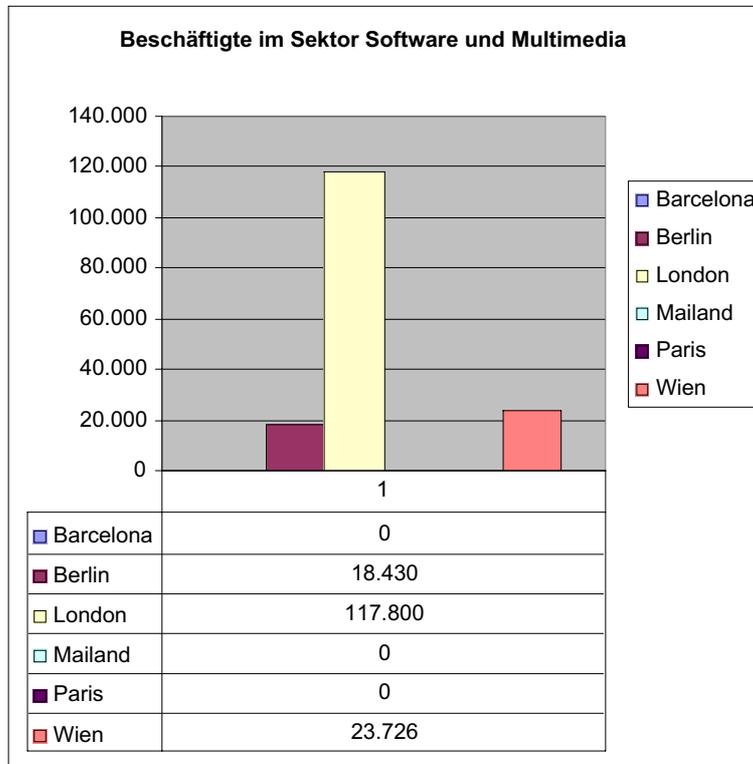
*Literatur, Verlag und Print*

Bei Verlagswesen und Literatur liegt Wien hinter Berlin, Mailand und Barcelona, und mit einem deutlich weiteren Abstand hinter den viel größeren Hauptstädten London und Paris.



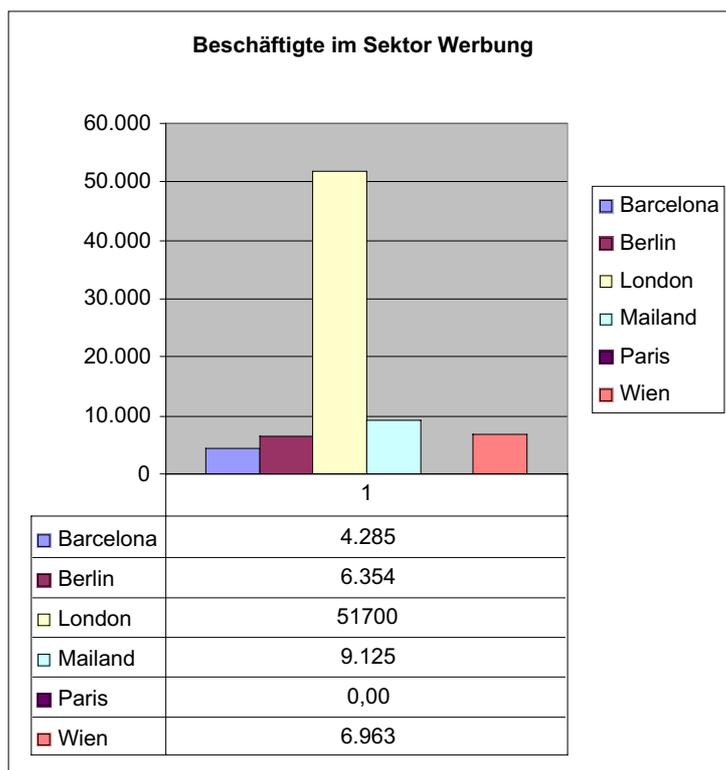
### Software und Multimedia

In Software und Multimedia liegt Wien in der Beschäftigtenzahl immerhin vor Berlin (zur Zeit liegen keine Vergleichszahlen für Mailand, Barcelona und Paris vor).



### Werbung

In der Werbebranche liegt Wien leicht vor Berlin und erheblich vor Barcelona, wobei die Angaben für Barcelona lediglich auf der Basis der Betriebszahlen analog zur entsprechenden Durchschnittsbeschäftigung in Mailand geschätzt werden konnten. Für Paris standen keine Zahlen zur Verfügung.



In der Summe bedeutet das eine sehr gute Position Wiens bei der Entwicklung gerade dieser modernen Sektoren, bei denen es mehr auf den Faktor Talent ankommt als auf Fertigkeiten in der gewerblich-industriellen Produktion.

## 8 CI-Indikatoren der einzelnen Städte

### **Barcelona**

In Barcelona machen Druck- und Verlagswesen (880 Betriebe) und audiovisuelle Geschäftsbereiche (1020 Betriebe) einen hohen Anteil der Wertschöpfung und der Beschäftigung im gesamten Kultur- und Kreativsektor aus. Was außerdem auffällt, ist ein hoher Anteil an Design (2775 Unternehmen), Architektur (1920) und Werbung (946). Die Gesamtzahl der Betriebe im Jahre 2002 betrug 8771 Unternehmen.<sup>23</sup> Der Anteil der im weiteren Sinn in der Kultur- und Kreativwirtschaft Beschäftigten an der Gesamtbeschäftigtenzahl der Stadt betrug 2001 rund 31,19 %.<sup>24</sup> Deutlich ist die Bildung von kreativen Clustern, die für die Formierung eines produktiven Milieus verantwortlich sind, in bestimmten Bezirken der Stadt: 30 % der Unternehmen konzentrieren sich im Bezirk Eixample, weitere 1453 in Sarrià-Sant Gervasi, gefolgt von vier Distrikten mit einer Zahl zwischen 750 und 900 Betrieben.<sup>25</sup>

<sup>23</sup> Fundació Interarts: 2005, S. 24

<sup>24</sup> Università Bocconi: 2004, S. 34

<sup>25</sup> Fundació Interarts: 2005, S. 22

Genauso wie der Kulturbereich im engeren Sinn sind die CI Ziel besonderer städtischer Förderungsprogramme. Ein Risikofonds für KMU und Mikrounternehmen im audiovisuellen und Multimediabereich umfasste in den Jahren 2001–2003 rund 1,2 Mio. €. Für die Sanierung und Neugestaltung von Theatern stand von 2001 bis 2005 ein Budget von € 3,75 Mio. zur Verfügung.<sup>26</sup> Auf Grund von Planungs- und Investitionsmaßnahmen durch das städtische Kulturinstitut (Barcelona Platò Plan) war die Stadt Barcelona im Jahre 2002 Schauplatz von 265 Filmdrehs mit einem wirtschaftlichen Effekt von € 126 Mio.<sup>27</sup>

### **Berlin**

Der aktuelle Berliner Kulturwirtschaftsbericht<sup>28</sup> macht ausdrücklich auf die Problematik aufmerksam, die durch die Einbeziehung von Branchen in die Statistik entsteht, die auf Grund ihrer geringeren kreativen Leistung keineswegs dem Kernbereich der CI zuzuordnen sind. Das gilt für den Sektor Kunstmarkt und Mode/Design mit ihren 14.210 Beschäftigten: Das sind insgesamt 15,7 % der gesamten Berliner CI-Beschäftigten, wobei dieser Sektor aber nur zu 16 % dem CI-Kernbereich zugerechnet werden kann. Da jedoch andere Städte ebenso verfahren, wird zugunsten des Vergleichs auf eine Differenzierung von Kernbereich und CI-nahen Bereichen verzichtet.<sup>29</sup> Wie in anderen Städten haben sich auch in Berlin in bestimmten Branchen Cluster herausgebildet, die durch städtische Förderungspolitik in Zukunft zusätzlich gestärkt werden sollen: so etwa Werbung in den Bezirken Charlottenburg und Mitte oder Mode in den Bezirken Mitte und Prenzlauer Berg.<sup>30</sup>

Die Berliner Kulturwirtschaft ist durch überdurchschnittlich viele kleine Unternehmen geprägt. Über 50 % sind Ein-Personen-Firmen. „Berlin profitiert von dem Neben- und Miteinander von Szenekultur und traditioneller Hochkultur, dem Ineinandergreifen von Kulturerbe, Kunst, Medien, neuen Technologien und multikulturellen Einflüssen. Diese besondere Mischung bedingt Berlins Ausnahmestellung in Deutschland und bezeichnet eine wesentliche Parallele zu internationalen Metropolen wie London und New York“<sup>31</sup>, konstatiert die Senatsverwaltung für Wirtschaft in ihrem neuen Kulturwirtschaftsbericht.

