

**Entwicklungspotenziale der Kulturwirtschaft
in altindustrialisierten Regionen**
**Chancen der Förderung von Clustern
im Ruhrgebiet und in Merseyside**

Dissertation
zur Erlangung des akademischen Grades
Doktor rerum politicarum (Dr. rer. pol.)
der Fakultät Raumplanung
Universität Dortmund

vorgelegt von
Dipl.-Ing. Andreas Freundt

Gutachter
Professor Dr. Klaus R. Kunzmann, Universität Dortmund
Professor Dr. Wolfgang Benkert, Universität Witten-Herdecke

Prüfer
Dr. Hermann Bömer, Universität Dortmund

Bochum, Februar 2003

"Kunst = Kapital"
(Joseph Beuys)

Vorwort

Die Recherchen für die vorliegende Untersuchung haben von der Kooperations- und Hilfsbereitschaft einer Fülle von Personen und Organisationen im In- und Ausland profitiert. An erster Stelle seien die deutschen und britischen Interviewpartner aus universitären und außeruniversitären Forschungseinrichtungen und aus zahlreichen Institutionen der Kultur und Wirtschaft genannt, die mir nicht nur wichtige inhaltliche Informationen zur Verfügung gestellt haben, sondern auch offene Einblicke in die Bedeutung der Kulturwirtschaft für altindustrialisierte Regionen lieferten.

Meinem Doktorvater, Prof. Dr. Klaus R. Kunzmann, gilt mein besonderer und nachdrücklicher Dank. Seine Begeisterung für Fragen der Kultur und der Kulturwirtschaft war es, die den Anlaß gab, sich über mehrere Jahre mit dem Themenfeld der Untersuchung zu befassen. Zugleich sorgte die richtige Mischung aus langer Leine und notwendigem Druck, dass kreative Umwege sich nicht zu weit in die Schlussphase der Arbeit hinzogen.

Mein herzlicher Dank gilt auch Prof. Dr. Wolfgang Benkert für die Übernahme des Zweitgutachtens und Dr. Hermann Bömer für sein Interesse, als dritter Prüfer mitzuwirken.

Wertvoll waren für mich auch die Diskussionsmöglichkeiten auf verschiedenen Konferenzen im In- und Ausland. Karin Esch und Monika Micheel danke ich für viele Diskussionen um kulturelle und kulturwirtschaftliche Fragen, die wir in der Akademie Loccum führen konnten. Richard Kötter sei für die vielen Presseartikel aus britischen Zeitungen gedankt, die mir immer wieder den Stellenwert der kulturwirtschaftlicher Projekte in Großbritannien aufzeigten. Bettina Blümling, Anna Fizek und Sandra Lange danke ich dafür, daß sie Ordnung und Übersicht in die Dokumente und Zeitungsartikel gebracht haben. Ein nicht nicht minder großes Dankeschön richtet sich an Armin Rücker und Lars Tata, die in den letzten Arbeitswochen mit mehr oder weniger mitfühlenden Kommentaren und akribischer Kritik zur Verbesserung der Arbeit beigetragen haben.

Meine Familie und meine Frau Noemí wissen, dass die vorliegende Untersuchung auch viel Schweiss und Nerven gekostet hat. Sie haben mich im Laufe der Arbeit in so vielfältiger Weise unterstützt, dass der Dank dafür nicht zwischen zwei Buchdeckel passen würde. Und nicht zuletzt danke ich Noah, dass er uns erst nach der Abgabe dieser Dissertation als neuer Erdenbürger beglücken wird.

Inhaltsverzeichnis

1	Kulturwirtschaft in altindustrialisierten Regionen: Rahmen der Untersuchung	7
1.1	Problemstellung und Forschungsfragen	7
1.2	Methodik	12
1.3	Aufbau der Untersuchung	14
2	Ökonomie und Innovation in altindustrialisierten Regionen	16
2.1	Erneuerungsstrategien in altindustrialisierten Regionen	16
2.2	Ökonomie in der Region – Formen industrieller Produktion	19
2.2.1	Theorie der geographischen Industrialisierung	21
2.2.2	Das Konzept der Industriedistrikte	22
2.2.3	Innovative / kreative Milieus und Netzwerke	23
2.2.4	Theorie der flexiblen Spezialisierung und Produktion	26
2.3	Regionale Produktionskomplexe: Filière und Cluster	27
2.3.1	Filière	27
2.3.2	Wertschöpfungskette	27
2.3.3	Räumliche Clusterung	28
2.3.4	Porter-Schule der internationalen Wettbewerbsfähigkeit	29
2.3.5	Spezifizierung des Cluster-Ansatzes	31
2.4	Bedeutung und Förderung regionaler Cluster	33
2.4.1	Bedeutung regionaler Cluster	34
2.4.1.1	Von einfachen Produktionsketten zum komplexen Produktionssystem	35
2.4.1.2	Wertschöpfungsketten und Clusteranalysen in der Kulturwirtschaft	36
2.4.2	Die Förderung von Clustern: Zum Cluster wie die Jungfrau zum Kind?	39
2.4.2.1	Förderung von Clustern als strategischer Ansatz regionaler Wirtschaftsförderung	39
2.4.2.2	Grenzen der Kooperation zwischen Unternehmen	40
2.4.3	Vom Umgang mit Grundproblemen bei Clusterinitiativen	42
2.5	Fazit: Clusterpolitik als Bestandteil regionaler Wirtschaftspolitik	42
3	Kultur und Regionalentwicklung	45
3.1	Regionalentwicklung	45
3.1.1	Bedeutungszuwachs von Regionen	45
3.1.2	Was ist Regionalentwicklung?	46
3.1.3	Eigenständige Regionalentwicklung	47
3.1.4	Regionalpolitik der Europäischen Union	48
3.2	Regionalentwicklung durch Kultur	49
3.2.1	Kultur und regionale Identität	49
3.2.2	Kultur und regionale Nachhaltigkeit	53
3.3	Fazit	58

4	Kulturwirtschaft	59
4.1	Kultur	59
	4.1.1 Kultur in der Erlebnisgesellschaft	60
	4.1.2 Kulturelles Kapital und Kulturprodukte	61
	4.1.3 Europäische Kultur	63
4.2	Kultur, Ökonomie, Raum	64
	4.2.1 Kultur und Wirtschaft	65
	4.2.2 Kulturwirtschaft: Begriffsbestimmung und Charakteristika	66
	4.2.3 Differenzierungen in Deutschland und Großbritannien	79
	4.2.4 Produktion und Distribution von Kulturprodukten	72
	<i>Exkurs: Die kreative Region</i>	73
4.3	Fazit: Zusammenhang und Problemlagen von Kultur und Kulturwirtschaft	74
5	Kulturwirtschaft in Deutschland	76
5.1	Entwicklung seit den 1980er Jahren	76
5.2	Räumliche Schwerpunkte kulturwirtschaftlicher Produktion in Deutschland	78
5.3	Nordrhein-Westfalen: Kultur und Kulturwirtschaft	81
	5.3.1 Kulturpolitik als Strukturpolitik	81
	5.3.2 Kulturwirtschaft in Nordrhein-Westfalen	83
5.4	Ruhrgebiet: Umstrukturierung einer alten Industrieregion	87
	5.4.1 Institutionen, Programme und Initiativen der Kulturpolitik	88
	5.4.2 Institutionen, Programme und Initiativen der Strukturpolitik	91
	5.4.2.1 Entwicklung seit den 1960er Jahren	91
	5.4.2.2 Regionale Ansätze in den Strukturregionen des Ruhrgebietes	97
	5.4.3 Charakteristika der Kulturwirtschaft im Ruhrgebiet	98
	5.4.4 Kultur und Kulturwirtschaft: Vielfalt statt Einfalt	100
5.5	Designcluster im Ruhrgebiet	101
	5.5.1 Kennzeichen der Designwirtschaft	101
	5.5.2 Designwirtschaft in Nordrhein-Westfalen und im Ruhrgebiet	105
	5.5.2.1 Einschätzung der Potenziale der Designwirtschaft im Ruhrgebiet	107
	5.5.2.2 Designwirtschaft auf der Zeche Zollverein	110
5.6	Fazit: Kulturwirtschaft im Ruhrgebiet	113
	5.6.1 Zukunftsperspektiven der Kulturwirtschaft im Ruhrgebiet	114
	5.6.2 Einschätzung der kulturwirtschaftlichen Potenziale und Hemmnisse im Ruhrgebiet	115
6	Kulturwirtschaft in Großbritannien	122
6.1	Entwicklung seit den 1980er Jahren	122
6.2	Räumliche Schwerpunkte kulturwirtschaftlicher Produktion in Großbritannien	130
	6.2.1 London	131
	6.2.2 Beispiele aus britischen Städten und Regionen	135
6.3	North West England: Kultur und Kulturwirtschaft	138
	6.3.1 Kulturwirtschaft	139
	6.3.1.1 "Liverpool-Manchester Vision" - Initiative	140

6.3.1.2	Strategie der North West Development Agency (NWDA)	143
6.3.2	Kultur und Kulturwirtschaft in Manchester	147
6.4	Merseyside: Umstrukturierung einer alten Industrieregion	150
6.4.1	Institutionen, Programme und Initiativen der Kultur- und Strukturpolitik	151
6.4.2	Merseyside-Ansatz der North West Development Agency	161
6.5	Fazit: Kulturwirtschaft in Merseyside und North West England	162
7.	Förderansätze zur Entwicklung der Kulturwirtschaft in altindustrialisierten Regionen	167
7.1	Bausteine zur Förderung der Kulturwirtschaft	170
7.2	Wissenspool der Kulturwirtschaft in altindustrialisierten Regionen	176
7.3	Strategien zur Förderung kulturwirtschaftlicher Cluster	179
8.	Zusammenfassung	190
	Experteninterviews	193
	Konferenzen, Tagungen und Vorträge	195
	Literaturverzeichnis	197
	WWW-Verzeichnis	228
	Abbildungsverzeichnis	229
	Tabellenverzeichnis	231
	Abkürzungsverzeichnis	232

1

Kulturwirtschaft in altindustrialisierten Regionen: Rahmen der Untersuchung

"The cultural economy is coming to the fore as one of the most dynamic frontiers of capitalism at the dawn of the twenty-first century."
Allen J. Scott (2000:3)

1.1 Problemstellung und Forschungsfragen

Was haben Kinofilme, Malpinsel, die Bühnentechnik und Klaviere gemeinsam? Sie werden zum großen Teil weltweit an ganz wenigen Standorten produziert. Vielfach ist bekannt, dass Kinofilme beispielsweise sehr häufig aus Los Angeles (Hollywood) und aus Bombay (Bollywood) stammen (vgl. Karweil 2003: 17). Aber auch weniger bekannte Räume erregen Aufmerksamkeit. Im fränkischen Bechhofen hat sich beispielsweise ein Pinsel-Cluster entwickelt: über 100 Pinselbetriebe und ihre Zulieferer haben sich dort niedergelassen. Jedes dritte Malwerkzeug weltweit entstammt der fränkischen "Pinselmetropole", die auf eine lange Tradition seit 1790 zurückblicken kann (vgl. Brandeins 2002: 30).

Hinter diesen Beobachtungen steht das Phänomen der kulturwirtschaftlichen Produktion in Clustern - der Konzentration und Verflechtung von Unternehmen, die durch Netzwerkstrukturen Synergieeffekte nutzen können. Kulturwirtschaft wird in dieser Untersuchung als ein ausdifferenzierter Wirtschaftsverbund verstanden, in dem im Rahmen künstlerischer Produktion, Kulturvermittlung oder auch medialer Verbreitung Leistungen erbracht oder dafür Produkte hergestellt oder veräußert werden (vgl. Arbeitsgemeinschaft Kulturwirtschaft 1991).

Gegen Ende der 1990er Jahre rückte das Thema der Clusterpolitik an die vorderste Stelle regionalwirtschaftlicher Politikansätze und auch der Politik der Europäischen Union. Die Bedeutung von Clustern für Städte und Regionen wird in europaweiten Studien nachgewiesen (vgl. Berg 1999). Der Aufbau kulturwirtschaftlicher Cluster wird zunehmend zum Gegenstand politischer Diskussionen und strategischer Ansätze. In der internationalen regionalwissenschaftlichen Literatur verstärkt sich das Interesse ebenfalls seit einigen Jahren (vgl. Studien von Scott 1988, 1996, 2000 oder aktuelle Analysen von Krätke 2002 A, Bathelt 2002, Leyshon 2001 oder May et al 2001).

Kulturwirtschaftliche Cluster sind keineswegs ein neues Phänomen. Ein Blick auf Italien in der Renaissancezeit mit der kulturellen Hauptstadt Florenz zeigt, dass sich hier ein Ort herausbildete, der sich zu einem Cluster der Weltkultur formte. Entscheidend waren Entwicklungen, die auf der Innovationskraft und Modernität der Stadt beruhten: Es waren die Erfindung der Zentralperspektive und der doppelten Buchführung, die Florenz einen Weltruf einbrachten. Hinzu kam das Vorhandensein von finanzkräftigen Förderern und Eliten in der Stadt, derer berühmteste Familie die Medici waren. Wichtig waren auch in Florenz die weit ins Mittelalter zurückliegenden Potenziale, so schrieb Dante Alighieri hier die *Göttliche Komödie* und

es entstand Giovanni Boccaccios *Decamerone*. Mitentscheidend war auch, dass trotz ökonomischer und sozialer Krisen in die Kultur und das kulturelle Leben investiert wurden: Große kommunale Aufträge ließen das Baptisterium, den Ratspalast, den Dom und die Campanile entstehen und lockten Kreative in die Stadt. In Florenz gab es bald mehr Holzschnitzer als Metzger und mehr Goldschmiede und Maler als Bäcker. Das handwerkliche Know-how, das tief in die Stadtgesellschaft verwurzelt war, lieferte künstlerische Spitzenleistungen (vgl. Roeck 2002: 43-47). Von großer Bedeutung für den kreativen Sprung von Florenz war neben dem Vorhandensein von Kapitalgebern auch das, für die damalige Zeit, förderliche offene und diskursive politische Klima in der Stadt: Florenz als Laboratorium neuer Gedanken, als Zentrum des Humanismus; Geld, Konkurrenz und Liberalität als die entscheidenden Voraussetzungen für die Bildung des kulturellen Clusters in Florenz.

Welche Potenziale besitzen hingegen altindustrialisierte Regionen in Europa, wenn es um die Bildung und die Förderung kulturwirtschaftlicher Produktion geht? Regionen, in denen Maschinen die Welt verändert haben, nachvollziehbar an einem der bedeutendsten industriellen Cluster Europas - dem Ruhrgebiet. Stand Florenz im 16. Jahrhundert für die weltweite Vormachtstellung im kulturellen Sektor, so war das Ruhrgebiet Ende des 19. Jahrhunderts europaweit das Synonym für die Macht der Industrie. Förderten im Florenz der Renaissance die Medici erfolgreich Kunst und Kultur, so bildeten sich im Ruhrgebiet Familien wie Krupp heraus, die Anfang des 19. Jahrhunderts die Region prägten. Die Erforschung intelligenter Endprodukte, die Schaffung von "Think Tanks", in denen ökonomische und technische Innovationen zusammenkommen und die hervorragend ausgebildeten Facharbeiter setzten die Grundpfeiler für den Beginn des schwerindustriellen Clusters im Ruhrgebiet. Allerdings wirkt die jahrzehntelange Monstruktur bis heute auch negativ und erschwert den Strukturwandel in hohem Maße (vgl. z.B. Grabher 1993).

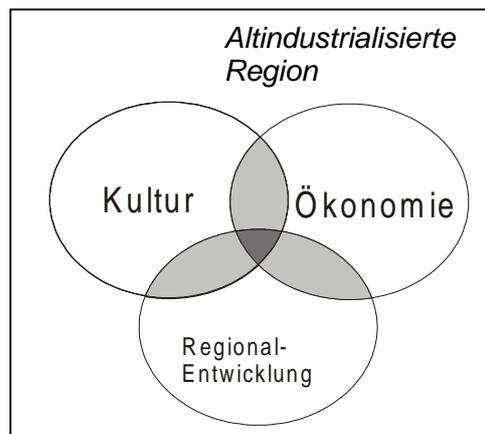
In dieser Untersuchung wird der Zusammenhang von Regionalentwicklung, Ökonomie und Kultur untersucht. Eine Vielzahl an Begrifflichkeiten (Kulturökonomie, Kulturwirtschaft oder "Cultural Industries", "Culture Economy" bis hin zu den "Creative Industries") liegt national und international vor. Im Rahmen dieser Arbeit wird, abgesehen von der britischen Fallstudie, der Begriff der Kulturwirtschaft verwandt. Im Mittelpunkt der Arbeit stehen die Chancen altindustrialisierter Regionen in Europa bezüglich kulturwirtschaftlicher Potenziale. Exemplarisch sollen Einblicke in das Ruhrgebiet und in die Region Merseyside Entwicklungspotenziale, Hemmnisse und Chancen für die Kulturwirtschaft liefern. Die Schnittmenge der drei zentralen Felder Kultur, Ökonomie und Regionalentwicklung bildet den Kern der Arbeit (siehe Abbildung 1).

In metropolitanen Stadtregionen bilden sich "urbane Cluster der Kulturproduktion" (Krätke 2002 A, B), die einen großen Anteil an der jeweiligen Regionalwirtschaft und hohe regionsinterne wie überregionale Netzwerke besitzen und einen Kern der kreativen Ökonomie darstellen. Ein erstes Charakteristikum der räumlichen Konfiguration der Kulturindustrien ist die ausgewählte Konzentration auf einen begrenzten Kreis von Städten und Metropolen des Städtesystems, von Metropolen wie London, Paris oder Los

Angeles (vgl. Scott 2000, Grabher 2001, Braczyk / Fuchs / Wolf 1999), aber beispielsweise auch von nachgeordneten Städten wie Hamburg, Köln oder Berlin (vgl. Krätke 2002 A, B), denen eine hohe Bedeutung an kulturellem Kapital zugewiesen wird. Das zweite prägende Element ist die Clusterbildung innerhalb des metropolitanen oder großstädtischen Raumes, die lokale Häufung an Kulturproduktion und Medienwirtschaft in einigen Distrikten, die meist im Innenstadtbereich liegen.

HÄUSSERMANN / SIEBEL (1994) analysierten bereits die Frage, ob Innovationen in nicht-innovativen Milieus überhaupt möglich seien. Das Image spielt bei vielen wichtigen Entscheidungsprozessen zudem eine große Rolle. Rationale ökonomische Entscheidungen, wie sie in Lehrbüchern formelhaft gepredigt werden, sind in vielen Fällen letztlich nicht immer ausschlaggebend für die Standortwahl von Unternehmen, besonders im kreativen kulturwirtschaftlichen Bereich. Wie hoch ist die Qualität kultureller Milieus in altindustrialisierten Regionen? Finden sich ausreichend innovative Netze und kreative Rückzugsräume in altindustriellen Regionen? Gibt es eine ausgeprägte kulturelle Identität in Regionen, die von montanindustriellen Produktionsprozessen geprägt waren? Existiert eine "kritische Masse" an kultureller Produktion in den Regionen? Sind kulturwirtschaftliche Nischen in diesen Regionen auffindbar? Sind Standorte im Ruhrgebiet und in Merseyside in der Zukunft auf einer Landkarte mit Century City in Los Angeles oder den neuen kreativen Vierteln um Piccadilly Circus in London? Oder wird es eher umgekehrt sein: Altindustrialisierte Regionen und kreative kulturelle Produktion, ein Widerspruch, ein Missverständnis?

Abbildung 1: Schnittmenge Kultur / Ökonomie / Regionalentwicklung



Quelle: eigene Darstellung

KRÄTKE (2002 A) umschreibt Kulturstädte als kulturelle Zentren auf verschiedensten geographischen Maßstabsebenen, sowohl kleinräumige lokale Standorte bis hin zu globalen Kulturmetropolen. Typischerweise ist die Diskussion oft mit der klassischen sozialwissenschaftlichen Fokussierung auf die Stadtkultur verbunden, deren Thematiken von der Divergenz und Konvergenz der Lebensweisen und der Frage der Vielfalt dieser („Kulturen der Stadt“) bis hin zur Neugestaltung städtischer Erlebnisräume („Urban Entertainment“) reichen. Im Hintergrund der Diskussion steht meist der Aspekt, dass Städte und Regionen auch Produktionsorte von Gütern und Dienstleistungen für einen lokalen und überregionalen Kulturmarkt sind.

Städte und Regionen haben die Bedeutung der Kultur in wachsendem Maße erkannt (vgl. BBR 2002). Kultur und Freizeit nehmen bei der Ansiedlungsförderung innovativer Unternehmen in den Wirtschaftsförderungseinrichtungen zunehmend eine wichtige Rolle ein. Allerdings wird oft übersehen, dass Kultur und Kulturwirtschaft nicht nur die Rahmenbedingungen für städtische und regionale Entwicklungsstrategien verbessern können, sondern darüber hinaus über hohe ökonomische Potenziale verfügen.

Die globale Dominanz des Kapitalismus und die marktförmige Produktion von Kulturgütern, die zunehmende Bedeutung medialer gesellschaftlicher Kommunikation, Konsummuster und Lebensstile und die Verbindung der heutigen Stadt- und Regionalentwicklung mit der intensiven Verknüpfung von Markt und Kultur ist bedeutsam (vgl. Robertson-Wensauer 2000). KRÄTKE (2002 A: 8) vergleicht die Restrukturierungsprozesse der Kulturökonomien mit denen im Bereich von Hochtechnologieindustrien, da auch sie einem hohen Innovationswettbewerb ausgesetzt sind und auf volatilen Märkten handeln, die von Unsicherheit und Risiken gezeichnet sind.

Kulturwirtschaft in altindustrialisierten Regionen

Altindustrialisierte Räume sind Gebiete, in denen die Industrialisierung relativ früh eingesetzt hat und die bis heute in der großen Mehrzahl von Branchen gekennzeichnet sind, die sich in späten Phasen des Produktlebenszyklus mit konjunkturellen und strukturellen Probleme befinden. Die Stahl- und Werftindustrie waren bisher die typischen Branchen, heute sind es in zunehmendem Maße Konsumgütersektoren, wie die Textil-, Bekleidungs-, Glas- und Porzellanindustrie. Kennzeichen altindustrialisierter Räume sind

- eine frühzeitig einsetzende Industrialisierung,
- Branchen am Ende oder in späten Phasen des Produktlebenszyklus,
- ein einseitiger Arbeitsmarkt und Monostrukturierung,
- die Dominanz an großbetrieblichen Strukturen, jedoch mit strukturellen und konjunkturellen Problemen,
- die strukturelle Arbeitslosigkeit,
- die soziale Erosion und Abwanderung,
- die Verhinderung neuer Entwicklungen (z.B. in der Flächenpolitik) durch "Blockadeindustrien",
- Brachflächen und Altlastproblematik,
- gesättigte Märkte und eine niedrige Rate an innovativen, zukunftsorientierten Branchen (vgl. Hamm / Wienert 1990).

An dieser Stelle der Untersuchung kann bereits erwähnt werden, daß die Kulturwirtschaft allein die Beschäftigungs- und Produktivitätsdefizite in den altindustrialisierten Regionen Europas nicht füllen können. Eine Vielzahl an Aktionsfeldern existieren jedoch, in denen die Entwicklung einer regionalen Kulturwirtschaft gefördert werden könnte. Für das Ruhrgebiet formulierte KUNZMANN (1988) die Kernelemente einer kulturwirtschaftlichen Förderpolitik: "*Kulturwirtschaft im Ruhrgebiet fördern heißt, zunächst kommunale Wirtschaftspolitik, Kulturpolitik und Städtebaupolitik miteinander zu verknüpfen (...)*." In den 1980er Jahren zeigte sich, dass auch Regionen mit traditionellen Branchen erfolgreich sein können (beispielsweise das "Dritte Italien" mit einer auf die Textil-, Leder- und die Bekleidungsindustrie und Metallverarbeitung basierenden Wirtschaftsstruktur). Der indus-

trielle Niedergang in alten Industrieregionen erliegt demzufolge nicht seinem Schicksal, ganz im Gegenteil kann auch in diesen Regionen eine erfolgreiche Umstrukturierung an veränderte Rahmenbedingungen erfolgen. Das Scheitern altindustrialisierter Regionen ist nicht allein auf den Niedergang einzelner, alter Branchen rückführbar, sondern durch einen regionalen Krisenkreislauf aller miteinander verflochtenen Branchen. Zudem ist neben den ökonomischen begründbaren Problemen auch die Unfähigkeit zum strategischen Wechsel von der standardisierten Massenproduktion zu flexibleren Produktionsformen zu nennen (vgl. Hamm / Wienert 1990).

Regionen sind nicht mehr primär der Resonanzboden makroökonomischer Veränderungen (vgl. Läßle 1990), Regionen fragen nach ihrer eigenständigen Gestaltungskraft. Innerregionale Verflechtungen für eine erfolgreichen Ansatz zum Strukturwandel stehen im Vordergrund der regionalökonomischen Forschung, die Bedeutung gesamtwirtschaftlicher Verschiebungen und die wachsende ökonomische Internationalisierung und Entstehung neuer Produktionsketten wandern in den Hintergrund. Der regionale ökonomische Erfolg setzt dabei wesentlich stärker als vorher auf überlegene strategische Orientierungen und Organisationsmodelle. Dies hat zur Konsequenz, dass weniger auf den Ansatz einer regionalen Entwicklungspolitik durch Investitionsverlagerung gesetzt wird, sondern die Chancen einer innerregional dominierten Wachstumsdynamik betont werden.

Es ist bei weitem viel zu einseitig, die Leistungsfähigkeit entwicklungsfähiger Regionen allein auf technologische Innovationen zu beschränken. Wissen als produktive Ressource kann naturgemäß auch Erfahrungen und Erkenntnisse umfassen, die Ideen und Anregungen zu Interaktionsprozessen leisten und damit bei den in den Prozess eingebundenen regionalen Akteuren zur Innovationsfähigkeit beitragen können (vgl. Hoppe 2001: 34). Die Frage nach kulturellen und sozialen Innovationen spielt daher für die regionale Politik in altindustrialisierten Regionen eine bedeutsame Rolle.

Obwohl sich die Regionalwissenschaften international seit den 1980er Jahren zunehmend dem Themenfeld der Kulturwirtschaft widmen, fehlt es an der Fokussierung auf die Potenziale kulturwirtschaftlicher Produktion in altindustrialisierten Regionen. Diese Aussage stellt die vorliegende Untersuchung in den Vordergrund. Die Analyse von zwei Fallstudien, in Merseyside und dem Ruhrgebiet, soll dabei die Hemmnisse und die Potenziale der Kulturwirtschaft exemplarisch näher beleuchten. Dies weist auf die drei zentralen Fragen hin, die den Rahmen der Untersuchung bilden:

- Welche Entwicklungspotenziale und welche Hemmnisse besitzt die Kulturwirtschaft in altindustrialisierten Regionen?
- Welche Strategien sind notwendig, um die Kulturwirtschaft in altindustrialisierten Regionen Europas zu fördern?
- Welche Chancen besitzt die Förderung von kulturwirtschaftlichen Clustern in altindustrialisierten Regionen?

Als Ergebnis der Untersuchung stehen allgemeine Bausteine zur Förderung der Kulturwirtschaft in altindustrialisierten Regionen und ergänzende konkrete Strategien zur Förderung kulturwirtschaftlicher Cluster im Mittelpunkt. Den Gegenstand der Arbeit bildet die Beantwortung folgender Fragekomplexe, die in der Abbildung 2 dargestellt sind (siehe Abbildung 2).

Abbildung 2: Forschungsfragen der Untersuchung

Zusammenhang Kultur / Ökonomie / Regionalentwicklung

- Welche Rolle nehmen regionale Cluster in der Regionalentwicklung ein?
- Was zeichnet regionale Cluster aus?
- Welche Zusammenhänge bestehen zwischen Kultur und Regionalentwicklung?

Verständnis der Kulturwirtschaft in Deutschland und Großbritannien

- Wodurch zeichnen sich die kulturwirtschaftlichen Zusammenhänge in Deutschland und in Großbritannien aus?
- Existieren bereits kulturwirtschaftliche Cluster in altindustrialisierten Regionen in Deutschland und Großbritannien?

Akteure im Ruhrgebiet und in Merseyside

- Welche Akteure treten auf und wie ist deren Rolle?
- Wodurch ist das Verständnis der Akteure gegenüber der Kulturwirtschaft gekennzeichnet?
- Welche regionalpolitischen Akteure steuern kulturelle und kulturwirtschaftliche Aktivitäten in einer Region?
- Welche Rolle spielen der öffentliche Sektor und der private Sektor bei der Förderung kulturwirtschaftlicher Cluster?

Hemmnisse und Konflikte

- Welche Hemmnisse und Konflikte gibt es?
- Wodurch sind die Konflikte gekennzeichnet?
- Welche Rolle spielen mentale Probleme?
- Warum treten die Hemmnisse auf?

Lösungsansätze

- Wie können Konflikte und Hemmnisse, die gegenüber der Kulturwirtschaft bestehen, abgebaut werden?
- Welche Rolle nimmt das kulturelle Leben für den Auf- und Ausbau der Kulturwirtschaft in altindustrialisierten Regionen ein?
- Welche Strategien sind für die Förderung kulturwirtschaftlicher Cluster in altindustrialisierten Regionen notwendig?

Quelle: eigene Darstellung

1.2 Methodik

Die Methodik der Arbeit folgt den Grundsätzen qualitativer Sozialforschung. Ein Methodenmix aus Dokumentenanalyse, teilnehmender Beobachtung und Experteninterviews kommt hierbei zur Anwendung. Die theoretische Diskussion der Zusammenhänge von Kultur, Regionalentwicklung und altindustrialisierten Regionen basiert auf einer ausführlichen Literaturrecherche internationaler Quellen. Aufgrund aktueller Bezüge des Themas sind einige Recherchen auch mit Hilfe des Internets durchgeführt worden. Es fällt auf, dass sich die wissenschaftliche Diskussion des Themenfeldes Kulturwirtschaft in den wenigsten Fällen auf altindustrialisierte Regionen

bezieht. Analysen, Gutachten oder Publikationen konzentrieren sich meist auf Städte und Regionen, denen kreative kulturelle Produktion eher zugesprochen wird (Paris, London, Berlin, Köln, Los Angeles). Die Arbeit versucht, diese Lücke zu füllen, indem der Blick auf zwei klassische altindustrielle Regionen fällt: Merseyside und Ruhrgebiet.

Die für die Untersuchung geführten Gespräche wurden als Experteninterviews im Sinne von MEUSER / NAGEL (1991, 1993) konzipiert. Für die Auswahl der Gesprächspartner war der von denjenigen Personen ausgeübte "Einfluss auf Entscheidungen, von denen der Zustand eines sozialen, wirtschaftlichen oder politischen Systems abhängt", wichtig (Meuser / Nagel 1993: 182). Ziel der Gespräche war es, bestimmte aus der Sekundärliteratur und den Dokumenten nicht ersichtliche Informationen und Einschätzungen der interviewten Experten ans Licht zu bringen und so den privilegierten Wissenszugang der befragten Akteure ("Insiderwissen", vgl. Meuser / Nagel 1993: 180) nutzbar zu machen.

Die Gespräche wurden als offene Leitfadeninterviews geführt. Das Ziel war es nicht, eine möglichst große Anzahl vergleichbarer Antworten zum Zwecke einer quantitativen Auswertung zu erhalten, so dass auf eine feste Sequenzierung des Gesprächsverlaufs zugunsten einer offenen Diskussion verzichtet wurde. Strukturiert wurden die Experteninterviews gleichwohl durch einen Fragenkatalog, der einige stets wiederholende Fragen und darüber hinaus einzelne, auf die besondere Funktion des Befragten zugeschnittene Fragen enthielt.

Die Gespräche wurden mit zwei Ausnahmen (Telefoninterviews) in "face to face"-Situationen durchgeführt. Die Gespräche dauerten zwischen einer und drei Stunden, wobei die Inhalte bei den deutschen Gesprächspartnern handschriftlich protokolliert und bei den britischen Experten zunächst auf Tonband aufgenommen und anschließend protokolliert wurden.

Hier ist es anhand von Experteninterviews über einen längeren Zeitraum gelungen, wichtige Aussagen über Hemmnisse und Potenziale der Kulturwirtschaft in altindustrialisierten Regionen zu erhalten. Die Gesprächspartner kamen von Forschungsinstituten, Universitäten, Wirtschaftsförderungseinrichtungen, kulturellen und kulturwirtschaftlichen Institutionen innerhalb der Forschungsregionen. Mit der Auswahl der Interviewpartner wurde versucht, das Spektrum der für die Forschungsfragen relevanten Akteure vor Ort weitgehend abzudecken, um die unterschiedlichen Interessenlagen in der Region berücksichtigen zu können. Die Nachzeichnung der regionalen Prozesse basiert dabei im wesentlichen auf den Aussagen der befragten Akteure. Die Analyse der konkreten Situation vor Ort stützt sich dabei ebenfalls auf eine Dokumentenanalyse aus dem Internet und eine über mehrere Jahre intensiv geführte Dokumenten- und Zeitungsanalyse.

Die Analyse von Dokumenten ist die zweite empirische Methode der Untersuchung. Sie diente ebenso wie die Experteninterviews vor allem dazu, bestimmte Sachinformationen zu erschließen und typische Argumentations- und Begründungszusammenhänge aufzudecken. Eine zentrale Bedeutung für die Fallstudien nahmen Veröffentlichungen ein, in denen seitens von wissenschaftlichen Institutionen oder privaten Beratungsbüros Datenmaterial über kulturwirtschaftliche Zusammenhänge in den Regionen

bereitsgestellt wurde. Wichtige Dokumente sind auch von einzelnen Organisationen oder Institutionen veröffentlichte Positionspapiere. Gute Dienste leisteten darüber hinaus von 1998 bis zum Winter 2002 durchgeführte Online-Recherchen in verschiedenen Archivdatenbanken ausgewählter überregionaler und regionaler deutscher und britischer Zeitungen und Zeitschriften (*Süddeutsche Zeitung, Frankfurter Allgemeine Zeitung, Handelsblatt, The Economist, Westdeutsche Allgemeine Zeitung, Die Zeit*).