### **London**

„Das Wachstum der Creative Industries in London ist deswegen so hoch, weil die Hauptstadt eine einzigartige Kombination von ausgebildeten und fähigen Arbeitskräften, kultureller Vielfalt, Breite der Dienstleistungen, hochtechnisierter Infrastruktur und direktem Zugang zu wohlhabenden Konsumenten verfügt“<sup>32</sup> – so der aktuelle CI-Bericht des Bürgermeisteramtes. Und weiter: „Londons Trumpf ist sein soziales Kapital: Ein hochqualifiziertes, vielfältiges und

---

<sup>26</sup> Eurocult21: 2005, S. 61

<sup>27</sup> Eurocult21: 2005, S. 61

<sup>28</sup> Senatsverwaltung für Wirtschaft, Arbeit und Frauen: 2005, S. 22 und 64 (siehe Fn. 5)

<sup>29</sup> Senatsverwaltung für Wirtschaft, Arbeit und Frauen: 2005, S. 22

<sup>30</sup> Senatsverwaltung für Wirtschaft, Arbeit und Frauen: 2005, S. 110

<sup>31</sup> Senatsverwaltung für Wirtschaft, Arbeit und Frauen: 2005, S. 107

<sup>32</sup> Mayor of London (CI Report 2002): 2003, S. 14

multikulturelles Angebot von Arbeitskräften. Geschäfte werden in der Weltsprache Englisch gemacht und in weiteren 300 Sprachen. Nur New York hat vergleichbare Vorteile.<sup>33</sup>

Die CI leisten zum Londoner Urbanprodukt einen jährlichen Beitrag von 21 Mrd. GBP (€ 30,45 Mrd.). Das ist mehr als die gesamte Industrieproduktion und steht an zweiter Stelle der Sektoren, nach den unternehmensbezogenen Dienstleistungen (32 Mrd. GBP). Insgesamt sind 525.000 Menschen entweder direkt in den CI oder in kreativen Bereichen anderer Industriesparten beschäftigt. Einer von fünf neuen Jobs entsteht in diesem Bereich, was die CI zum zweitwichtigsten Faktor der Schaffung von Arbeitsplätzen in London macht. Die Beschäftigtenzahl wächst um jährlich 5 %, die Wertschöpfung zwischen 1995 und 2000 stieg durchschnittlich um 8,5 %.<sup>34</sup> Das Wachstum des gesamten Sektors in realen Werten von 1995 bis 2000 betrug insgesamt 50,3 %.<sup>35</sup> Die Kreativwirtschaft bildet in London relativ starke Cluster, allerdings nicht im selben Ausmaße wie die Finanzdienstleistungen. Der größte und am schnellsten wachsende Cluster befindet sich in Westminster, gefolgt von anderen Wachstumspolen im Norden und Westen Zentral-Londons.<sup>36</sup>

### **Mailand**

Nach einer neuesten Untersuchung<sup>37</sup> ist Mailand die führende italienische Stadt in Hinblick auf die Entwicklung und den Anteil der Kreativwirtschaft. Die Gesamtzahl der Firmen in den CI in der Provinz Mailand war zwischen 1991 und 1998 (48.139 Unternehmen) faktisch unverändert geblieben, jedoch hatte sich intern eine deutliche Verschiebung zu Gunsten der Dienstleistungsfirmen (+ 15,3 %) auf Kosten der Handels- und Erzeugerfirmen (- 9,5 % beziehungsweise - 10,2 %) ergeben. Auch in der Stadt Mailand gingen in den neunziger Jahren rund 40 % der Arbeitsplätze im kreativen Herstellungsbereich verloren, während die Zahl der entsprechenden Betriebe nur um 5 % zurückging. Diese Verluste konnten jedoch durch ein beträchtliches Wachstum im Bereich der kreativen Dienstleistungen mehr als kompensiert werden. Besonders kräftig waren die Zuwächse in IT & Telekommunikation (100 %) und Consulting (57 %), sodass per saldo die CI zwischen 1991 und 2001 immerhin einen Beschäftigungsanstieg um 10 % auf 203.726 Personen verzeichnen konnten. Dieser Zuwachs liegt über der durchschnittlichen Zunahme der Arbeitsplätze in der Stadt Mailand von 6 %. Die Arbeitsplätze in den CI machen somit 29,6 % der Gesamtbeschäftigten aus.<sup>38</sup>

### **Paris**

Im Jahre 2002 waren 45 % (197.550 Personen) der im kulturellen Sektor Frankreichs Beschäftigten in der Region Ile-de-France zu finden, die ansonsten nur 21 % der Gesamtbeschäftigten des Landes aufweist. Besonders die Arbeitnehmer in Kino, Video, Radio und TV machen mit 2/3 der Sektorbeschäftigten Frankreichs den höchsten Anteil aus.<sup>39</sup> In den direkten

<sup>33</sup> Mayor of London (CI Report 2002): 2003, S. 14

<sup>34</sup> Mayor of London (CI Report 2002): 2003, S. 4

<sup>35</sup> Mayor of London (CI Report 2002): 2003, S. 55

<sup>36</sup> Mayor of London (CI Report 2002): 2003, S. 40

<sup>37</sup> Camera di Commercio: 2005, S. 173

<sup>38</sup> Camera di Commercio: 2005, S. 185

<sup>39</sup> Ministère de la Culture et de la Communication (Emploi Culturel): 2004, S. 29

Kultursektoren – Musiker, Schauspieler, Tänzer, andere Artisten und Techniker – sind 28.295 Personen voll- oder teilzeittätig.<sup>40</sup> Die Pariser Stadtentwicklung konzentriert sich auf drei Pole: Gesundheit, IT und Multimedia sowie Mode und Design. Mit 2.000 Unternehmen und 30.000 Beschäftigten, darunter 8.500 Designern, ist Mode und Design die zweitwichtigste CI-Branche nach dem Verlagswesen.<sup>41</sup>

### **Wien**

In nahezu allen europäischen Ländern sind Schlüsselbranchen der Kultur- und Kreativwirtschaft in der Hauptstadtregion angesiedelt. Dies trifft auch auf die Bundeshauptstadt Wien zu. Die Creative Industries sind denn auch ein Schwerpunktfeld der Wiener Wirtschaftspolitik. Mit rund 120.000 Personen im Jahre 2001 waren die CI in ihrem ganzen Spektrum – von den herkömmlichen Kulturleistern bis zur Informationstechnologie – ein wesentlicher Faktor für Wirtschaftswachstum und Beschäftigung in der Stadt. Auf sie entfielen 14 % der Arbeitsplätze, ihr Wachstum war mit durchschnittlich 6 % zwischen 1998 und 2002 rund eineinhalb Mal so hoch wie das Beschäftigungswachstum der Gesamtwirtschaft.<sup>42</sup> Dabei entfallen auf Software, Multimedia, Internet, Grafik, Mode, Design und Audiovisuals mehr als die Hälfte (55,9 %) des sektoralen Beschäftigungsvolumens. Die Sektoren Bildende und Darstellende Kunst, Museen und Bibliotheken weisen dagegen mit 10,3 % das geringste Beschäftigungsvolumen auf.

Die Kooperations- und Clusterstrukturen in Wien sind wie in den Städten Berlin, London und Barcelona bereits stark ausgebaut. Die Geschäftstätigkeiten werden in Netzwerken ausgeführt, die Cluster sind auch grundsätzlich komplementär ausgerichtet. Die Notwendigkeit zur Clusterbildung und zu Kooperationen ergibt sich aus der geringen Größe der Unternehmen, wobei die Clusterstruktur in der Wertschöpfungskette sehr deutlich zu erkennen ist.<sup>43</sup> Entsprechend ist es ein Ziel der Wiener Stadtentwicklung, über die Entwicklung kultureller Cluster insgesamt an Attraktivität zu gewinnen.

In Wien konzentrieren sich die Betriebe der CIs deutlich auf den 1. und 7. Bezirk. Grundsätzlich siedeln sie sich im dicht genutzten Stadtgebiet an.<sup>44</sup>

---

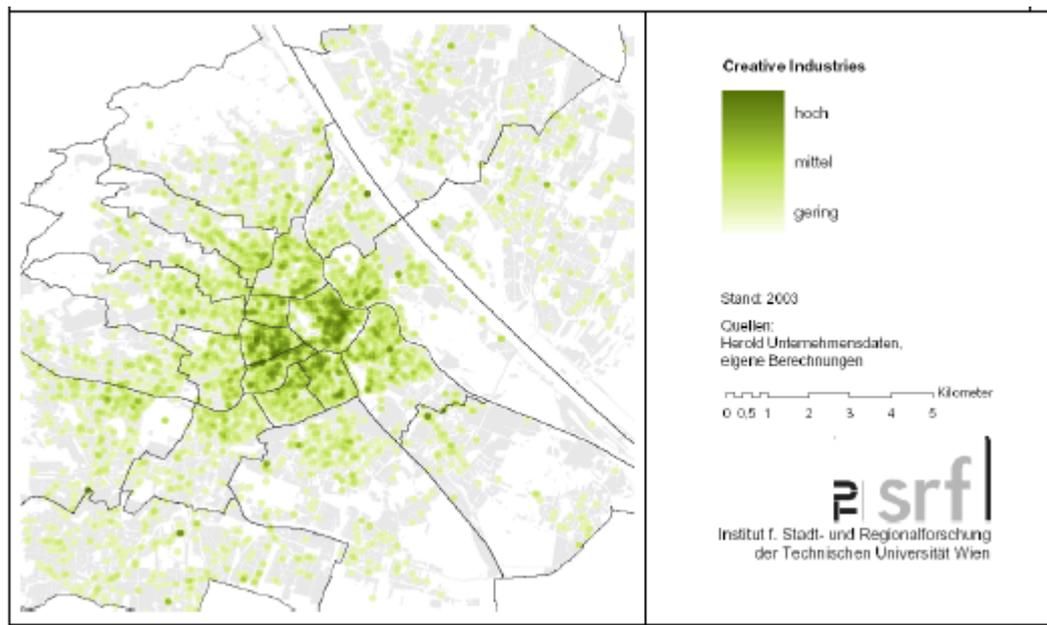
<sup>40</sup> Ministère de la Culture et de la Communication (Statistiques de la Culture): 2005, S. 194, 197

<sup>41</sup> Quelle: [www.parisdeveloppement.com](http://www.parisdeveloppement.com)

<sup>42</sup> Ratzenböck/Harauer/Leo: 2004, S. 11

<sup>43</sup> Ratzenböck/Harauer/Leo: 2004, S. 49 und S. 243

<sup>44</sup> Giffinger u.a.: 2004, S. 55



Betriebsdichte der Creative Industries in Wien <sup>45</sup>

Bei der Beschäftigung, die durch den Kulturwirtschafts- und CI-Sektor geschaffen wird, nimmt Wien zwischen Paris und London eine sehr gute Mittelposition ein. Betrachtet man jedoch Städte wie Barcelona und Mailand, deren Größe und regionales Umfeld einen direkten Vergleich mit Wien sinnvoll machen, so hat Wien noch ein großes Wachstumspotenzial vor sich. Im Gegensatz zu Mailand, dessen CI einen schwierigen Umstellungsprozess von „alten“ Kreativsektoren – wie Bekleidung und Möbel – auf „neue“ – wie Consulting, IT und Multimedia – mitmachen mussten, hat Wien Wachstumschancen ohne einen solchen Strukturbruch.

Sicher kann man sich hier teilweise Barcelona zum Vorbild nehmen, das Kultur und CI auch in Zeiten wirtschaftlicher Schwierigkeiten und budgetärer Engpässe in den Mittelpunkt seiner Stadtentwicklungs- und Förderungspolitik gerückt hat.

Wie bereits die Kreativwirtschaftsuntersuchung von Wien 2004 festgestellt hat, wurde von der Wiener Stadtentwicklungspolitik bereits sehr gute Arbeit geleistet. Angesichts der Wichtigkeit des CI-Sektors im internationalen Metropolenwettbewerb ist hier aber sicherlich noch viel zu tun und das Thema Kultur- und Kreativförderung in den Mittelpunkt des politischen Diskurses über die wirtschaftliche und soziale Zukunft der Stadt zu rücken.

<sup>45</sup> Giffinger u.a.: 2004, S. 57

## 9 Strategien der Kultur- und CI-Entwicklung

### Barcelona

Barcelona will in Europa eine Topposition als Kulturstadt und als Lern- und Wissensort einnehmen. In der Stadtentwicklungsstrategie nimmt der 1999 bewilligte Kulturstrategieplan einen besonderen Rang ein. Betont werden Kreativität und Innovation, der Zusammenhang von Wirtschaft und Kultur, neue Technologien als ein kulturelles Paradigma, die enge Verbindung von Informationstechnologie und Kultur („Digital Culture“), kulturelle Vielfalt für die Bevölkerung und Schaffung von sozialem Zusammenhalt vor allem angesichts der Zuwanderung.<sup>46</sup>

### Berlin

Der im Mai 2005 veröffentlichte Berliner Kulturwirtschaftsbericht definiert eine Reihe künftiger Handlungsfelder. Die öffentlich getragene Kultur und Kulturwirtschaft sind wichtige Wirtschaftsfaktoren und schaffen auf Grund ihrer Kleinteiligkeit Beschäftigung sowie ein einzigartiges kreatives Potenzial. Die Berliner Strategie zielt auf Vernetzung innerhalb der Teilmärkte der CI, Unterstützung von Clustern, Förderung von Existenzgründern und Infrastrukturprojekten sowie Förderung der internationalen Vermarktung von Kultur und CI.<sup>47</sup>

### London

Der im April 2004 veröffentlichte Kulturstrategieplan der Stadt setzt auf London als führende Weltkulturstadt, die die Diversität ihrer ethnischen Gemeinschaften in Wert setzt. Kreativität und lebenslanges Lernen sollen neue Beschäftigung schaffen und gleichzeitig zu einem *Empowerment* der ethnischen Gemeinschaften führen. Kultur spielt in der Belebung und Stärkung des Tourismus die zentrale Rolle. Gleichzeitig wurde auf Weisung des Londoner Bürgermeisters die Initiative „*Creative London*“ ins Leben gerufen, deren Aktivitäten von der London Development Agency koordiniert werden. Das Ziel von „*Creative London*“ ist es, die Reputation und Performance der Stadt als Weltzentrum der Kreativität zu stärken.<sup>48</sup>

### Paris

Die Pariser Kulturpolitik orientiert sich wie die französische Kulturpolitik insgesamt auf die Frage kultureller Diversität und Gendergleichheit im kulturellen Schaffen und im Kulturkonsum. Im Hinblick auf die Kulturindustrie versucht man, die Vielfalt und das wirtschaftliche Überleben durch Steueranreize, Buchpreisbindung und Regulierungsmaßnahmen für französischsprachige Produktionen in Rundfunk und TV zu sichern. Diese Vorhaben wurden mit einer massiven Förderung neuer Technologien und Multimediaprogramme verbunden.

---

<sup>46</sup> Eurocult21: 2005, S. 55 und 61

<sup>47</sup> Senatsverwaltung für Wirtschaft, Arbeit und Frauen: 2005, S. 110-112

<sup>48</sup> Siehe dazu auch: [www.creativelondon.org.uk](http://www.creativelondon.org.uk)

## **Wien**

Im Wiener Strategieplan von 2004 ist eine Reihe von Strukturmaßnahmen vorgesehen. Am Anfang steht die Schaffung von Rahmenbedingungen für flexible, neue internationale wie lokale Kulturaktivitäten, unter anderem durch neue Partnerschaften mit der Privatwirtschaft, dem Bund und Ausbildungsstätten. Ein weiterer strategischer Schwerpunkt ist die Festigung der Musikszene (klassische Musik und Musicals) sowie die Stärkung der Museumsszene und der Kunst im öffentlichen Raum. Maßnahmen zur Förderung der Filmwirtschaft sowie Projektförderungen im Bereich der CI sollen Wien als Filmwirtschaftsstandort stärken. Aktivitäten zur Sanierung des baulichen Erbes, Gender Mainstreaming, Kinderkultur und Auslands-kulturarbeit sind weitere der insgesamt acht strategischen Schwerpunkte.<sup>49</sup>

## **10 Diversität:**

### **Ausbildung im Kreativbereich und Anteil von Immigranten**

#### **Barcelona**

Insgesamt sechs Universitäten und Fachhochschulen sowie Postgraduierten-Departments der Universität Barcelona und der Pompeu-Fabra-Universität offerieren Studiengänge in allen Sparten des Kulturmanagements wie Museologie, Kulturelles Erbe, Unterhaltungsmanagement, aber auch Lehrgänge in „Diversity Management“ vor allem für Immigrantenkulturen. Die Gesamtzahl der Universitätsstudenten betrug im Jahre 185.736 Personen. 10,3 % der Stadtbevölkerung sind Ausländer. Den größten Anteil weisen Zuwanderer aus Süd- und Mittelamerika, Ost- und Südosten sowie Nordafrika auf. Der Anteil der EU-Ausländer liegt derzeit bei 1,38 %.

#### **Berlin**

Mit 44 medien- und kommunikationswissenschaftlichen Studiengängen sowie einer großen Anzahl öffentlicher und privater Hochschulen und anderer Bildungseinrichtungen bietet Berlin in Deutschland die meisten Ausbildungsmöglichkeiten im Bereich der Kreativwirtschaft. Etwa 14.600 Studierende nehmen gegenwärtig dieses Angebot wahr. Berlin ist ein kultureller Schmelztiegel. Rund 13 % der Berliner sind Ausländer. Die meisten stammen aus der Türkei (120.000), Polen (32.700), Serbien und Montenegro (25.600) sowie aus Russland (13.200). Etwa ein Drittel stammt aus Westeuropa.

#### **London**

Die Stadtverantwortlichen sehen in der ungewöhnlichen Mischung sprachlicher und ethnischer Gemeinschaften – als ein Ergebnis von Zuwanderung – einen ganz wesentlichen Faktor für das hervorragende Kulturprofil Londons und einen unverzichtbaren Input für die Creative Industries. Von den London-bezogenen Förderungen des Arts Council of England gehen 25 % in die

---

<sup>49</sup> Stadt Wien (Strategieplan): 2004, S. 87-93

Förderung von Kulturaktivitäten ethnischer Minderheiten.<sup>50</sup> Im Sinne der Gesamtentwicklungsstrategie gibt es Förderungspläne für kreative Industrien im Milieu der ethnischen und anderen Minoritäten.

### **Mailand**

In Italien positioniert sich Mailand im Hinblick auf „*Technology*“ an erster Stelle, während Rom im Bereich „*Talent*“ und „*Tolerance*“ (Humankapital, positive Bewertung von Multikulturalität) den ersten Platz einnimmt.<sup>51</sup> Im Jahre 2001 lebten in Mailand 87.590 Ausländer, darunter 16 % aus Nordafrika, 34 % aus Asien und 10 % aus der „alten“ EU.<sup>52</sup>

### **Wien**

Die Ausbildungsszene in Wien im Bereich Kunst und Kultur hat sich in den vergangenen Jahren stark diversifiziert und bietet inzwischen ein breites Angebot. Die wichtigsten Kunsthochschulen sind die Akademie der bildenden Künste, die Universität für angewandte Kunst sowie die Universität für Musik und darstellende Kunst. Postgraduierten-Studien werden von unterschiedlichen Einrichtungen angeboten. In Wien leben derzeit ca. 276.964 Ausländer, das sind 17,3 % der Gesamtbevölkerung.<sup>53</sup> Zu den größten migrantischen Bevölkerungsgruppen zählen (soweit nicht schon eingebürgert) Zuwanderer aus Serbien und Montenegro mit 71.918 Personen, aus der Türkei mit 40.192 Personen sowie aus der alten EU mit 30.947.<sup>54</sup>

## **11 Kulturtourismus und kulturelles Angebot**

### **Barcelona**

Während in anderen europäischen Städten dieser Größenordnung der Tourismus bestenfalls langsam wächst, hat Barcelona von 1999 bis 2003 bei den Ankünften ein Plus von 23,2 % und bei den Übernachtungen ein Plus von 20,7 % zu verzeichnen. Im Jahre 2003 sorgten 3,848 Mio. Touristen für 9,102 Mio. Übernachtungen. Der Ausländeranteil steigerte sich von 1999 bis 2003 von 58,1 % auf 65,6 %, mit Gästen aus Großbritannien, Italien, Deutschland an den vordersten Stellen.