Weshalb sind eine deutsche und eine britische altindustrialisierte Region ausgewählt worden? Die Regionen Merseyside und Ruhrgebiet sind in ihren regionalen Strukturen vergleichbar. Großbritannien und Deutschland sind als im europäischen Vergleich relativ früh entstandene moderne Industriegesellschaften mit einem hohen Anteil von Schwerindustrie und schon relativ früh abnehmender Bedeutung des primären Sektors vor relativ ähnliche Probleme des regionalen Strukturwandels gestellt worden. Heute sehen sich beide Nationalstaaten eher mit Problemen des Niedergangs alter Industriereviere und der Anbindung peripherer Regionen an die nationalen Wirtschaftszentren konfrontiert als mit der Herausforderung des Übergangs der gesamten Volkswirtschaft von einer agrarisch zu einer industriell bzw. vom tertiären Sektor geprägten Ökonomie, wie dies beispielsweise in den Staaten Südeuropas der Fall ist.

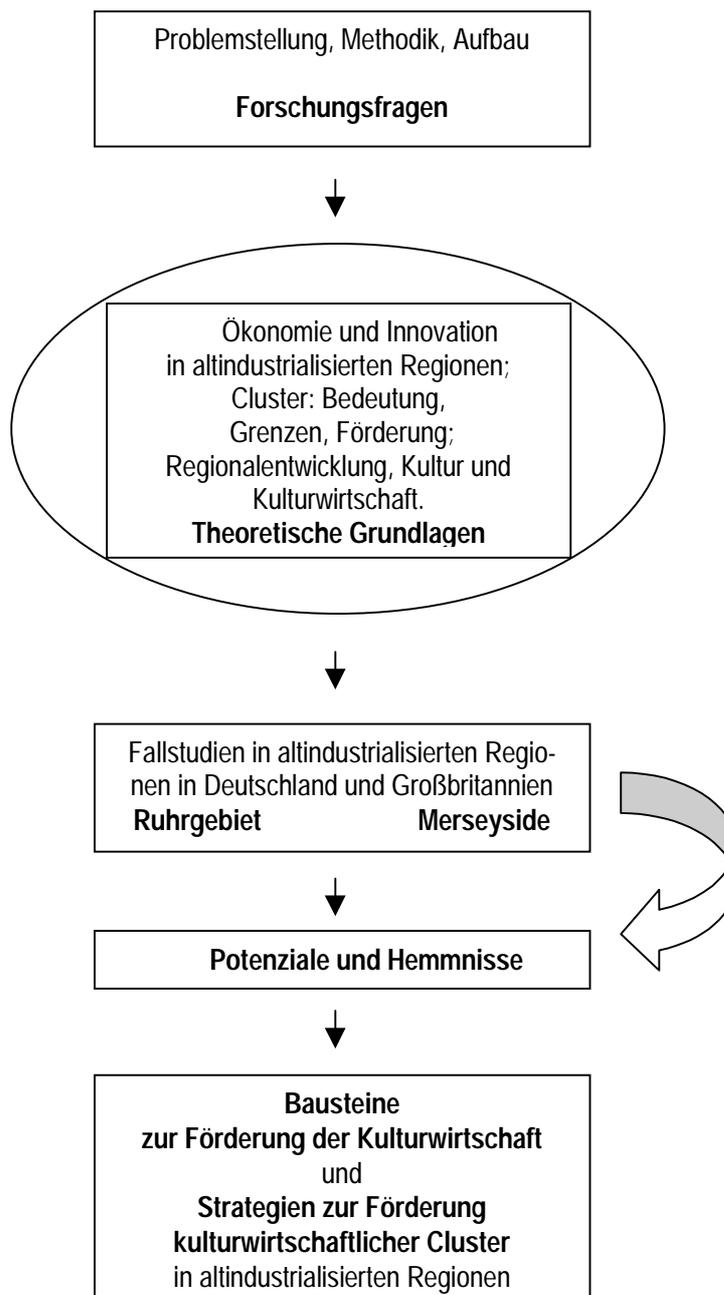
In Großbritannien genießen die "Creative Industries" seit Anfang der 1990er Jahre einen hohen Stellenwert, auch auf politischer Ebene. In Deutschland hingegen besitzt die Kulturwirtschaft eine weitaus geringere Bedeutung als dies auf den britischen Inseln der Fall ist. Das Bundesland Nordrhein-Westfalen hat seit Beginn der 1990er Jahre den Aufbau einer Kulturwirtschaftspolitik forciert. Der Blick nach Merseyside und ins Ruhrgebiet dient daher der Analyse der Rahmenbedingungen und der Einbindungen der Kulturwirtschaft bzw. der "Creative Industries" in die regionalen Politiken.

1.3 Aufbau der Untersuchung

Die Grundlagen der Untersuchung werden in den Kapiteln 2, 3 und 4 diskutiert. In Kapitel 2 werden die ökonomischen Bedingungen für regionale Produktionszusammenhänge vorgestellt. Im Mittelpunkt dieser Diskussion steht die Bedeutung von Clustern für die regionale Wirtschaftspolitik in altindustrialisierten Regionen. Die Zusammenhänge von Kultur, Nachhaltiger Entwicklung und regionaler Identität zeigt das Kapitel 3 auf. In Kapitel 4 stehen die Zusammenhänge von Kultur und Kulturwirtschaft neben einer allgemeinen Beschreibung der Kulturwirtschaft im Vordergrund. Die in den Kapiteln 5 und 6 analysierten empirischen Fallbeispiele Ruhrgebiet und Merseyside sind in ihren jeweiligen räumlichen und institutionellen Rahmen eingebunden. Neben einführenden Aussagen über die Entwicklung seit den 1980er Jahren fällt der Blick zunächst auf den nationalen und überregionalen Kontext. Im Mittelpunkt der beiden Fallstudien stehen Programme, Initiativen und Institutionen, die zur Förderung kultureller und kulturwirtschaftlicher Produktion beitragen. Die Potenziale und die Hemmnisse der Kulturwirtschaft werden im Abschlußkapitel 5.6 für das Ruhrgebiet detailliert beleuchtet. Da für Merseyside auf eine SWOT-Analyse zurückgegriffen werden konnte, sind für die englische Region North West und Merseyside

statt konkreten Hemmnissen und Potenzialen an dieser Stelle allgemeine Schlußfolgerungen gezogen worden. Den Abschluß der Untersuchung bilden die Kapitel 7 und 8. Zunächst werden hier Bausteine zur Förderung der Kulturwirtschaft in altindustrialisierten Regionen (Kapitel 7.1) und der Wissenspool wichtiger Akteure (Kapitel 7.2) erläutert. Einen Schwerpunkt des Kapitels bildet die Vorstellung von Strategien zur Förderung kulturwirtschaftlicher Cluster in Kapitel 7.3. Das Kapitel 8 schließt die Untersuchung mit zusammenfassenden Aussagen ab. Der Untersuchungsaufbau ist in der Abbildung 3 dargestellt (siehe Abbildung 3).

Abbildung 3: Aufbau der Untersuchung



Quelle: eigene Darstellung

2

Ökonomie und Innovation in altindustrialisierten Regionen

Die Frage nach innovativen Raumentwicklungsstrategien beschäftigt die Regionalwissenschaften seit vielen Jahrzehnten. Seltener fällt dabei der Blick auf altindustrialisierte Regionen. Nach einer einführenden Charakterisierung altindustrialisierter Regionen werden zentrale Theoriebausteine dargestellt und abschließend die Bedeutung und Förderung regionaler Cluster erörtert, die für das Verständnis der gesamten Untersuchung hilfreich sind.

2.1 Erneuerung in altindustrialisierten Regionen

Der Umbau alter Industrieregionen benötigt viel Zeit. In Deutschland und in Großbritannien gibt es eine Vielzahl an Regenerationsstrategien für altindustrialisierte Regionen, die von der Festivalisierung, der touristischen Inwertsetzung oder der Förderung innovativer Unternehmen bis hin zum Wettlauf um externes Kapital reichen (vgl. Schamp 2000:142). Doch wodurch ist die Krise altindustrieller Regionen gekennzeichnet?

Altindustrialisierte Regionen sind häufig durch Deindustrialisierungsprozesse in eine Krise geraten. Deindustrialisierung wird hier verstanden als Abbau regionaler Leitindustrien, die bislang die ökonomische Struktur und das gesellschaftliche Leben der Region dominiert haben. Die lang anhaltende Prosperität der alten Industrieregionen führt durch den relativ schnellen Zusammenbruch der industriellen Produktionsstrukturen und ihrer Verflechtungen zu einem "kumulativen Prozess des sozialen Niedergangs in der Region" (Schamp 2000:136).

Die regionale Arbeitslosigkeit liegt in den alten Industrieregionen meist über den nationalen Kennziffern, bedingt durch Betriebsschließungen und Entlassungen. Der zusätzliche Zusammenbruch der Zulieferermärkte in den vor- und nachgelagerten Branchen verstärkt die Auswirkungen und führt zu finanziellen Problemen der Kommunen und Regionen. Desinvestitionen bestimmen das Bild der altindustriellen Region, in der Unternehmen nicht mehr in ihre Anlagen reinvestieren und das Investitionskapital in andere Regionen und Branchen umleiten. Durch die mangelnden Investitionen nimmt die Produktivität in der Region relativ ab, mit der Folge mangelnder Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen und Branchen. Insbesondere sogenannte monoindustrielle Regionen sind vor allem hiervon bedroht: Regionen der Kohle- und Stahlproduktion wie Pittsburgh, Lothringen, Asturien, Nordwest-England oder das Ruhrgebiet (vgl. Häußermann 1992, Bremm 1993, Köhler 1998).

In Deutschland wurden vor allem während der 1970er und 1980er Jahre die besonderen Probleme altindustrieller Regionen deutlich. Sie zeigten als "Verliereregionen" Tendenzen einer negativen Beschäftigtenentwicklung und rückläufigen Wirtschaftsleistung, ganz im Gegensatz zu den "Gewinnerregionen", in denen die wirtschaftliche Dynamik sich ungebrochen fort-

setzte (vgl. Ache 1998:19). Da die Deindustrialisierung oft als das Resultat der technisch-ökonomischen Überalterung von Produktionsstrukturen verstanden wird, ist in der Regionalwissenschaft analog der Produktlebenszyklus aufgegriffen worden und die Deindustrialisierung als Endphase von Branchenzyklen interpretiert worden (z.B. für das Ruhrgebiet Hamm / Wienert 1990). MARKUSEN (1985) oder auch STORPER / WALKER (1989) interpretieren das Ergebnis als die Schlußphase von Profitzyklen. Die mangelnde "Regenerationsfähigkeit aus eigener Kraft" (Hamm / Wienert 1990:21) wird als zentrales Problem einer alten Industrieregionen erkannt.

Die zunächst in Großbritannien gesammelten Erfahrungen mit Deindustrialisierungsprozessen sind eng an historische Phasen gekoppelt. Seit den 1950er Jahren tritt in der Phase der Entwicklung einer offeneren globalen Ökonomie sowohl die Verlagerung von arbeitsintensiven Produktionen in Niedriglohn-Länder als auch gleichzeitig die Investitionsverlagerung von Unternehmen in neue Branchen statt. Große Stahlunternehmen in Europa und den USA investieren in neue Branchen und Regionen, beispielsweise der Autozuliefererindustrie oder zuletzt der Informations- und Telekommunikationswirtschaft, um ihren Unternehmen das Überleben zu sichern. KILPER et al (1994) relativieren die Erklärungskraft der Branchenzyklen-These, da in ihrem Verständnis sowohl die Vielschichtigkeit der Ursachen als auch der Prozess der strategischen "Entankerung" von Unternehmen vom gewachsenen Standort von Bedeutung seien.

Weniger technologische Erklärungsmuster müssen daher für die Interpretation der Deindustrialisierung herangezogen werden, im Verständnis beispielsweise der Regulationstheorie muss die Regulationsweise mit den sie prägenden gesellschaftlichen Strukturen miteinbezogen werden. Nicht allein die alten Produktionsstätten, sondern die großflächige, "sperrige", materielle Infrastruktur, aber auch die institutionellen Infrastrukturen, beispielsweise das Ausbildungswesen sind ebenso zu nennen wie die Macht lokaler Gewerkschaften, die Struktur der Arbeitsmärkte, die politische Kultur und die lokalen "Bergarbeiter- und Stahlarbeiterkulturen".

SCHAMP (2000) führt als Erklärung für Deindustrialisierungsprozesse den institutionellen Ansatz an. Er stützt sich dabei auf das in der Regionalwissenschaft seit langem bekannte Argument, dass die Einbettung der Industrie in die lokale Gesellschaft zum einen als Aufbau funktionaler Verflechtungen zu vor- und nachgelagerten Branchen bezeichnet werden kann. Die geographische Konzentration in Clustern seien hier nur exemplarisch genannt (im Kapitel 2.3.3 wird auf die räumliche Clusterung eingegangen). GRABHER (1993) argumentiert mit den "strong ties" zwischen Unternehmen, Behörden, Politikern, Gewerkschaften und der öffentlichen Meinung, die zu lokalen Verfestigungsstrukturen im funktionalen, politischen und kognitiven Sinne führen. SCHAMP (2000: 139) schließt sowohl Vor- als auch Nachteile durch den Aufbau verfestigender institutioneller Strukturen in einer Region: *"Was zunächst von Vorteil für die Region ist - nämlich der Aufbau eines Produktionsclusters im Porter'schen Sinne-, wird unter externen Schocks zum Hemmnis schneller Anpassungs- und Innovationskraft."* Die Komplexität der Deindustrialisierungsprozesse erschwert die Erneuerung altindustrialisierter Regionen in vielerlei Hinsicht. Umfassende gesellschaftliche und politische Antworten müssen gefunden werden, da auch der Weg, allein auf die Entwicklung endogener Potenziale zu

setzen, nicht als ausreichend anzusehen ist, altindustrialisierte Regionen vollständig zu revitalisieren. Erklärungsansätze, die sich lediglich auf die Erweiterung des Branchenzyklus stützen, machen die Stärkung von Politiken zur Steigerung der Innovationsfähigkeit von Unternehmen in einer Region erforderlich. Das Beispiel des Automobilwerkes von Opel in Bochum steht aus regulations-theoretischer Hinsicht beispielsweise exemplarisch für den Versuch, in fordistischer Zeit gezielt Zweigwerke großer Industrieunternehmen von Seiten des Staates anzuwerben. Hingegen wird aus institutionentheoretischer Sicht erst durch den Umbau verfestigter Strukturen und starker Beziehungen in flexible mit schwachen Beziehungen die wirtschaftliche Erneuerung altindustrieller Regionen ermöglicht (vgl. Grabher 1993). Die traditionell korporative Verflechtung der Großunternehmen zur Politik beispielsweise im Ruhrgebiet musste durch neue Netzwerke in der lokalen und regionalen Politik ersetzt werden. Diese umfassen Investitionen in Technologiezentren und besonders die Internationale Bauausstellung (IBA) Emscher Park (siehe Kapitel 5.4). Institutionalisierte Formen in den Regionen altern aus Sicht der Institutionentheorie, nicht die Branchen. An "alten" Standorten ist die Entwicklung von "Neuem" ebenso möglich wie an "neuen" Standorten. COOKE (1995) sieht in dem Aufschwung einiger altindustrieller Regionen metaphorisch den "Rise of the Rustbelt".

In einigen Regionen wird die Bewältigung von Krisen erkennbar. Vielfach wird dies heute mit der Fähigkeit zum Lernen von Akteuren in der Region begründet (vgl. Schamp 2000:143). Das Konzept der Lernenden Region (vgl. Florida 1995, Morgan 1997) nennt als wichtigste Quelle der Lernfähigkeit die regionale Ausbildungs- und Qualifizierungsstruktur. Sind Lernen und die Erneuerung altindustrialisierter Regionen vereinbar? Auch hier treten unterschiedliche Meinungen in der regionalwissenschaftlichen Diskussion zu Tage. Geht beispielsweise FLORIDA (1996) in einer Untersuchung im amerikanischen Manufacturing Belt des Mittelwestens zunächst noch davon aus, dass alte Industrieregionen nicht der institutionellen Sklerose unterliegen, so muss er trotz einer ausgeprägten Revitalisierung der Industriestrukturen doch am Ende feststellen, dass nicht alle Akteure in eine Richtung gehen. Das regionale politische System verharre in einem fordistischem Politikregime und schaffe Flexibilisierungsbarrieren, die zu steigenden Ungleichheiten der regionalen Entwicklung in dem alten Industrieviertel führten. Diese regionsinterne Heterogenität wird auch in Analysen für andere altindustriellen Regionen deutlich, beispielsweise der Region Lothringen (vgl. May 1994).

Wie können institutionelle Blockaden in den altindustriellen Regionen gelockert werden? SCHAMP (2000:145) schließt aus der These, dass altindustrialisierte Städte eher revitalisiert werden könnten als andere Räume, die folgende Vermutung bezüglich der Stadtkultur: *"Langfristig gewachsene Stadtkultur (...) ist ein wichtiger Faktor der institutionellen Anpassungsfähigkeit in altindustrialisierten Regionen."*

Die These, dass gewachsene Kultur als ein Faktor der regionalen Erneuerung in altindustriellen Regionen zu beachten sei, wird unterstützt in der Diskussion um weiche und harte Standortfaktoren (vgl. Grabow 1995). Kulturelle Faktoren spielen eine bedeutsame Rolle als weicher Standortfaktor. Im Rahmen dieser Arbeit soll jedoch eine andere Perspektive eingenommen werden. Ergänzend zu der Tatsache, dass kulturelle Rahmenbe-

dingungen für die Standortentscheidungen von Unternehmen eine große Rolle spielen, soll anhand der Analyse kulturwirtschaftlicher Potenziale in altindustrialisierten Regionen der Blick auf die Beschäftigungs- und Produktionsseite kultureller Tätigkeit gelegt werden.

2.2 Ökonomie in der Region - Formen industrieller Produktion

In der Regionalwissenschaft breiten sich seit den 1990er Jahren neue theoretische Konzepte zum Verständnis der städtischen und regionalen Wirtschaftsentwicklung aus. Diese unter dem Namen der Institutionentheorie zusammengefassten Ansätze basieren auf intensiven Debatten über aufsteigende städtische und regionale Zentren und deren Faktoren einer Wettbewerbsfähigkeit (vgl. z.B. Amin / Thrift 1994). Im Vordergrund steht die Frage der Innovationsfähigkeit städtischer und regionaler Ökonomien und der Erkenntnis, dass regionsspezifische Potenziale, d.h. die Qualität der regionalwirtschaftlichen Organisationsformen und das institutionelle Gefüge ("Institutional Setting") der Regionalwirtschaft, besondere Bedeutung besitzen. Die Betonung liegt hier besonders auf der Dichte und der Qualität ökonomischer Verflechtungsbeziehungen und unterstützender Institutionen / Infrastrukturen. Beide Aspekte lassen sich als das institutionelle Gefüge umschreiben, welches ein regionales Innovationssystem wesentlich prägt und Ausgangspunkt der Lernfähigkeit einer Regionalwirtschaft ist (vgl. Krätke 2002 A:22).

Die klassische Raumwirtschaftslehre interpretiert die industrielle Standortwahl als Reaktion auf vorhandene Raumeigenschaften und begrenzt den Handlungsspielraum von Industrieunternehmen auf reaktive Verhaltensweisen. Die neuen theoretischen, zumeist wirtschaftsgeographischen, Ansätze betonen hingegen die innovativen Kräfte und Handlungsspielräume für Unternehmensentscheidungen, mittels derer die Perspektive von Akteuren und von Akteursgruppen wieder zum Hauptaugenmerk der Analyse wird (vgl. Bathelt / Glückler 2002:155).

Die institutionentheoretischen Ansätze fokussieren auf eine systemische Sichtweise der Ökonomie, bei der die institutionellen Formen des ökonomischen Prozesses und ihrer räumlichen Differenzierungen einen zentralen Stellenwert erhalten. Die systemische Perspektive nimmt die (Industrie-) Wirtschaft als ein arbeitsteilig vernetztes Produktionssystem wahr, bei dem unterschiedlichste Akteure über verschiedene räumliche Ebenen hinweg zusammentreffen (vgl. Schamp 2000). Die Konzentration gilt den handlungsleitenden Interaktionen zwischen den wirtschaftlichen Akteuren. Institutionen kennzeichnen Formen sowohl bewußt gestalteter als auch ungeplant entstandener stabiler und dauerhafter Muster sozialer oder ökonomischer Beziehungen (vgl. Hartfiel / Hillmann 1982). Stabilisierte Verfahrensweisen in Form von Regeln, Normen oder Gesetzen reduzieren die Unsicherheit des gegenseitigen Austausches und erhöhen die Erwartungssicherheit über das Verhalten des anderen. Institutionen erzeugen damit einen gemeinsamen Handlungsrahmen für Kommunikations-, Lern-, und Innovationsprozesse, der ein arbeitsteiliges Handeln erst möglich macht (vgl. North 1991). Die institutionentheoretisch orientierte Regionalökonomie mißt hierbei in besonderem Maße den informellen Institutionen, d.h. nicht-kodifizierten Regeln und Konventionen des Zusammenwirkens Bedeutung

zu (vgl. Storper 1997). Alle formellen Verträge können wegen der unbekannteren Zukunft nur "unvollständig" sein, so dass die gesellschaftliche Einbettung ökonomischer Akteure in ungeschriebene Konventionen (Handlungsregeln) zu einem wichtigen Koordinationsmittel werden (vgl. Schamp 2000). Informelle Institutionen umfassen nicht formalisierte, sondern konkret in der Praxis entstehende Regeln, Normen, Konventionen, Traditionen und Gewohnheiten, die von den Akteuren wechselseitig anerkannt und reproduziert werden. Das Vertrauen ist beispielsweise eine bedeutende informelle Institution des ökonomischen Handelns, eine vertrauensbasierte Kooperation ohne vertragliche Regelung oder gemeinsam geteilte Routinen des Lernens und Wissenweitergabe (vgl. Uzzi 1997). Vertrauen führt als informelle Institution zur Reduktion von Unsicherheit und ist damit Ausdruck der relationalen Einbettung einer ökonomischen Austauschbeziehung in einen größeren sozialen Kontext. GRANOVETTER (1985) spricht hier auch von relationaler "Embeddedness", die die Qualität der Beziehungen zwischen zwei Akteuren kennzeichnet.

An dieser Stelle wird kurz näher auf das Konzept der "Embeddedness" in räumlicher Perspektive eingegangen. Wichtige Komponenten der "Embeddedness", die räumlich verschiedenen Ebenen zugeordnet werden kann, sind:

- Unternehmen sind in institutionelle Zusammenhänge eingebettet, die nationalstaatlich definiert sind. Beispielsweise ist ihre Organisationsstruktur auf spezifische nationale Beschäftigungs- und Produktionsverhältnisse ausgerichtet, die durch Institutionen wie Gesetze, Regeln und Gewohnheiten definiert sind. Kommunikationsprozesse innerhalb dieses nationalen Zusammenhangs werden dadurch erleichtert.
- Regionale oder lokale Zusammenhänge können aber auch als Saatbeet für Unternehmen dienen, insbesondere dann, wenn spezifische lokale Ressourcen, Arbeitsmarktstrukturen oder Zulieferpotenziale genutzt werden, um die Wettbewerbsfähigkeit zu steigern. Unternehmen einer Region können zudem sich über enge Verflechtungsbeziehungen lokaler Konventionen Vorteile verschaffen, die sich in gemeinsamen Normen, Routinen oder Einstellungen ausdrücken.
- Das "Embeddedness-Konzept" folgert daraus nun die Kontext- und somit Erfahrungsabhängigkeit ökonomischer Beziehungen. Soziale Routinen schaffen bei Unsicherheit Vertrauen, wodurch längerfristige Netzwerkbeziehungen aufgebaut werden können. Die Bildung von Vertrauen kann nach HARRISON (1992) eine spezifische räumliche Komponente besitzen. Allerdings entsteht dieses nicht von heute auf morgen, da Vertrauen über einen längeren Zeitraum hinweg wiederholender Interaktionen bedarf. Die Vertrauensbildung kann durch die räumliche Nähe erheblich schneller und effektiver geschaffen werden.

Territoriale Produktionskomplexe

Eine Vielzahl von Ansätzen in der Wirtschaftsgeographie und räumlichen Planung in den 1980er und 1990er Jahren haben das Zusammenspiel von Institutionen und Unternehmen innerhalb einer Region als zentralen Faktor für Innovation und ökonomische Dynamik herausgestellt. In der vorliegenden Untersuchung beziehe ich mich auf den Ansatz der "Kalifornischen Schule" der Wirtschaftsgeographie (vgl. Storper 1997, Krätke 1995, Krätke / Heeg / Stein 1997 und die dort angegebene Literatur), da diese Ansätze (beispielsweise die Konzepte der industriellen Distrikte, des innovativen Milieus und des regionalen Innovationssystems) die technologischen und

organisatorischen Strukturen innerhalb des regionalen Produktionssystems herausstellen. In den Hintergrund tritt die traditionell dominierende einzelwirtschaftliche Perspektive auf Standortfaktoren. Die "Kalifornische Schule" hat diese neue Sichtweise sehr früh eingenommen und in den Kontext der Raumwirtschaftstheorie gestellt (vgl. Scott 1998). Räumliche Strukturen stehen im Mittelpunkt und die räumlich-sektoralen Beziehungen werden abstrakt formuliert, um verschiedene Formen ökonomischer, politischer und soziokultureller Regulation auf regionaler Ebene zu erfassen.

Im institutionentheoretischen Ansatz fließen verschiedene Theoriestränge zusammen, die trotz unterschiedlicher Betonung und Detaillierung an vielen Stellen klare Überschneidungen zeigen. Im folgenden werden nun einige ausgewählte theoretische Ansätze vorgestellt, die auf die genannten Phänomene erklärend eingehen: die Theorie der geographischen Industrialisierung, das Konzept der Industriedistrikte sowie der innovativen Milieus und Netzwerke und Filières sowie eine detaillierte Darstellung des Clusteransatzes.

2.2.1 Theorie der geographischen Industrialisierung

Die Theorie der geographischen Industrialisierung von STORPER / WALKER (1989) geht davon aus, dass im Kapitalismus Wachstumsindustrien dazu fähig sind, ein benötigtes innovatives regionales Umfeld selbst herzustellen ("Industries produce regions"). Das Modell langfristiger industrieller Wachstumspfade kann dabei in vier Phasen unterteilt werden:

- Phase der Lokalisierung, in der sich die neuen Wachstumsindustrien außerhalb der bestehenden Industrieregionen ansiedeln. Die Standortentscheidungen werden mit großer Wahlfreiheit getroffen;
- Phase der selektiven Clusterung, der im Zuge des Wachstums der neu entstandenen Industrieregionen entsteht. Bedingt durch den Wettbewerb entwickeln sich einige regionale Wachstumszentren ("Territorial Growth Center"), ganz im Gegensatz zu den nur langsam wachsenden oder auch schrumpfenden Industrieregionen. Erklärbar wird der eigendynamische Konzentrationsprozess durch das Wirken interner Ersparnisse, Komplementäreffekte, Lokalisationsvorteile und Transaktionskosten. Große Unternehmen mit starker vertikaler Integration können die regionale Konzentration beschleunigen durch die Erzielung von Skalenerträgen. Auch eine vertikale Desintegration, d.h. die Auslagerung von Unternehmensfunktionen an kleine und mittlere Unternehmen, wird durch Lokalisationsvorteile begünstigt und die regionale Ballung der Industrie durch entfernungsabhängige Transaktionskosten erzwungen;
- Dispersionsphase, in der es zur Erschließung von "industriellen Wachstumsperipherien", z.B. durch die funktionale Standortspaltung oder Zweigwerksgründungen kommt;
- Phase der Verlagerung der industriellen Wachstumszentren, in der als Folge von Produkt-, Prozess- oder Organisationsinnovationen neue Wachstumsindustrien entstehen, sich somit ein neuer Prozess der Lokalisierung und selektiven Clusterung vollzieht und es zur Herausbildung neuer regionaler Wachstumszentren kommt. In dieser Theorie verlieren die alten Industriezentren langfristig an Bedeutung (vgl. Storper / Walker 1989).

2.2.2 Das Konzept der Industriedistrikte

Seit den 1980er Jahren finden die neuen Industriedistrikte ein Interesse in der Regionalwissenschaft (vgl. Harrison 1992, Markusen 1996). Es ist zunächst ein altes Phänomen, dass die Herstellung vieler Produkte auf bestimmte Regionen konzentriert ist. Die Konzentration der Produktion von Textilwaren beispielsweise auf spezifische Standorte, an denen oft nur kleine und mittlere Unternehmen fertigen, ist ein wichtiges Kennzeichen. Ausgehend von den Beobachtungen der räumlichen Organisation der Produktion in einzelnen Leitindustriezweigen, beispielsweise der elektronischen Industrie in Kalifornien (Scott 1993 A, Saxenian 1994) oder der Textilindustrie in Norditalien (Piore / Sabel, 1984, Scott 1988). Auf der Grundlage italienischer Studien hat vor allem das Konzept der flexiblen Spezialisierung von PIORE / SABEL (1984) dazu beigetragen, dass kleine und mittlere Unternehmen als Motor einer erfolgreichen Industrieentwicklung wiederentdeckt wurden. Ausgangspunkt der Argumentation war bekanntlich die Suche nach neuen Formen der Organisation der Produktion, da die vorherrschende (Groß-)Industrieorganisation nicht mehr effizient arbeiten könne. Die regulationstheoretische Debatte um den Postfordismus sieht hier ähnliche Argumente. Die ökonomischen und sozialen Prozesse und Strukturen, auf die die Leistungsfähigkeit der italienischen Industriedistrikte basiert, fassen BATHELT / GLÜCKLER (2002) wie folgt zusammen:

- die flexible Spezialisierung und Kooperation,
- die räumliche Nähe, die häufige persönliche Treffen ermöglicht,
- das Vertrauen und "Embeddedness": Vertrauen als Voraussetzung für die Entstehung und Stabilität regionaler Produktionssysteme und die Einbettung der Unternehmen in ein spezifisches soziokulturelles Umfeld und
- eine hohe Dichte formeller Institutionen, die nach AMIN / THRIFT (1994) eine wachstumsfördernde "Institutional Thickness" schaffen.

Die fieberhafte Suche in den Regionalwissenschaften, seit den 1980er Jahren, nach Regionen, deren Struktur der eines italienischen Industriedistrikts entspräche, sorgte vielfach für problematische Übertragbarkeitsversuche des italienischen Industriedistrikts (vgl. Bathelt / Glückler 2002: 188). Für viele Forscher liegt die Motivation in der Erforschung des Phänomens der räumlichen Clusterung auch in den neuen Möglichkeiten, die sich im Bereich der Wirtschaftsförderung für einen neu strukturierten öffentlichen Sektor bieten (vgl. Castells / Hall 1994). In der Soziologie fällt das Interesse besonders auf das Verhältnis des Individuums und die Entwicklung von "eingebetteten" ("Embedded") sozialen Kommunikations- und Machtnetzen (vgl. Granovetter 1985), die die Reichweiten eines Unternehmens oder eines Industriezweiges mit erfassen. SCHÄTZL (1998: 210) definiert Industriedistrikte als *"(...) dynamische, kreative Regionen, in denen Betriebe der gleichen und / oder miteinander verflochtener Branchen räumlich konzentriert auftreten. Die regionale Dynamik und Kreativität wird erklärt mit Lokalisationsvorteilen, flexibler Produktion und Spezialisierung sowie mit außerökonomischen Einflussfaktoren"*. Lokalisationsvorteile entstehen durch die regionale Konzentration von Betrieben der gleichen oder verflochtener Branchen und führen zu sinkenden Beschaffungs-, Produktions- und Absatzkosten und / oder wachsenden Erlösen. Beispielsweise schaffen die intraregionale Verfügbarkeit spezialisierter Zulieferer- und Vertriebsnetzwerke oder die Möglichkeit der Nutzung branchenspezifischer Einrichtun-

gen der materiellen und institutionellen Infrastruktur Lokalisationsvorteile. Flexible Produktion und Spezialisierung zeichnen die überwiegend kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) in einem Industriedistrikt aus. Hochmoderne Technologie, Produktspezialisierung und Flexibilität sind weitere bedeutende Charakteristika. Das gemeinsame kulturelle Milieu ist von besonderer Bedeutung, da die formellen und informellen Kooperationen aller regionalen Akteure (Unternehmer, Politiker, Forscher, Kunden) auf großem Vertrauen und gegenseitigen Vorteilen basieren, welches sich ebenso positiv auf die Höhe der Transaktionskosten auswirkt. Das kulturelle Milieu schafft zusammen mit der flexiblen Produktion und den Lokalisationsvorteilen interregionale Wettbewerbsfähigkeit und trägt zum Ausbau der regionalen Identität bei.

Abbildung 4: Eigenschaften eines Industriedistrikts

- Ein Ensemble vieler kleiner und mittlerer Unternehmen an einem Ort, das in einer vertikalen Produktionskette miteinander verbunden ist; jedes Unternehmen weist nur eine geringe Fertigungstiefe auf; vertikale Fertigung entsteht erst durch die Kooperation der Unternehmen untereinander; monostrukturierter Industriedistrikt;
- Vernetzung der Unternehmen in der Form, dass nur bestimmte Unternehmen Zugang zu weltweiten Märkten hat; neues Wissen und neue Designerfordernisse des Marktes gelangen in den Industriedistrikt; lernende Einheit entsteht; Organisation des Zugangs zu den Märkten wird zum Schlüsselfaktor des Erfolges;
- Die Suche nach Märkten ist durch geringen Umfang, aber hohe Variabilität der Produkte gekennzeichnet; "Economies of Scope" statt "Economies of Scale"; Spezialisierungsstrategie für Marktnischen notwendig;
- Eine gemeinsame Strategie für ein gemeinsames Produkt, die ein "kollektives Unternehmertum" erfordert; Netzwerk wird zum "sozio-ökonomischen System": gemeinsame Werte, Grundhaltungen und Erwartungen.