Das breit gefächerte Kulturangebot der katalonischen Hauptstadt wirkt besonders auf jüngere BesucherInnen – Barcelona ist *in*. Mit über 8 Mio. Besuchern sind die Museen – Picasso Museum, Marès Museum, Gaudì Museum – einer der Hauptanziehungspunkte. Unter den Sehenswürdigkeiten sind besonders der Templo Sagrada Familia mit über 2 Mio. Besuchern, die Casa Museo Gaudì mit 384.000 und der Parque del Laberinto mit 142.000 Besuchern zu erwähnen. Speziell in der Architektur, mit klassischer Moderne und spektakulären architektonischen Neuschöpfungen, hat Barcelona mit ausgesprochenen Attraktionen aufzuwarten. Das

---

<sup>50</sup> Arts Council of England: Pressemitteilung 17.3.2005

<sup>51</sup> Università Bocconi: 2004, S. 3

<sup>52</sup> Comune di Milano: Milano in cifre – intera città

<sup>53</sup> Stadt Wien (Statistisches Jahrbuch 2004): 2004, S. 7

internationale „Barcelona Forum 2004“ brachte in das vollkommen neu errichtete Hafenviertel mit seinen zukunftsweisenden architektonischen und gestalterischen Highlights zahlreiche Besucher aus dem In- und Ausland und platzierte Barcelona als Modellstadt für innovative Kulturangebote in allen internationalen Medien.

### **Berlin**

Mit 5,92 Mio. Ankünften im Jahre 2004 liegt Berlin im oberen Mittelfeld der europäischen Hauptstädte. Anders als in den anderen verglichenen Städten liegt der Anteil der inländischen Gäste mit 4,2 Mio. fast dreimal so hoch wie die internationalen Ankünfte mit 1,6 Mio. Berlin ist die beliebteste Städtedestination in Deutschland – sowohl für den inländischen als auch für den internationalen Gast. Die Aufenthaltsdauer der internationalen Gäste ist jedoch mit 2,6 Tagen signifikant höher als die der inländischen mit 2,1 Tagen. Für Kulturtouristen spielt das Museumsangebot, aber auch jenes an Opern- und Theaterveranstaltungen eine herausragende Rolle. Mit rund 10 Mio. Gästen sind die Museen die Kultureinrichtungen mit der höchsten Frequenz. Die meisten Nicht-Berliner-Besucher weisen die Museen (58 %) und die Theater mit 43 % auf<sup>55</sup>.

„Berlin ist sexy – das europäische New York,“ schrieb die „Kunstzeitung“ auf der Titelseite ihrer Ausgabe vom Mai 2005. In Berlin sind Kultur und Kulturwirtschaft bereits seit langer Zeit als Markenzeichen und gewichtiger Imagefaktor gewertet worden. Neben Blockbuster-Programmen im Festival- und Ausstellungssektor sorgen zahlreiche Bühnen, Clubs, Film- und Konzerthäuser für den kulturellen Aufschwung. Berlin bietet Sparten übergreifend ein vielfältiges und umfangreiches Angebot in Populär- und Hochkultur. Neben den öffentlich geförderten Aktivitäten wie Opernhäusern, Orchestern, Theatern, Teilen der freien Kunstszene, gibt es zahlreiche kulturelle Angebote – Musicals, Popkonzerte, Varietè – des erwerbswirtschaftlichen Sektors –, mit insgesamt über 1500 Veranstaltungen pro Jahr.<sup>56</sup>

### **London**

2001 verzeichnete London 28,4 Millionen Gäste, sicherlich ein europäischer Spitzenwert. Diese Gäste, darunter 11,5 Mio. Ausländer, sorgten für 113,4 Mio. Hotelübernachtungen – auch dies ein europäischer Spitzenwert im Hinblick auf durchschnittliche Verweildauer. Damit liegt London vor Paris und New York. Die Besucher haben im Jahr 2000 an die € 10 Mrd. ausgegeben.<sup>57</sup> Im ersten Quartal 2005 wurde bereits eine Steigerung der Ankünfte von 13 % gegenüber dem Vergleichswert des Vorjahres erreicht.

London verfügt als Welt-Metropole über ein immenses kulturelles Angebot, was sich auch in dem überragenden Touristenzustrom von 28,3 Mio. widerspiegelt. Der Tower of London, das London Eye, die Tate Modern – um nur einige zu nennen – zählen hinsichtlich der Besucherzahlen zu den Top-Sehenswürdigkeiten.

---

<sup>54</sup> Stadt Wien (Statistisches Jahrbuch 2004): 2004, S. 38

<sup>55</sup> IHK / DIW: 2002, S. 49 ff.

<sup>56</sup> Senatsverwaltung für Wirtschaft, Arbeit und Frauen: 2005, S. 12

<sup>57</sup> Mayor of London (London Cultural Capital): 2004, S. 17

## **Mailand**

Mailand hat sich vor allem am amerikanischen Markt als „Italiens coole Hauptstadt des Design“ positioniert.<sup>58</sup> Mit 4,5 Mio. Besuchern pro Jahr, davon 2,2 Mio. internationalen, bewegt sich Mailand im kulturtouristischen Mittelfeld. Der hohe Anteil an inländischen Besuchern ist zu einem guten Teil auf die zahlreichen Mode- und Designmessen zurückzuführen. Neben den Flaggschiffen Mailänder Scala und Mailänder Dom haben 2002 mehr als 2,3 Mio. Besucher die Museen frequentiert; Theater-, Musik- und Tanzveranstaltungen zählten 2,74 Mio. Besucher.<sup>59</sup>

## **Paris**

Nach London ist Paris die führende europäische Kulturdestination Europas. 2004 verzeichnete die Stadt insgesamt 15,2 Mio. Ankünfte: 8,75 Mio. davon waren internationale Gäste, und 6,44 Mio. Besucher reisten aus den übrigen Regionen Frankreichs an. Mit 137 Museen und 24 Top-Sehenswürdigkeiten spielt der Kulturtourismus in Paris eine überragende Rolle. 91,2 % der Touristen besuchen diese Museen und Ausstellungen (81,5 %) sowie die Sehenswürdigkeiten (9,7 %), Theater und Kabarett werden immerhin von 12 % der Gäste frequentiert. Die Gastrokultur rangiert mit 38,8 % unmittelbar hinter den Museen und Ausstellungen. Auch die sechzehn Modeschauen brachten 2004 über 15.000 Designer und 500.000 andere Besucher – der internationale Anteil liegt hier bei 40 % – in die Stadt.<sup>60</sup>

Die zehn Blockbuster-Ausstellungen des Jahres 2003 – darunter Matisse, Picasso, Leonardo da Vinci, Chagall, Modigliani – zählten insgesamt 3,773.473 Mio. BesucherInnen.<sup>61</sup> Der Eiffelturm, der Louvre und das Centre Pompidou sind die bedeutendsten Sehenswürdigkeiten der Stadt.

## **Wien**

Neben Amsterdam, Zürich und Berlin hat sich Wien auf dem internationalen Markt als „coole Hauptstadt“ positioniert, mit einem Fokus auf Kunst, Design, Architektur, Musik und Nachtleben.<sup>62</sup> Die aktuelle Wiener Gästebefragung von August 2004 bis März 2005 zeigt im Hinblick auf Kulturtourismus die folgenden Ergebnisse (mit Mehrfachnennungen): Kunst und Kultur wurden von 83 % der interviewten Gäste als wichtigstes destinationsentscheidendes Motiv genannt, Stadtbild und Architektur mit 71 %, Sehenswürdigkeiten mit 68 %, Veranstaltungen und Events mit 60 % rangierten auf den nachfolgenden Plätzen. Für 58 % war das kulturelle Image Wiens das entscheidende Motiv für die Reise.<sup>63</sup>

Auf die Frage, welche Aktivitäten die Gäste während des Aufenthaltes ausüben, antworteten über 80 % mit dem Besuch von Museen und Ausstellungen, 71 % mit dem von Sehenswürdigkeiten und 29 % mit dem von Veranstaltungen klassischer Musik. Je 13 % besuchten die