Quelle: Eigene Darstellung in Anlehnung an Schamp 2000:73

Der Industriedistrikt (siehe auch Abbildung 4) bleibt nach SCHAMP (2000) ein sperriges Konzept, da viele Merkmale eher qualitativ als quantitativ zu messen seien. Nach SCHAMP (2000:76) kann folgendes Fazit gezogen werden: *„Trotz der vielen Fallstudien in unterschiedlichen Regionen der Welt scheint der Industriedistrikt im engeren Sinne eine recht seltene, zeitabhängige Konfiguration eines örtlichen Netzwerkes zu beschreiben, dessen Auftreten einem window of opportunity gleicht und dessen Bestand nur unter günstigen Umständen gesichert werden kann.“*

2.2.3 Innovative / kreative Milieus und Netzwerke

In den 1980er Jahren entstand parallel zu den Diskussionen über die Industriedistrikte der Ansatz des innovativen bzw. kreativen Milieus. Im Gegensatz zu den Vertretern der Theorie der geographischen Industrialisierung, die annehmen, dass Wachstumsindustrien dazu fähig sind, ihr innovatives regionales Umfeld selbst zu "produzieren", wird die Auffassung

vertreten, dass die Existenz eines innovativen Milieus eine wichtige Voraussetzung für die Bildung und das Wachstum innovativer Firmen sowie die Dynamik kreativer Regionen ist (vgl. Ache 1998, 2000; Camagni 1991, 1995; Maillat 1995, 1997, 1998; Schätzl 1998).

Eine Vorreiterrolle bei der Entwicklung des Ansatzes nahm die französische Forschergruppe GREMI ("Groupe de Recherche Européen sur les Milieux Innovateurs") mit ihren Studien ein (vgl. Camagni 1991, Maillat 1998). Der Ausgangspunkt der Arbeiten waren Regionen, die mit einem großen Innovationspotenzial und einer Ballung von Unternehmen des High-Tech-Sektors geprägt waren. Die Ergebnisse arbeitsteiliger Prozesse, in denen eine Vielzahl von Akteuren zusammenwirken, werden hierbei als Innovationen verstanden. Die Einbindung in komplexe Verflechtungsnetzwerke weist eine hohe lokale Verankerung auf (vgl. Bathelt / Glückler 2002: 190).

Ein innovatives Milieu (siehe auch die Abbildung 5) ist ein komplexes territoriales System formaler und informeller Netzwerke mit wechselseitigen ökonomischen und technologischen Abhängigkeiten, die dazu fähig sind, synergetische und innovative Prozesse aufzubauen (vgl. Schätzl 1998: 211).

Abbildung 5: Charakteristika eines innovativen Milieus

Formale und informelle Netzwerke:

Formale, informelle und soziale Kontakte zwischen regionalen Akteuren (Betriebe, Arbeitnehmer, Kunden, Institutionen)

- schaffen vernetztes Handeln,
- stärken kollektives Lernen,
- mindern Unsicherheiten

Regionale Abgegrenztheit der Netzwerke:

Räumliche Nähe schafft eine hohe Innovationsdynamik

Regionale Netzwerke bedingt durch

Face-to-face Kontakte, vertrauensvolle Kooperation zwischen KMUs, flexible Lieferverflechtungen, innovationsorientierte Zusammenarbeit von Ökonomie und Politik

Identifikation der Akteure mit "ihrer" Region:

Regionales Gemeinschaftsgefühl durch gemeinsame kulturelle Werte

Nach innen: Stärkung des Vertrauens der Kooperationen

Nach außen: Stärkung des Images der Region

Quelle: vgl. Schätzl 1998: 211-212

Es wird erwartet, dass in innovativen, kreativen Regionen die unternehmensextern verursachten und entfernungsabhängigen Transaktionskosten geringer ausfallen als in statischen Regionen, die weniger Fähigkeiten und Bereitschaft zum Strukturwandel besitzen. Netzwerk- und Milieuansätze sind inhaltlich eng miteinander verflochten. Die Unterschiede der Ansätze liegen u.a. in der Verbindlichkeit der Akteursbeziehungen, da diese im Netzwerk oft langfristig und vertraglich gesichert sind, hingegen der Milieubegriff eher lockere Verbindungen meint (vgl. Sternberg 1994: 54). Beide Ansätze versuchen, Phasen der Innovationsentstehung zu deuten, wobei die Rolle der industriellen Organisation für regionale Innovationsprozesse

vergleichbar zur Theorie der flexiblen Produktion und Spezialisierung herausgestellt wird. Nach diesen Ansätzen sind Innovationen primär das Ergebnis dynamischer, kollektiver Prozesse unterschiedlicher regionaler Akteure, die in ihrer Vernetzung endogene Potenziale erschließen. Hauptthese der Ansätze ist, dass die Art und Intensität, die Qualität der Verflechtungen und Interaktionsbeziehungen zwischen den regionalen Akteuren die unterschiedliche Entwicklungsdynamik und den "ökonomischen Erfolg" von Regionen prägen (vgl. Krätke 1995: 77). Intra- und interregionale Verflechtungen stehen hierbei im Vordergrund, da ein Milieu nicht notwendigerweise auf die Region begrenzt sein muss, wenngleich räumliche Nähe die Intensität der Interaktionen und damit die Erfolgsaussichten von Innovationen erhöht (vgl. Castells 1989). Die Formen der Produktion sind entscheidend für die räumliche Organisation der Unternehmensnetzwerke: eine spezialisiertere Produktion oder Kleinserienproduktion ("*Economies of Scope*") führt eher zu agglomerativen Entwicklungen, die Kommunikations- und Transaktionskosten gering halten. Die Konzentration von Vernetzungs- und Kooperationsstrukturen in bestimmten Regionen kann ein besonders wachstumsstarkes Produktionsmilieu entstehen lassen. Die Region setzt damit den Rahmen eines aktiven Milieus, aus dem heraus innovative Entwicklungen erzeugt und gefördert werden können (vgl. Krätke 1995: 79).

Explizit wird in den Konzepten der Einfluss von Politik bei der Entstehung und Ausprägung innovativer Milieus berücksichtigt. Politik gestaltet die institutionellen Rahmenbedingungen und die Kompetenzen öffentlicher Institutionen in einer Region entscheidend mit. Nach CASTELLS (1989) gehören zu den einflussnehmenden Akteuren, die notwendigerweise zur Entstehung innovativer Milieus existent sein müssen, auch Investoren, die bereit sind, risikoreiche Projekte zu finanzieren.

Die zentrale Frage, die aus den verschiedenen Konzepten abgeleitet werden kann, lautet, wie und mit welchen Mitteln langfristig neue industrielle Pole bzw. Sektoren mit Hilfe regionaler Verflechtungsbeziehungen von Forschung, Entwicklung, Ausbildung und Produktion etabliert werden können. Die Akteursstruktur der Entwicklungsnetzwerke kann durch Vertreter der politisch-administrativen und kulturellen Institutionen, von regionalen Transferstellen und Gründerzentren, von Universitäten, Fachhochschulen und Forschungseinrichtungen, der Arbeitsverwaltung oder Gewerkschaften geprägt sein. Die Einbindung der Handwerkskammern und der Industrie- und Handelskammern ist ebenfalls von hoher Bedeutung. BÖMER (2000) spricht von einer intelligenten Mobilisierung endogener Potenziale und der Entwicklung innovativer Milieus, die häufig auch mit der Herausbildung "neuer Eliten" verbunden seien. Ein Manko des Milieu-Ansatzes stellt die mangelnde Operationalisierbarkeit innovativer Milieus dar, da die speziellen Ausprägungen der jeweiligen Milieus von unterschiedlichen, schwer nachweisbaren und messbaren Faktoren beeinflusst werden (vgl. Krätke 1995: 80). KRÄTKE (1995) betont die geschichtlichen Ausgangsbedingungen und die spezifische Entwicklungsgeschichte von Regionen und der wirtschaftskulturellen Prägung der Akteure. Wertorientierungen und historisch verwurzelte Sichtweisen, die Ausprägung traditioneller Wettbewerbsregeln und Kooperationen beeinflussen das Milieu in sehr hohem Maße ebenso wie eine regional spezifische technologische Kultur. Das Konzept ist aber aufgrund der fehlenden definitorischen Genauigkeit und Operationalisierbarkeit nur eingeschränkt empirisch evident.

2.2.4 Theorie der flexiblen Spezialisierung und Produktion

Die Theorie der flexiblen Spezialisierung und Produktion setzt voraus, dass die Entstehung und Entwicklung von Industrieregionen wesentlich von den Organisationsformen neuer Industrien geleitet werden. Nicht vorgegebene Raumeigenschaften, sondern die Wachstumsindustrien selbst nehmen eine tragende Rolle bei der Regionalentwicklung ein. Erkenntnisse der betrieblichen Organisationstheorie sind grundlegend für die Theorie, die auf räumliche Verflechtungen übertragen wurde. Die Annahme, dass jedes *"Ensemble of Production Forces and Relations"* (vgl. Scott / Storper 1995) unterschiedliche Standortansprüche stellt, führt zur Etablierung neuer Industrien bzw. Technologiedistrikte oder *"Industrial Districts"* (in Storpers Terminologie) in der Regel abseits von alten Ballungsräumen. Die Aufspaltung des Produktionsprozesses und die Auslagerung von Produktionsschritten in kleinere und mittlere Unternehmen führt zu einer *"Reagglomeration"*, die durch die Zielrichtung auf niedrige Transaktionskosten begründbar ist.

Transaktionskosten sind die Informations- und Suchkosten, Verhandlungskosten und Kontrollkosten, welche unter verschärften äußeren Bedingungen von Wettbewerb und Unsicherheit zunehmend die Unternehmenspolitik bestimmen (vgl. Fläming / Hesse 1998). Das veränderte institutionelle Umfeld und Arrangement der Ökonomie erfordert in wachsendem Maße die vertragliche Vereinbarung, die Partnerauswahl, den Ausbau von Marktbeziehungen und den Umgang mit Vertrauen. Die hier entstehenden Kosten werden als Transaktionskosten bezeichnet. Der Kern dieser Theorie ist die folgende Erkenntnis: *"je größer die Transaktionskosten je Produkteinheit, umso stärker werden die betroffenen Unternehmen dahin tendieren, sich in räumlicher Nähe zu lokalisieren (Tendenz zur Agglomeration)"* (Krätke 1995: 69).

Für eine räumliche Nähe zwischen den Systemlieferanten beispielsweise der Kulturwirtschaft und den Zulieferbetrieben spricht, dass insbesondere bei Unternehmen, die nur wenig standardisierte Produkte für Märkte mit stark schwankender Nachfrage produzieren, diese Tendenz zur räumlichen Agglomeration besteht. Die Produktionsstrukturen erfordern in diesem Fall vielfältige, häufige und wechselnde Transaktionen. Die räumliche Nähe führt dazu, dass die Flexibilität der Transaktionen gefördert und die Transaktionskosten verringert werden. Die ökonomischen Aktivitäten von Unternehmen sind demnach nicht allein auf regional unterschiedliche Produktionskosten, sondern auch auf die Struktur und Veränderung der Transaktionskosten und -beziehungen zwischen den Akteuren rückführbar. In der wissenschaftlichen Diskussion ist die Validität der Theorie aufgrund der geringen Zahl an Beispielen wie Silicon Valley oder dem *"Dritten Italien"* noch umstritten. Fraglich ist bezüglich des Wirtschaftsverbundes der Kulturwirtschaft, ob der Faktor der Minimierung von Transaktionskosten hier gewichtig genug ist, um eine Reagglomeration herbeizuführen. Weitere Kritik setzt daran an, dass der Einfluss der Technologiepolitik und generell politischer Steuerungsmechanismen vollkommen unberücksichtigt bleibt. Diesen Aspekt haben die Konzepte innovativer Milieus aufgegriffen (siehe Kapitel 2.2.3).

2.3 Regionale Produktionskomplexe: Filière und Cluster

Die Konzepte der regionalen Produktionskomplexe zeigen, dass sich die Wissenschaft bereits seit langem mit dem Phänomen der räumlichen Clustering von Industrien auseinandersetzen. Seit den 1980er und 1990er Jahren ist es einer der zentralen Themenbereiche der volkswirtschaftlichen und regionalwissenschaftlichen Debatten geworden (vgl. Porter 1991, 1999, 2001; Rehfeld 1994, 1999). Ein detaillierter Blick auf Produktionsketten und Produktionskomplexe führt zu Konzepten, die im weiteren Verlauf dieser Untersuchung noch näher vorgestellt werden.

2.3.1 Filière

Das Filière-Konzept entstammt französischer Ökonomiediskussionen der 1970er Jahre. Der geringe Grad an detaillierten Informationen gängiger Input-Output-Modelle erforderte nach Ansicht der Ökonomen eine detailliertere Erfassung von Verflechtungen. Das Konzept wendet daher den Input-Output-Gedanken auf kleinere Teileinheiten einer Volkswirtschaft an. Es geriet allerdings in den 1980er Jahren in Vergessenheit, bevor erst die angelsächsische Diskussion um Produktionssysteme eine Neubelebung des Konzepts schufen (vgl. z.B. Dicken / Thrift 1992).

Was meint eine Filière? Sie umfasst mehr als nur die technische Produktionsstufen eines Produktes, da zur Abgrenzung ein "Schlüsselprodukt", ein Gültigkeitsraum und eine Gültigkeitsperiode definiert werden müssen (Lauret 1983). SCHAMP schließt daraus, dass es eher die Art der Anwendung sei als die Genauigkeit einer Definition, die den Begriff von dem Konzept der Produktionskette unterscheidet. Das "Neue" ist nach SCHAMP (2000:30) die Betrachtung einer Filière als einer dezentralen Organisationsform, "*(...) deren Elemente als eine Sequenz von verschiedenen Institutionen meso-ökonomischer Art wie Märkte und Industriebranchen verstanden werden können und deren Koordination und Kontrolle nicht durch Hierarchie (wie im Unternehmen) sichergestellt werden kann.*"

Eine konkrete Filière wird nach LENZ (1997) zu einem komplexen System verschiedener Verflechtungen. Bei der Unterteilung des Produktionsprozesses in seine jeweiligen teilökonomischen Segmente, erhält jedes dieser Segmente die Funktionen der Distribution, Beschaffung oder Transformation. Dies ermöglicht die Zuordnung verschiedener Verflechtungen an die einzelnen Produktionsschritte, ein Rohstoff kann demnach nicht nur einem Endprodukt zugewiesen werden.

2.3.2 Wertschöpfungskette

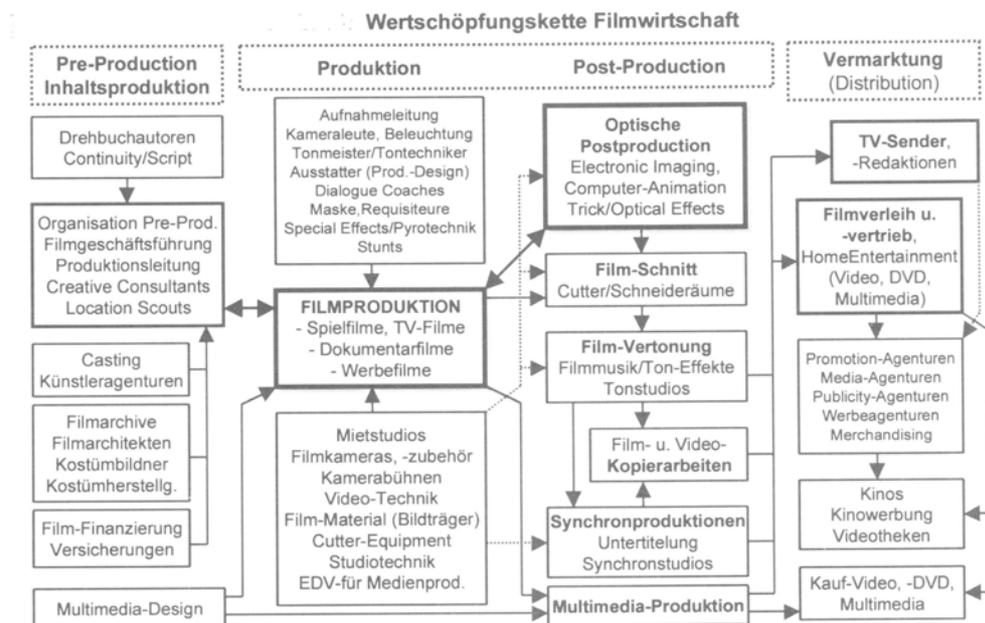
Eine Wertschöpfungskette beschreibt die branchenübergreifenden Produktions-, Dienstleistungs- und Distributionszusammenhänge von Unternehmen (vgl. Rehfeld 1994, 1999). Dabei umfasst eine vollständige Wertschöpfungskette, wie beispielsweise in Abb. 6 für die Filmwirtschaft dargestellt, folgende Elemente:

- den Bereich der Produktionsvorbereitung bzw. die für den Kulturwirtschaftsbereich wichtige Inhaltsproduktion, wozu z.B. auch das Design zählt,

- den Bereich der Produktion / Leistungserstellung und ihrer Vorprodukte sowie der Post-Production. Die Beschaffung von Maschinen, Werkzeugen, EDV-Anlagen und ferner Vorprodukte und Einbauteile sowie die Beschaffung von Rohstoffen und Materialien zählen ebenso wie die Produktion im engeren Sinne, d.h. die Herstellung eines Produktes oder einer Produktgruppe und produktionsbezogener technischer Dienste zu diesem Element und
- der Bereich der Vermarktung bzw. der Distribution, wozu die Werbung, das Marketing, der Vertrieb und die Groß- und Einzelhandelsfunktionen für das betreffende Produkt gehören können (vgl. Krätke 2002).

Die verschiedenen Elemente einer Wertschöpfungskette können dabei über eine Vielzahl von Unternehmen verteilt sein.

Abbildung 6: Wertschöpfungskette der Filmwirtschaft



Quelle: Krätke 2002:112

2.3.3 Räumliche Clusterung

Wirtschaftliche Dynamik und Innovation entstehen häufig innerhalb einer räumlichen Konzentration von Unternehmen und Institutionen. Dieses Erkenntnis hat regionale Wertschöpfungsketten und Netzwerke in den vergangenen Jahren zu einem wichtigen Bezugspunkt der Wirtschafts- und Forschungspolitik werden lassen. Von besonderer Bedeutung gilt dies bei Standorten noch junger Wertschöpfungszusammenhänge. In den 1980er Jahren wurde die interregionale Spezialisierung unter Stichworten wie dem regionalen Produktionskomplex, dem Industriedistrikt oder innovativen Milieu untersucht, in den 1990er Jahren sind diese Ansätze dann stärker aufeinander bezogen worden. Die Arbeit an einem kategorialen Rahmen der verschiedenen Ansätze und die Unterlegung mit empirischen Daten standen im Vordergrund, PORTER (1991) ordnete den ursprünglich in der Ma-

nagementforschung entwickelten Ansatz der Wettbewerbsvorteile in die Diskussion mit ein. *"The concept of industrial clusters has attracted much attention during the last decade, both as descriptive of an increasingly important phenomenon and as a basis for effective public intervention in the economies of lagging city-regions"* (Gordon / McCann 2000: 513).

Clusterung ist nach SCOTT (1988:52) als Funktion der distanzabhängigen Transaktionskosten pro Produkteinheit bestimmt - je höher die Kosten, desto größer ist der Anreiz zur räumlichen Konzentration einer Aktivität. Eine Anzahl von Unternehmen, die durch häufige marktliche und nicht-marktliche Transaktionen miteinander verbunden sind, kennzeichnen Produktionskomplexe, die geographisch konzentriert sein können ("territorial integrierter Produktionskomplex"), jedoch nicht müssen.

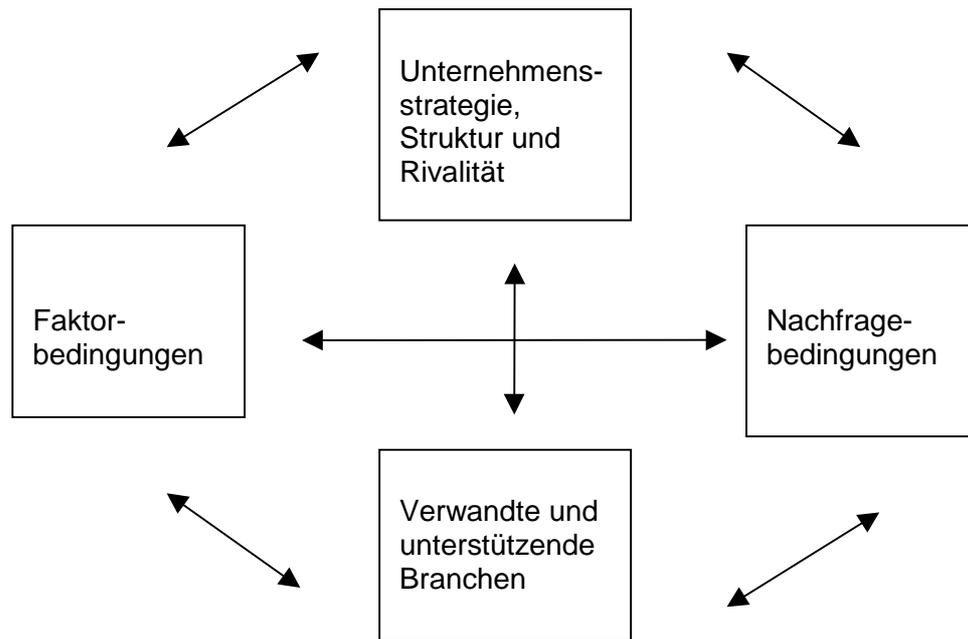
Mitte der 1990er Jahre nahm die "Kalifornische Schule" die Erkenntnis auf, dass marktähnliche Beziehungen (auf die der Transaktionskostenansatz abstellt) eine geringere Bedeutung für geographische Agglomerationen besitzen. Nicht-marktähnlichen informellen Beziehungen kommt daher eine bedeutendere Rolle zu. Das regionale Institutionengefüge mit informellen Regeln und Praktiken ist im wesentlichen verantwortlich für die Stimulierung lokaler technologischer Lernprozesse und Innovationen (vgl. Storper / Salais 1997). Der Transaktionskostenansatz ist dadurch relativiert und führt zu einem stärkeren Blick auf sozio-kulturelle und institutionelle Wirkungszusammenhänge.

2.3.4 Porter-Schule der internationalen Wettbewerbsfähigkeit

Die Ausgangsfrage einer wegweisenden Untersuchung von PORTER (1991) war, warum Länder mit einer ähnlichen Faktorausstattung zu unterschiedlichen Außenhandelspezialisierungen gelangen. Dabei wurden die wirtschaftlich erfolgreichsten Branchen in den zehn führenden Industrieländern gesucht. Die Argumentation von PORTER (1991) stützte sich darauf, dass großer Wettbewerbsdruck und günstige Umfeldbedingungen in einem Land bestimmten Branchen Wettbewerbsvorteile geben und diese Branchen in der Lage sind, auch internationale Märkte zu erschließen. Die nationalstaatliche Dimension nimmt eine dominante Stellung für derartige Unternehmenscluster ein. PORTER (1991) erklärt die Wettbewerbsfähigkeit von Clustern in ihrer räumlichen Vernetzung in einem Diamanten (siehe Abbildung 7):

- die Existenz spezifischer Faktoren, die Innovationskraft und Qualität der Produktion ausmachen,
- miteinander vernetzte Unternehmen, die notwendige Vorprodukte bereitstellen und selbst innovativ sind,
- anspruchsvolle Kunden, die die Firmen innerhalb des Clusters zur Innovation ermutigen,
- und die Existenz mehrerer Wettbewerber, die sich gegenseitig Konkurrenz machen.

Abbildung 7: Porters Diamant



Faktorbedingungen:

Die Position der Region in Bezug auf Produktionsfaktoren wie Facharbeiter oder Infrastruktur, die erforderlich sind, um in einer Branche am Wettbewerb teilzunehmen.

Nachfragebedingungen:

Die Art der regionalen Nachfrage nach den Produkten oder Dienstleistungen der Branche.

Verwandte und unterstützende Branchen:

Das Vorhandensein oder Fehlen international wettbewerbsfähiger Zuliefererbranchen und anderer verwandter Branchen in der Region.

Unternehmensstrategie, Struktur und Rivalität:

Die in der Region herrschenden Bedingungen für Gründung, Organisation und Führung von Unternehmen sowie das Wesen des Wettbewerbs auf dem Markt.

Quelle: Porter 1999: 177

Die Argumentation von PORTER (1991) bezieht sich auf die Nachfragemacht und den Wettbewerb und wurde durch STORPER (1997) um den Faktor des "produktzentrierten technologischen Lernens" in technologischen Distrikten erweitert. Beide Konzeptionen dienen der Erklärung globaler Wettbewerbsfähigkeit von Industrien und ihrer Einbettung in lokale, regionale und nationale Produktionssysteme. PORTER (1991) rückt die Entstehung von Wettbewerbsvorteilen in einen räumlichen Zusammenhang und nutzt ein Bündel an Faktoren, um das komplexe Zusammenwirken zu erklären. Im Unterschied zur traditionellen Standortlehre betont er Spezialisierungen und Qualitäten von Faktoren. Die räumliche Dimension von Akteuren eines Clusters spielt in den Länderstudien PORTERs keine und in den Branchenstudien nur eine marginale Rolle. Räumliche Konzentration wird nur als zusätzlicher Aspekt bei der Ausbildung von Wettbewerbsvorteilen integriert. In den empirischen Untersuchungen bleibt die räumliche Dimensionierung von Clustern ungeklärt (vgl. Krätke / Scheuplein 2001:

28). BATHELT / GLÜCKLER (2002) betonen, dass PORTERs Ansatz an einigen Stellen der traditionellen Standortlehre verhaftet bleibe und zählen einige kritische Punkte an der Konzeptionierung auf:

- die Faktordominanz: die Analyse bleibe eher deskriptiv und zeige ein unzureichendes Prozessverständnis,
- die Widersprüche im räumlichen Bezugsrahmen: es finde eine Vermischung unterschiedlicher räumlicher und nicht-räumlicher Perspektiven statt,
- die "Unterbelichtung" institutioneller Kennzeichen und
- die Vernachlässigung sozialer Prozesse.

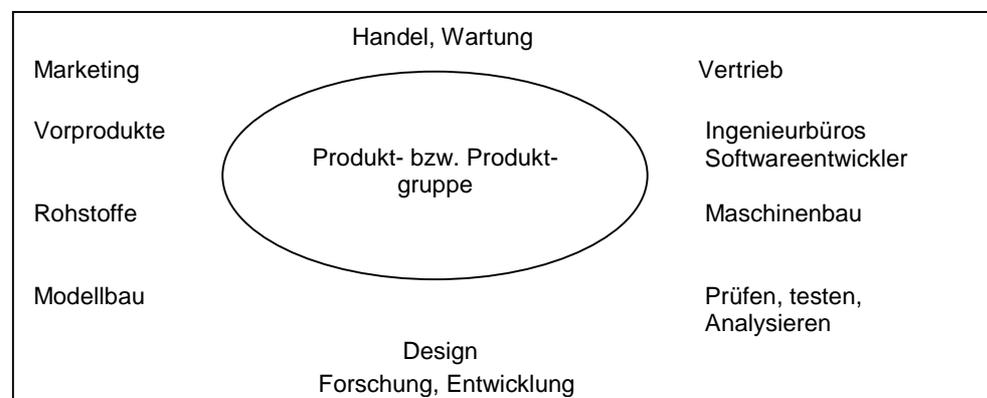
2.3.5 Spezifizierung des Cluster-Ansatzes

Der Cluster-Ansatz ist von weiteren Autoren verwandt worden, um Spezifizierungen vorzunehmen. PORTERs Diamant (siehe Abbildung 7) dient dabei meist als Basis der Ansätze. Im folgenden werden die differierenden Zugänge zur Theorie des Clusters vorgestellt und anschließend im Kapitel 2.4 die Frage der Förderung von Clustern in den Mittelpunkt gestellt.

Produktionscluster-Ansatz nach REHFELD

Das Clusterkonzept ist im deutschsprachigen Raum von REHFELD zu Beginn der 1990er Jahre aufgegriffen worden. Während PORTER aus der Perspektive der Managementtheorie generell an Wertschöpfungsketten analysiert, steht bei REHFELD die räumliche Konzentration im Mittelpunkt der Betrachtung. Ein konstitutives Element seines Cluster-Begriffs ist die regionale Einbindung von Institutionen und Unternehmen über die Kooperation und den Informationsaustausch (vgl. auch Krätke / Scheuplein 2001:19). REHFELD (1999) nutzt den Ansatz der Produktionscluster als analytisches Werkzeug, um die regionale Vielfalt und funktionale Diversität in einem regionalen Cluster analysieren zu können. Eine Produktionskette (siehe Abbildungen 8 und 10) umfasst dabei nach REHFELD (1999:48): *"Alle Funktionen, die für die Entwicklung, Herstellung und Vermarktung eines Produktes bzw. einer Produktgruppe notwendig sind, bilden (...) eine Produktionskette als den zentralen Bezugspunkt der Analyse von Produktionsclustern."*

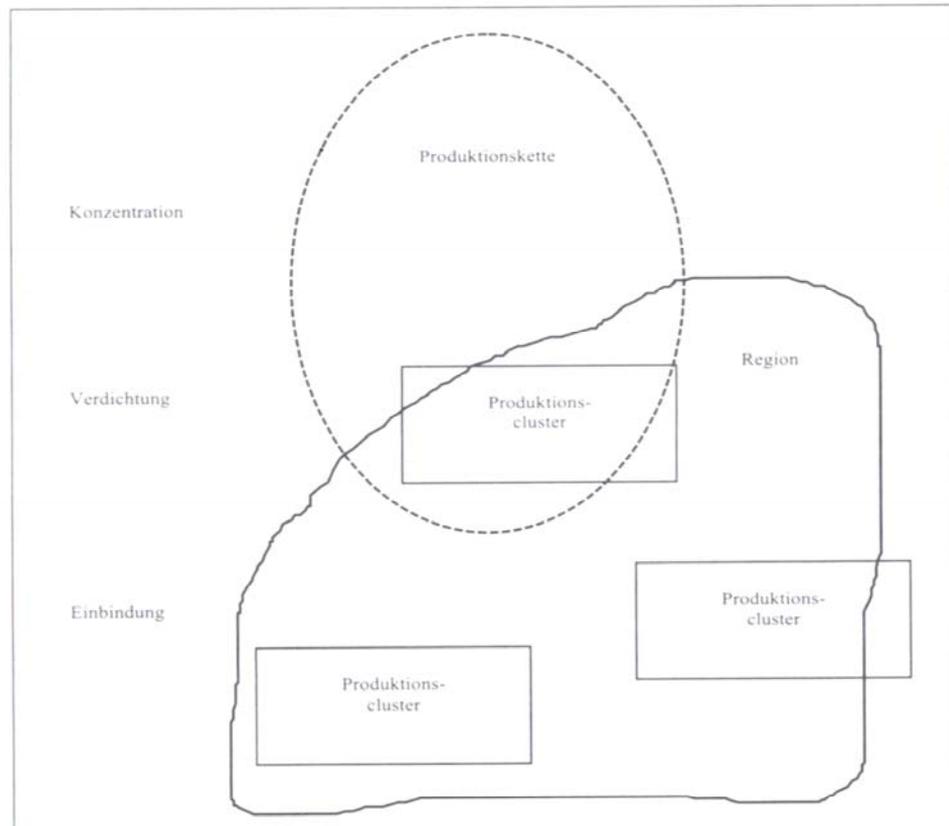
Abbildung 8: Elemente einer Produktionskette



Quelle: Rehfeld 1999: 48

REHFELD (1999) berücksichtigt, dass Regionen in hohem Maße von regionsexternen Faktoren beeinflusst werden, in der Konzeptionierung sogenannter Produktionsketten (Wertschöpfungsketten). Wie in Abbildung 9 erkennbar, durchbrechen diese die regionalen Grenzen.

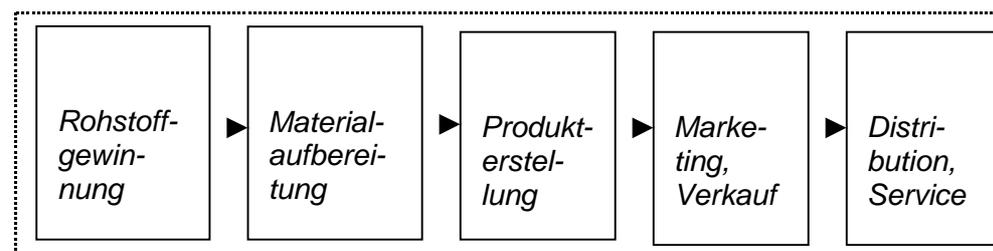
Abbildung 9: Produktionskette, Produktionscluster und regionale Wirtschaftsstruktur



Quelle: Rehfeld 1999: 44

Unter einem Produktionscluster versteht REHFELD (1999) die räumliche Konzentration von Elementen einer Produktionskette und betont damit die Schnittstellenfunktion eines Produktionsclusters zwischen internen und externen Verflechtungen.

**Abbildung 10:
Einfache Produktionskette / Wertschöpfungskette (integriert)**



Quelle: Rehfeld 1999

Der Ausgangspunkt für das Verständnis von Produktionsclustern ist nicht genuin regional, da diese Cluster als räumliche Konzentration von Elementen einer Produktionskette verstanden werden, somit ein überregionaler Verflechtungszusammenhang besteht. Das Produktionsclusterkonzept und die enge Verknüpfung mit dem Konzept der Produktionskette liefern Bausteine für eine differenzierte Betrachtung der internen Strukturen und externen Einbindungen einer Region und vermeiden, dass das Bild einer unstrukturierten "Flickenteppichs" regionaler Strukturen entsteht (vgl. Rehfeld 1999: 11).

Die im Rahmen dieser Untersuchung wichtige Fragestellung, inwieweit künftige Produktionscluster festgestellt werden können, sieht REHFELD (1999: 173) an die Kopplung von drei Ausgangsbedingungen geknüpft:

- Das Vorhandensein einer "kritischen Masse", d.h. der Anzahl und der Differenziertheit von Aktivitäten,
- die Ausrichtung der Unternehmenspolitik auf innovative Strategien und
- die Einbindung der Unternehmen in einen engen regionalen Zusammenhang (Kooperation, Informationsaustausch zwischen Konkurrenten).

REHFELD (1999: 173) weist jedoch gleichzeitig auf die folgende Probleme hin: *"In methodischer Hinsicht erweist es sich als äußerst schwierig, wenn nicht unmöglich, Vergleichsdaten über die Potenziale für mögliche künftige Produktionscluster zu erhalten. Gerade weil die künftigen Produktionscluster sich den gängigen sektoralen Abgrenzungen entziehen, liegen keine vergleichbaren Daten vor."* Für eine vom Konzept der Produktionscluster ausgehende Strukturpolitik sieht REHFELD (1999) die institutionellen Voraussetzungen und strategischen Ausrichtungen kommunaler Wirtschaftsförderungsinstitutionen und der Technologiezentren als nicht optimal an. *"Eine vom Konzept Produktionscluster ausgehende Strukturpolitik ist eine Politik des "langen Atems", die keine kurzfristigen Erfolge vorweisen muss und die nicht mit jährlichen Kosten-Nutzen-Kalkülen gemessen werden kann"* (Rehfeld 1999: 244).

2.4 Bedeutung und Förderung regionaler Cluster

Die deutsche Übersetzung des englischsprachigen Begriffs Cluster (Büschel, Gruppe, Haufen, Häufung, vgl. Collins 2003) verdeutlicht, dass die Zusammenführung unterschiedlicher Bausteine zu einer gemeinsame Gruppe im Vordergrund steht. PORTER (1991) definiert Unternehmenscluster als Branchenanhäufungen, die durch besonders enge vertikale und horizontale Beziehungen charakterisiert sind, durch die Güter-, Dienstleistungs- und Informationsströme transportiert werden. Cluster erleichtern den Austausch untereinander und sind im optimalen Fall mehr als die Summe ihrer Teile. Die Clusterbildung reduziert die Risiken der Informationsübertragung und minimiert Kommunikationsprobleme (vgl. Dybe / Kujath 2000:16).

2.4.1 Bedeutung regionaler Cluster

Die regionale Ökonomie setzt sich aus unterschiedlichen "Schwerpunktbildungen" (Dybe / Kujath 2000) zusammen, die auf spezifischen Traditionen beruhen und in spezifische lokale, regionale und globale Zusammenhänge eingebunden sind. Die Identifikation und empirische Erfassung dieser Schwerpunkte kann zu einer Analyse der regionalen Innovationspotenziale genutzt werden. Das Konzept des Clusters versucht dies, indem nicht Bestandsgrößen in Branchen oder Sektoren, sondern die Austauschbeziehungen dargestellt werden. Diese Beziehungen können innerhalb von Branchen als auch branchenübergreifend angelegt sein. Bei unvollkommenem Wettbewerb und vorherrschenden Informationsungleichgewichten auf den Märkten wird die Bedeutung sich verfestigender Zusammenballungen ökonomischer Aktivitäten plausibel. Die Vorteile dieser räumlichen Konzentration umfassen:

- Den erleichterten Informationsaustausch, d.h. die leichtere und schnellere Informationsbeschaffung (Marktbedingungen, Informationsträger, Wissen),
- die erleichterte Kontrolle von Marktbeziehungen,
- den dichteren Arbeitsmarkt
- und die Möglichkeiten, "Economies of Scale" zu erzielen (vgl. ebenda: 16).

DYBE / KUJATH (2000) vermuten, dass in Clustern auch die Innovationsfähigkeit der Unternehmer gesteigert wird, jedoch sei noch offen, wie genau die systematischen Zusammenhänge zwischen den institutionellen Kontexten, den Unternehmensmerkmalen und den gemeinsamen Resultaten des Clusters in Form von Beschäftigung und Wachstum aussehen. STORPER (1995) sieht als Folgen eines Clusters die Senkung der Transaktionskosten und eine Ertragssteigerung, die sowohl aus "*Untraded Interdependencies*" als auch "*Traded Interdependencies*" resultiere. In den "*Untraded Interdependencies*" kommt zum Ausdruck, dass neben quantitativen Strukturen gerade soziale Prozesse und informelle Institutionen eine große Bedeutung für Innovationsprozesse haben (vgl. Storper 1997). Transaktionen umfassen dabei sowohl den Vorgang der Übertragung von Leistungen und Gütern (inklusive Informations- und Wissensübertragung) als auch der Übertragung von Verfügungsrechten. Die entstehenden Kosten der Abstimmung, Geschäftsanbahnungskosten, Such- und Informationskosten, Verhandlungs- und Entscheidungskosten werden ergänzt durch Kosten, die der Überwachung und Durchsetzung von Transaktionen dienlich sind.

Regionale Wirtschaftskluster gelten heute als "*besonders leistungsfähige Formen einer sozialen Strukturieren des Wettbewerbs*" (Dybe / Kujath 2000: 18). Innovative Clustern führen zu Ausgründungen und intensivierten zwischenbetrieblichen Austauschprozessen von Informationen und Wissen, die nicht nur eine bessere Marktbeherrschung ermöglichen, sondern auch der Erhöhung der einzelbetrieblichen Innovationskraft (Organisationsinnovationen, Produktinnovationen, Prozessinnovationen) dienen (vgl. Dybe / Kujath 2000: 16f.). Regionale Firmencluster sind allerdings nicht das Ergebnis eines Selbstläufers (vgl. Kujath 1998: 23). Mehrere Faktoren haben entscheidenden Einfluss auf die Entstehung und damit auch auf die Stabilisierung der Region:

- Existenz einer regionalen Ordnung mittels gemeinsamer Muster (Bedeutung, Verhalten, Entscheidung),
- Existenz eines stützenden Umfeldes von institutionellen Arrangements, die Informationsaustausch, Kooperation, Kommunikation ermöglichen: Forschung / Bildungseinrichtungen,
- ökonomische Ausgangsbedingungen in Form der Produktions- und Dienstleistungsunternehmen in einer Region, Ermöglichung der Clusterbildung entlang einer Produktionskette,
- Unternehmenstypen und –traditionen und
- wirtschaftliche Bindeglieder zwischen regionalen Clustern und dem weltweiten Markt, um die Innovationsfähigkeit aufrechtzuerhalten (vgl. Kujath 1998: 23).

Die räumliche Unternehmenskonzentration stellt allerdings nur eine mögliche Form der vorteilhaften Aktivitätsbündelung aufeinander bezogener Firmen dar. Die nationale oder globale Organisation ökonomischer Tätigkeiten ergänzt hier die regional begrenzten Cluster. Hier werden andere Formen einer sozialen Marktstrukturierung aufgezeigt und Innovationstätigkeiten über den regionalen Rahmen hinaus beschleunigt. DYBE / KUJATH (2000: 18) führen an, dass sich die grundsätzliche Einteilung zur groß- oder kleinräumigen Verortung von Clustern anhand verschiedener Erfolgskriterien überprüfen lasse: *"Je nachdem ob der Erfolg eines Clusters in erster Linie primär an Exporterfolgen, möglichst vielen Arbeitsplätzen für den regionalen Arbeitsmarkt oder am Innovationscharakter bzw. an der Wissensgenerierung und -ausbreitung gemessen wird, verschiebt sich auch die Betrachtung von Clustern."*

2.4.1.1 Von einfachen Produktionsketten zum komplexen Produktionssystem

Die neuere regionale Wirtschaftspolitik versucht aus den Erfahrungen erfolgreicher regional vernetzter Produktionscluster Erkenntnisse für die Formulierung einer erfolgreichen Regionalpolitik zu ziehen. Die wesentliche Lehre scheint dabei zu sein, dass sich im räumlichen Umfeld ökonomischer Schlüsselbereiche auf der regionalen Ebene vernetzte Produktionskomplexe mit großen Wachstums- und Beschäftigungspotenzialen entwickeln können. In diesen Komplexen oder Clustern profitieren wirtschaftliche Akteure von diesem produktiven Umfeld und tragen gleichzeitig dazu bei, Nutzen für die anderen Unternehmen zu schaffen (Ausbildung von Arbeitskräften, Schaffung neuen technologischen Wissens etc.). Die Verbreitung dieses Wissens zwischen den Betrieben und den Akteuren ist intensiv und basiert auf stetig wiederholenden persönlichen Kontakten zwischen Wissensgebern und Wissensnehmern in einem räumlich engen Zusammenhang. Dies führt zu positiveren Bedingungen als wenn eine räumliche Trennung vorliegen würde.

Eine Region erhält erst durch ihre spezialisierten und wechselseitig vernetzten Unternehmen große Wachstumsdynamik und Leistungskraft, die stimulierenden regionalen Standortvorteile schaffen sich die Unternehmen selbst. Diese ökonomischen Zusammenhänge lassen die regionale Wirtschafts- und Strukturpolitik verstärkt mit regionalen Entwicklungsstrategien experimentieren, die regional eingebettete, miteinander verflochtene Unter-

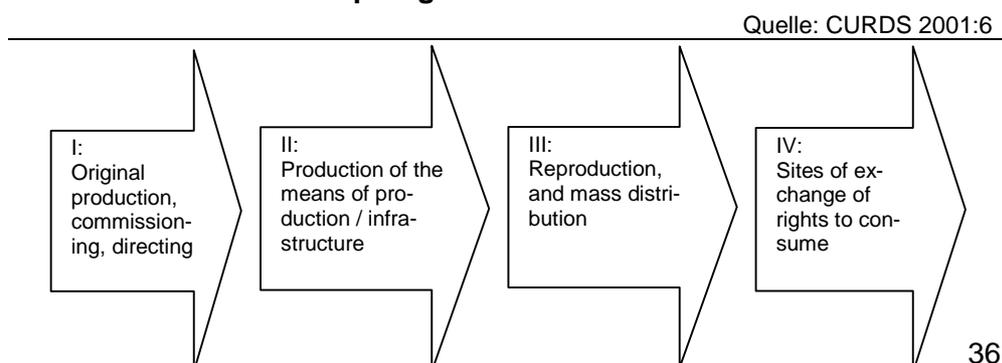
nehmenslandschaften unterstützen. Die Regionalpolitik versucht in gewissem Maße mit den Clusterkonzepten, welche um regionale Schlüsselindustrien herum entwickelt werden, um regionale endogene Profile zu unterstützen, eine Operationalisierung dieser Entwicklungsstrategie. REHFELD (1994) vertritt Anfang der 1990er Jahre die These, dass die Förderung von Clustern von der regionalen Wirtschaftspolitik schwer leistbar sei. Der Aufbau sei sehr zeitintensiv und passe nicht in Zeitschemata, wie sie die an kurze Wahlperioden ausgerichtete Politik ausübt. Zudem müsse die technologische Entwicklung kommender Jahrzehnte besser eingeschätzt werden. Schließlich bedürfen erfolgversprechende Wertschöpfungsketten gewissen schon in der Region vorhandenen Elementen. Allerdings finden gerade Clusterstrategien in strukturschwachen Regionen oft keine ökonomischen Anknüpfungspunkte vor (Dybe / Kujath 2000:12). Unrealistisch, sehr kostenaufwendig und mit unsicheren Erfolgchancen versehen seien Clusterschöpfungen aus dem Nichts heraus (vgl. Nelson 1993).

2.4.1.2 Wertschöpfungsketten und Clusteranalysen in der Kulturwirtschaft

Den zentralen Bestandteil der Analysen der "Kalifornischen Schule" bilden die funktionalen zwischenbetrieblichen Beziehungen und die geographische Verteilung von Clusterunternehmen. SCOTT (2000, 2002 B) hat sich einer Reihe von Clustern der Kulturproduktion in Los Angeles gewidmet. In der aktuelleren wirtschaftsgeographischen und regionalwissenschaftlichen Literatur sind britische Fallstudien veröffentlicht worden (vgl. May et al 2001 zur britischen "High-Fidelity Industry" oder Bassett et al 2002 zum "Natural History Film-making" in Bristol oder auch Banks et al 2000). Dem konzeptionellen Aufbau kulturwirtschaftlicher Wertschöpfungsketten widmet sich PRATT (1997) in einer Definition der "Cultural Industries": *"Broadly the working definition of the cultural industries sector begins with its products: performance, fine arts and literature; their reproduction, books, journal magazines, newspapers, film, radio, television, recording on disc or tape; and activities that link together art forms such as advertising. Also considered are the production, distribution and display processes of printing, and broadcasting, as well as museums, libraries, theatres, night-clubs and galleries."* Diese Definition von "Cultural Industries" wurde von PRATT operationalisiert in Form einer Wertschöpfungskette ("Cultural Industries Production System", CIPS), die vier Elemente umfasst (siehe Abb. 11, 12):

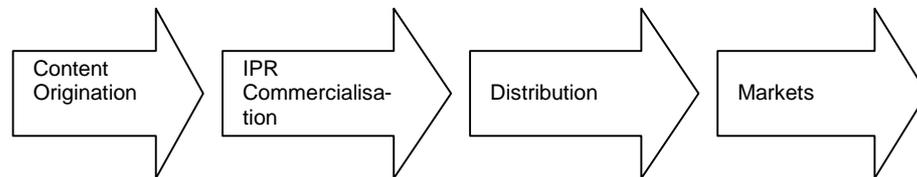
1. "Content creation and commissioning,
2. Infrastructure (the creation of the means of production),
3. Reproduction and mass distribution,
4. Sites of exchange and rights to consume" (vgl. ebenda).

Abbildung 11: Elemente einer "Cultural Industries" Wertschöpfungskette



Diese Definition und Klassifizierung ist von Scottish Enterprise in ihrem Dokument "Creativity and Enterprise: Scotland's Creative Industries" in ähnlicher Weise übernommen worden (vgl. CURDS 2001: 6).

Abbildung 12: Scottish Enterprise Value Chain



„Content Origination“

umfasst die verschiedenen Prozesse in denen kreatives Material und intellektuelle Werke erzeugt werden. Dies reicht von kreativen Aktivitäten wie Schreiben oder dem Komponieren von Musikstücken bis hin zu modernen kulturwirtschaftlichen Produkten wie Multimediatiteln, Software oder Computerspielen.

„IPR Commercialisation“

bezieht sich auf die Akteure innerhalb der Cultural Industries, die die Erzeuger / Hersteller der Inhalte und die Distributeure miteinander vernetzen. Typisch sind Verleger, Filmvertreiber, Fernseh- und Radiomanager, Plattenfirmen, Werbeagenturen etc.

„Distribution“

umfasst die Kanäle, durch die die kreativen Produkte und Dienstleistungen für den Endverbraucher nutzbar gemacht werden. Verkaufsläden, Fernseh- und Radiostationen, Galerien, Museen und Buchhandlungen bis hin zum Internet sind hier zu nennen.

„Markets“

umschreibt die Gruppierungen an Endverbrauchern der kreativen Produkte und Dienstleistungen. Diese Gruppen haben zunehmenden Einfluss auf das Cluster, nicht nur durch die zunehmende Kommerzialisierung der Nachfrage nach kreativen Produkten, sondern durch die Formulierung neuer kreativer Ideen.

Quelle: eigene Darstellung in Anlehnung an CURDS 2001: 6

Empirische Belege für die Analyse und Dokumentation kulturwirtschaftlicher Wertschöpfungszusammenhänge im deutschsprachigen Raum liefert der dritte Kulturwirtschaftsbericht des Landes Nordrhein-Westfalen (vgl. Arbeitsgemeinschaft Kulturwirtschaft 1998). Hier werden exemplarisch für eine Strukturregion die Wertschöpfungszusammenhänge in der Musikwirtschaft dargestellt (siehe Abbildungen 13 und 14). Im Detail geht Kapitel 5.4 auf die kulturwirtschaftlichen Zusammenhänge im Ruhrgebiet näher ein.

2.4.2 Die Förderung von Clustern Zum Cluster wie die Jungfrau zum Kind?

Städte und Regionen überbieten sich weltweit seit einigen Jahren darin, ideale Clusterstandorte anzubieten. Wie aber kann eine Region, zudem eine altindustrielle, ein erfolgreiches Cluster aufbauen? Die Veränderung bestehender Produktionsketten und die Entstehung neuer Produktionscluster stehen im Vordergrund. Allerdings setzen Marktveränderungen wie auch zentralstaatliche Vorgaben Rahmenbedingungen, denen sich eine regionale Strukturpolitik nicht entziehen kann (vgl. auch Bömer 2000). Unternehmen bewegen sich in sehr unterschiedlichen Funktionsräumen wie dem Konzernverbund, dem Produktionscluster oder der Produktionskette (vgl. Camagni 1991).

Allgemein formuliert sind für die Förderung von Clustern in der Kulturwirtschaft folgende Schritte notwendig:

- **Der Ausbau spezifischer Infrastrukturen:**

Notwendig ist der Ausbau einer für kulturwirtschaftliche Produktionscluster spezifischen Infrastruktur und die Steigerung der Innovationskraft der Produktionscluster durch ergänzende Maßnahmen insbesondere durch die Schaffung einer Leitnachfrage durch Modellprojekte.

- **Die Steigerung der Netzintensität:**

Erforderlich ist aber auch die Erhöhung der Kompetenzen der kulturwirtschaftlichen Unternehmen durch die Verdichtung zwischenbetrieblicher Beziehungen vor Ort.

- **Das Ziel einer Langfriststrategie:**

Die Lieferung von Impulsen und Leitbildern durch die Schaffung von kulturwirtschaftlichen Leitprojekten und spezielle Institutionen, die auf die Förderung des Wirtschaftsverbundes zielen.

2.4.2.1 Förderung von Clustern als strategischer Ansatz regionaler Wirtschaftsförderung

Cluster bieten ein hohes Potenzial zur Schaffung von Wettbewerbsvorteilen. Eine Reihe von Standortvorteilen entstehen selbst ohne Intervention des Staates oder anderer Akteure dank sog. "passiver Vorteile" (Nadvi 1997). In einer Region, in der es beispielsweise eine Vielzahl an Herstellern von Musikinstrumenten gibt, ist es relativ einfach, qualifizierte und erfahrene Arbeitskräfte zu finden. Vorprodukte und Maschinen sind leicht zu beschaffen und selbst der Absatz ist einfacher als anderswo, da die Käufer in die Region kommen, da ihnen die Auswahlgröße bewußt ist. Zudem ist die unternehmerische Konkurrenz ausgeprägt, so dass der Druck zur Wettbewerbsfähigkeit groß ist. Gleichzeitig kann aber auch eine enge Kooperation zwischen den Unternehmen üblich sein, beispielhaft sind hierfür die italienischen Industriedistrikte. Sowohl entlang der Wertschöpfungskette als auch horizontal sind Formen der Zusammenarbeit möglich; Betriebsgeheimnisse bleiben selten lange Zeit geheim. Der informelle Informationsaustausch prägt die Formen der Zusammenarbeit häufig. Spezifische Standortvorteile können durch kollektives oder staatliches Handeln ge-

schaffen werden, beispielsweise im Bereich der Kulturwirtschaft durch Kunsthochschulen, Agenturen für designrelevante Informationen, Exportkonsortia oder anderes mehr. Auf diese Weise können Standortvorteile entwickelt werden, die an anderen Orten schwer kompensiert werden können und den regionalen Unternehmen dauerhafte Wettbewerbsvorteile bieten, die dann als aktive Vorteile definiert werden können.

Welche Akteure spielen bei der Formulierung und Implementierung kulturwirtschaftlicher Cluster eine Rolle? Welche Rolle nimmt die staatliche Förderung ein? Viele Hinweise deuten darauf, dass staatliche Initiativen zur Stärkung von Clustern eher eine marginale Rolle spielen und eher von den Unternehmenssektoren ausgehen. Eine Befragung von Clusterexperten und Wirtschaftsförderern durch Michael Enright im Jahr 2000, der auf dieser Basis eine Datenbank mit Kennzeichen von 160 Clustern weltweit aufgebaut hat, diente der Überprüfung der Bedeutung von staatlichen Unterstützungsmaßnahmen. Lediglich Aus- und Fortbildungsaktivitäten bildeten einen Typus von staatlichen Aktivitäten, dem ein gewisses Maß an Bedeutung zugesprochen wurde. Hier lagen, auf einer Skala von 0 (inexistent) bis 5 (sehr wichtig) die Treffer von 2,6 zwischen unwichtig (2) und moderater Bedeutung (3). Weitere Aktivitäten wie technologische Dienstleistungen, Networking-Programme oder die Ansiedlung von Investoren erreichten Werte zwischen 1 und 2, d.h. zwischen sehr unwichtig und unwichtig. Wichtig ist hier jedoch auch der Hinweis, dass auch die Werte für Unternehmensverbände überwiegend den Wert 2 einnehmen, so dass von expliziten Aktivitäten zur Stärkung von Clustern weit weniger häufig ausgegangen werden kann, als vermutet werden könnte (vgl. Meyer-Stamer 1999 A).

Wo liegen die Gründe in der eher zurückhaltenden Förderung von Clusterinitiativen? MEYER-STAMER (1999 A) führt vielfältige Hindernisse und Grenzen der Clusterförderung auf, da Clusterinitiativen generell entlang dreier Achsen "Beziehungsgeflechte" berühren und entlang keiner dieser Achsen von kooperativer Zusammenarbeit, die auf Vertrauen basiert, ausgegangen werden dürfte:

- zwischen Unternehmen,
- zwischen Unternehmen und Mesoinstitutionen,
- zwischen dem privaten und dem staatlichen Sektor.

2.4.2.2 Grenzen der Kooperation zwischen Unternehmen

Aus der Sicht der Wissenschaft bieten Cluster, ebenso wie andere Netzwerktypen, große Potenziale. Jedoch stellen sich aus unternehmerischer Perspektive vielfältige Problemlagen, da Kosten und Risiken einer Kooperation deutlich sind und kurzfristig auftreten können. Diese Risiken umfassen den Verlust von Betriebsgeheimnissen ebenso wie technologische Lösungen oder Kundenkontakte. Dies sind wichtige Motive für Unternehmen, kooperativem Handeln einen Riegel vorzuschieben, wenn direkte Konkurrenten zusammengeführt werden sollen (vgl. Meyer-Stamer 1999 A: 18).

Kosten der Kooperation sind vor allem Opportunitäts- und Transaktionskosten. Hohe Anforderungen werden an das enge Zeitbudget in Unternehmen

gestellt, da Sitzungen vor- und nachbearbeitet oder Vorlagen erarbeitet werden müssen. Bei konkreten vereinbarten Aktivitäten treten zusätzliche Kosten hinzu, beispielsweise laufende und Investitionskosten gemeinsamer Entwicklungsvorhaben. Zentraler Kern der Clusterförderung ist es, die Vernetzung räumlich konzentrierter Unternehmen und Dienstleister zu steigern, um "Economies of Scale and Scope" zu erzielen, durch Kooperation Wettbewerbsvorteile zu erzeugen und die Innovationsfähigkeit zu erhöhen. Bezüglich der Vernetzungsaktivitäten zwischen Unternehmen ist die Ausgangssituation generell von Rivalität oder Konkurrenz gekennzeichnet. Von hoher Tragweite ist das hohe Maß an Stabilität, welches kooperatives oder nicht-kooperatives Handeln ausmachen. PORTER (1991) betont den Aspekt der lokalen Rivalität als sehr hoch: Unternehmen im Cluster ringen um Geschäftstätigkeiten, meist mit denselben Kunden, und setzen sich der Unterbietungskonkurrenz aus. Die Wahrscheinlichkeit und Gefahr ist aus theoretischer als auch aus empirischer Perspektive sehr hoch, dass in einem Cluster nicht-kooperative Handlungen dominieren und zweitens die Übergänge äußerst komplex sind, die zu kooperativen Handlungen führen werden.

In diesem Kontext treten zwei generelle Problemtypen auf: die Rolle der Unternehmensverbände und die Beziehungen zwischen Unternehmen und Mesoinstitutionen. Bezüglich der Rolle der Unternehmensverbände existieren viele Spannungen zwischen KMU und Kammern, vor allem Industrie- und Handelskammern, da KMU häufig zu der Vermutung tendieren, die Kammern seien von Großunternehmen dominiert. Zusätzlich tritt für Kammern ein Rollenproblem auf, wenn es um die Förderung von Clusterinitiativen geht, da eine gewisse Bevorzugung eines Teils der Mitgliedsfirmen auftritt. Diejenigen Firmen, die nicht Teil des Clusters sind, können sich benachteiligt fühlen (vgl. Meyer-Stamer 1999 A: 19). Bei den Beziehungen zwischen Unternehmen und Mesoinstitutionen sind es vor allem unterschiedlichen internen Funktionen, die eine Zusammenarbeit beider kompliziert. So sind beispielsweise im Bereich der Forschung die Unternehmen an der Geheimhaltung interessiert, wohingegen Wissenschaftler die Präferenz eindeutig im Sinne einer schnellen Veröffentlichung liegt.

Blockaden zwischen privatem und öffentlichem Sektor

Lokale und globale Governance-Strukturen setzen den Clusterinitiativen Grenzen. Auf der lokalen Ebene sind die folgenden Barrieren zu überwinden:

- Krisensituationen führen nicht zwangsläufig zu dynamischeren Prozessen, die zur Einsicht aller Akteure führen,
- die enge und langfristige Pfadabhängigkeit kann auch in falsche Richtungen führen, das Ruhrgebiet bietet hier Anschauungsmaterial genug (vgl. Grabher 1993),
- die lokalen Industrie- und Handelskammern üben sich in Zurückhaltung bei der Formulierung von Clusterstrategien und
- lokale politische Gegensätze können sich mit anderen Gegensätzen wie ökonomischen Rivalitäten, traditionellen Feindschaften zwischen lokalen Machteliten zu komplexen Gemengelagen verbinden.

Ebenso werden von einer globalen Perspektive aus den lokalen Clusterinitiativen Grenzen gesetzt:

- große (meist ausländische) Unternehmen, lassen sich nicht notwendigerweise in Clusterstrategien einbinden,
- die Handlungsspielräume sind häufig begrenzt und ihre lokale Verweildauer eher gering einzuschätzen und
- externe Firmen besitzen oft einen großen Einfluss auf die lokale Situation in einem Cluster. Das kurzfristige Interesse eines möglichst geringen Einkaufspreises obsiegt oft langfristigen kooperativen Vertrauensbeziehungen.

2.4.3 Vom Umgang mit Grundproblemen bei Clusterinitiativen

Der Begriff des Clusters löst bei einigen Akteuren Abwehreffekte aus (vgl. Meyer-Stamer 1999 A: 24). Essentiell für die Diskussion um Cluster sind mehrere Faktoren, die die teilweise große Diskrepanz von akademischen Diskussionssträngen und der unternehmerischen Praxis aufzeigen. Sind es in der Theorie Cluster, kollektive Lernprozesse oder regionale Innovationsysteme, so stehen diese den Perspektiven und Zielen unternehmerischen Handelns diametral gegenüber. Das generelle Grundmuster unternehmerischen Handelns ist die Konkurrenz und eine Kooperation mit Konkurrenten scheint vielen Unternehmern absurd. Das Glaubwürdigkeitsproblem, welches insbesondere staatlich initiierte Clusterinitiativen zeigen, die auf Kooperation setzen, liegt in der gleichzeitig von staatlichen Initiativen aufgedeckten und abgestraften Wettbewerbskartellen und Absprachen. Dies zeigt bereits das schwierige Spannungsverhältnis auf, unter welchem die Diskussion um die Förderung von Clusterinitiativen steht.

Viele Städte und Regionen zeigen in den letzten Jahren vermehrt ein großes Interesse an der Analyse "erfolgreicher" stadtpolitischer Strategien in nationalen und internationalen Kontexten. Erfahrungen werden synthetisiert und gezielte Maßnahmen aufgestellt, um die eigene Situation in den heimischen Städten und Regionen stimulieren und flankieren. Vergleichbar beispielsweise dem Verhältnis zwischen der Biographieforschung und der eigenen Karriereplanung. Was kann die Analyse des Lebensweges erfolgreicher Persönlichkeiten mir für wichtige Anregungen für den eigenen Weg geben? Oft wird in diesen Analysen vergessen, dass Rahmen- und Erfolgsbedingungen bei weitem nicht übertragbar sind und daher auch die Rezepte nur sehr eingeschränkt für andere Regionen gelten können.

Stärken des Clusterkonzepts

Warum reichen die konventionellen Maßnahmen der Wirtschaftsförderung - lokale Wirtschaftsförderung, Stärkung des Unternehmensumfelds, Brancheninitiativen, thematische Initiativen - nicht aus, den Strukturwandel zu beschleunigen? Mit Blick auf unverändert hohe Arbeitslosenzahlen in vielen Industrieländern und insbesondere in den altindustrialisierten Regionen zeigt sich, dass die konventionelle Förderpraxis keine hinreichenden Ergebnisse liefert. Cluster bergen das Potenzial in sich, eine zusätzliche ökonomische Dynamik auszulösen. Wo der Blick traditioneller Instrumente der industrieökonomischen Analyse noch auf reine Branchenstrukturen schaut, kann auf der regionalen Ebene eine spezifische Besonderheit noch ganz im verborgenen liegen. Wo die Industrieökonomie noch einen diversifizierten Standort identifizieren und die wirtschaftsgeographischen Instrumente funktionale Verflechtungen zutage fördern würden, da blieben die spezie-

llen sozialen, weichen und institutionellen Faktoren, die ein Cluster ja auszeichnen, im Hintergrund. Die Formulierung einer Clusterstrategie bedarf daher der gemeinsamen Initiative staatlicher und privater Akteure, damit die Identifikation regionaler Defizite und Potenziale erfolgreich gestaltet werden kann. Diese würden aufgrund der vorherrschenden Informationsprobleme, bedingt durch individuelle Anstrengungen von Unternehmen und das Routinehandeln des Staates, nicht ohne weiteres offenbart.

2.5 Fazit: Clusterpolitik als Bestandteil regionaler Wirtschaftspolitik

Unter den neuen institutionentheoretischen Ansätzen der Stadt- und Regionalökonomie hat das Konzept der Cluster eine bedeutsame Stellung eingenommen. Die räumliche Konzentration von Elementen einer Wertschöpfungskette in einer Region oder in städtischen Räumen ist für den Clusterbegriff zentral, ebenso wie die "Regional Embeddedness" von Unternehmen und Institutionen einer Wertschöpfungskette über Transaktions-, Kooperations- und Kommunikationsbeziehungen. Von Bedeutung ist auch die globale Einbindung der Clusterelemente. Trotz einer Vielzahl von Analysen, die mit dem Clusterkonzept arbeiten, existiert bislang aber keine einheitliche Methodik der Clusteruntersuchung (vgl. Krätke 2002 A: 108).

Eine aktivierende regionale Strukturpolitik muss die Erweiterung der regionalen Verflechtungsbeziehungen der Clusterelemente unterstützen, v.a. durch institutionelle Hilfen: Den Aufbau geeigneter Beratungsinfrastrukturen (auch im Rahmen sog. Kompetenzzentren), die Initiierung gemeinsamer Verbundprojekte im Kreise der Clusterfirmen, die Aktivierung von Clusterbeziehungen durch "Vernetzungsmakler" und die Einrichtung von Kooperationsbörsen. Da die Analyse auch bedeutende Lücken in der Vertretung regionaler Unternehmen in der Wertschöpfungskette aufzeigen kann, unterstützt eine aktivierende regionale Strukturpolitik mittels einer gezielten Ansiedlungspolitik die "Lückenschließung" durch eine Ansiedlungspolitik oder bindet weitere regionale Firmen in die gegebene Clusterformation ein.

Traditionelle Regionalpolitik und Clusterstrategien

Traditionelle und etablierte regionalpolitische Politikmuster streben die Ansiedlung von Betrieben an und orientieren sich auf Einzelunternehmen bestimmter Branchen. Im Gegensatz dazu steht bei einer innovativen Clusterpolitik die Verflechtung vorhandener Unternehmen im Mittelpunkt. DYBE / KUJATH (2000) beschreiben die daraus entstehenden unterschiedlichen Zielkonflikte im regionalpolitischen Handeln:

- Die Orientierung auf einzelne Unternehmen verleite leicht dazu, sich lediglich über den Ansiedlungserfolg zu "berauschen" und Kooperationsbemühungen zu vernachlässigen ("Kathedralen in der Wüste") und
- die Ansiedlungswerbung regionsexterner Betriebe ohne die Berücksichtigung regionsinterner Verflechtungen könne kontraproduktiv hinsichtlich der Bildung regionaler Unternehmenscluster wirken. Der Aufbau innerregionaler Unternehmensnetzwerke erschwere sich, wenn die angeworbenen Unternehmen an der Entstehung regionaler Verflechtungen kein Interesse haben, da sie ihre alten Netzwerke weiterleben lassen möchten (vgl. Dybe / Kujath 2000: 136).

"Politische Clusterstrategien sind aufwendig und bedürfen eines langen Atems. Sie zeigen erst langfristig, das heißt in Zeiträumen von zehn Jahren und mehr, ob sie von Erfolg gekrönt sind oder nicht. Es muss folglich vorab sehr gründlich recherchiert werden, in welchen Bereichen eine regionale Verknüpfung erwartet werden kann, da nicht alle Verknüpfungen gleichermaßen einfach und unter Umständen auch gar nicht herzustellen sind" (Dybe / Kujath 2000: 137).

Die erfolgreichen Beispiele funktionierender regionaler Unternehmensnetzwerke sind die Regionen, in denen über Jahrzehnte außerökonomische Faktoren Einfluss auf die Entwicklung der Netzwerke hatten: soziale und kulturelle Faktoren, wie beispielsweise ein bestimmtes System an Regeln und Institutionen. Eine an endogenen regionalen Potenzialen ansetzende Clusterstrategie verstärkt den ökonomisch-strukturellen Wandel innerhalb des vorhandenen Bestandes an Wirtschaftsbereichen und zwischen verschiedenen Wirtschaftsbereichen. Regionale Spezialisierungen können die Folge sein, ebenso wichtig ist aber, dass das Aufkommen neuer Branchen die Regionen begünstigen kann, in denen diese Bereiche ihre Wurzeln haben (vgl. Geppert 1999: 67-78).