---

<sup>58</sup> World Tourism Organization: 2005, S. 43, 34-35

<sup>59</sup> Comune di Milano – Milano in Breve 2004

<sup>60</sup> Paris Tourism and Convention Bureau: 2005, S. 19ff

<sup>61</sup> Paris Tourism and Convention Bureau: 2005, S. 20

<sup>62</sup> World Tourism Organization, 2005: S. 43

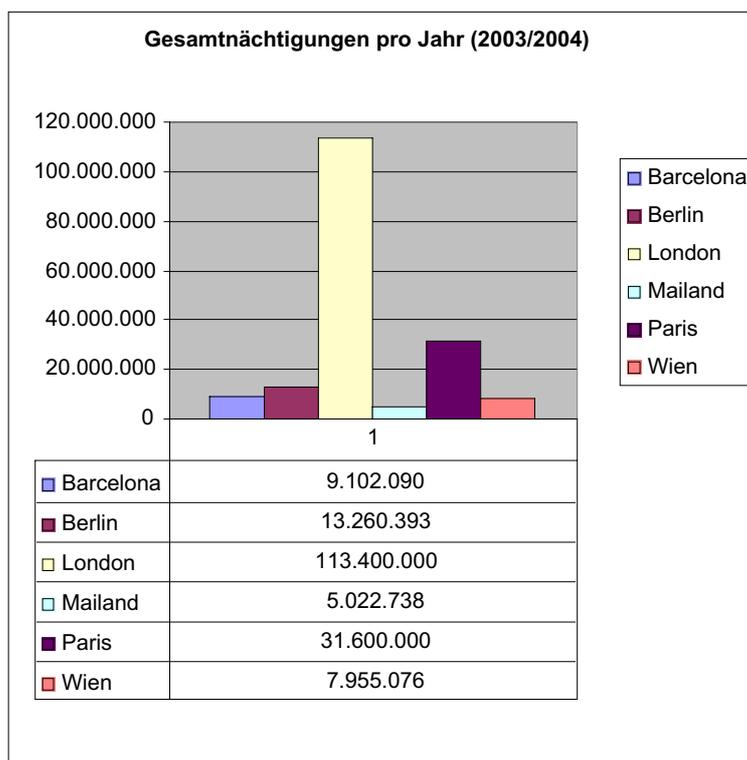
<sup>63</sup> Wien Tourismus (Wiener Gästebefragung 2004/2005): 2005, S. 7

Oper oder Operette und je 12 % eine Theateraufführung. Am Besuch von Jazz Clubs zeigten 12 % und von Veranstaltungen elektronischer Musik 11 % Interesse.<sup>64</sup> Bei Kunst und Kultur schneidet Wien im Vergleich mit anderen Städten bei 46 % der Befragten besser und bei 52 % gleich gut ab; nur insgesamt 4 % attestierten ein schlechteres Abschneiden.<sup>65</sup>

Bundesmuseen, städtische Museen und private haben im Jahr 2003 insgesamt 7,6 Millionen Besucher verzeichnet. Weitere 4,5 Mio. wurden in den wichtigsten Sehenswürdigkeiten gezählt. Schloss Schönbrunn als Weltkulturerbe spielt in einer Liga mit dem Tower in London und Schloss Versailles in Paris. Die Theater zählten 2003 über 2,5 Mio. Gäste und knappe eine Million ZuhörerInnen fanden sich in den Konzertsälen und anderen Musiketablissements ein.<sup>66</sup>

#### Gesamtnächtigungen im Städtevergleich

Im touristischen Städtevergleich liegt Wien mit Mailand und Barcelona gleich auf. Die touristischen Spitzenwerte von London können nur noch mit anderen globalen Metropolen wie New York verglichen werden.



#### Anteil internationaler und inländischer Gäste

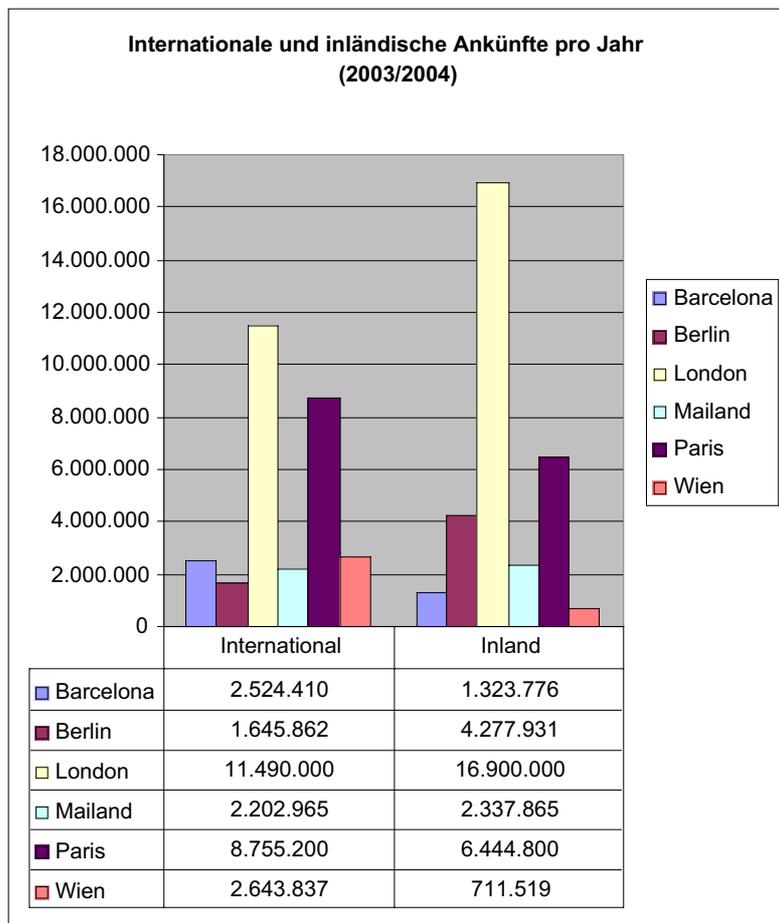
Wien hat einen verhältnismäßig hohen Anteil internationaler Touristen, was sicherlich auch mit dem vergleichsweise kleinen österreichischen Quellmarkt zusammenhängt. Umgekehrt verfügen Metropolen wie London, Berlin oder Paris nicht nur über viel größere nationale Quellmärkte,

<sup>64</sup> Wien Tourismus (Wiener Gästebefragung 2004/2005): 2005, S. 10-11

<sup>65</sup> Wien Tourismus (Wiener Gästebefragung 2004/2005): 2005, S. 14

<sup>66</sup> Stadt Wien (Statistisches Jahrbuch 2004): 2004, S. 258-260

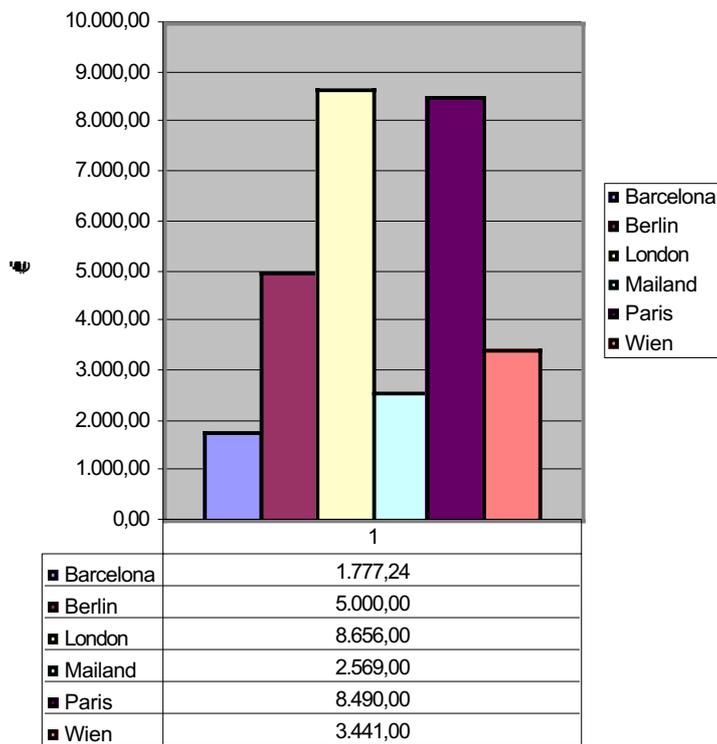
sondern vor allem im Falle Londons auch über ein riesiges weltumspannendes sprachliches Hinterland. Wien liegt zwar an letzter Stelle der Gesamtankünfte der sechs Städte, doch bei internationalen Ankünften in etwa gleichauf mit Mailand und Barcelona sowie vor Berlin. Es ist klar, dass sich eine Steigerung der Wiener Nächtigungszahlen auf Grund der Beschränktheit des österreichischen Quellmarkts nur durch weitere internationale Gäste erreichen lässt. Das ist ein wesentlicher Grund, warum sich Wien als internationale Kulturstadt positionieren und dieses Image im globalen Wettbewerb auch medial transportieren muss.



#### *Jahresbruttoumsatz Tourismus*

Obwohl Wien eine geringere Anzahl von Ankünften und Nächtigungen aufweist als Barcelona und Mailand, liegt es mit dem aus dem Tourismus resultierenden Jahresbruttoumsatz über den beiden Städten. Dieser Indikator sagt zwar nichts über die eigentliche Wertschöpfung aus, verweist jedoch auf einen insgesamt höherpreisigen Tourismus in Wien.

Jahresbruttoumsatz Tourismus in Mio. EUR



## 12 Resumée

Vergleicht man die Stadtentwicklungsstrategien von London, Berlin, Paris, Mailand und Barcelona, so wird die Prominenz des Themenfeldes Kultur und CI für die Zukunft deutlich. Sie gehören als Motoren intelligenter Wirtschaftsentwicklung zusammen; für die soziale Entwicklung im 21. Jahrhundert sind sie entscheidend, weil sie ethnische und kulturelle Diversität produktiv integrieren können, genauso wie sie zum sozialen Zusammenhalt von Gesellschaften, die zunehmend durch solche Diversität gekennzeichnet sind, beitragen werden.