Die regionale Wirtschaftspolitik kann diese Entwicklungen nur bedingt steuern mittels der Schaffung geeigneter Rahmenbedingungen (Infrastrukturen, Risikokapital, Technologietransferstellen) und einer Politik des "Networking". Kurzfristiger Erfolg ist damit aber nicht erzielbar. Die Langfristorientierung von Clusterstrategien erfordert die Bildung von Vertrauen durch ein Institutionensystem informeller und formeller Regeln. Aber erst ständig sich wiederholende Interaktionsprozesse schaffen diese regionale Institutionen.

Regionale Clusterstrategien müssen die branchenspezifischen Besonderheiten berücksichtigen. Für die Kulturwirtschaft wird in diesem Rahmen immer wieder auf die enge Verbindung von regionaler Produktion, kulturellen Dienstleistungen und der Kulturpolitik verwiesen. Die Untersuchung hat als eine ihrer Fragestellungen, ob diese engen Verbindungen auch im Ruhrgebiet und in Merseyside vorliegen. Produktionscluster sind Teil der regionalen Ökonomie, deren Produktionssystem neben vielen anderen Clustern auch Formen umfasst, in denen sich keine Clusterformationen gebildet haben. Eine Typisierung der gesamten Regionalwirtschaft auf der Basis einzelner identifizierter Cluster gestaltet sich daher schwierig. REHFELD (1999: 45) betont:

"Ein Produktionscluster ist in der Regel nicht mit der Wirtschaftsstruktur einer Region identisch, in vielen Fällen nicht einmal innerhalb einer Region dominierend. Die Frage nach der Einbindung eines Produktionsclusters in einen regionalen wirtschaftlichen Gesamtzusammenhang ist daher die dritte notwendig zu unterscheidende Analyseebene."

3

Kultur und Regionalentwicklung

„Die Koordination regionaler Politik ist auf allen Ebenen von Staat und Verwaltung zu leisten, sie verdichtet sich aber auf der regionalen Ebene.“ (Benz / Crow / Holtmann 1998:20)

3.1 Regionalentwicklung

Angesichts des globalen Standortwettbewerbs gewinnt die Regionalentwicklung stärker an Bedeutung. Potentielle Investoren suchen mögliche Standorte heraus und treffen die Entscheidung nach einem sorgfältigen Vergleich der Standortfaktoren. Auch die sogenannten weichen Standortfaktoren, zu denen auch die kulturelle Infrastruktur einer Region gehört, zählen dazu. Effiziente Konzepte zur Regionalentwicklung können am besten von den wichtigen Akteuren in den Regionen selbst erarbeitet werden. Das Stichwort lautet "Regionalisierung der Strukturpolitik", die durch zwei Kennzeichen geprägt ist:

- die Verstärkung der Kooperation auf regionaler Ebene und
- die Förderung der Zusammenarbeit zwischen Land und Regionen.

3.1.1 Bedeutungszuwachs von Regionen

Die Region, hier verstanden als Ebene zwischen Kommunen und Land, hat in den letzten 20 Jahren steigende Aufmerksamkeit gefunden und wird heute immer mehr als Handlungsebene für den Strukturwandel begriffen. FÜRST (2001 A: 50) formuliert folgende Annahmen, die bei dieser Entwicklung zu beachten sind:

- die wachsende Bedeutung der regionalen Ebene setzt auf kooperatives, zumindest aber koordiniertes Handeln relevanter Akteure,
- kollektives Handeln gestaltet sich in projektbezogenem oder regionsbezogenem Bewusstsein für Gemeinsamkeiten,
- regionsbezogene Gemeinsamkeiten müssen berücksichtigen, dass die Region im Normalfall schwächer verfasst ist als die sie umgebenden gebietskörperschaftlichen Ebenen. Kollektives regionales Handeln rekrutiert folglich auf quasi-institutionellen Bindungen, die über gemeinsame Werthaltungen, Traditionen, Netzwerke oder soziale Normen gebildet werden,
- verstärkt werden diese Bindungen über Diskurse und Symbole, wodurch sich eine Art "Unterfutter" herausbildet, welches mit regionaler Identität, regionalen Milieus oder dem Sozialkapital in der Literatur viel Aufmerksamkeit gewonnen hat.

Region und regionale Politik

Die Region ist, wenn eine allgemein gültige Definition gesucht wird, eine zentrale Bezugsgröße, um soziale Interaktionen und Organisationsformen der Produktion zuordnen zu können und zu lokalisieren (vgl. Bathelt / Glückler 2002:44). Eine weitere funktionale Differenzierung führt dazu, Regionen als ökonomische, politisch-administrative, raumordnerische und identifikationsbildende Einheiten zu betrachten. Die Verflechtung dieser vier

Funktionen stellt eine notwendige Bedingung für die regionale Steuerungs- und Handlungsfähigkeit dar. Der Raum, der als Region definiert werden kann, ergibt sich aus der Reichweite bestimmter Funktions- und Interaktionszusammenhänge. Eine Kulturregion definiert sich demnach aus der Interaktion von Traditionen und bestimmten Angeboten an kulturellen Veranstaltungen und Einrichtungen. Eine Wirtschaftsregion ist demnach der Raum, der durch die Konzentration bestimmter Branchen dominiert wird oder in dem Kombinationen von ökonomischen Akteuren wie Produktionsbetriebe, Dienstleistungsunternehmen, Zulieferbetriebe etc. auftreten. Entscheidend ist nach Ansicht von BENZ / CROW / HOLTMANN (1998: 18), *"(...) daß die durch Funktionen (Wirtschaft, Kultur etc.) bestimmbareren Zusammenhänge auch durch Zusammenwirken von Akteuren in einem Raum verwirklicht werden. Ein Raum, der über Traditionsbestände verfügt, wird solange keine Region, solange diese Traditionen nicht durch miteinander vernetzten Aktivitäten in der Region gepflegt werden."*

Kulturelle und soziale Prozesse spielen eine dominante Rolle bei der Regionsbildung. Regionen entstehen nicht primär durch Festlegung von Grenzen, nicht durch staatliche Gesetze, Satzungen oder Organisationserlasse. Regionen sind auch keine gleichsam natürlich vorgegebenen Einheiten, die der Beeinflussung durch staatliche Entscheidungen entzogen sind. *"Regionen entstehen in gesellschaftlichen Prozessen, die durch Politik maßgeblich beeinflusst wird"* (Benz / Crow / Holtmann 1998:19).

Staatliche und kommunale Akteure sind an den gesellschaftlichen Interaktionen in einer Region in vielen Fällen beteiligt. Regionale Politik ist eine Politik, die in der Region stattfindet und die durch spezifische regionale Institutionen, Akteure und durch deren strukturierten Interaktionszusammenhang geprägt ist. Der Begriff der Politikarena umschreibt diesen Prozess näher. Allerdings ist regionale Politik auch ein Politikfeld, mit dem sich alle Politikebenen von der Kommune bis hin zur Europäischen Union befassen. Der enge Zusammenhang beider Aspekte wird darin deutlich, dass in der regionalen Politikarena nicht nur regionale Akteure, sondern auch Vertreter aller anderen Politikebenen auftreten. Die Umsetzung regionalpolitischer Programme der Europäischen Union, des Bundes oder der Länder erfordert dabei ebenso die Integration der regionalen Akteure. *"Die Politik in der Region ist eingebettet in das Mehrebenensystem der EU und des Bundesstaates, regionalisierte Fachpolitiken zeichnen sich durch eine ausgeprägte vertikale Differenzierung und Politikverflechtung aus"* (Benz / Crow / Holtmann 1998:19).

3.1.2 Was ist Regionalentwicklung?

Allgemein formuliert kann Regionalentwicklung als die *"(...) Gesamtheit der Versuche bezeichnet werden, die Entwicklung staatlicher Teilräume positiv zu beeinflussen. Konkreter wird mit ihr ein Aufgaben- und Politikbereich beschrieben, der dieses Ziel systematisch verfolgt."* (Hoffmann / Nuissl 1998: 252). Der Begriff der Regionalentwicklung hat unterschiedliche Bedeutungsebenen und wird in dieser Arbeit als staatliches Handeln verstanden, welches das Ziel der regionalen Entwicklung verfolgt. Dieses Handeln bezieht sowohl die Umsetzung der Strategie ein als auch die konzeptionellen Überlegungen, die einer solchen Strategie dienlich sind. In dieser Ar-

beit werden Programmatik und Praxis der Regionalentwicklung analytisch nicht getrennt. In den 1960er und 1970er Jahren etablierte sich die Regionalentwicklung als eigenständiger Aufgaben- und Politikbereich, in einer Zeit, die mit Hoffnungen an die Planbarkeit und Steuerung gesellschaftlicher Entwicklung verbunden war. Mittels der Regionalisierung von Wirtschaftspolitik und Planung erhielt die Regionalentwicklung instrumentelle und organisatorische Eigenständigkeit. FÜRST (1996) unterscheidet regionalpolitische und regionalplanerische Maßnahmen innerhalb der Regionalentwicklung und differenziert die primär ökonomische Zielsetzung und die Optimierung der räumlichen Struktur voneinander.

Regionalentwicklung geht über die Regionalisierung des staatlichen Handelns für Wirtschaft und Planung hinaus und wird immer auch als Querschnittsaufgabe verstanden, die unterschiedliche Politikfelder zusammenführen will und deren gemeinsames Element der gemeinsame Raumbezug darstellt. Seit Mitte der 1970er Jahre ist die traditionelle Regionalentwicklung in der Kritik und wird immer mehr als komplexer Gesamtkomplex gesehen, weniger als Summe der Entwicklung in verschiedenen Handlungsfeldern. Der integrative Charakter regionaler Entwicklung rückt in den Vordergrund (vgl. Hoffmann / Nuissl 1998). Regionalentwicklung wird als ein von Menschen betriebener Prozess angesehen, FÜRST (1996: 91) sieht als Grundverständnis von Regionalentwicklung die *"Gestaltung der wirtschaftlichen, ökologischen und sozio-kulturellen Entwicklung eines Raumes durch Akteure."* Als regionale Akteure zeichnen sich *"weniger (...) hierarchisch organisierte Institutionen als (...) lebendige Personen, die sich mit ihrer Arbeit identifizieren"* (Ganser / Sieverts 1994: 247) aus. Der aktiven Gestaltung von Regionalentwicklung wird ein hoher Stellenwert zugemessen, sie gilt nicht mehr primär als Ergebnis des anonymen Vollzugs staatlicher Planungen und Entscheidungen.

3.1.3 Eigenständige Regionalentwicklung

Das Konzept der eigenständigen Regionalentwicklung umfasst das weite Spektrum handlungs- und umsetzungsorientierter Überlegungen zur Regionalentwicklung "von innen" heraus, die auch mit dem Begriff der endogenen Potenziale verknüpft werden kann. Die eigenständige Regionalentwicklung stützt sich weniger auf Impulse von außen (großräumige, internationale Arbeitsteilung, Spezialisierung), sondern stärker auf die regionseigenen Möglichkeiten, indem sich die Regionen auf ihre endogenen Potenziale besinnen. Die Regionen erarbeiten Entwicklungsstrategien auf der Basis des Bestandes an Faktoren und Potenzialen, die bei Wahrung der kulturellen Identität zu ökonomisch relevanten Innovationen mit auch überregional attraktiven Produkten führen. In der regionalwissenschaftlichen Diskussion werden die Stichwörter "autonom", "endogen", "regional" und "eigenständig" dazu angeführt. Eigenständige Regionalentwicklung wird als umfassendes ökonomisches, politisches und sozio-kulturelles Alternativkonzept zum Kapitaltransferansatz der traditionellen Regionalpolitik gedeutet. Eine Verbesserung regionaler Wirtschaftskreisläufe durch intraregionale Leistungsverflechtungen und die kleinräumliche Integration der Ökonomie, Eigenproduktion, die Verwertung regionsinterner Ressourcen und die Substitution von Importen, die Verdichtung und Vernetzung regionaler Nachfrage- und Angebotskapazitäten zur Verminderung von Kaufkraft- und

Kapitalabflüssen und die Kooperationsvertiefung zwischen regionalen Betrieben. Gegen Ende der 1970er Jahre tauchte der Begriff der endogenen Entwicklung auf, wo er in der regionalen Strukturpolitik der Alpenländer verwendet wurde, um regionsinterne Möglichkeiten zu kennzeichnen, die ökonomische und soziale Entwicklung dieser Regionen voranzutreiben (vgl. Hartke 1995: 219). Spätestens Ende der 1980er Jahre wurde der sehr eingeschränkte Begriff des endogenen Potenzials aber durch einen weitaus offeneren ersetzt. Aus der im Prinzip nur sehr ungenau zu bestimmenden Zielgröße "Potenzial" erwachsen selbstverständlich auch Probleme der empirischen Fassbarkeit. Es existieren unterschiedliche Möglichkeiten, das Potenzial einer Region nutzbar zu machen und Entwicklungsstrategien regionalen Ausmaßes zu entwerfen.

Zu den Zielsetzungen einer endogenen Regionalentwicklung zählen trotz aller vordergründig ökonomischen Ziele grundsätzlich auch sozio-kulturelle Ziele. Unabhängig davon, ob dem Entwicklungsversuch funktionale oder außerfunktionale Motive zugrunde liegen. CRAMER VON LAUE (1997) zählt neben der Regionalkultur und den regionalen Traditionen auch die regionale Identität zu den sozio-kulturellen Zielsetzungen. Dies lege den Verdacht nahe, dass regionale Identitäten "machbar" seien.

3.1.4 Regionalpolitik der Europäischen Union

Die bisherige Regionalpolitik der Europäischen Union, "(...) *die traditionelle soziale Regelungsmuster sowie kulturelle Ausdrucksformen durch moderne, in den Zentren definierte Verhaltensmuster ersetzt und damit zur Desintegration benachteiligter Regionen beitrug*" (Tönnies 1999: 10), steht heute nicht mehr völlig im Gegensatz zur eigenständigen Regionalentwicklung, die in sozio-kultureller Dimension auf umfassende Demokratisierungs- und Partizipationsprozesse ausgerichtet ist. Die wichtigsten Charakteristika der Regionalpolitik der Europäischen Union sind beispielsweise seit den 1990er Jahren geprägt durch folgende Kennzeichen:

- die Politik räumt der Innovationsförderung Priorität ein, nicht nur der Forschung und der Technologie. Die Betonung liegt auf der "Wirtschaftsentwicklungspolitik",
- anstelle des Ausbaus physischer Infrastruktur für Forschung und Technologie (F&E) konzentriert sich die neue Regionalpolitik auf eine institutionelle Unterstützung zur Schaffung innovativer Milieus. Die Entwicklung der organisatorischen Grundlagen der regionalen Produktionsstruktur steht im Mittelpunkt,
- die neue Politik fördert regionsübergreifende Technologietransfers anstatt sich auf die heimische Forschung zu konzentrieren. Hier wird auf den Wissenstransfer von starken europäischen Regionen in schwache Regionen gesetzt,
- die neue Regionalpolitik passt sich den regionalen Erfordernissen nach dem Subsidiaritätsprinzip an. Die Zielsetzung ist die Förderung interdisziplinärer "Bottom-up"-Verfahren,
- die Integration der Regionalpolitik in andere Vorhaben verknüpft mit anderen institutionellen, technologischen und strategischen Maßnahmen und

- die Politik beruht auf den Grundsätzen von Kooperation und Wettbewerb zwischen Regionen und Unternehmen, die Raum für eine innovationsorientierte Politik liefern sollen (vgl. Musyk 1999: 23ff.).

Die Generaldirektion Regionalpolitik der Europäischen Kommission spielt eine große Rolle bei der Einführung neuer Formen innovativer Regionalpolitik. Die Strukturfonds der Europäischen Union bieten vielfältige Möglichkeiten, dass auch die Förderung weicher Standortfaktoren eine bedeutendere Stellung für die Regionalentwicklung einnehmen kann, beispielsweise durch die Förderung innovationsunterstützender Dienste durch Transferbüros. Die neuen Programme zeigen zudem ein vielmals höheres Verständnis innovationsfördernder Ansätze, insbesondere betonen sie die Rolle von Organisationen und Institutionen für die Förderung von Innovationen (vgl. Morgan / Nauwelaers 1999).

COOKE / MORGAN (1998:3) charakterisieren die Innovationspolitik der Europäischen Union in strukturschwachen Regionen wie folgt: *"If innovation is understood in the narrow sense, to mean the generation of new technologies or the ability to launch radical product innovations for example, then less-favoured regions are clearly not innovative because they do not have the competence to do such things,(...). However, if innovation is understood in a broader sense, to include new methods of working in the factory, better and more effective networking relationships between firms in the supply chain, more dynamic synergies between public and private sectors and so forth, then it is not all fanciful to speak of innovation in less-favoured regions."*

Die traditionelle Regionalpolitik der Europäischen Union widmete sich noch verstärkt dem Aufbau der baulichen Infrastruktur, der neue Akzent hingegen strahlt in die Richtung der Förderung des "Social Capital": *"That is, a relational infrastructure for collective action based upon truth, reciprocity and the disposition to collaborate for mutually beneficial ends, the so called 'intangible factors' which are deemed to play such an important role in innovation and economic development today"* (Storper 1997: 4).

3.2 Regionalentwicklung durch Kultur

3.2.1 Kultur und regionale Identität

In Zeiten von Globalisierung und Transformation wächst das Bedürfnis der Menschen, sich mit ihrer Gemeinde oder einer Gruppe zu identifizieren. *"Identity discourses are very popular in Europe and actors in various regions try to promote the "identity" of their regions. Identity is also supposed to play a very important role in political mobilization and regionalism"* (Paasi 2002:19). Kleinere Bewegungen für eine eigenständige und endogene Regionalentwicklung Ende der 1980er Jahre schlugen Anfang der 1990er Jahre in eine "Wiederkehr des Regionalen" um.

Regionale Identität umfasst im anglophonen Sprachraum auch den Begriff des "Sense of Place" (vgl. Massey 1995: 45), mit dem ein auf persönliches Erfahrung und Erleben gründendes Zugehörigkeitsgefühl zu einem bestimmten Raum beschrieben wird. Der Begriff "Sense of Place" beschränkt

sich dabei nicht nur auf Orte, sondern kann auch Regionen oder Staaten umfassen. Der Ort wird zur Metapher für eine Stelle, die für ein Individuum eine bestimmte Bedeutung besitzen kann.

In seiner kürzesten Definition (vgl. Bibliographisches Institut 2003) ist eine Identität eine Wesensgleichheit, womit impliziert wird, dass eine Identität nicht für sich alleine stehen kann. Vielmehr muss es heißen, "*etwas ist identisch mit...*". Setzt man die Definition des Begriffes Identität nun in Bezug zum Terminus "Regionale Identität", so kann von dieser letzteren nur die Rede sein, wenn Menschen und Region dem Wesen nach gleich sind. Anders formuliert kann man auch vom "Charakter der Region" sprechen. Indikatoren für eine solche intraregionale Wesensgleichheit sind z.B. der sprachliche Dialekt, bestimmte Siedlungsformen, ein charakteristisches Kulturlandschaftsbild oder auch eine den Menschen der Region zugeschriebene Mentalität sein (vgl. Rohrbach 1999: 12). In diesem Sinne kann beispielsweise der Pragmatismus und die Bodenständigkeit der Ruhrgebietsbevölkerung Ausdruck regionaler Identität sein.

Regionale Identität wird oft auch als Regionalbewusstsein bezeichnet (vgl. Blotevogel 1987). Welche Bedingungen und Folgen hat eine existierende oder fehlende räumliche Identität? Eine mangelnde Identität wird direkt mit der wirtschaftlichen und sozialen räumlichen Entwicklung verbunden. Umgekehrt kann auch daraus geschlossen werden, dass bestimmte räumliche Situationen die Identität gefährden und damit die Bindung an und die Verantwortung für den Raum. IPSEN (1997: 18) definiert Identität als personalen Begriff, der nicht für Räume oder Systeme genutzt werden sollte: "*Ein Raum hat keine Identität, wie er auch keine Persönlichkeit hat.*" Hingegen bestehen allerdings Beziehungen zwischen dem Raum und den handelnden Menschen. Die Differenzierung der räumlichen von den menschlichen Eigenschaften lässt jedoch erst eine Analyse der Beziehungen zu. IPSEN formuliert vier Thesen, an denen er der Frage nachgeht, welche Bedeutung der Raum für die Herausbildung oder Behinderung der Identität von Personen und wie sich umgekehrt die Identitätsprozesse von Menschen auf die soziale Konstruktion eines Raumes auswirken:

- die Identitätsbildung und Identitätsverluste als Ergebnisse kommunikativer Prozesse,
- bei räumlicher Identität wird der "eigene" Raum immer auf andere Räumen bezogen,
- Identität als Teilhabe an der kulturellen Bedeutung des Raumes,
- Raumbilder als synthetisierte Makrokonzepte der Modernisierung und individueller Identität (vgl. Ipsen 1997).

Ausführlicher gehe ich hier auf die beiden letzten Thesen ein. In der dritten These "Identität als Teilhabe an der kulturellen Bedeutung des Raumes" wird der konkrete Raum mit dem ortsgebundenen Netz an Interaktion und Kommunikation verknüpft. Die Kommunikation findet nicht nur in einem Raum statt, sie ist auch auf ihn bezogen. Dadurch wird nach IPSEN (1997) der Raum in seiner kulturellen Dimension produziert und als soziale Tatsache präsent. Die Kultur eines Raumes kann die Sprache, der Sprachklang und auch kulturellen Institutionen umfassen. Diese reichen vom Sportverein bis zum Theater. Kultur, die auf einen Raum bezogen ist, meint nach IPSEN (1997) Bedeutungen, die einem Raum eigen sind. Die Verbindung zwischen der Identität von Personen und der räumlichen Bedeutung hängt

also von der Bedeutungskraft eines Raumes ab. Bedeutungsleere Räume haben keinen eigenen Namen, sind von außen nicht erfahrbar und ihre Geschichtlichkeit schlägt sich nicht in gemeinsamen Erfahrungen und Symbolen nieder. Hingegen reichen die Wirkungen in bedeutungsstarken Räumen über deren eigentlichen Raumgrenzen hinaus.

Die Identität ist zum anderen dadurch bestimmt, wie die Einstellung der Menschen zu der Bedeutung des Raumes ist. Diese kann generell bei einer Ablehnung negativ und bei einer Zustimmung positiv sein. Die kulturelle Bedeutung eines Raumes wird zudem nach IPSEN (1997) sehr stark durch die Stellung des Raumes im Modernisierungsprozess bestimmt. Für die Analyse dieser Prozesse bedarf es der Konzeption von Raumbildern, die in der vierten These angesprochen sind.

In der vierten These von IPSEN (1997), "*Raumbilder als synthetisierte Makrokonzepte der Modernisierung und individueller Identität*", steht die Konzeption der Raumbilder im Mittelpunkt. Abgeleitet wird der Begriff des Raumbildes von dem eines Bildes, in dem sich das Gegenständliche der symbolischen Darstellung mit dem vorgestellten Gegenstand zu einer individuell unterschiedlichen Bedeutung verbindet. Beziehungen bündeln sich in Bildern, zwischen dem Dargestellten und dem Objekt, zwischen Historie und Gegenwart. Die Zusammenstellung von Gegenständen in einem Raum verdichtet sich zu Bildern, die interpretierbar und bewertbar werden. Damit ist es möglich, sich einen Begriff von einem Raum zu machen. "*Ohne Raumbilder zu haben, könnten wir uns gar nicht bewegen*" (Ipsen 1997: 23).

Raum kann niemals von seiner Historie und Kultur getrennt sein, nach LÄPPLE (1990) keinen Behälter darstellen, der je nach Bedarf gefüllt wird. Eine Raumbildanalyse dient dazu, regionale und zeitliche Unterschiede des Entwicklungsmodus und der Entwicklungsgeschwindigkeit darzustellen und zu analysieren. Lokale oder regionale Milieus können als kollektive Eigenschaften einer Region wirksam werden und eine Beziehung zwischen bestimmten Eigenschaften der Raumentwicklung und der Identität herzustellen (vgl. Ipsen 1997). Allerdings weist FÜRST darauf hin, dass sich Identität nicht mehr nur auf einen Raum oder eine Gemeinschaft beziehe, sondern die gemeinsame Aufgabe und Thematik im Vordergrund stehe. Gemeinschaft werde in großem Maße nur noch projektspezifisch geschaffen. Die Erfordernisse an den "flexiblen Menschen" (Richard Sennett) und die Auflösung von Regelsystemen fördere die Zerbrechlichkeit netzwerkartiger Zusammenschlüsse. Kennzeichnend ist nach FÜRST (2001 B: 54) in der Regionalwissenschaft das Konzept der Regional Governance: "*(...) hier interessiert nicht mehr eine mystifizierte Regions-Identität, sondern allein die Organisation und Koordination kollektiven Handelns. (...)basiert regional governance auf intrinsischer Steuerung der beteiligten Akteure und wird folglich mit Internalisierungsstrategien verbunden. Dazu gehören Inszenierungen von gemeinsamem Handeln, die Wiederbelebung gemeinsamer Traditionen etc.*"

Die sog. intrinsische Steuerung (d.h. Steuerung über die Selbstmotivation und Selbstdisziplin) steht neben den solidarischen Selbsthilfekräften und den dezentralen Selbststeuerungsmechanismen, die in ihrer Gesamtheit die Steuerungsfähigkeit moderner Gesellschaften wiederbeleben sollte (vgl.

Giddens 1998). Regional Governance ist der Ausdruck dieses europaweit paradigmatischen Wandels der Steuerung (vgl. Fürst 2001 B). Eine Region kann Vermittlerfunktion besitzen, wenn der gemeinsame Regionsbezug mehr Gemeinsamkeiten schafft und wenn regionale kulturelle Spezifika und Traditionen die Innovationsfähigkeit und Anpassungsfähigkeit durch gemeinsames Denken (mit)prägen (vgl. Miegel 1991). FÜRST (2001 A) unterscheidet im weiteren drei Akteursgruppen, die jeweils verschiedenen Handlungslogiken folgen:

- Politiker und Verwaltungsleute, denen lokale Identität wichtiger ist als regionale Identität, weil die Region in Deutschland politisch nicht verfasst ist,
- Wirtschaftsakteure, die gewinnsteuernd und marktorientiert steuern und sich in der regionalen Kooperation zurückhalten und
- drittens der Dritte Sektor, der nicht territorial gebunden ist, sich von Ideen und sozio-emotionalen Bindungen leiten lässt.

Daraus leitet FÜRST (2001 A) ab, dass der räumliche Bezug für Akteure irrelevanter, der funktionale Bezug aber immer bedeutsamer wird. Dies verringert besonders die Gestaltungsmöglichkeiten derjenigen, die räumlich gebunden sind, vor allem Bürger und Politiker.

FÜRST (2001 A: 59) unterscheidet zwischen Identifizierung und Identität. Identität ist verbunden mit gemeinschaftlicher Abgrenzung, ein Ausdruck von Selbstdeutung, der räumliche, sachliche, soziale oder institutionelle Bezüge besitzen kann. Identifizierung hingegen reduziert sich wesentlich auf Personen, Ideen und Institutionen. Identifizierung in dem Fall, wenn die Entscheidung für etwas gefallen ist. Die Identifizierung mit gemeinschaftlichen Leistungen ist heute vielfach zur Mangelware verkommen. Nimmt Regionalidentität folglich heute eine wesentlich geringere Rolle ein als die Identifizierung mit themenspezifischem kollektivem Handeln?

Die innovationsorientierte Regionalentwicklung wird von dem Spannungsverhältnis Identifizierung versus Identität beeinflusst. Wiederum FÜRST (2001 A) unterscheidet hier zwei Denkrichtungen, zum einen die Vertreter der Diskussion um die Lernende Region, die auf Identität setzen, weil das Sozialkapital und das territoriale "Networking" wichtige Bestandteile sind. Das Konzept der Lernenden Region wurde von FLORIDA (1996), MORGAN (1997) und HASSINK (1998) zusammenfassend dargestellt. Dem gegenüber stehen evolutionstheoretische Konzepte, die auf identifikationsbezogene Entwicklungen setzen. GRABHER (2001) hat am Beispiel der Werbeviertel in London deutlich machen können, dass evolutionistische Entwicklungen von Regionen heterarchisch organisiert sind. Unterschiedliche rivalisierende Cluster an Akteuren treten zwar auf, jedoch existieren ausreichende Gemeinsamkeiten und Identifikationsmöglichkeiten über gemeinsame Projekte.

3.2.2 Kultur und regionale Nachhaltigkeit

Der Begriff der Nachhaltigen Entwicklung hat seit der Umweltkonferenz in Rio de Janeiro im Jahr 1992 Konjunktur. So wie der Begriff der Nachhaltigkeit heute verstanden wird, umfasst er nicht nur ökologische, sondern auch eine ökonomische und soziale / politische Dimension. Diese drei Bereiche sollen im Rahmen von Einzelprojekten integriert werden, um so dem Ziel einer nachhaltigen Raumentwicklung näher zu kommen. In größeren Stoffkreisläufen kann Nachhaltigkeit nur schwer erreicht werden, da die Zahl geschlossener Stoffkreisläufe mit der Größe der Region zunehmen würde. Es ist aber gerade ein Ziel einer nachhaltigen Entwicklung, möglichst viele geschlossene Stoff- und Wertschöpfungskreisläufe in den Regionen zu schaffen. Nachhaltigkeit leitet sich nicht nur aus den drei Komponenten Ökologie, Ökonomie und Soziales / Politik ab, da auch die sozio-kulturelle Ebene von großer Bedeutung ist. Wichtig ist die Erkenntnis, dass auch die heutige Umwelt als Kulturlandschaft aus den vergangenen und aktuellen raumbezogenen Handlungen der Gesellschaft resultiert. Nachhaltigkeit erhält dadurch eine Dimension, die das gesellschaftliche (Problem)-bewusstsein in den Vordergrund stellt. WOLF (1998) baut auf dieser Basis einen aus drei Komponenten bestehenden Ablaufprozess auf, von dem er sich erhofft, dass das gesellschaftliche Bewusstsein (Summe der Individuen der Gemeinschaft) für ein Ziel "Nachhaltigkeit" geschärft wird:

- Die Herstellung oder die Bewußtwerdung regionaler Identität,
- die Bewußtmachung der Diskrepanz zu bzw. die Ausrichtung von Lebensstilen auf eine nachhaltige Raumentwicklung und
- eine konvertierende, sich auf regionales Bewusstsein einstellende und nachhaltige Lebensstile befördernde Verwaltung.

Welchen Beitrag liefert die Kultur für eine nachhaltige Regionalentwicklung? Kultur ist ein wichtiges Element städtischer und regionaler Politik. Die Europäische Kommission beispielsweise hat die Rolle der Kultur für Städte und Regionen wie folgt definiert: "(...) *strengthen or restore the role of Europe's cities as places of social and cultural integration, as sources of economic prosperity and sustainable development, and as the bases of democracy.*" (Europäische Kommission 1997: 23). Die Integration von Menschen unterschiedlicher ethnischer Herkunft liegt den Institutionen der Europäischen Union ebenso am Herzen wie der Schutz des kulturellen Erbes, die Förderung der lokalen Kultur und der Rolle der Kultur als "Wachstumsmotor" in Europa. In diesem Zusammenhang finden auch auf der Ebene der Europäischen Union Diskussionen um eine stärkere Integration der Kulturwirtschaft in regionale Entwicklungskonzepte statt (vgl. Europäische Kommission 1996, 1998 A, B, C und Ausschuß der Regionen 1995, 1997 A, B).

Doch Kultur ist immer auch kontextabhängig in seiner Interpretation. Die Rolle der Kultur für die Regionalentwicklung bedarf daher einer eindeutigen Diskussion, um Missverständnisse zu vermeiden. Wie ist eine nachhaltige kulturelle Entwicklung zu verstehen? Viele kulturelle Aspekte sollen auch für zukünftige Generationen erhalten bleiben, seien es die Demokratie, das kulturelle Erbe, die Künste oder allgemein das öffentliche Leben. Die Sicherung der kulturellen Werte für die Zukunft bezieht sich im nachhaltigen Sinne insbesondere auf das gebaute kulturelle Erbe und die Entwicklung von neuen "*Shared Values*" (vgl. Nyström 1999: 13). Die zeitgenössische euro-

päische Kultur fußt auf der gemeinsamen europäischen Geschichte - einschließlich ihrer Kunst, Architektur, Musik, Theater oder Literatur. Es existiert ein europäischer Lebensstil sowohl im privaten als auch im öffentlichen Raum. Das Modell der Europäischen Stadt, entstanden in der Antike in den Mittelmeerländern und fortgeführt im Mittelalter in anderen Ländern besitzt große Bedeutung und kann auch als ein Potenzial für zukünftige Entwicklungsstrategien interpretiert werden. "*The form and image of the traditional European city may even be viewed as being part of Europe's most important cultural heritage, on par with the great classical monuments*" (Nyström 1999:13).

Was umfasst städtische und regionale nachhaltige Kultur? NYSTRÖM (1999: 13f.) nennt folgende Faktoren:

- Das kulturelle Erbe der Städte und Regionen und ihre geschichtlichen Codes, die suburbanen Gartenstädte und Nachbarschaften und die zeitgenössische Architektur,
- die kulturellen Praktiken der Menschen in den Städten und Regionen, die Lebensstile auf der Arbeit und zuhause, die Konsummuster und Familientraditionen, die Beteiligung am öffentlichen Leben in Organisationen und der Politik und
- der kulturelle Ausdruck der Individuen und Gesellschaften, sei es in der Kunst, Musik, Theater, Film, Design und dem Kunsthandwerk, aber ebenso in Festivals und sportlichen Events. Die verschiedenen Aspekte kulturellen Ausdrucks umfassen sowohl die Erzeugung als auch den Konsum von Kultur wie Hoch- und Soziokultur (vgl. Nyström 1999; 13-14).