### *Motor intelligenter Wirtschaftsentwicklung*

Bereits die bisherigen Wachstumseffekte, die bis zu 50 % über der Rate des durchschnittlichen Gesamtwachstums westeuropäischer Volkswirtschaften liegen, machen die Rolle der Kulturwirtschaft und der CI für wirtschaftliche Entwicklung deutlich. Mit der Globalisierung und der weiteren Verlagerung von Güterproduktion in Niedriglohnländer wird die Entwicklungsrelevanz dieses Sektors noch wachsen. Allerdings wird auch er dem Diktat europäischer und bald auch globaler Konkurrenz unterliegen, sodass „weiche“ Faktoren wie kulturelle Milieus, niedriges Kriminalitäts- und Gewaltniveau, geringe Xenophobie und eine hohe Bereitschaft, mit kultureller und ethnischer Diversität produktiv umzugehen, für die Anziehung und Entfaltung von kreativer (Wo-)Manpower und von kreativem Kapital noch entscheidender sein werden, als sie es bisher schon waren.

### *Der Kreativsektor: Symbiose kultureller und wirtschaftlicher Avantgarde*

Für die Steigerung des Kulturtourismus ist es unzweifelhaft wichtig, in der Kulturpolitik sowohl auf Moderne wie auch auf Tradition zu setzen. Wien hat diesen Weg erkannt und nicht nur in der Stadterneuerung, sondern auch im kulturellen Schaffen neue Akzente gesetzt. Diese im internationalen Vergleich moderne Struktur der Wiener CI zeigt, dass zumal in der Wirtschaft neben dem Kulturtourismus auch andere zukunftsorientierte kreative Potenziale vorhanden und ausbaubar sind.

Das Beispiel Barcelona macht deutlich, dass eine Förderung zeitgenössischer und avantgardistischer Kunstformen – etwa in Architektur, in Theater, Film und Bildender Kunst –, ein symbiotisches Milieu für das Wachstum ebenso avantgardistischer Formen der CI schafft. In der Wiener Kulturstrategie lässt sich dieses Element verstärken, ohne dass die hohe Qualität des vorhandenen Kunst- und Kultursektors beeinträchtigt wird. Diese Doppelführung einer kulturellen Entwicklungsstrategie ist auch unter dem Gesichtspunkt einer weiteren Steigerung eines qualitativ hochwertigen Tourismus im Auge zu behalten, da dessen Wachstumspotenziale für Wien gerade auch in der Erschließung jüngerer Zielgruppen liegen.

### *Social Cohesion*

In den Überlegungen Wiens zur Stadtentwicklung tritt die Funktion von Kultur für den sozialen Zusammenhalt (*social cohesion*) noch nicht so stark in den Vordergrund wie etwa in London, Paris oder Barcelona. Das hängt unter anderem mit dem insgesamt konfliktärmeren Verhältnis zwischen Migranten-Communities und Zuwanderungsgesellschaft in dieser Stadt zusammen.

Dieses positive Verhältnis beruht auf einer Reihe von Integrations- und Förderungsmaßnahmen, wobei die Stadtregierung dem Thema des sozialen Zusammenhalts durch die Einrichtung der Magistratsabteilung für Integrations- und Diversitätsangelegenheiten besondere Bedeutung beigemessen hat. Diese fungiert als Schnittstelle zu MigrantInnenorganisationen, NGOs und der Stadt Wien. Von hier ausgehend kann sicher eine besondere Dynamik im Hinblick auf die Förderung von Diversität in kreativen Milieus und im CI-Bereich entfaltet werden. Dabei wäre zu überlegen, wie durch Unterstützung kultur- und kreativwirtschaftlicher Projekte der soziale Zusammenhalt und die politisch-kulturelle Teilhabe der Bevölkerung, zumal der migrantischen, weiter gestärkt werden können.

In London, Paris und Barcelona ist die Rolle kultureller Diversität bei gleichzeitiger Stärkung sozialen Zusammenhalts für die Dynamisierung der kreativen Sektoren der Wirtschaft klar erkannt worden. Besonders die migrantischen Communities könnten in Wien wesentlich stärker in die kulturelle Produktion eingebunden werden und damit die Stadt um eine Facette bereichern, die als Imagekomponente für die Anziehung neuen kreativen Potenzials sorgen würde. In der Musik ist diese Entwicklung auf überraschende Weise bereits geschehen – in einer „ethnic fusion“ vom Wiener Lied über Latino-Jazz bis zu Klezmermusik, die eine neue, unverwechselbare und ganz weltläufige Symbiose hervorgebracht hat.

Die Rolle solcher und anderer kreativer Milieus, zu denen unverzichtbar ethnische und kulturelle Diversität gehört, sollte klar erkannt und in die Strategien zur Förderung von CI und einer „Creative Class“ eingespeist werden.

### *Öffentliche Förderung und CI*

Dass speziell in Wien mit seinem relativ hohen Kulturbudget und den zusätzlichen vom Bund einfließenden Mitteln wesentliche Bereiche der CI – und zwar nicht nur die traditionellen, wie Darstellende und Bildende Kunst, Museen und Bibliotheken, sondern auch Verlagswesen, Mode, Musik- und Filmwirtschaft – gefördert werden, trägt entscheidend zu ihrer strukturellen Vielfalt und wirtschaftlichen Dynamik bei. Es florieren freilich auch Branchen mit geringer öffentlicher Förderung, wie Multimedia, Werbung, Grafik- und Produktdesign, Radio und TV sowie weitgehend die Architektur.<sup>67</sup> Doch selbst bei diesen Bereichen besteht eine Interdependenz zu öffentlich geförderter Kultur durch die Rolle jener kulturellen Milieus, die für die Anziehung und Entfaltung solcher Bereiche mitentscheidend sind. Das Vorhandensein dieser Milieus, die für die

---

<sup>67</sup> Zur Interaktion der öffentlich finanzierten Kunst- und Kulturbereiche und der CI siehe Ratzenböck/Harauer/Leo: 2004, S. 30-32

Imagebildung einer Stadt prägend sind, ist selbst zu einem Faktor im Wettbewerb der europäischen Großstädte als Wirtschaftsstandorte und Tourismusdestinationen geworden.

#### *Perspektiven einer kultur- und CI-strategischen Stadtentwicklung*

Bei sämtlichen Indikatoren, die die vorliegende kurze Untersuchung erhoben hat, nimmt Wien angesichts seiner Bevölkerungsgröße, seiner Funktion als regionaler und nicht Welt-Metropole – wie London oder Paris – und seines regionalen Umfeldes eine gute bis sehr gute Position ein.

Dies gilt für die Höhe der städtischen Kulturausgaben, die Internationalität des Tourismus (obwohl hier angesichts der Beschränktheit des österreichischen Quellmarktes weiterhin massive Anstrengungen erforderlich sind) und den Anteil von Kulturwirtschaft und CI an der Gesamtbeschäftigung der Stadt, wobei Wien gerade in den modernen Sektoren der CI sehr gute absolute Werte – nicht nur im Vergleich mit Mailand und Barcelona, sondern auch mit Berlin und Paris – erreicht. Kreativ-künstlerische Milieus sind in Wien bereits in beträchtlichem Maße vorhanden. Das Potenzial der Wiener CI, so der entsprechende Bericht von 2004, besteht eindeutig in ihrer „Content-Stärke“, also in der Schaffung von neuen Inhalten auf Grund des hohen Standes in Ausbildung, Wissenschaft und Forschung, aber auch infolge der vielschichtigen Arbeits- und Lebensformen abseits des etablierten Kunst- und Kulturgeschehens.

Eine moderne Stadtentwicklung wird derartige Potenziale einbeziehen und auch dann, wenn sie sich gegenüber herkömmlichen Vorstellungen als divers und sperrig erweisen, versuchen, für eine solche Einbeziehung solide politische Mehrheiten zu finden.

## **Anhang 1: Anmerkungen zu den statistischen Quellen und zur Definition von CI**

In den aktuell zugänglichen Statistiken und Berichten sind die Daten für die entsprechenden Länder und Städte bei weitem nicht auf den letzten Stand gebracht. Die Bezugsjahre für die Datenerhebung liegen jedoch in der Regel so knapp beieinander, dass sich jedenfalls solide Aussagen über Trends machen lassen.

### *Problemfeld 1: Internationale Vergleichbarkeit von städtischen Kulturbudgets*

Entscheidender freilich ist die unterschiedliche Finanzierung des Kulturgeschehens in den einzelnen Städten durch nationale und munizipale Organe. Denn bei einem hohen Gewicht nominell zentralstaatlich finanzierter Kulturausgaben in einer Stadt ist verständlicherweise das direkte städtische Kulturbudget geringer, sodass ein Vergleich lediglich mittels der Größe dieses städtischen Kulturbudgets nicht immer ein realistisches Bild ergibt. So ist es in London das Arts Council of England und nicht die Stadtregierung, über das der Großteil der Kulturausgaben läuft. In dieser Untersuchung wurden die beiden Finanzierungsquellen für London jeweils zusammengezählt. Umgekehrt laufen in Berlin bundesfinanzierte Kulturaufgabe von nationalem Rang über das städtische Budget.

Eine weitere Schwierigkeit ist im Falle von London und Paris die geografische Reichweite statistischer Erhebungen, die oft das große metropolitane Gebiet (im Falle von Paris die Ile-de-France) und nicht allein die historische Kernstadt einbezieht.

In den Vergleichen wurde versucht, diesen Umständen Rechnung zu tragen, obwohl z.B. das Ausmaß von direkten zentralstaatlichen Finanzierungen, die konkret auf die jeweilige Stadt entfallen, aus den vorhandenen Statistiken nicht eruierbar war.

### *Problemfeld 2: Internationale Vergleichbarkeit von CI-Statistiken*

Einen wesentlichen Teil dieser Untersuchung nimmt das Gewicht der CI in den sechs Städten ein. Auch hier ist eine kurze Anmerkung zu den Schwierigkeiten statistischer Darstellung erforderlich. Denn das Konzept der Creative Industries umfasst Typen von Unternehmen, die in der konventionellen volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung anders klassifiziert werden (zum Beispiel durch die traditionelle Einteilung in volkswirtschaftliche Sektoren oder durch die Verbindung von Kultur und Sport in einer gemeinsamen Kategorie). Das Konzept der Creative Industries hingegen will zum einen Branchen identifizieren, in denen Kreativität ein entscheidender Produktionsfaktor ist, zum anderen Wertschöpfungsketten verfolgen, die von solchen Branchen - oft quer zur herkömmlichen volkswirtschaftlichen Sektoreneinteilung - hergestellt werden (z.B. von Modedesign über Textil- und Bekleidungsproduktion bis zu Werbung und zum Verkauf).

Wo spezielle Analysen der CI vorliegen und diese zu Vergleichen herangezogen werden, macht

sich der Mangel einer zumindest europaweit verbindlichen Definition bemerkbar. Es gibt immerhin eine Systematisierung der Gewerbebereiche auf der Basis der NACE (also der von der EU verwendeten Klassifizierung ökonomischer Aktivitäten - Nomenclature des activités économiques dans la Communauté Européenne). Diese Klassifizierung hat freilich folgende Nachteile: Bei bestimmten Wirtschaftszweigen – vor allem beim Handel – fließt ja nur ein begrenzter Kreativitätsanteil ein, der in der NACE-Klassifikation der Kreativwirtschaft dann mit einem pauschalen Prozentsatz bewertet wird (z.B. Einzelhandel mit Gebrauchsgütern 33,3 %). Dieser pauschale Ansatz gibt aber nicht den jeweiligen *empirisch erhobenen* Kreativitätsanteil wieder. Außerdem werden in Darstellungen der Kreativwirtschaft solche Branchen oft (wie etwa im Kulturwirtschaftsbericht des Berliner Wirtschaftssenators) zu 100 % und nicht mit den vorgeschlagenen Pauschalprozentsätzen als kreativwirtschaftlich gewertet.<sup>68</sup>

Auch werden klassische Kulturdienstleistungen wie Museen oder Bibliotheken zum Teil nicht als „industries“, d.h. Gewerbebetriebe, erfasst. Bei Mailand wiederum fällt die freizügige Einbeziehung von Gastronomie und Nahrungsmittelproduktion als CI auf. Und in der Frage der indirekten Kreativleistungen, die nicht in der Form eigener Unternehmen, sondern von unselbstständigen Abteilungen in Mittel- und Großbetrieben erbracht werden, herrscht alles eher als Einheitlichkeit in der Erfassung. Die Berechnung des Wertschöpfungs- und Beschäftigungspotenzials der CI leidet ebenfalls am Fehlen dieser verbindlichen Definitionen für den Sektor.

In den folgenden Bereichen der statistischen Erfassung treten, bei einer kritischen Durchsicht der verschiedenen Erhebungen, die größten Divergenzen auf:

1. Frage der Einbeziehung nicht-gewerblicher Unternehmensformen, z.B. staatliche oder städtische Museen, Theater, Bibliotheken etc.
2. Einbeziehung angeblich kulturnaher Sektoren wie Nahrungsmittelherstellung oder Gastronomie, z.B. in Mailand – in neuesten Untersuchungen jedoch bereinigt. In Berlin und Wien sind im Sektor Kunstmarkt bzw. Grafik, Mode Design neben dem so genannten Kernbereich auch die Unternehmen im weiteren Sinne angeführt.<sup>69</sup>
3. Einbeziehung unselbstständiger Kreativbereiche in größeren Unternehmen wie Werbeabteilungen, Kultur- und Sponsoringabteilungen, IT-Entwicklung. Diese Bereiche, die in den herkömmlichen statistischen Erhebungen nicht gesondert erfasst und anderen Sektoren, z.B. Manufacturing, zugeschlagen werden, scheinen in den meisten CI-Analysen offenbar nicht auf.
4. Auslassung von Bereichen, die eindeutig den CI zuzuordnen wären, z.B. Werbung, Software, Multimedia und Design in der CI-Statistik von Paris.
5. Fehlende Erfassung von Selbstständigen und Freischaffenden, sondern lediglich der in der Sozialversicherung erfassten abhängigen Beschäftigten.

---

<sup>68</sup> Eine entsprechende Aufstellung kreativwirtschaftlich relevanter Branchen nach ÖNACE-Kriterien und mit Prozentgewichtungen des Kreativanteils findet sich in Kalmár u.a.: Kreativwirtschaft: Nutzt Tirol seine Chancen?: 2005, S 48-51

Dennoch ließen sich für die vorliegende Studie Kernbereiche der CI identifizieren (Architektur, Werbung, IT und Multimedia, Verlag und Print etc.), die einen Vergleich von Städten und Regionen ermöglichen.

---

<sup>69</sup> Senatsverwaltung für Wirtschaft, Arbeit und Frauen in Berlin: 2005, S 22, Anmerkungen 1-7

## **Anhang 2: Bibliografie**

Stand der angegebenen Web-Adressen: 5. September 2005

### **Allgemein**

Eurostat – Bevölkerungszahlen Länder 1996-2003:

[http://epp.eurostat.cec.eu.int/portal/page?\\_pageid=1090%2C30070682%2C1090\\_33076576&dad=portal&\\_schema=PORTAL](http://epp.eurostat.cec.eu.int/portal/page?_pageid=1090%2C30070682%2C1090_33076576&dad=portal&_schema=PORTAL)

Florida, Richard / Tinagli, Irene: Europe in the Creative Age, London Feb 2004 (co-published with DEMOS)

[http://www.demos.co.uk/catalogue/creativeeurope\\_page370.aspx](http://www.demos.co.uk/catalogue/creativeeurope_page370.aspx)

Kalmár, Monika u.a.: Kreativwirtschaft: Nutzt Tirol seine Chancen? Innsbruck Januar 2005

Wonderful Copenhagen (= Claus Sager): European City Benchmark Study, 2<sup>nd</sup> edition, Kopenhagen Oct. 2003

World Tourism Organization: City Tourism & Culture. The European Experience, Madrid 2005

### **Barcelona**

Ajuntament de Barcelona – Departament d'Estadística: Statistical yearbook of Barcelona city 2004 (*Statistik Besucher Kultur 2003*)

<http://www.bcn.es/estadistica/angles/dades/anuari/cap06/index.htm>

Ajuntament de Barcelona – Departament d'Estadística: Statistical yearbook of Barcelona city 2004 (*Statistik Beschäftigte nach Sektoren 2003*)

<http://www.bcn.es/estadistica/angles/dades/anuari/cap11/C1105010.htm>

Ajuntament de Barcelona – Departament d'Estadística: Statistical yearbook of Barcelona city 2004 (*Statistik Beschäftigte 2003*)

<http://www.bcn.es/estadistica/angles/dades/anuari/cap10/C1003010.htm>

Ajuntament de Barcelona – Departament d'Estadística: Statistical yearbook of Barcelona city 2004 (*Statistik Tourismus 2003*)

<http://www.bcn.es/estadistica/angles/dades/anuari/cap13/C1302010.htm>

Ajuntament de Barcelona – Departament d'Estadística: Statistical yearbook of Barcelona city 2004 (*Statistik Ausgaben Kultur 2003*)

<http://www.bcn.es/estadistica/angles/dades/anuari/cap06/index.htm>

Ajuntament de Barcelona – Departament d'Estadística: Statistical yearbook of Barcelona city 2004 (*Statistik Beschäftigte im Tourismus*)

<http://www.bcn.es/estadistica/angles/dades/anuari/cap13/C1301040.htm>

Eurocult21: Compendium Urban Cultural Policy Profiles, Helsinki 2005

Fundació Interarts: Les indústries creatives a Barcelona. Estudi per a l'Institut de Cultura de Barcelona, Barcelona Feb. 2005

Idescat – Institut d'Estadística de Catalunya: Anuari estadístic de Catalunya 2004 (*Statistik Tourismus-Einkommen Barcelona*)

<http://www.idescat.net/cat/idescat/publicacions/anuari/aec.html>

Real Instituto Elcano de Estudios Internacionales y Estratégicos: La política cultural en España, Madrid April 2004

<http://www.culturalpolicies.net/> – download Spain

Università Bocconi: Ricerca "Scena Creativa": Un progetto per Milano. Per una nuova creatività che riqualifichi e rilanci Milano (di Rossella Cappetta, Severino Salvemini e Alessandra Carlone), Mailand Nov. 2004 (*Zahlen zu Creative Industries Barcelona*)

### **Berlin**

Berliner Statistik: Die kleine Berlin-Statistik 2004, Berlin Sept. 2004

Berliner Statistik: Tourismus in Berlin 2004, Berlin März 2005

Council of Europe / ERICarts (European Institute for Comparative Cultural Research): Compendium of Cultural Policies and Trends in Europe, 6th Edition – Germany, Bonn 2005  
<http://www.culturalpolicies.net/> – download Germany