"Much cultural consumption takes place in public, thus the increasing privatisation of lifestyles - when people prefer to stay at home or do not dare to go out - becomes an important threat to the vitality of cultural life. Cultural expression is enhanced by good working conditions, inspiring environments, diversity of impressions and crosscultural exposure. (...) A variety of types of performance spaces is needed, from large museums and concert halls to small basement clubs" (Nyström 1999: 14).

Veränderte gesellschaftliche Rahmenbedingungen - kleinere Haushalte, zunehmende Frauenerwerbstätigkeit, höhere Bildungsraten - führen dazu, dass ein größeres Interesse an kulturellem Konsum und kulturellem städtischen Leben aufkommt: der Besuch der Stadtzentren, Gallerien und Museen, städtischer Parks oder Festivals. Eine nachhaltige regionale Entwicklung unterstützt auch die nachhaltige kulturelle Entwicklung durch den Schutz des kulturellen Erbes, die Unterstützung bei der Wiedernutzung und Neunutzung von Brachflächen und Gebäuden (vgl. Bradtke / Löwer 1999, 2000), die Verbesserung des öffentlichen Raumes und der kulturellen Interaktionen. "*Working for the protection of the environment means also working for the enhancement of culture.(...) It is obvious that the enhancement of urban culture is at the same time a step towards urban environmental sustainability.(...) Sustainable environmental development cannot be achieved without a sustainable cultural development"* (Nyström 1999: 18). Andererseits ist eine nachhaltige kulturelle Entwicklung eng verbunden mit ökologischer Nachhaltigkeit: die individuelle Präferenz bei der Standortwahl für eine Wohnung, die in einem dichteren, kulturell reicheren und diversifizierteren Stadtviertel liegt, schützt die Umwelt z.B. durch eine ver-

minderte Belastung durch den motorisierten Individualverkehr. Seit dem Beginn der 1980er Jahre fördern Städte und Regionen die Kunst, Medien und Kultur strategisch zur ökonomischen Entwicklung und Arbeitsplatzbeschaffung, zur Imageverbesserung, Besucherattraktivierung und städtischen Revitalisierung. In Großbritannien setzte die Studie von MYERSCOUGH (1988) über das ökonomische Potenzial der Kunst in Großbritannien erste Maßstäbe, in deren Folge kulturelle Strategien verstärkt gefördert und die Argumentationsketten erleichtert wurden.

In einer Studie für Bath City hat BODDY (1993:28-29) positive Effekte kultureller Entwicklungsstrategien aufgezählt:

- *“contributing to economic growth by boosting demand, wealth creation and business development;*
- *improving facilities and enhancing the quality of life of local residents, increasing levels of consumption and appreciation of the arts and culture and enriching 'urban life';*
- *employment creation both direct and through secondary effects due to increased spending power and local purchasing;*
- *providing a means of linking localities into the post-industrial, high technology and service based economy;*
- *spin-off-effects in other sectors, particularly hotels and catering, retailing and purchase of local services;*
- *opportunities for new training initiatives linked to the expanding sector;*
- *physical redevelopment and creative adaption of buildings, neighbourhoods and central urban areas;*
- *contributing to the regeneration of regional identity and the role of national and regional capitals;*
- *improving the image of the city and region, restoring civic pride and civic identity;*
- *promoting the use of city centres and public space over longer time periods including notions of the '24 hour city';*
- *increasing the attractiveness of the locality for key economic elites, decision-makers and specialist labour thereby promoting inward investment;*
- *attracting increased volumes of tourism and tourist expenditure to the locality;*
- *securing higher value-added and longer stay sectors of the tourism market, including trade, conference and festival events;*
- *utilising cultural developments to advance policies encouraging the involvement of young and the disadvantaged in cities.”*

Kreative Brücken zwischen Kultur und nachhaltiger Stadt- und Regionalentwicklung fördern das Leben in der Innenstadt, den öffentlichen Stolz und eine hohe Qualität der gebauten Umwelt (vgl. Bianchini 1993 A, B, 1999: 35). Gleichzeitig mit der Förderung der kulturellen strategischen Ansätze haben britische Städte die Lokale Agenda 21 entdeckt. Berücksichtigt die Agenda 21 auch in ausreichendem Maße die Kultur? BODDY (1993: 32) vertritt die Ansicht, *“(...) the links between cultural development and sustainability in cities need to be forged more strongly.”*

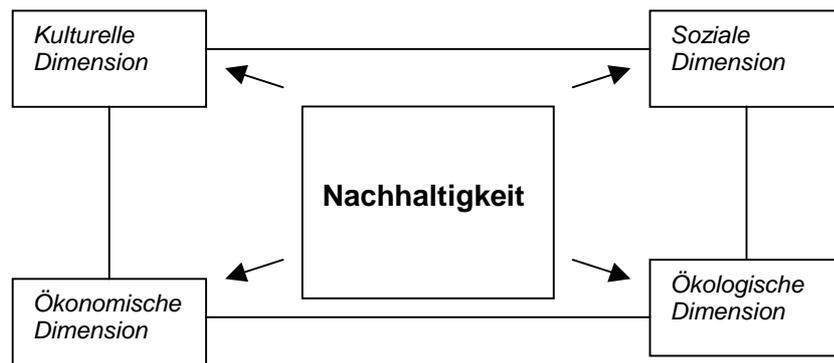
Welche Ansätze bestehen, um eine höhere Integration von Umwelt und Kultur im Sinne einer nachhaltigen Entwicklung zu erreichen? Auch hier argumentiert BODDY (1993: 32):

- *"Integrated urban management and governance need to be pursued, operationalised and include cultural development,*
- *holistic goals for city life need to be considered that include the quality of everyday life, the design of public and private domain and feeling of conviviality,*
- *diversity in terms of ways of life and cultural expression needs to be valued and celebrated; and finally, planning and design (redesign) of the city needs to focus on city centres, the inner city, suburban centres, peripheral suburbs and estates, 'out of town' developments and communication corridors in an approach that is based on sustainable principles sensitive to these different settings and the urban functions they perform and including culture in all its meanings as an integral and essential component."*

Die Bedeutung und Funktion von Kultur für eine nachhaltige regionale Entwicklung ist heute in der wissenschaftlichen Diskussion deutlicher ablesbarer, als dies noch vor Jahren der Fall war. Die Mitte der 1990er Jahre in Istanbul stattfindende Habitat-Konferenz zeigt in ihren beiden Dokumenten Habitat Agenda und Istanbul Declaration ebenso die Rolle der Kultur für eine "gute" städtische und regionale Entwicklung auf, wie dies auch in Erklärungen zur Agenda 21 der Fall ist. Insbesondere das kulturelle Erbe in seinen lokalen und regionalen Auswirkungen wird sehr deutlich hervorgehoben (vgl. Ulvskog 1999: 53ff.). SYDHOFF (1999: 57) ergänzt hier, dass auch die Rolle der europäischen Kulturhauptstädte für die Diskussion um eine nachhaltige Stadt sehr bedeutend sei: *"With the risk of being blamed for viewing culture primarily as an instrument, all of the Cultural Capital cities have presented numbers and experiences which clearly show that culture in its different forms create a positive force in renewing the urban development."*

Kultur kann die treibende Kraft sein, die Menschen in ihren lokalen und regionalen Ansichten und Sichtweisen beeinflusst, auch um sie an bisher unbekannte, versteckte Orte wie ehemals industrielle Brachflächen zu locken (siehe auch Bradtke / Löwer 1999, 2000). Nachhaltigkeit ist immer auch in zeitlichen Dimensionen zu verstehen (vgl. Bildungswerk der Katholischen Arbeitnehmerbewegung Trier 1996). Wie lange kann eine kulturelle Attraktion attraktiv sein? Wie oft dient eine "kulturelle Eroberung" als Einstieg und Katalysator in die lokale und regionale Erneuerung von Quartieren? Künstler sind wichtige Akteure, die den lokalen und regionalen Wandel mit einleiten können: *"Lifestyle means more than security, and the number of creative low-income people who will be required to recycle and transform neglected areas of the city may grow very fast"* (Sydhoff 1999:58). Der Nachhaltigkeitsbegriff zeichnet sich grundsätzlich durch eine Mehrdimensionalität ökologischer, ökonomischer, sozialer und kultureller Dimensionen sowie damit korrespondierender Teilziele aus (siehe die Abbildung 15). Europa ist einer der vielgestaltigsten Erdteile der Welt, dessen kulturelle Vielfalt, Dezentralität und regionale Identität als zentrale Potenziale nachhaltiger Entwicklung zu bewahren sind (vgl. Europäische Kommission 1997, 1998 C). Gleichzeitig spricht hierfür die Überlegung, dass nur auf Grundlage einer Vielfalt der Lebens-, Denk- und Verhaltensweisen die Entfaltung der kulturellen Kreativitätspotenziale möglich ist, durch die alternative Zukunftsentwürfe offengehalten und somit eine Nachhaltige Entwicklung auch ermöglicht werden kann (vgl. Tönnies 1999: 11).

Abbildung 15: Nachhaltigkeitsviereck der Raumentwicklung



Kulturelle Dimension

- Beachtung kultureller Eigenart
- Regionale Identität
- Wahrung der kulturellen Vielfalt

Soziale Dimension

- Wertewandel
- Inter- und intragenerative Gerechtigkeit
- Suffizienz
- Erweiterung des Wohlfahrtsbegriffs auf qualitative Aspekte wie Gesundheit, Umweltqualität, Schönheit der Landschaft, soziale Gerechtigkeit

Ökonomische Dimension

- Ressourcenschonung
- Effizienzsteigerung
- Suffizienz
- Abkoppelung des wirtschaftl. Wachstums vom Ressourcenverbrauch
- Substitution
- Stoff- und Energiebilanzen

Ökologische Dimension

- Erhalt der Funktions- und Leistungsfähigkeit des Naturhaushaltes
- Orientierung an der Tragekapazität der Umwelt
- Ressourcenschonung
- Nachhaltige Nutzung erneuerbarer Ressourcen

Quelle: eigene Darstellung in Anlehnung an Tönnies 1998:13

Die kulturellen Spezifika und die geschichtliche Entwicklung eines Raumes bieten Ansatzpunkte für Strategien einer Nachhaltigen Entwicklung. Es überrascht, dass die kulturelle Dimension der Nachhaltigkeit in der wissenschaftlichen Diskussion deutlich im Hintergrund der Diskussionen steht.

3.3 Fazit

Regionale Entwicklungsprozesse werden wesentlich über die Selbstmotivation und die Selbstbindung der relevanten Akteure gesteuert. Die *Identität* mit einer Region kann diese zwar begünstigen, entscheidend sind aber die Faktoren, die zur themen- und prozessbezogenen *Identifikation* beisteuern. Ideen und Visionen sind bei allen Neuerungen von Wichtigkeit. Diese stützen sich zum Teil auf Erneuerungsdiskurse, die jeweils auf identifikatorischem Potenzial basieren. Wenn die Akteure sich mit den Ideen und Visionen nicht identifizieren, nützen sie niemand etwas (vgl. FÜRST 2001 A: 63).

Regionale Identität kann weder geschaffen noch gefordert werden. Es können aber Möglichkeiten angestoßen werden, Anreize zu regionalen Aktivitäten zu geben, die die regionalen Kenntnisse vertiefen und Orten symbolische Bedeutung verleihen. KNIELING (1994) bezeichnet regionale Identitäten als "motivationale Komponente", die in der Regionalentwicklung vor allem in der regionalen Selbsthilfe von Bedeutung sei. Regionale Identitäten können auch so verstanden werden, dass sie die Menschen einer Region dazu bewegen, sich für ihre Region einzusetzen. Regionale Identität kann nur sinnvoll in partizipative Ansätze der Regionalentwicklung eingebunden werden, dessen Ziel es sein sollte, eine Region so zu fördern, dass möglichst viele Menschen ein Identitätsgefühl mit der Region ausbilden und sich heimisch fühlen (vgl. zum Image und Selbstverständnis im Ruhrgebiet PROSSEK 1999 und HELBRECHT et al 1991).

4

Kulturwirtschaft

Die Transformationsprozesse in Städten und Regionen tragen zur wachsenden Bedeutung des Austausches von Informationen und Wissen, aber auch von Symbolen und Image bei. LASH / URRY (1994) haben diese als "*Economies of Signs and Space*" charakterisiert. Die hohe Bedeutung der Schaffung von Wissen in einem Raum und "*Flows of Information*" (Castells 1996) in den imageproduzierenden Industrien (Scott 2000) fördern, dass Kulturprodukte einen zunehmend größer werdenden Anteil in der modernen kapitalistischen Produktion ausmachen. SCOTT (2000) sieht die modernen Weltstädte des Kapitalismus als hoch kreative "Kulturgeneratoren". New York, Los Angeles, London, Paris oder Tokyo erlangen ihre hohe Bedeutung durch die differenzierten und diversifizierten ökonomischen Funktionen und hohen internen sozialen Beziehungen.

Kultur ist ein bedeutender Einflussfaktor für die Stadt- und Regionalentwicklung (vgl. BBR 2002). In Regionen wird Kultur erzeugt, ausgetauscht und wahrgenommen. HALL (1998) zeigt in "*Cities in Civilization*" in historischer und geographischer Detailfülle, dass Städte und Stadtregionen immer schon eine privilegierte Rolle als Zentren kultureller und ökonomischer Aktivität gespielt haben. Was sind die Faktoren und Gründe? Und was ist Kultur?

4.1 Kultur

Eine wissenschaftlich konsensfähige Festlegung von "Kultur" ist nach DANGSCHAT (1992: 127ff.) nicht möglich. Weitere Autoren weisen auf die Unmöglichkeit einer einzigen Definitionsfindung hin, da es "(...) *mindestens 300 verschiedene "objektive" Definitionen für 'Kultur' gibt*" (Fohrbeck / Wiesand 1989: 11). Kultur kann viele verschiedene Dinge umfassen. Im Rahmen dieser Arbeit wird auf eine ausführliche Diskussion mit dem Begriff "Kultur" verzichtet, zumal in den beiden Untersuchungsregionen, in Deutschland und in Großbritannien, unterschiedliche Sichtweisen existieren. Ganz allgemein umfasst Kultur geistige Werte, Gestaltungsregeln und Sprachregeln. Kultur ist ein sehr breit angelegter Begriff, der je nach Generation oder Sozialisation unterschiedlich bestimmt wird. LUGER (1994) definiert Kultur als Symbiose von Eindrücken aus unterschiedlichen Lebensbereichen und setzt damit die Fähigkeit der Menschen voraus, ihren Alltag reflexiv wahrzunehmen.

Kultur beschreibt die Art und Weise, wie Menschen in ihrer Freizeit, Arbeitswelt und ihrem Wohnumfeld Beziehungen zu anderen Menschen gestalten. Sie ist ein sich ständig verändernder Lebenszusammenhang und Ausdruck aller Lebensformen und sozialen Schichten. Kultur ist wichtiger Bestandteil urbanen Lebens. Urbanität versteht sich als Vorhandensein eines breiten Spektrums von Lebensstilen und dem Bereitstellen einer Vielfalt von Freizeiteinrichtungen (vgl. Häußermann / Siebel 1987).

4.1.1 Kultur in der Erlebnisgesellschaft

SCOTT (2000: IX) weist deutlich darauf hin, dass die heutige Konsumkultur immer auch mit dem Kapitalismus in Zusammenhang zu sehen ist: "(...) *the culture we consume, both high and low, is to ever increasing degrees produced under capitalist conditions of economic order ...*". Und an anderer Stelle: „*Cultural products of all sorts constitute a constantly increasing share of the output of modern capitalism, and cultural-products sectors represent some of the most dynamic growth industries in the world at the present time.*“ (Scott 2000: X).

Der Kapitalismus sei in eine Phase getreten, in der kulturelle Ausdrucksformen und Ausprägungen eine elementare und kritische Bedeutung für die Produktivität, für die Ökonomie erhielten: "*The culture we consume is to ever greater degree supplied through profit-making institutions in decentralized markets*" (Scott 2000: 2). LASH / URRY (1994) ergänzen, dass eine Vielzahl an wirtschaftlichen Produktionen mit weitgehend ästhetischen oder semiotischen Attributen versehen ist. Ebenso wie der Begriff "Kultur" sehr vielschichtig ist, sind die Güter und Dienstleistungen, die "kulturellen Produkte" (Scott 2000: "Cultural Products"), sehr heterogen in ihrer Zusammensetzung und ihrem Auftreten. Der Konsum "kultureller Produkte" nimmt immer weiter zu, auch bedingt durch den gesellschaftlichen Wandel, der das verfügbare Einkommen vieler hat ansteigen lassen und den Zuwachs an Freizeit in den westeuropäischen Gesellschaften (vgl. Scott 1998, 2000, 2002 B).

Die veränderten gesellschaftlichen und kulturellen Rahmenbedingungen seit den 1980er Jahren haben zu einem Perspektivwechsel beitragen können. Zu diesen Rahmenbedingungen zählen im besonderen die hier aufgeführten:

- ansteigende verfügbare Haushaltseinkommen und ein höherer Ausgabenteil für freizeitbezogene und kulturwirtschaftliche Produkte und Dienstleistungen,
- die Zunahme an individuell frei nutzbarer Zeit,
- die Ausprägung unterschiedlicher kulturell geprägter Lebensstile und der gleichzeitigen Konsumtion szenenbezogener kulturwirtschaftlicher Produkte und Dienstleistungen,
- steigende Designanforderungen anderer Branchen,
- der wachsende Anteil der Werbung und
- vielfache Qualitätsverbesserungen kulturwirtschaftlicher Produkte und Dienstleistungen aufgrund gestiegener Professionalisierung innerhalb der Kulturwirtschaft (vgl. Krätke 2002 A, NIW 2002, Aast / Boogaarts 2002).

Der englischsprachige Begriff "Culture" lässt ebenfalls viele verschiedene Deutungen zu und zählt zu den "(...) *kompliziertesten Worten der englischen Sprache*" (Hutchinson 2000: 123).

„In its broadest sense culture is the integrated pattern of human knowledge, belief and behaviour. Culture thus defined consists of language, ideas, beliefs, customs, taboos, codes, institutions, tools, techniques, works of art, rituals, ceremonies and other related components. (...) In this broad and descriptive sense, culture is something that encompasses all human activi-

ties and evolves with time" (Nyström 1999: 12). SCOTT (2000:31) sieht "Culture" als "(...) *immanent construct whose form and substance are comprehensible only in terms of the wider systems of human relationships with which it is bound up.*"

Kultur findet seine Wirkungsstätten sowohl öffentlich gefördert als auch privat finanziert in Theatern, Musicals, Opern oder Museen und formt die kulturelle Vielfalt in Städten und Regionen. Klare Abgrenzungen zwischen Hochkultur und "kommerzialisierten Ausprägungen" sind wissenschaftlich schwer nachweisbar (vgl. Bradtke / Löwer 1999). Als Maßgabe für die ökonomische Entwicklung einer Region wird das Kulturangebot ebenso von tragender Bedeutung. Die Rolle der Kultur als weicher Standortfaktor ist Ansiedlungsargument für Betriebe, die ausschlaggebende Wirkung auf die Standortentscheidung ist jedoch nicht meßbar (vgl. Prager 1996).

SCOTT (2000) und LASH / URRY (1994) kennzeichnen die heutige Zeit als "(...) *distinctly post-Fordist cultural economy in the advanced capitalist societies*" (Scott 2000: 6), in der der Entwicklung von Mode, Kultur-, und Designprodukten eine große Bedeutung zugemessen wird. Die Informationsintensität nimmt ebenso weiter zu. Aus ökonomischer Sicht ist die Folge auf der Angebotsseite, dass die große Diversität "kultureller Produkte" eine enorme Vielzahl und Unterschiedlichkeit an Produktionen erfordert. Aus der Perspektive der Anbieter gesehen sind vorhersehbare Konsumwünsche der Nachfrager schwer möglich und erfordern eine sehr hohe Flexibilität bei den Produzenten. PIORE und SABEL stellten bereits 1984 heraus: "(...) *firms concentrate on making small and specialized batches of output for tightly defined but constantly changing market segments*" (in Scott 2000: 7) (siehe auch Kapitel 2.3.5).

4.1.2 Kulturelles Kapital und Kulturprodukte

Kulturelle Kompetenz oder "kulturelles Kapital" sind nach BOURDIEU (1983) entscheidend, um die Annahme und das Verständnis kultureller Produkte zu leisten. Die Erziehung und andere Formen der Sozialisation schaffen kulturelle Kompetenz. Die kulturellen Produkte (nach Scott 2000 "*Cultural Products*") besitzen dann einen symbolischen Wert für die Konsumenten.

"Whatever the physio-economic constitution of such products, the sectors that make them are all engaged in the creation of marketable outputs whose competitive qualities depend on the fact that they function at least in part as personal ornaments, modes of social display, forms of entertainment and distraction, or sources of information and self-awareness, i.e. as artifacts whose symbolic value to the consumer is high relative to their practical purposes (...)" (Scott 2000: 3).

HARVEY (1989) setzt in seinem Werk "*The Condition of Postmodernity*" das kulturelle Kapital auch mit dem Raum in Verknüpfung. "*In order to attract investment capital and the spending power of the middle class, regions now differentiate themselves by emphasizing the aesthetic qualities of material commodities and services which represent symbolic capital*" (Richards 1999: 406).

ZUKIN (1991: 28) ergänzt hier, dass Kultur als "Besitz" kulturell gebildeter Menschen und gleichzeitig als allgemeiner Lebensstil interpretiert werden kann. Die räumlichen "Kulturprodukte" sind das physische Ergebnis des kulturellen Kapitals: *"On the supply side, cultural consumption creates employment for a self-conscious critical infrastructure (and lower-level service personnel), and is in turn created by its labor. Cultural consumption contributes to capital accumulation, moreover, by enhancing profits on entrepreneurial investment in production and distribution. And (...) cultural consumption has a positive effect on capital accumulation in real estate development. Cultural goods and services truly constitute real cultural capital - so long as they are integrated as commodities in the market-based circulation of capital"* (Zukin 1991: 260).

Investitionen in kulturelles Kapital sind nicht nur aufgrund der steigenden Kapitalverwertung attraktiv, wie HARVEY (1989) argumentiert, sondern auch aus den folgenden Gründen: *"...the inelasticity of demand for certain cultural goods and services that are now deemed essential, at least by the richest stratum of the population with an increasing share of income"* (Zukin 1991: 266).

SCOTT (2000: 33) argumentiert: *"A major factor binding such collectivities together is the traditions and conventions that invariably come into being in any localized social group that has subsisted over some period of time. As such, they are the repositories of accumulated interpersonal cultural capital connecting generations of workers to one another through time and serving to orchestrate each collectivity's internal and external relations. This capital is maintained and renewed in daily contact both in the workplace and out of it."*

Kulturelles Kapital wird durch eine institutionelle Infrastruktur gefördert, die in allen Agglomerationen der *"Image-producing Industries"* kennzeichnend ist. Ausbildungszentren, Schulen und Trainingsstätten sorgen neben verschiedenen Organisationen, Gewerkschaften, Juristen für die notwendige infrastrukturelle Ausstattung. SCOTT (2000: 33) spricht von einer *"(...) Marshallian industrial atmosphere (...)"*

Investitionen in kulturelles Kapital haben große Auswirkungen auf die Organisation des Raumes, sei es die Transformation von Stadtvierteln durch Gentrifizierung oder die Schaffung von *"Festival Marketplaces"* (Harvey 1989). Die Qualität und der Typ des physischen kulturellen Kapitals erzeugen die Attraktivität eines Ortes für die kulturellen Nachfrager und Konsumenten. *"The presence of real cultural capital will also provide opportunities for the 'new producers' or 'new cultural intermediaries' to develop products for cultural consumption"* (Richards 1999: 407).

Diese neuen kulturellen Unternehmer besitzen ein hohes kulturelles Kapital, aber nur ein geringes verfügbares ökonomisches Kapital für Investitionen. Die neuen innovativen Akteure streben die Verbesserung ihrer ökonomischen Situation an, indem sie das "reale kulturelle Kapital" (d.h. die physische Form des kulturellen Kapitals) einiger Räume produktiv und ertragreich transformieren. Die Entwicklung neuer kultureller Quartiere ist zum großen Teil dadurch erklärbar. Der städtische und regionale Kulturtourismus spielt in diesem Zusammenhang eine große Rolle, wenn die

Qualität und der Typ des "realen kulturellen Kapitals" angeführt werden. Der ökonomische Erfolg, auch von Initiativen wie der Europäischen Kulturhauptstadt, ist in großem Maße davon abhängig, wie hoch das „reale kulturelle Kapital“ in der Region ist (vgl. Richards 1999). Für neue touristische Ziele sei es aus diesen Gründen sehr schwer, neue Märkte zu erschließen.

“In the UK, for example, the failure of 'new' cultural destinations to challenge the dominant position of pre-industrial cultural centres such as London, Oxford and Edinburgh is partly explained by a continuing concentration of tourism investment in these locations. (...) The important advantage that the 'pre-industrial' sites have is the presence of sedimented real cultural capital” (Richards 1999: 411). Lohnt es aus diesen Gründen, für altindustrielle Standorte (kultur-) touristische Konzepte zu erstellen? ASHWORTH (1992) stellt heraus, dass das wesentliche Dilemma die generalisierte kulturelle Kompetenz der globalen Touristen sei. Amerikanische und japanische Touristen besuchen in Europa die historisch wichtigen klassischen Kulturstätten, verfügen aber sehr selten über die Fähigkeit, die unterschiedlichen regionalen und lokalen kulturellen Differenzierungen in Europa zu interpretieren (vgl. Ashworth 1992). Der Tourismus ist ein sehr schnellebiger Markt, auch mit wechselnden Moden. Atmosphäre und Popkultur werden immer wichtiger für die touristischen Standorte. "Neue" Standorte, und seien es in diesem Fall die altindustriellen Regionen, müssen ein Angebot schaffen, welches den Bedarf an "Spaß" und "Lernen" deckt (Erlebnisgesellschaft) und verschiedene klassische und popkulturelle Formen miteinander vermischt. Der Entertainmentbereich könnte diese Funktion in altindustrialisierten Regionen wahrnehmen (siehe auch Kapitel 7). Der wachsende Konkurrenzdruck und die hohe Wettbewerbsfähigkeit des Kulturtourismusmarktes schaffen aber auch finanzielle Probleme in den Regionen, da hohe Finanzmittel durch die öffentliche Hand in neue Events und Attraktionen gesteckt werden. Kurzfristige Effekte stehen den Zielen der Nachhaltigen Entwicklung entgegen, ebenso die Auswirkungen einer Festivalisierungs- oder Kommerzialisierungsstrategie für Regionen.

4.1.3 Europäische Kultur

BIANCHINI (1999) unterscheidet drei Phasen urbaner europäischer Kultur:

- Das Zeitalter der Rekonstruktion von den späten 1940er bis zu den späten 1960er Jahren, in der die Hochkultur in der Fortsetzung der Tradition des 19. Jahrhunderts propagiert wurde. Städtische Kulturpolitik zielte darauf ab, traditionelle kulturelle Infrastrukturen wie Opernhäuser, Museen oder öffentliche Theater zu fördern. Die Sichtweise der Politiker war eine Definition von Kultur "(...) *as a realm separate from, and actively opposed to, the realm of material production and economic activity*" (Garnham 1983: 37), getrennt von anderen Sphären des Lebens und öffentlicher Politiken,
- das Zeitalter der Partizipation von den 1970er Jahren bis zu den frühen 1980er Jahren, welches durch soziale, politische, administrative, technologische und intellektuelle Veränderungen gegenüber den vorangegangenen Jahrzehnten geprägt war: Grassroots-Initiativen und soziale Bewegungen waren neue Bewegungen, die alternative Kulturformen zu Tage förderten. Zusammen mit der Verringerung der allgemeinen Arbeitszeit und der Zunahme des allgemein verfügbaren Einkommens

fürten diese dazu, dass die Politik sich den kulturellen Einrichtungen verstärkt widmete. Hoch- und Soziokultur wurden nun weniger getrennt interpretiert. Kulturwirtschaftliche Experimente finden in vielen Städten (Hamburg, London, Bologna) in der Form statt, dass benachteiligte gesellschaftliche Gruppen (z.B. arbeitslose ausländische Jugendliche) verstärkt in den lokalen kulturellen Arbeitsmarkt integriert werden sollen über spezielle Ausbildungs- und Weiterbildungsangebote (vgl. Bianchini / Bloomfield 1996) und

- schließlich das Zeitalter des Citymarketings von den 1980ern bis heute, welches durch einen klaren Wechsel weg von soziokulturellen hin zu stärker ökonomischen Entwicklungen geprägt ist. "*Cultural policies were increasingly seen as valuable tools to diversify the local economic base and to compensate for jobs lost in traditional industrial and services sectors*" (Bianchini 1999:39).

4.2 Kultur, Ökonomie, Raum

Kultur, Raum und Ökonomie sind auf verschiedenen Ebenen unterschiedlich stark miteinander verflochten. Raum und Kultur bilden daher eine Einheit, da ein Ort immer auch in seiner Funktion für menschliche Beziehungen und Kommunikationen zu verstehen ist. Kultur andererseits ist ein Phänomen, welches starke lokale und regionale Ausprägungen besitzt und von Ort zu Ort verschieden auftritt (regionale Identität, endogene kulturelle Potenziale) (vgl. Scott 2000: 3). Die "Geographie der Kultur" ist, wie auch der Zusammenhang zwischen Raum und Ökonomie, an ein Kräftefeld lokaler, regionaler und globaler Beziehungen geknüpft (vgl. Featherstone 1995). Auch die Kulturwirtschaft und Kulturproduktion in einem Set lokaler Cluster von Firmen und "Kulturarbeitern" konzentriert (vgl. Kapitel 2.4.1.2 und Abbildung 14), wohingegen die kulturellen Produkte in weitaus größeren räumlichen Zusammenhängen konsumiert werden. SCOTT (2000: 4) sieht die dominanten Global Cities "(...) *in the heartlands of modern world capitalism - places like New York, Los Angeles, London, Paris, and Tokyo, to mention only a few (...)*" als die höchst kreativen Kulturgeneratoren und Kulturpromotoren. Was sind die Gründe für die Konzentration auf diese metropolitanen Räume? Die intensiven spezialisierten und differenzierten ökonomischen Funktionen und hohen sozialen Verknüpfungen charakterisieren diese Stadtregionen als sehr experimentierfreudig und mit einer hohen Innovations- und Erneuerungskraft versehen. Heterogene kulturelle Szenen finden sich in diesen Stadtregionen in sehr hoher Ausprägung (vgl. Florida 2002).

In den 1980er und 1990er Jahren war, aus der Sicht einer ökonomischen Betrachtung der Nachhaltigen Entwicklung, der direkte Einfluss der Kulturpolitik auf die Schaffung von Wachstum und Beschäftigung relativ gering, da der wesentliche Beitrag in der Schaffung von Bildern und eines Images, aber auch zur Besucherattraktivierung, lag: "*The use of cultural policy for urban and regional economic development, however, gave rise to policy dilemmas such as those between cultural provision in the city centre and in disadvantaged, peripheral neighbourhoods, between consumption-oriented strategies and support for local cultural production and innovation, and between investment in buildings and expenditure on events and activities*" (Bianchini 1999: 39). Das Kulturangebot ist als Frequenzerzeuger für den

Tourismus gleichzeitig auch ein harter Standortfaktor. Ökonomische Effekte lassen sich in der Übernachtungszahl quantitativ messen. Im Bereich der Beschäftigung ist der Kultursektor ein regionaler Arbeitsplatzfaktor, der den öffentlich geförderten Sektor, den dritten Arbeitsmarktsektor und auch den erwerbswirtschaftlichen Sektor umfasst: "(...) *place, culture, and economy are symbiotic on one another, and in modern capitalism this symbiosis is reemerging in powerful new forms as expressed in the cultural economics of certain key cities*" (Scott 2000: 4).

4.2.1 Kultur und Wirtschaft

KUNZMANN (1995: 1) argumentiert, dass "*Kultur, wird sie in einen gedanklichen Zusammenhang mit Wirtschaft gebracht, bei vielen Kulturschaffenden und -konsumenten schnell negative Assoziationen hervorruft, obwohl alle die in diesem Feld tätig sind und ihr Einkommen beziehen, sehr wohl wissen, dass Kultur (auch ihnen) Beschäftigung schafft und sichert.*" In den Beginn der 1980er Jahre fällt die bewußte Entdeckung der Kultur als Wirtschaftsfaktor. Jedoch wurde bereits 1965 in den USA eine Bundeskulturbehörde geschaffen, die sich mit kulturellen Auswirkungen auf ökonomische Indikatoren wie das Beschäftigungsniveau oder der Kaufkraft beschäftigte (vgl. Kirchberg 1992:17).

Das Angebot sowie die Nachfrage nach kulturellen Leistungen schaffen wirtschaftliche Effekte für Regionen, die eine vielfach unüberschaubare Vielfalt von Impulsen, Einflüssen und Wirkungskanälen bereiten. Kultur kann sowohl Wohlfahrtseffekte, Einkommens- und Beschäftigungseffekte als auch Produktivitäts- und Wachstumseffekte erzeugen (siehe Abbildung 16).

Abbildung 16 Regionalwirtschaftliche Effekte von Kultur

<i>Effekte</i>	<i>Quellen</i>
Wohlfahrtseffekte:	Nutzwert
	Optionswert
	Existenzwert
	Vermächtniswert
	Bildungswert
	Prestigewert
Einkommens- und Beschäftigungseffekte:	Ausgabenimpulse
	Attraktionswert - Touristen
Produktivitäts- und Wachstumseffekte:	Bildungswert
	Regionale Spillover
	Attraktionswert - Arbeitskräfte
	- Unternehmen

Quelle: in Anlehnung an Industrie- und Handelskammer Berlin 2002: 54

Kultur trägt unmittelbar im Zuge der Inanspruchnahme und mittelbar durch ihre bloße Existenz zur Steigerung der Wohlfahrt bei, welches als Wohlergehen interpretiert werden kann. Einkommens- und Beschäftigungseffekte entstehen durch die Ausgaben von Kultureinrichtungen und ihre Verstärkungseffekte im regionalen Wirtschaftskreislauf. Die zu einem Großteil staatlich finanzierten Kulturausgaben werden in vielen Untersuchungen ergänzt durch die Nebenausgaben von Besuchern der Kulturveranstaltungen, die in die ökonomischen Berechnungen einfließen. BENKERT (1989) weist auf die Problematik der Umwegrentabilitätsberechnungen im Kulturbereich hin. Bei den Produktivitäts- und Wachstumswirkungen von Kultur handelt es sich um dynamische Effekte, wobei der "Kulturkonsum" die individuelle und gesellschaftliche Produktivität erhöht und einen Bildungswert einnimmt (vgl. Industrie- und Handelskammer Berlin 2002:54 f.).

Amerikanische Studien lieferten in den 1980er Jahren Erkenntnisse über die Bedeutung der öffentlichen Förderung von Kunst und Kultur, verbunden mit ihren wirtschaftlichen Auswirkungen (vgl. auch Friedrichs / Dangschat 1993: 117). Die Standortkonkurrenz zwischen Regionen spielt eine große Rolle und Kultur hat sich zu einem wichtigen Attraktivitätsfaktor entwickelt. Kultur ist in ihrer Relevanz als Standortfaktor schwer untersuchbar (vgl. Schöneich 1991), die Abgrenzung zwischen harten und weichen Standortfaktoren zudem schwierig, da die Grenzen fließend verlaufen und abhängig vom jeweiligen Betrachtungszusammenhang sind. *"Der Standortfaktor Kultur ist in seiner Bedeutung für unternehmerische Standortentscheidungen eher nachrangig"* (Grabow et al 1995: 370). Als weicher Standortfaktor hat die Kultur beispielsweise im Ruhrgebiet *"(...) nur kurzfristig ein Strohfeuer entfacht. Mit den ersten Haushaltsschwierigkeiten ist die Kultur Anfang der 90er Jahre als politisches Handlungsfeld schnell wieder von der Tagesordnung der kommunalen Parlamente und der Wirtschaftskammern verschwunden"* (Kunzmann 1996). Warum werden die kulturwirtschaftlichen Möglichkeiten und Potenziale von den Wirtschaftsförderern nur schemenhaft erkannt? KUNZMANN (1995) führt zwei Begründungen an, zum einen die mangelnde Information über die Bedeutung des Wirtschaftsverbundes und zum zweiten die fehlende regionale Kommunikationsgelegenheit der in Ökonomie und Kultur tätigen Akteure. Im Rahmen dieser Untersuchung wird auf Lösungswege für diese Fragestellungen detaillierter im Kapitel 7 eingegangen (siehe Kapitel 7.1. und 7.3).

4.2.2 Kulturwirtschaft: Begriffsbestimmung und Charakteristika

Die Kulturwirtschaft umfasst alle Formen der kulturellen Produktion, von der Kunst und Literatur bis hin zu Massenmedien wie dem Film, dem Fernsehen und der Popmusik. Die Bedeutung der Kulturwirtschaft für Städte und Regionen liegt in den folgenden drei Faktoren:

- Kultur wird in Städten und Regionen produziert und konsumiert,
- Ideen und Geschichten, die auch die Identität von Räumen bilden, werden durch kulturwirtschaftliche Produkte vermittelt und
- *"the culture industries are often in the vanguard of urban development"* (Miles et al 93), im Sinne der Neunutzung von Brachflächen oder stillgelegten Gebäuden im "neuen" kulturellen Sinne.

SCOTT (2000: X) ergänzt: *"It is becoming more and more difficult to determine where the cultural economy begins and the rest of the capitalist economic order ends, for just as culture is increasingly subject to commodification,...(...). Cultural products of all sorts constitute a constantly increasing share of the output of modern capitalism, and cultural-products sectors represent some of the most dynamic growth industries in the world at the present time. These sectors are also coming to constitute the central economic engines of a number of major city-regions across the globe."*

Kultur wird in speziellen historischen Kontexten "produziert" und nutzt spezifische Machtstrukturen: *"In a capitalist society, the culture industries play a key role in the generation of surplus wealth, and in maintaining the equilibrium (however false) of the operations of capital"* (Miles et al 2000: 93).

Eine national wie international allgemein anerkannte Abgrenzung der Wirtschaftssektoren, die der Kulturwirtschaft zugehörig sind, existiert nicht. Seit Anfang der 1990er Jahre wird der Begriff in Deutschland diskutiert (vgl. Kunzmann 2000: 15ff). Die Kulturwirtschaft ist ein zukunftsorientierter Wirtschaftsverbund, worunter oft miteinander verflochtene Wirtschaftsbranchen zu verstehen sind. Vergleichbar ist die Verflechtung mit Verbundsystemen anderer Wirtschaftsbereiche, z.B. der Automobilindustrie (vgl. Arbeitsgemeinschaft Kulturwirtschaft 1995). Empirische Untersuchungen z.B. in Nordrhein-Westfalen, Bremen oder Mecklenburg-Vorpommern (vgl. Wirtschaftsministerium Mecklenburg-Vorpommern 1997) belegen die wachsende Bedeutung der Kultur- und Medienwirtschaft. Die kommunalen und regionalen Wirtschaftsförderer unterschätzen jedoch vielmals noch dessen Rolle. Der zweite Kulturwirtschaftsbericht des Landes Nordrhein-Westfalen weist darauf hin, dass lokale und regionale Potenziale oft nicht erkannt, kaum aufgegriffen und unzureichend ausgeschöpft würden (vgl. Arbeitsgemeinschaft Kulturwirtschaft 1995: XI).

Die Arbeitsgemeinschaft Kulturwirtschaft des Landes Nordrhein-Westfalen definiert den Wirtschaftsverbund der Kulturwirtschaft wie folgt: *"Kulturwirtschaft umfasst alle Wirtschaftsbetriebe und erwerbswirtschaftlichen Aktivitäten, die für die Vorbereitung, Schaffung, Erhaltung und Sicherung von künstlerischer Produktion, Kulturvermittlung und / oder medialer Verbreitung Leistungen erbringen oder dafür Produkte herstellen oder veräußern"* (Arbeitsgemeinschaft Kulturwirtschaft 1995:4).

Die Branchen werden, statt nach einer Einteilung in die Wirtschaftssegmente Dienstleistung und Produktion, nach kulturellen Sparten in Teilmärkten gegliedert. Drei Bereiche grenzen sich voneinander ab: die Nähe zum Prozess der Gestaltung, die Herstellung und die Distribution sind die Kriterien der Unterscheidung. Die kreative Produktion von Inhalten und der hohe künstlerische Anteil an den Produktivitäten sind entscheidend (vgl. Arbeitsgemeinschaft Kulturwirtschaft 1998: 55). Beispielsweise gehören selbständige Künstler zu den Akteure der "Kulturwirtschaft im engeren Sinne". Die "Kulturwirtschaft im weiteren Sinne" umschließt in einer weiteren Stufe die Weiterbearbeitung kreativer Inhalte, etwa die Tonträgerproduktion (vgl. Ebert / Gnad 2000, siehe auch Tabelle 1).

Tabelle 1: Beispielhafte Auflistung von Tätigkeitfeldern der Selbständigen und Betriebe in den Teilmärkten der Kulturwirtschaft

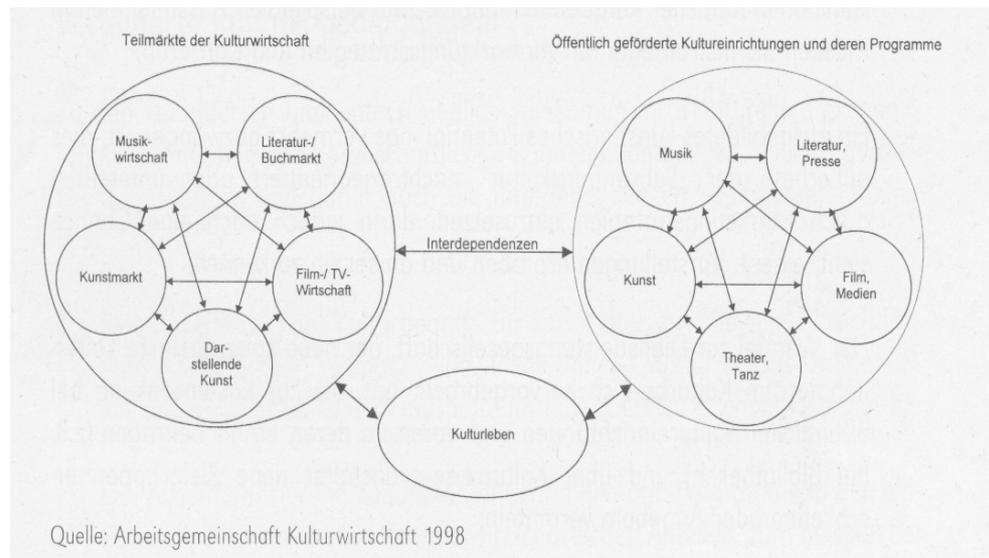
Teilmarkt	Selbständige Künstler und Kulturberufe	Betriebe der Kulturwirtschaft
Musikwirtschaft	<ul style="list-style-type: none"> - Komponisten - Musikbearbeiter - Musiker - Tontechniker 	<ul style="list-style-type: none"> - Instrumentenhersteller - Musikfachgeschäfte - Konzertveranstalter - Musikverlage
Literatur-, Buch- und Pressemarkt	<ul style="list-style-type: none"> - Schriftsteller - Autoren - Journalisten 	<ul style="list-style-type: none"> - Buchverlage - Buchdruckereien - Buchhandlungen
Film-, TV- und Videowirtschaft, Multimedia	<ul style="list-style-type: none"> - Schauspieler - Rundfunkmoderatoren - Film- und TV-Produzenten - Mediengestalter 	<ul style="list-style-type: none"> - Filmproduktionsfirmen - Kinobetriebe - Rundfunk-, TV-Sender (privat) - Filmverleiher
Darstellende und unterhaltungsbezogene Kunst	<ul style="list-style-type: none"> - Bühnenkünstler - Artisten - Tänzer 	<ul style="list-style-type: none"> - Gastspielformen - Klein- und Musicaltheater - Varietes
Kunstmarkt und Design	<ul style="list-style-type: none"> - Maler - Bildhauer - Designer 	<ul style="list-style-type: none"> - Kunstverlage - Galerien - Kunstgewerbe Einzelhandel

Quelle: Ebert / Gnad 2000: 66

Viele Städte und Regionen investieren in kulturelle Events. *“Franco Bianchini, a reader in cultural planning and policy at Montfort University, Leicester, estimates that such policies make sense if the prospects are realistic: ‘the direct impact of 1980s cultural policies on the regeneration of employment and wealth was relatively modest, in comparison with the role of culture in constructing positive urban images, developing the tourist industry, attracting inward investment, and strengthening the competitive position of cities’* (Smiers 1997: 112).

Das kulturelle Angebot einer Region wird neben öffentlich geförderten Einrichtungen wie dem Theater, der Oper oder dem Museum durch erwerbswirtschaftlich betriebene Kulturstätten erweitert. Der Begriff Kulturwirtschaft ergänzt das traditionelle Verständnis von Kunst und Kultur um seine ökonomische Seite. Die Abbildung 17 zeigt die Interdependenzen zwischen Kultur, Kulturwirtschaft und kulturellem Leben (siehe Abbildung 17). Die "Produkte" der Kulturwirtschaft sind immaterielle Güter, die sich den neuesten Modetrends und Zeitbudgets der Nachfrager anpassen und deren Absatzmarkt keiner deutbaren Sättigungsgrenze unterliegt. Nach dieser Interpretation werden auch Sparten integriert, die vormals als *"Popular Culture"* oder Unterhaltungskultur vom Kulturbegriff ausgeschlossen waren.

Abbildung 17: Interdependenzgeflecht in der Kulturwirtschaft



Quelle: Arbeitsgemeinschaft Kulturwirtschaft 1998: 122

Standortgebundenheit kulturwirtschaftlicher Betriebe

Im geographischen Sinne ist die Standortgebundenheit von Beschäftigten, Unternehmen und Betrieben der Kulturwirtschaft ausgesprochen hoch. Lokale und regionale Traditionen und Fähigkeiten sowie die zumeist klein- und mittelbetrieblichen Strukturen sind als Gründe anzuführen. Die geringe Wahrscheinlichkeit, dass Betriebe der Kulturwirtschaft ihren Gründerstandort verlassen, führt dazu, dass die beiden Faktoren Standortgebundenheit und lokal / regionale Eingebundenheit stabilisierend für die regionale Beschäftigung wirken (vgl. Kunzmann 1995: 4).

Beschäftigungseffekte

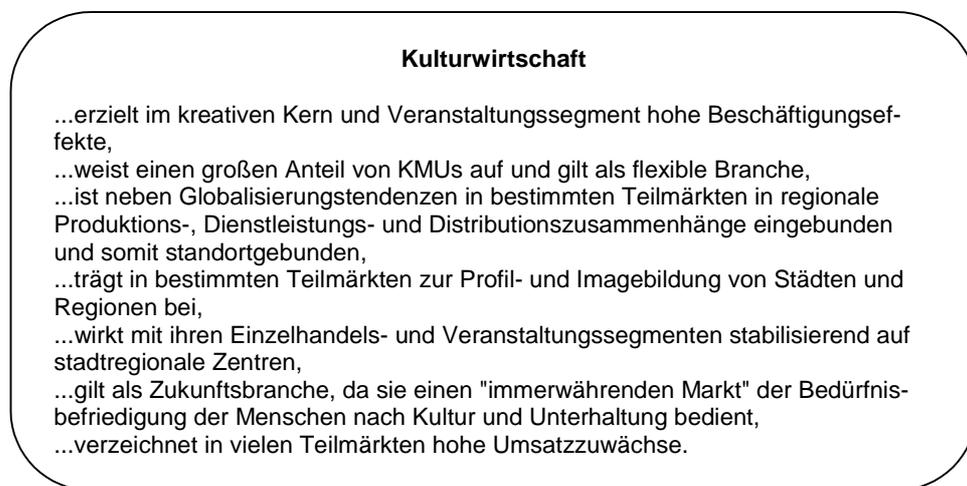
Unternehmen der Kulturwirtschaft sind zum großen Teil kleine und mittlere Unternehmen mit regionaler Standortbindung, ganz abgesehen von global agierenden Fernsehsendern oder Musikverlagen (vgl. Arbeitsgemeinschaft Kulturwirtschaft 1995: 55ff.). Der Sektor ist dank dieser Struktur flexibel, weist in bestimmten Branchen relativ hohe Beschäftigungseffekte auf und kann für die Gestaltung des regionalen Strukturwandels in altindustrialisierten Regionen von großer Bedeutung sein. Die Beschäftigungssituation ist in vielen Fällen durch flexible Verträge (z.B. Zeit- und Werkverträge) gekennzeichnet und ein lebenslanges Lernen ist mit der Anpassung der kulturwirtschaftlichen Produktion auf wechselnde Nachfragebedürfnisse nötig (vgl. Arbeitsgemeinschaft Kulturwirtschaft 1998: 221).

KUNZMANN (1995: 326) stellt heraus, dass es für die Förderung der Kulturwirtschaft sowohl ökonomische, beschäftigungspolitische, kulturelle und sozialpolitische Argumente gibt. Warum soll die Kulturwirtschaft in einer Region unterstützt werden? Die enge Verbindung der Kulturwirtschaft zur regionalen Kultur und die Bedeutung der Kulturwirtschaft für die Stadt- und Regionalentwicklung wird im folgenden näher dargestellt (siehe auch die Abbildung 18).

Der Wirtschaftsverbund der Kulturwirtschaft wirkt sehr zukunftsorientiert:

- durch die Art der Arbeitsplätze: selbständiges Arbeiten und eine hohe Arbeitsintensität liegen vor;
- durch die Art der Güter: maßgeschneiderte Produkte, Freizeitgüter und die mediale Aufbereitung sind bestimmend;
- durch die Produktionsweise: die Arbeit mit neuen Technologien und die Nutzung von Netzwerken und schließlich
- durch die Produktionsstrukturen: Kleine und mittlere Unternehmen mit flexiblen industriellen Organisationsformen bestimmen das Bild, ebenso die Ausbildung von Netzwerken und die starke lokale und regionale Bindung.

Abbildung 18: Bedeutung der Kulturwirtschaft für die Stadt- und Regionalentwicklung



Quelle: eigene Darstellung

4.2.3 Differenzierungen in Deutschland und Großbritannien

In Deutschland versteht die Arbeitsgemeinschaft Kulturwirtschaft (eine Forschungsgemeinschaft zur Kulturwirtschaft in Nordrhein-Westfalen, die im Auftrag des Bundeslandes bisher vier Kulturwirtschaftsberichte erstellt hat) unter dem Begriff Kulturwirtschaft im engeren, weiteren und ergänzenden Sinne alle Wirtschaftsbetriebe und erwerbswirtschaftlichen Aktivitäten, die für die Vorbereitung, Schaffung, Erhaltung und Sicherung von künstlerischer Produktion, Kulturvermittlung und / oder medialer Verbreitung Leistungen erbringen oder Produkte herstellen oder veräußern (vgl. Arbeitsgemeinschaft Kulturwirtschaft 1995: II).

Zentrale Elemente der Definition der Kulturwirtschaft sind der erwerbswirtschaftliche Charakter der Tätigkeiten, d.h. Betriebe und Unternehmen der Kulturwirtschaft sind privatwirtschaftlich, und zum zweiten die Schaffung kulturbezogener Leistungen, was auch die Produktion und den Verkauf kulturbezogener Produkte umfasst. Wirtschaftlich gesehen ist die Kulturwirtschaft ein Wirtschaftsverbund, in dem Unternehmen verschiedener Branchen miteinander verflochten sind. Falls ein Betrieb im Rahmen seines

Tätigkeitsspektrums vorwiegend für die Kulturwirtschaft arbeitet, kann er mit seinen Leistungen und Produkten als kulturell relevant charakterisiert werden und ist der Kulturwirtschaft zuzurechnen. Es sind sowohl Betriebe und Unternehmen als auch selbständige Künstler, die den Wirtschaftsverbund ausmachen können. Die Tabelle 1 zeigt, dass die Künstlerberufe im engeren Sinne auch als "kreativer Kern" der Kulturwirtschaft bezeichnet werden. Die Teilmärkte Musikwirtschaft, Literatur- und Buchmarkt, Kunstmarkt, Film- und Fernsehmarkt und die darstellende und Unterhaltungskunst bilden die Kulturwirtschaft in Deutschland. (vgl. Arbeitsgemeinschaft Kulturwirtschaft 1995, Arbeitsgemeinschaft Kulturwirtschaft 1998).

In Großbritannien existieren die beiden Begriffe "Creative Industries" und "Cultural Industries" nebeneinander - ähnlich wie in Deutschland liegen keine feststehenden Definitionen vor. SCOTT (2000) spricht im US-amerikanischen Kontext auch von der "*Cultural Economy*" oder den "*Cultural-Products Industries*" (Scott 2000: 11). Wie werden "Cultural Industries" definiert? Eine Bandbreite an Interpretationen gibt der folgende Abschnitt wieder: "*Cultural Industries are those institutions in our society which employ the characteristic modes of production and organisation of industrial corporations to produce and disseminate symbols in the form of cultural goods and services, generally, though not exclusively, as commodities.*" (Garnham 1983: 589). Hier stehen der erwerbswirtschaftliche Charakter wie auch das Erbringen und Verbreiten kulturbezogener Güter im Vordergrund des Verständnisses. Nach LANDRY et al (1996: 25) umfassen "Cultural Industries" folgende Wirtschaftsbranchen: "(...) *the performing arts (theater, dance etc.); music (classical, popular, folk); the visual arts (painting, sculpture and the decorative arts); the audio visual and media sector (film, television, photography, video); publishing; and digital technology. They also include those sectors where the creative input is a secondary but crucial means of enhancing the value of other products: design, industrial design, fashion and the graphic arts (including advertising). Also included is the often neglected craft sector (...).*"

Wie unterscheiden sich "Creative Industries" und "Cultural Industries"? Das Department of Culture, Media and Sport (DCMS) verwendet seit Ende der 1990er Jahre nur noch den Begriff der "Creative Industries". Gründe liegen nach O'CONNOR (2000) darin, dass der Begriff "Creative" in Großbritannien über eine größere Popularität verfüge als der Begriff "Cultural". "*Nobody has been able to provide an official definition of the distinction between 'cultural' and 'creative' industries - least of all the Creative Industry Unit at the DCMS - but it seems to revert back to the GLC (Greater London Council, Anmerk. D. Verf.) distinction of cultural industries as 'artist centred' and the 'creative industries' as based on technological reproduction and aimed at a mass market*" (O'Connor 2000: o.A.). Das Ministerium für Kultur, Medien und Sport in London (DCMS) definiert "Creative Industries" wie folgt: "*Those activities which have their origin in individual creativity, skill and talent and which have a potential for wealth and job creation through the generation and exploitation of intellectual property*" (DCMS 2001).

Der erwerbswirtschaftliche Charakter der "Creative Industries" wird in dieser Definition noch stärker hervorgehoben, jedoch stehen die kulturbezogenen Güter nicht zentral im Vordergrund. Der Begriff "Creative Industries" umfasst auch Branchen, die mit den beiden ersten Definitionen überein-

kommen. Die aufgeführten Branchen sind "(...) *advertising, architecture, the art and antiques market, crafts, design, designer fashion, film, interactive leisure software, music, the performing arts, publishing, software and television and radio*" (ebenda). In der britischen Diskussion existiert eine Schnittmenge zwischen der New Economy und den "Cultural Industries" / "Creative Industries": Künstlerberufe sind in der New Economy im engeren und weiteren Sinne z.B. als Content Provider und Web-Designer zu finden.

4.2.4 Produktion und Distribution von Kulturprodukten

SCOTT(2000) stellt fünf technologisch-organisatorische Elemente zur Charakterisierung der Kulturwirtschaft heraus:

- der hohe menschliche Arbeitseinsatz (z.B. in der Modeindustrie), der auch mit teilweise hoher Unterstützung der Computertechnologie erfolgt (z.B. Multimediaindustrie),
- die deutliche Dominanz kleinerer und mittlerer Firmen bei der Produktion, aber auch größere Firmen, die z.B. in den Filmstudios in Hollywood in die Netzwerke integriert sind,
- die Netzwerke bilden vielschichtige industrielle Distrikte und Komplexe,
- das Ergebnis der verschiedenen Formen und Arten der Kulturwirtschaft zeigt sich in kulturellen Synergien und kreativen Effekten, die die Agglomeration der Firmen fördert und
- die Agglomeration und räumliche Ballung steigert ebenso die verschiedenen Formen institutioneller Infrastruktur zum Funktionieren der regionalen Ökonomie durch verstärkte Informationsflüsse, erhöhten Auf- und Ausbau von Vertrauen und der Kooperation der Produzenten.

Was bedeuten diese Elemente für die Formulierung einer Kulturwirtschaftspolitik? SCOTT (2000) stellt in diesem Zusammenhang die Bereitstellung technologischer Forschungseinrichtungen, die Ausbildung und Förderung der Arbeitskräfte, die soziale Steuerung der Netzwerke zwischen den Firmen und die Institutionalisierung im Sinne einer erhöhten koordinierten Regionalentwicklung heraus.

Globalisierung und Kulturwirtschaft

AMIN / THRIFT (1994) betonen, dass die Kulturwirtschaft sowohl aus komplexen und regional verankerten Produktketten besteht, allerdings auch gleichzeitig in globale Transaktionsnetzwerke eingebunden ist. Die multinationalen Konzerne, insbesondere global operierende Medienunternehmen, sind nach SCOTT (2000: 14) daran interessiert, ihre Interessen verstärkt auch in den Kulturwirtschaftsbereich zu verlagern. Die Folgen sind die erhöhte Informationsbereitstellung, die Vereinfachung der Finanzierung und Kommerzialisierung neuer Produkte und die Intensivierung des Wettbewerbs. Gleichzeitig können sie durch die weltweite Vernetzung die Produkte verteilen und vermarkten, wodurch Kapital auch in die regionalen Zentren zurückfließt. Beispiele sind Firmen wie "Time-Warner", "Viacom" oder "Walt Disney", in Europa ebenso "Bertelsmann" oder "Philips". Ein weiterer Effekt der Multinationalisierung ist, dass die Vermarktung der Kulturprodukte auf dem elektronischen Wege weiter vorangetrieben wird.

Exkurs: Die kreative Region

Die industrielle Gesellschaft verschwindet zunehmend, das Zeitalter der "Economies of large Scale" scheint Vergangenheit zu werden. Industrielle Pole wie Rotterdam, Antwerpen, Liverpool-Manchester, Bilbao oder das Ruhrgebiet, die in der Literatur, dem Film oder der Musik meist mit Bildern schwerer Industrieanlagen und harter Infrastruktur verknüpft werden, sind mit Attributen, die der Kultur oder der Kreativität zugerechnet werden, selten verbunden. Kulturelles Leben gründete sich oftmals auf zwei Prinzipien: der Arbeitsteilung und der Spezialisierung auf eine künstlerische Ausbildung in Musikhochschulen, Kunstakademien und Ballettschulen. "Economies of Scale" und die funktionale Spezialisierung der Kunst und Kultur zeigte sich dabei bildhaft in dem Bau großer metropolitaner Opernhäuser, Theater oder Konzerthallen.

Heute leben wir im Zeitalter der neuen postindustriellen Gesellschaft und können deutlich die Komplexität der globalen Produkte, Kommunikationswege und kreativen und kognitiven Fähigkeiten ablesen. ANDERSSON nutzt den Begriff der "C-society to stress the simultaneous orientation toward Complexity, Communication, Creativity and Cognitive capacity as resources of the future" (Andersson 1999: 384).

Die kulturellen Produkte sind die Ergebnisse eines kollaborativen Arbeitsprozesses, der spezialisierte Prozesse unterschiedlicher Individuen umfasst SCOTT (2000: 34) argumentiert: "It is only when we introduce the much more expansive notion of the production system and its milieu that we really start to grapple with the mainsprings of creativity and innovation in the cultural economy". Ein Blick in die Geschichte liefert eine Liste von kreativen Stadtregionen, die von z.B. Athen, Florenz, Amsterdam, London, Paris, Mailand bis nach New York und Los Angeles reicht (vgl. Andersson 1999: 386). HALL (1998) nennt in "Cities in Civilization" weitere positive Beispielstädte. Können wir von den Städten und Stadtregionen lernen? Sind Übertragbarkeiten möglich? ANDERSSON nennt folgende notwendige Charakteristika kreativer Regionen:

"Financial resources for the arts and sciences in combination with relaxed control of resource use. Mecenates are good for cultural creativity.

- Open-minded cooperation between individuals from different disciplines and ethnic groups,
 - A widespread feeling of imbalances between different needs / demands / problems and the availability of solutions to these problems,
 - Variability and complexity of the city architecture,
 - Attractive and accessible meetings places,
 - Free trade in commodities, services, cultural goods, information,
 - Structural instability of institutions, knowledge and artistic paradigms" (Andersson 1999: 386, vgl. auch Landry 2000).
-

4.3 Fazit: Zusammenhänge und Problemlagen von Kultur und Kulturwirtschaft

Der Wirtschaftsverbund der Kulturwirtschaft ist äußerst heterogen, so dass Verallgemeinerungen nicht auf alle Teilbranchen der Kulturwirtschaft zutreffen. Eine empirische Überprüfung einiger Aussagen ist zusätzlich noch nicht in ausreichendem Maße erfolgt (vgl. Kunzmann 1995: 324ff, auch Scott 2000: 7). Statistische Probleme treten auf, da die Kulturwirtschaft sich einer eindeutigen quantitativ-statistischen Betrachtungsweise entzieht: in der Wirtschaftsstatistik taucht sie als Kategorie nicht auf und eine genaue Zuordnung von Branchen ist kompliziert. SCOTT (2000: 7) stellt die empirischen Belege für die amerikanische Kulturindustrien fest: "*The main problem (...) is that the categories of the standard classifications are rarely fully informative, and this is especially true in the case of the cultural economy.*"

Die nordrhein-westfälische Arbeitsgemeinschaft Kulturwirtschaft hat bei ihren Analysen für Nordrhein-Westfalen statistische Daten und Grundlagen in den Kulturwirtschaftsberichten aufgestellt, auf die in dieser Arbeit für die deutsche Fallstudie zurückgegriffen wird. Die zusammengestellten Daten entstammen der Wirtschafts- und Umsatzsteuerstatistik, die den gesamten Bereich der ökonomischen Aktivitäten des Landes Nordrhein-Westfalen erfassen und alle zwei Jahre neu aufgestellt werden.

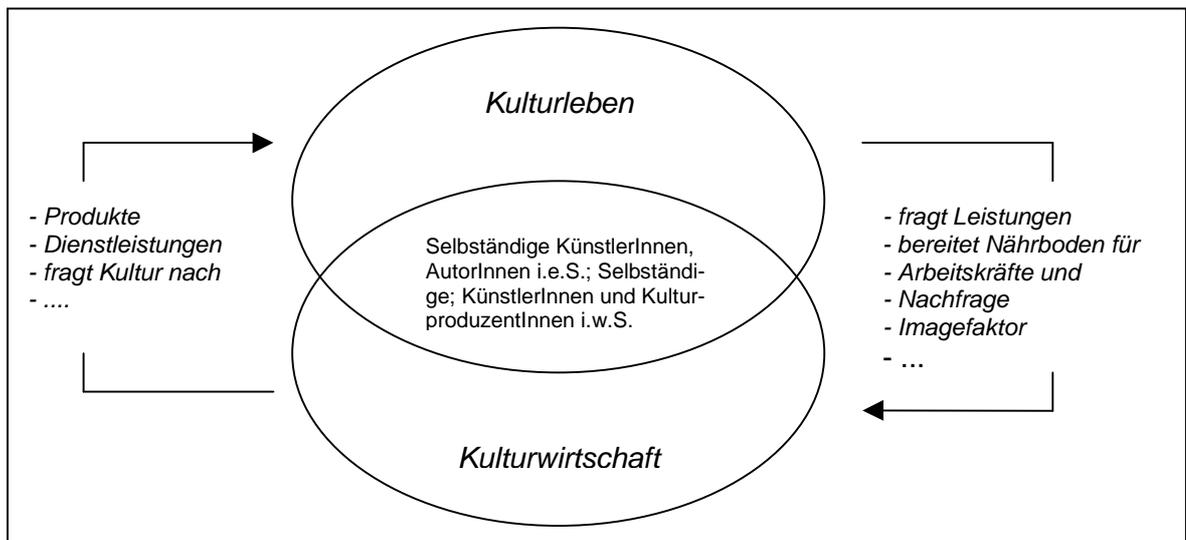
Nach dem derzeitigen Stand der Forschung existiert keine allgemein gültige Abgrenzung der Kulturwirtschaft. Die Probleme resultieren aus den branchenübergreifenden Aktivitäten in den kulturwirtschaftlich relevanten Wirtschaftsbereichen. Die Durchführung empirischer Untersuchungen der Beschäftigtenentwicklung der Kulturwirtschaft beispielsweise muss daher in Deutschland eine Auswahl an Untergliederungen der amtlichen Statistik definieren. Die Datenbasis bildet die Beschäftigtenstatistik der Bundesanstalt für Arbeit, die alle sozialversicherungspflichtig Beschäftigten erfasst. In der Regel sind damit 70-80% aller Erwerbstätigen einer Region in die Statistik aufgenommen. Jedoch nicht erfasst werden insbesondere Selbständige und freie Mitarbeiter, die in der Kulturwirtschaft eine überdurchschnittliche Bedeutung haben (vgl. auch den Blick in die Medienwirtschaft z.B. bei Schönert / Willms 2000:2).

In Großbritannien ist die statistische Erfassung der "Creative Industries" auf nationaler Ebene weniger kompliziert, die Gründe liegen mit großer Wahrscheinlichkeit in der hohen politischen Bedeutung dieses Wirtschaftsverbundes. Allerdings zeigt sich eine hohe Aufteilung nach Branchen und Teilmärkten (vgl. das "Creative Industries - Mapping Document" des DCMS 1998 und 2001).

Welche Zusammenhänge bestehen zwischen dem Kulturleben und der Kulturwirtschaft? Das Kulturleben fördert die Kreativität und Lernfähigkeit und regt die Innovationsbereitschaft an, indirekt werden Innovationen unterschiedlichster Art angeregt: Kunst hat beispielsweise großen Einfluss auf technische Innovationen (vgl. Ebert / Gnad / Kunzmann 1992: 11). Kunst- und Kultureinrichtungen können auch als "Wahrnehmungslaboratorien" bezeichnet werden, die visuelle Bedürfnisse stark beeinflussen und großen Einfluss auf die Mode- und Konsumgüterproduktion besitzen (vgl. Arbeitsgemeinschaft Kulturwirtschaft 1991: 144). Der Kultur kommt in seiner Rolle

als weichem Standortfaktor im Rahmen einer zukunftsorientierten Regionalentwicklung eine besondere Bedeutung zu. Gerade die Innovationsbereitschaft nimmt für die Entwicklung von Gesellschaft und Ökonomie immer wichtigere Funktionen an. Die Grenzen zwischen dem Kulturleben und der Kulturwirtschaft sind fließend und beide stehen in einem engen Wechselverhältnis zueinander. Hieraus resultierende Interdependenzen, d.h. wechselseitige, funktionale Beziehungen zwischen dem öffentlich geförderten Kultursektor und den Branchen und Teilmärkten der Kulturwirtschaft, stellen die spezielle Bedeutung des Wirtschaftsverbundes heraus. Die Abbildung 19 zeigt die Interdependenzen zwischen dem Kulturleben und der Kulturwirtschaft auf.