IHK (Industrie- und Handelskammer) Berlin / DIW (Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung) Berlin: Kultur als Wirtschaftsfaktor in Berlin, Berlin Mai 2002

Kunstzeitung (Berlin), Nr. 105 / Mai 2005

Senatsverwaltung für Wirtschaft, Arbeit und Frauen in Berlin: Kulturwirtschaft in Berlin, Berlin Nov. 2004

Senatsverwaltung für Wirtschaft, Arbeit und Frauen in Berlin: Kulturwirtschaft in Berlin 2005. Entwicklung und Potenziale, Berlin Mai 2005

Statistische Ämter des Bundes und der Länder: Kulturfinanzbericht 2003, Wiesbaden 2004

### **London**

ALVA – Association of Leading Visitor Attractions  
<http://www.alva.org.uk/>

Arts Council England – Press release, London, 17. März 2005 – "Surviving but not thriving"  
[http://www.artscouncil.org.uk/regions/press\\_detail.php?browse=homepage&rid=3&id=420](http://www.artscouncil.org.uk/regions/press_detail.php?browse=homepage&rid=3&id=420)  
(aktuelles Kulturbudget des Arts Council England für London)

Council of Europe / ERICarts (European Institute for Comparative Cultural Research): Compendium of Cultural Policies and Trends in Europe, 6th Edition – United Kingdom, Bonn 2005  
<http://www.culturalpolicies.net/> – download United Kingdom

Greater London Authority: The Greater London Authority's Consolidated Budget and Component Budgets for 2002-03, London Feb. 2002

Mayor of London: Creativity – London's Core Business. Creative Industries Report 2002, London 2003

Mayor of London: London – Cultural Capital. Realising the potential of a world-class city, London Apr. 2004  
<http://www.london.gov.uk/mayor/strategies/culture/docs/highlights.pdf>

Respect London (Hg.): Mapping BME-led Creative Industries in London: A Final Report, London o.J. (2004)

Visit London: London Monthly Trends, May 2005 (*Tourismus-Zahlen für Apr. 2004 – Mrz. 2005*)

### **Mailand**

Camera di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura di Milano: Milano Produttiva 2005, 15° Rapporto, Presentato in occasione della Giornata dell'Economia, 9 Maggio 2005, hierin:

Capitolo 6 – Gruppi di imprese, reti territoriali, economia creativa (di Aurora Caiazzo, Guida Beatrice Pirotti)

Capitolo 7 – Andamento del settore turistico in Provincia di Milano (di Nicolino Gentile)

Comune di Milano – Statistica: Milano statistica 2002-2003

<http://www.comune.milano.it/webcity/homepage.nsf/generico?readForm&htmlcode=FS-Statisticapub&doc=/WebCity/Documenti.nsf/WEBPreview/75AA98A68D7BAE47C1256C3D0027CBB4?opendocument>

Comune di Milano – Statistica: Milano in breve 2004 – Economia

<http://www.comune.milano.it/webcity/dbsearch.nsf/WEBSearchFrameset?readform=&word=economia>

Comune di Milano – Statistica: Milano in cifre (Statistik Mailand Bevölkerung)

<http://www.comune.milano.it/webcity/homepage.nsf/generico?readForm&htmlcode=FS-Statistica&doc=/WebCity/Documenti.nsf/WEBPreview/1F9BD833184D5945C1256C3D00280744?opendocument>

Council of Europe / ERICarts (European Institute for Comparative Cultural Research): Compendium of Cultural Policies and Trends in Europe, 6th Edition – Italy, Bonn 2005

<http://www.culturalpolicies.net/> – download Italy

Università Cattolica del Sacro Cuore – Centro per lo studio della moda e della produzione culturale: Case study: the Ticinese quarter in Milano, Mailand (ca. 2000)

Università Bocconi: Ricerca "Scena Creativa": Un progetto per Milano. Per una nuova creatività che riqualifichi e rilanci Milano (di Rossella Cappetta, Severino Salvemini e Alessandra Carlone), Mailand Nov. 2004

Xing – galleria buenos aires – milano: La scena creativa e Milano. Creatività, identità, visione, cambiamento. Un'indagine a cura di xing. Testi di: Giovanna Amadasi, Andrea Lissoni, Federica Rossi. Con la collaborazione di Daniela Buoli, Mailand 2004

## **Paris**

Chambre de Commerce et d'Industrie, Paris (Schlüsselzahlen Paris)

<http://www.ccip75.ccip.fr/index.asp?idmetapage=101>

Council of Europe / ERICarts (European Institute for Comparative Cultural Research):

Compendium of Cultural Policies and Trends in Europe, 6th Edition – France, Bonn 2005

<http://www.culturalpolicies.net/> – download France

Insee – Institut National de la Statistique et des Études (Schlüsselzahlen Paris)

[http://www.insee.fr/fr/insee\\_regions/idf/zoom/chif\\_cles/chiffres\\_cles.htm](http://www.insee.fr/fr/insee_regions/idf/zoom/chif_cles/chiffres_cles.htm)

Mairie de Paris: Rapport Financier 2003, Paris 2004

Mairie de Paris – Paris Développement (Paris Stadtentwicklung – Mode/Design)

<http://www.parisdeveloppement.com/index.php?id=995&langue=1>

Mairie de Paris 2003: Budget 2003 (Kulturbudget Paris 2003)

[http://www.paris.fr/fr/La\\_Mairie/budget\\_2003/FICHE14.ASP](http://www.paris.fr/fr/La_Mairie/budget_2003/FICHE14.ASP)

Mairie de Paris 2004: Budget 2004 (Kulturbudget Paris 2004)

[http://www.paris.fr/fr/La\\_Mairie/budget\\_2004/culture.asp](http://www.paris.fr/fr/La_Mairie/budget_2004/culture.asp)

Ministère de la Culture et de la Communication: Mini chiffres clés, édition 2002/2003

(Kulturausgaben Frankreich 1996/2002)

[http://www.culture.gouv.fr/dep/mini\\_chiff\\_02/fr/frm-depens.htm](http://www.culture.gouv.fr/dep/mini_chiff_02/fr/frm-depens.htm)

Ministère de la Culture et de la Communication: Budget 2003

<http://www.culture.gouv.fr/culture/min/budget2003/dossierbudget.pdf>

Ministère de la Culture et de la Communication: Budget 2004  
<http://www.culture.gouv.fr/culture/min/budget2004/budget2004.pdf>

Ministère de la Culture et de la Communication: L'emploi dans le secteur culturel en 2002 d'après l'Enquête Emploi de l'Insee, Série «Données de cadrage», N° 35, Paris Okt. 2004

Ministère de la Culture et de la Communication: Statistiques de la Culture. Chiffres clés, édition 2005. Paris Apr. 2005

Paris Convention and Visitors Bureau – Paris Tourism Research Department: Tourism in Paris – Key figures 2004, Paris 2005

Paris Convention and Visitors Bureau – Paris Tourism Research Department: Main Parisian tourism indicators and their development, Paris März 2005

## **Wien**

Council of Europe / ERICarts (European Institute for Comparative Cultural Research): Compendium of Cultural Policies and Trends in Europe, 6th Edition – Austria, Bonn 2005  
<http://www.culturalpolicies.net/> – download Austria

Giffinger, Rudolf u.a.: Kleinräumige Wirtschaftsentwicklung im dicht genutzten Stadtgebiet von Wien. Zur Standortproblematik ausgewählter wirtschaftlicher Aktivitäten (Endbericht im Auftrag der MA 18), Wien September 2004

Ratzenböck, Veronika; Harauer, Robert; Leo, Hannes, u.a.: Untersuchung des ökonomischen Potenzials der "Creative Industries" in Wien (Hg. Kulturdokumentation / Mediacult / WIFO), Wien Feb. 2004

Rechnungsabschluss der Bundeshauptstadt Wien für das Jahr 2004, Wien 2005  
[www.wien.gv.at/finanzen/budget/ra04/pdf/06.pdf](http://www.wien.gv.at/finanzen/budget/ra04/pdf/06.pdf)

Roland Berger Strategy Consultants: Art Cluster Vienna – Kurzpräsentation, Wien März 2004 (Paper)

Stadt Wien Bevölkerungsstatistik:  
<http://www.wien.gv.at/statistik/daten/bevoelkerung.html>

Stadt Wien: Statistisches Jahrbuch der Stadt Wien. Ausgabe 2004, Wien 2004

Stadt Wien – MA 18 – Stadtentwicklung und Stadtplanung: Strategieplan Wien, Wien Nov. 2004

Statistik Austria: Kulturstatistik 2003  
[http://www.statistik.at/fachbereich\\_03/kultur\\_txt1.shtml](http://www.statistik.at/fachbereich_03/kultur_txt1.shtml)

Statistik Austria: Statistisches Jahrbuch Österreichs 2005, Wien 2005  
[http://www.statistik.at/jahrbuch\\_2005/deutsch/start.shtml](http://www.statistik.at/jahrbuch_2005/deutsch/start.shtml)

Wien Tourismus: Wiener Gästebefragung 2004/2005, im Rahmen des Tourismus-Monitors Austria (T-MONA), Kurzbericht August 2004 bis März 2005, Wien Mai 2005  
<http://b2b.wien.info/data/wrgbf2004-2005kurz.pdf>

Wiener Wirtschaftsförderungsfond: Jahresbericht 2004, zu finden unter:  
[www.wwf.gv.at/upload/medialibrary/WWFF\\_Jahresbericht04\\_48802.pdf](http://www.wwf.gv.at/upload/medialibrary/WWFF_Jahresbericht04_48802.pdf)