Abbildung 19:
Interdependenzen zwischen Kulturleben und Kulturwirtschaft



Quelle: eigene Darstellung in Anlehnung an Arbeitsgemeinschaft Kulturwirtschaft 1995 : 8

Im Bereich der kulturellen Aus- und Weiterbildung werden die Interdependenzen zwischen Kulturwirtschaft und Kulturleben deutlich, da die öffentlich finanzierten kulturellen Einrichtungen dazu beitragen, dass sich insbesondere bei jungen Menschen kulturprägende Wurzeln bilden können. Die Kulturwirtschaft ist auf Kreativität und Innovation angewiesen. Parallel ergänzen private Anbieter das kreative Angebot, z.B. private Tanzschulen oder Musikschulen. Das Kulturleben dementsprechend ist auch von Produkten und Dienstleistungen abhängig, die innerhalb der Kulturwirtschaft produziert werden.

5

Kulturwirtschaft in Deutschland

5.1 Entwicklung seit den 1980er Jahren

In Deutschland sind zu Beginn der 1980er Jahre erste Diskussionen zum Verhältnis von Kultur und Wirtschaft geführt worden. Wichtige Hintergründe der Auseinandersetzung waren die verstärkte Suche nach ökonomischen Argumenten für die Kulturförderung und die Rolle der Kultur als weicher Standortfaktor. 1982 stellte eine Studie im Auftrag der Bundesregierung die hohe wirtschaftliche Bedeutung der Musikwirtschaft heraus und sorgte für erste große Aufmerksamkeit für den Wirtschaftsverbund der Kulturwirtschaft. In zwei großen Anfragen von Fraktionen des Deutschen Bundestages stand 1983 die wirtschaftliche Bedeutung von Kunst und Kultur im Vordergrund des Interesses. Die gewünschten statistischen Angaben und Nachweise, die sich bis heute schwierig zu ermitteln sind, erwiesen sich als Beleg dafür, dass Kultur auch zur Wertschöpfung beitragen kann und nicht nur der öffentlichen Förderung bedürfe (vgl. Fohrbeck / Wiesand 1989).

Bis Ende der 1980er Jahre war der Begriff Kulturwirtschaft als gemeinsames Kennzeichen kulturrelevanter Wirtschaftsbranchen in Deutschland kaum bekannt. Es fehlte an wissenschaftlichen Analysen und Gutachten auf der Ebene der Regionen, Länder und auf Bundesebene, wenn überhaupt, dann tauchten vereinzelt Studien zum Literatur- oder Buchmarkt auf. In Deutschland herrschte zudem lange Zeit große Skepsis gegenüber einer Verknüpfung von Kultur und Wirtschaft, insbesondere die kulturellen Akteure gingen auf Distanz. Anlaß war der gesellschaftskritische Begriff der "Kulturindustrie", demnach Unternehmen dieser Branche in der Vielzahl lediglich "Massen-Kulturwaren" geringer kultureller Qualität produzieren würden. Kulturkritiker wie Adorno prangerten eine Tendenz der Kulturindustrie zur formularhaften Produktion an, bei der die Kreativität zugunsten der Marktgängigkeit von Kulturprodukten eingeschränkt würde. Diese kritische Sicht vertraten viele Künstler und Künstlerinnen, die sich von dem erwerbswirtschaftlichem Denken und der Unternehmen vereinnahmt sahen (vgl. NIW 2002: 66, Steinert 1998).

Ängste vor einer Kommerzialisierung des Kulturlebens sorgten für Kritik seitens pessimistischer Kulturschaffender, bis in die heutige Zeit hinein. Auf der Bundesebene findet eine tiefergehende Diskussion um die Potenziale der Kulturwirtschaft bis heute gar nicht oder nur in geringen Ansätzen statt. Eine aufgeschlossenerere und positivere Rolle nehmen hingegen im föderalen Deutschland die Bundesländer ein. Nordrhein-Westfalen, Bremen, Mecklenburg-Vorpommern, Sachsen-Anhalt, Thüringen und Schleswig-Holstein haben seit Beginn der 1990er Jahre Kulturwirtschaftsberichte erstellen lassen; die Vorreiterrolle hat eindeutig das Bundesland Nordrhein-Westfalen übernommen (vgl. Handelsblatt 9.3.1999).

Der erste Kulturwirtschaftsbericht des Landes Nordrhein-Westfalen wurde Ende der 1980er Jahre nach zahlreichen Landtagsanfragen erarbeitet und basierte auf dem wachsenden Verständnis, dass wirtschaftlich geführte

Kulturbetriebe für das Funktionieren des öffentlich finanzierten Kulturlebens auch eine große Bedeutung besitzen. Ziel war es, Hintergrundinformationen zu den Wechselwirkungen zwischen dem öffentlich und privaten Kultur- und Medienbereich herauszustellen, um gezielte Fördermaßnahmen ableiten zu können (vgl. Arbeitsgemeinschaft Kulturwirtschaft 1991: 4).

Ende der 1980er Jahre wurden im Rahmen der Erarbeitung des ersten Kulturwirtschaftsberichtes erste Analysen und Gutachten zu Teilaspekten der Kulturwirtschaft durchgeführt. Der Begriff der Kulturwirtschaft ist dabei von einer Gruppe von Wissenschaftlern aus Nordrhein-Westfalen geprägt worden (vgl. NIW 2002: 67). Einen wichtigen Meilenstein setzte 1988 auch eine Studie zur volkswirtschaftlichen Bedeutung von Kunst und Kultur des ifo-Institutes (vgl. Hummel / Berger 1988), die vom Bundesinnenministerium in Auftrag gegeben wurde. Seit 1991 entwickelten die in der Arbeitsgemeinschaft Kulturwirtschaft Nordrhein-Westfalen zusammengeführten Forscher mehrere Kulturwirtschaftsberichte, den vierten und bisher letzten Bericht im November 2001. Diese Berichte gelten als *"gute meinungsbildende Datengrundlage für die Bedeutung der Kulturwirtschaft"* (Experteninterview mit Frau Schwalm-Schäfer). Sie liefern Informationen über Strukturen, Teilmärkte, Kennzeichen und Entwicklungen und haben wesentlich dazu beitragen können, dass Kulturwirtschaft vielfach als relevantes Handlungsfeld der nordrhein-westfälischen Wirtschafts- und Beschäftigungspolitik erkannt worden ist. Die Ergebnisse der vier Kulturwirtschaftsberichte für das Land Nordrhein-Westfalen haben das Bewusstsein für den Wirtschaftsverbund in Nordrhein-Westfalen schärfen können, jedoch wird der Kulturwirtschaft insgesamt immer noch zu wenig Beachtung von Seiten der Wirtschaftspolitik geschenkt.

In den 1990er Jahren entstanden weitere Gutachten, die zum Teil die ökonomische Bedeutung des Kultursektors in einzelnen Bundesländern (z.B. Niedersachsen, vgl. Ertel 1993) näher beleuchteten oder Bestandsaufnahmen der Kulturwirtschaft in Regionen umfassten.

Die Kulturwirtschaft wird in diesen Gutachten als eine ausdifferenzierte Gruppe von oft miteinander verflochtenen Wirtschaftszweigen verstanden: *"Kulturwirtschaft umfasst alle Wirtschaftsbetriebe, Selbständige und erwerbswirtschaftlichen Aktivitäten, die für die Vorbereitung, Schaffung, Erhaltung und Sicherung von künstlerischer Produktion, Kulturvermittlung und/oder medialer Verbreitung Leistungen erbringen oder dafür Produkte herstellen oder veräußern"* (Arbeitsgemeinschaft Kulturwirtschaft 1998).

Allerdings kann nicht verschwiegen werden, dass in Deutschland sehr häufig noch große Missverständnisse, Irritationen, Widerstände, oder einfach auch nur Unkenntnis über die Kulturwirtschaft herrschen. So ist es durchaus kein Zufall, dass ein Mitarbeiter einer Industrie- und Handelskammer (IHK) im Ruhrgebiet, der für den Bereich Multimedia zuständig ist, bei der Nachfrage des Autors über die Bedeutung des kulturwirtschaftlichen Sektors in dieser Stadt auf das Kulturamt der Stadtverwaltung verweist, *"weil wir als IHK für Kultur gar nicht zuständig sind."* Es sicherlich auch symptomatisch, dass beispielsweise in der städtischen Verwaltung einer Ruhrgebietsstadt auf Seiten der Wirtschaftsförderung großes Verständnis für die Kulturwirtschaft entgegengebracht wird, *"weil der Amtsleiter selber seine Wurzeln im Kulturbereich hat"* (Experteninterview mit Frau Nagel). Diese

Liste an praktischen Erfahrungen ließe sich noch fortsetzen. Lediglich persönliches Interesse der Akteure an kulturwirtschaftlichen Fragestellungen wie in dem zuletzt beschriebenen Fall wird allerdings nicht ausreichen, um das Verständnis bei den Akteuren aus Politik und Verwaltung für kulturwirtschaftliche Zusammenhänge zu steigern und wirft Fragen auf, die im weiteren Verlauf dieser Untersuchung detaillierter diskutiert werden.

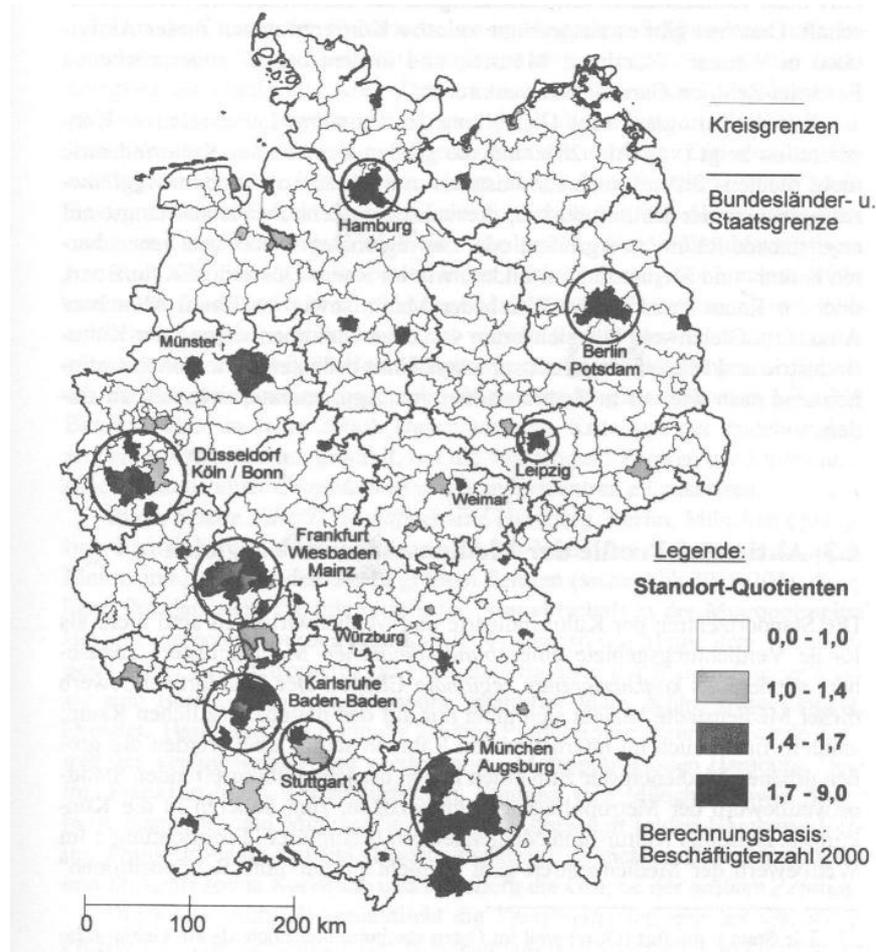
5.2 Räumliche Schwerpunkte kulturwirtschaftlicher Produktion in Deutschland

Im Gegensatz zum zentralstaatlichen Großbritannien, wo sich sowohl kulturell, als auch wirtschaftlich und politisch eine klare Dominanz Londons zeigt (siehe Kapitel 6.2.1), weist die Entwicklung im föderalen Deutschland weit aus dezentralere Merkmale auf. KRÄTKE (2002 A, B) hat die Kulturproduktion in der Bundesrepublik Deutschland untersucht (mit all seinen statistischen Schwierigkeiten, siehe Kapitel 4.2.2) und zählt insgesamt 150.000 Unternehmen / Selbständige, die im Bereich der Kulturökonomie tätig sind. Der Begriff der Kulturwirtschaft wird interessanterweise in der Untersuchung nicht verwandt, statt dessen wird in der Quelle abwechselnd von "Kulturökonomie" oder "Kulturindustrie" (und / oder auch zusammen mit der Medienwirtschaft) gesprochen. Zwischen 1994 und 1998 ist nach KRÄTKE die Zahl der Unternehmen / Selbständigen in diesem Bereich in Deutschland angewachsen, welches nach Ansicht von KRÄTKE (2002 A: 177) als Beleg für die These einer wachsenden Arbeitsteilung und Spezialisierung in der Kulturökonomie gewertet werden kann.

KRÄTKE verdeutlicht die räumliche Ungleichverteilung der kulturwirtschaftlichen Unternehmen und Selbständigen mittels des GINI-Koeffizienten ("Lorenzkurvenmaß"). Innerhalb eines Untersuchungsraumes kann die Ungleichverteilung von ökonomischen Aktivitäten graphisch mit der Lorenzkurve veranschaulicht werden (vgl. auch Krätke / Scheuplein 2001). Detaillierte Informationen können in kartographischen Darstellungen der Konzentration von Aktivitäten in den jeweiligen räumlichen Einheiten des Untersuchungsgebietes abgebildet werden. Die Abbildung 20 zeigt die regionale Clusterbildung in der Kulturindustrie in Deutschland.

Anhand der Regionen mit einer hohen relativen Beschäftigungskonzentration kann die unterschiedliche räumliche Verteilung und regionale Clusterbildung der Kulturwirtschaft dargestellt werden. Der abgebildete Standort-Quotient gilt dabei als Maß für die relative Konzentration von Aktivitäten in bestimmten Regionen. Dieser bringt den jeweiligen Anteil der Kulturwirtschaft nach Beschäftigten an der Gesamtwirtschaft dieser bestimmten Region ins Verhältnis zum Anteil dieser Ausprägung an der Gesamtwirtschaft des Untersuchungsraumes, hier der Bundesrepublik Deutschland. Eine Aktivität ist in der Region genau dem Durchschnitt des Untersuchungsraumes entsprechen vertreten bei einem Wert von 1,0. Ein höherer Wert gibt an, dass die in diesem Fall kulturwirtschaftliche Ausprägung in der Region stärker auftritt als im Untersuchungsraum, d.h. dass sich eine relative Konzentration in der Region zeigt (vgl. Krätke 2002 A: 196).

Abbildung 20: Regionale Clusterbildung in der deutschen Kulturwirtschaft



Quelle: Krätke 2002 A: 197

Die Abbildung 20 verdeutlicht die Konzentration kulturwirtschaftlicher Produktionen in kreisfreien Städten und Verdichtungsräumen. Einen Standortquotienten von mehr als 1,7 besitzen in erster Linie die Großräume Hamburg, Berlin / Potsdam, Leipzig, Düsseldorf / Köln / Bonn, Frankfurt / Wiesbaden / Mainz, Karlsruhe / Baden-Baden, Stuttgart sowie München / Augsburg auf. Schwächere Konzentrationen an kulturwirtschaftlicher Produktion liegen in Weimar, Würzburg, Münster und Garmisch-Partenkirchen vor. KRÄTKE (2002 A) weist darauf hin, dass nicht von einer Suburbanisierung der Kulturwirtschaft gesprochen werden könne, da die wichtigsten Konzentrationen nach wie vor in den "Zentralstädten von Agglomerationsräumen" lägen.

Kulturwirtschaftliche Cluster in Deutschland

KRÄTKE bezeichnet die kulturwirtschaftlichen Standorte in Deutschland nicht als lokale Verdichtungen eines bundesdeutschen Clusters, sondern als "konkurrierende regionale Cluster" (vgl. Krätke 2002 A:198). Diese Konkurrenzsituation findet im internationalen Rahmen statt. Bei einer Differenzierung der Teilmärkte der Kulturwirtschaft ergeben sich jeweils regionale Cluster, die von ihrem sektoralen Profil gekennzeichnet sind. Die Abbildung 21 veranschaulicht deutlich, dass sich in Deutschland fünf beson-

ders bedeutsame Stadtregionen herausgebildet haben, die in den vier Teilmärkten Film / TV / Rundfunk, Theater / Künste / Werbung und Verlage eine dominante Position behaupten: Hamburg, Berlin, München, Köln und Frankfurt am Main. Allerdings zeigt sich, dass auch eine ganze Reihe an Städten in speziellen Teilmärkten wichtige Positionen belegen (vgl. Krätke 2002 A: 198ff).

Abbildung 21: Cluster der Kulturwirtschaft nach ihrem sektoralen Profil

Abb. 29: Cluster der Kulturindustrie im Städtesystem nach ihrem sektoralen Profil (2000)

Zugehörigkeit zu den 10 größten Zentren (abs. Beschäftigtenzahl) in jeweils vier Sparten der Kulturindustrie



Quelle: Krätke 2002 A: 201

Die Abbildung 21 veranschaulicht, dass eine altindustrialisierte Region wie das Ruhrgebiet keine "Spitzenposition" im Bereich der Kulturwirtschaft einnimmt. Es dominieren Stadtregionen, die zum großen Teil auch bezüglich anderer ökonomischer Indikatoren im bundesdeutschen Vergleich führend sind bzw. über endogene Potenziale verfügen, die den Standorten kulturwirtschaftliche Standortvorteile verschaffen. An dieser Stelle stellt sich die Frage, ob möglicherweise in altindustrialisierten Regionen Nischen eine Form der kulturwirtschaftlichen Schwerpunkte bilden könnten. Neben der Identifikation der Nische bleiben folgende Fragen offen: welche bedeut-

samen Elemente der Produktions- / Wertschöpfungskette sind bereits vorhanden? Welche Elemente der Kette besitzen Ausbau- und Potenzialwirkung? Und wie können die fehlenden Elemente effizient und erfolgreich gestützt und gefördert werden? (vgl. das Kapitel 2.3).

5.3 Nordrhein-Westfalen: Kultur und Kulturwirtschaft

5.3.1 Kulturpolitik als Strukturpolitik

In der Kulturpolitik Nordrhein-Westfalens herrscht ein "subsidiär-plurales" Kulturverständnis vor, bei dem die Partnerschaft mit den Kommunen in der öffentlichen Kulturförderung einen zentralen Bestandteil bildet (vgl. KuPo-Ge / SFZ 2000:4). Die Kulturpolitik ist seit den 1980er Jahren in Nordrhein-Westfalen mit der Absicht verbunden, Kulturpolitik als Strukturpolitik zu betreiben. Hierbei soll die Kulturpolitik stärker in die allgemeine Landespolitik integriert werden. Der Landesregierung scheint bewußt zu sein, welchen Beitrag die Kultur für die regionale Entwicklung des Landes spielen kann. Die Internationale Bauausstellung (IBA) Emscher Park, die erstmals umfassend Kultur und Kunst mit Bereichen wie Wirtschaftsförderung und Stadtentwicklung verknüpfte, sei hier beispielsweise genannt. Im kulturwirtschaftlichen Bereich ist allein durch die Tatsache, dass bis heute vier Kulturwirtschaftsberichte vorliegen, ein deutlicher Bedeutungszuwachs erkennbar. Ausserdem ist der Versuch ablesbar, ressortübergreifende Kombinationen von wirtschafts- und kulturfördernden Maßnahmen einzuführen. Hier sind das Beschäftigungs- und Existenzgründerprogramm "StartArt" ebenso zu nennen wie die Initiative "StadtBauKultur" sowie die Schaffung "kultureller Gründerzentren", die im folgenden näher skizziert werden.

Wettbewerb "StartArt"

Der "StartArt"-Wettbewerb des Wirtschaftsministeriums in Nordrhein-Westfalen will Künstlern Orientierungshilfe für die Selbständigkeit bieten und sorgt für die Beratung, Qualifizierung und finanzielle Unterstützung von Projektideen. In Zusammenarbeit mit der Gesellschaft für innovative Beschäftigungsförderung mbH (G.I.B.) in Bottrop und dem Rationalisierungs- und Innovationszentrum NRW e.V. (RKW) wird die Initiative realisiert, die zudem in das nordrhein-westfälische Gründungsnetzwerk "GO!" eingebunden ist. Nach drei Wettbewerbsrunden ist "StartArt" jedoch Ende 2002 bereits wieder eingestellt worden (vgl. Experteninterview mit Herrn Abel). Der Zwischenbericht zur Umsetzung von "StartArt" betont folgende Erfolgsfaktoren des Wettbewerbs:

- ein hoher Anspruch der eingereichten Konzepte wurde erreicht,
- das vielfältige Spektrum an Gründungsvorhaben und berufsbiographischen Hintergründen ist sehr heterogen,
- einige Vorhaben entwickelten sich aus dem Umfeld renommierter Kunsthochschulen,
- die Nachfragen nach Informationen und Beratung zum Thema Gründungsförderung in Kunst und Kulturwirtschaft sind sehr hoch und
- "StartArt" trägt zur Schaffung eines Gründungsklimas im Bereich von Kunst und Kulturwirtschaft maßgeblich bei (vgl. G.I.B., o.J.).

Wettbewerb "Kulturelle Gründerzentren"

Das Wirtschaftsministerium, zuständig für die Kulturwirtschaft, und das Kulturministerium in Nordrhein-Westfalen haben am 23. April 2002 den

Startschuß für einen Wettbewerb um die Einrichtung kultureller Gründerzentren gegeben. Der Wettbewerb ist ein Baustein zur Förderung von Existenzgründungen und Beschäftigung in der Kulturwirtschaft. An ausgewählten Standorten in Nordrhein-Westfalen sollen diese kulturellen Gründerzentren aufgebaut und in der Anlaufphase der Projekte auch finanziell unterstützt werden (vgl. Pressemitteilung www.nrw.de vom 23. April 2001). Ende November 2001 sind die drei Gewinner des Landeswettbewerbs vorgestellt worden, darunter auch die Stadt Bochum als Ruhrgebietskommune. In Bochum-Gerthe soll im Maschinenhaus der ehemaligen Zeche Lothringen I/II ein kulturwirtschaftliches Gründerzentrum mit den Schwerpunkten Medien- und Musikwirtschaft, Kunst, Foto, Film, Video und TV entstehen, welches 80 Arbeitsplätze in der Region Mittleres Ruhrgebiet schaffen soll (vgl. Pressemitteilung www.nrw.de vom 26. November 2001).

Landesinitiativen

Die Landesinitiativen stellen ein weiteres Verfahren der nordrhein-westfälischen Politik dar. Es handelt sich um einen vertikalen auf Branchen und Produktfelder bezogenen Ansatz, der unter maßgeblicher Beteiligung von Unternehmen und Verbänden stattfindet (vgl. Kommunalverband Ruhrgebiet 2000: 23).

Es fällt auf, dass die überwiegende Mehrzahl der ca. 30 geschätzten Landesinitiativen im Kontext der nordrhein-westfälischen Technologiepolitik entstanden sind und sich in ihrem Spektrum meist auf technologieintensive Felder stützen (beispielsweise von der Bergbautechnik bis hin zur Mikrostruktur-Initiative). Kulturwirtschaftliche Landesinitiativen sind bis auf die kurzfristig angelegten und im Jahre 2002 auslaufenden StartArt-Wettbewerbe und den Wettbewerb "Kulturelle Gründerzentren" nicht initiiert worden.

Die Initiative "StadtBauKultur" im Rahmen des Stadterneuerungsprogramm 2002 des Landes Nordrhein-Westfalen führt die bisherigen Politikansätze in den Bereichen Stadtentwicklung, Städtebau, Architektur, Landschaftsplanung, Wohnungsbau und öffentliches Bauen zusammen und entwickelt sie weiter. Gleichzeitig nimmt die Initiative Bezug auf die Ziele und Qualitätsstrategien der Internationalen Bauausstellung IBA-Emscher Park (vgl. www.mswks.nrw.de/ministerium/aktuelles.htm vom 10. Januar 2003).

Das Ruhrgebiet soll zukünftig aus der Perspektive des Ministeriums für Stadtentwicklung, Wohnen, Kultur und Sport (MSWKS) "*eine urbane Region mit hoher Lebensqualität werden, eine Metropole mit vielfältigen Städten, die ein unverwechselbares Profil aufweisen.*" (MSWKS 2002: 8) Das Land Nordrhein-Westfalen strebt die Entwicklung des Ruhrgebietes "*europaweit als Region von Rang*" an und setzt hier besonders auf die Profilierung unverwechselbarer Standorte, wie beispielsweise die Spielorte des Kulturprogramms Triennale Ruhr (vgl. ebenda).

Regionale Kulturpolitik

Die regionale Kulturpolitik in Nordrhein-Westfalen ist eine Querschnittsaufgabe der Landeskulturpolitik, die Mitte der 1990er Jahre entstanden ist. Sie zielt darauf ab, im Dialog mit den kulturpolitischen Akteuren, den Künstlern, Kulturverbänden und –initiativen Ideen und Profile für die regionale Kultur zu entwickeln. Gezielt sollen Anstöße gegeben werden, um die Kulturentwicklung in den Regionen im Einklang mit der Wirtschaftsentwicklung und anderen Politikaufgaben zu ermöglichen. In den zehn Regionen des Lan-

des sollen die endogenen Potenziale und kreativen Begabungen im Sinne eines regionalen Kulturmanagements angestoßen und gebündelt werden. Dies in der Erwartung, dass auch im sozialen Nahbereich kulturelle Identität entstehen kann und Regionen ein kulturelles Profil erhalten. Auf der Basis regionaler Entwicklungskonzepte, in denen die spezifischen regionalen Profile herausgearbeitet, Förderschwerpunkte definiert und die regionalen Kräfte gebündelt werden sollen, ist auch die "Kulturregion Ruhrgebiet" eingeführt worden (vgl. KuPoGe / SFZ 2000).

5.3.2 Kulturwirtschaft in Nordrhein-Westfalen

Im Haushalt des nordrhein-westfälischen Wirtschaftsministers müssen im Jahr 2003 rund 80 Millionen Euro in Förderprogrammen eingespart werden. Besonders betroffen wird die Kulturwirtschaft sein, die im Förderbereich Tourismus und Kulturwirtschaft jedoch nur 10 Prozent des Etats von 3,2 Millionen Euro ausgemacht hätte (vgl. Süddeutsche Zeitung 2002). Sehe die politischen Akteure keine Zukunft für die Kulturwirtschaft in Nordrhein-Westfalen? Der Minister "bevorzuge" den Tourismussektor schon seit langem, hört man kritisch viele Stimmen und die Kulturwirtschaft führe seit Jahren nur eine "Exotenstellung" im nordrhein-westfälischen Wirtschaftsministerium (Experteninterview mit Frau Schwalm-Schäfer). Welche Potenziale besitzt die Kulturwirtschaft in Nordrhein-Westfalen und wie ist die Entwicklung bis heute verlaufen?

Innerhalb Deutschlands gilt das Bundesland Nordrhein-Westfalen als ein wichtiger Standort der Kulturwirtschaft. Dies ist auch das Ergebnis der mehr als zehnjährigen, teils ministerienübergreifenden Kulturwirtschaftspolitik des Landes. Seit Beginn der 1990er Jahre sind vier Kulturwirtschaftsberichte erarbeitet worden, die zusammen mit Kulturwirtschaftstagen, Kongressen und regionalen Veranstaltungen dafür gesorgt haben, dass die Kulturwirtschaft als Handlungsfeld für die ökonomische, beschäftigungsbezogene und kulturelle Entwicklung besser wahrgenommen wird.

Regionale Initiativen sind in den 1990er Jahren im Ruhrgebiet im Rahmen der regionalen Strukturpolitik in der Emscher-Lippe-Region und der Region Mittleres Ruhrgebiet auf den Weg gebracht worden. Es wurden aber auch Initiativen zur Verbesserung der Rahmenbedingungen gestartet, beispielsweise die Existenzgründungsinitiative "StartART" und die Initiative "Kulturelle Gründerzentren". Im folgenden werden aktuelle Daten und wesentliche Kennzeichen der Wirtschafts- und Beschäftigtenentwicklung in der Kulturwirtschaft in Nordrhein-Westfalen kurz dargestellt, um eine Einschätzung der Potenziale in Deutschlands bevölkerungsreichstem Bundesland zu geben. Der nordrhein-westfälische Ansatz der Kulturwirtschaft geht hinsichtlich der Branchenabgrenzung von kulturellen und künstlerischen Produkten und Dienstleistungen aus, die über kulturwirtschaftliche Netzwerke und Vermittlungseinrichtungen zu ökonomischen Folgeaktivitäten führen (siehe die Definition der Arbeitsgemeinschaft Kulturwirtschaft in Kapitel 5.1).

In Nordrhein-Westfalen wird auch das Konzept der Medien- und Telekommunikationswirtschaft angewandt, welches einige Überschneidungen zur Kulturwirtschaft aufweist, zum Beispiel im Film und TV-Markt. Nicht ohne weiteres ist die nordrhein-westfälische Interpretation der Kulturwirtschaft

mit den britischen "Cultural Industries" bzw. "Culture Industries", aber auch nicht mit den "Creative Industries" gleichzusetzen. Der wesentliche Unterschied liegt im Einbezug nicht-kulturbezogener Branchen wie beispielsweise der Informationstechnologie in den britischen Definitionen (vgl. Arbeitsgemeinschaft Kulturgemeinschaft: 9).

Die Kulturwirtschaft aus der Perspektive des Landes Nordrhein-Westfalen wird in fünf Teilmärkte unterschieden:

- Musikwirtschaft/Phonomarkt,
 - Buch-, Literatur- und Pressemarkt,
 - Kunst- und Designmarkt (mit ergänzenden Branchen Architektur, Werbung)
 - Film-, Rundfunk- und TV-Markt (AV-Medien) und
 - Darstellende Kunst und Unterhaltungskunst.
- (vgl. Arbeitsgemeinschaft Kulturwirtschaft 2001:10)

Die Branchen der Kulturwirtschaft in Nordrhein-Westfalen verfügen über Merkmale, die sie neben der direkten Beschäftigungs- und Umsatzeffekte für die Stadt- und Regionalentwicklung bedeutsam machen:

- eine große Zahl an Neugründungen hat zur weiteren kleinbetrieblichen Unternehmensstruktur beigetragen,
 - viele Tätigkeiten in den Teilbranchen sind arbeits-, personal- und beschäftigungsintensiv,
 - Mehrfach- und Teilzeitbeschäftigungen sind im kulturwirtschaftlichen Arbeitsmarkt möglich,
 - viele Tätigkeiten verlangen ein hohes Maß an Kreativität, Wissen und Querschnittsqualifikationen,
 - in einigen Branchen ist der Frauenanteil überdurchschnittlich hoch, auch bei hochqualifizierten Tätigkeiten,
 - viele Branchen sind zukunftsorientiert, da ihre Produkte und Dienstleistungen nicht substituierbar sind und langfristig nachgefragt werden und
 - die Kulturwirtschaft trägt zur Förderung des Kulturlebens bei.
- (vgl. Ebert / Gnad 1998: 193)

Die Entwicklung der Umsätze und Betriebszahlen der Kulturwirtschaft in Nordrhein-Westfalen liegen während der 1990er Jahre und auch gegen Ende der 1990er Jahre in ihrem Wachstum über der übrigen Wirtschaft: der Anstieg lag zwischen 1996 und 1999 bei rund +21 Prozent, während gesamtwirtschaftlich die Umsatzsteigerung 10 Prozent einnahm. Die Wachstumsdynamik der Kulturwirtschaft in Nordrhein-Westfalen ist damit konstant. Allerdings wird an dieser Stelle auf die Tabelle 2 verwiesen, die die Entwicklung in den jeweiligen Teilmärkten genauer aufzeigt (siehe Tabelle 2). Verallgemeinernde Aussagen für die Kulturwirtschaft sind immer nur relativ, da die einzelnen Teilmärkte sehr unterschiedliche Charakteristika und Potenziale besitzen.

Tabelle 2: Branchen der Kulturwirtschaft in Nordrhein-Westfalen

Ausgewählte Branchen der Kulturwirtschaft in NRW von 1996 bis 1999 (absolut)

Branchen / Segmente der Kulturwirtschaft	Veränderung der Umsätze gegenüber Vorjahr in Mio. Euro		
	1997	1998	1999
(Wirtschaftsgliederung)	1997	1998	1999
Schriftsteller/Autoren	3,6	1,7	7,6
Journalisten	19,0	18,9	15,3
Selbständige Bühnen-, Film, und Rundfunk- Künstler	14,9	17,7	15,2
Buchverlage	104,6	6,9	442,0
Tonstudios	8,6	44,2	35,8
Filmherstellung	16,0	73,2	396,9
Ateliers für Design	55,1	45,5	78,1
Musik- und Tanz- Ensembles	-1,9	-2,4	-20,6
Vervielfältigung von Tonträgern	-107,8	-231,7	-47,2
Filmverleih und Vertrieb	-0,9	-5,0	-35,5
Einzelhandel mit Antiquitäten	-15,0	-11,1	-12,9
Steinbildhauereien, Steinmetze	-18,2	-5,0	-1,2
Architekturbüros (Hochbau)	-127,7	-32,6	-14,0

*Veränderungen der Umsätze nach Lieferungen und Leistungen gegenüber dem Vorjahr

Quelle: Arbeitsgemeinschaft Kulturwirtschaft 2001:14, nach Umsatzsteuerstatistik

Die Gesamtumsätze der Kulturwirtschaft erreichten 1994 eine Höhe von mehr als 72 Mrd. DM, was einem Anteil von 4% der Gesamtumsätze an der Gesamtwirtschaft in NRW entsprach (im Jahr 1980 lag der Anteil bei 2,7 Prozent). Zwischen 1980 und 1996 wuchsen die Umsätze bei einer Ausgangsbasis von rund 28 Mrd. DM zu Beginn der 80er Jahre um mehr als 50 Mrd. DM, dies entspricht einem prozentualen Zuwachs von 180-214 %.

(vgl. Arbeitsgemeinschaft Kulturwirtschaft 1998: 9). In den letzten 20 Jahren hat die Kulturwirtschaft einen großen Beschäftigungszuwachs erlebt und die Wirtschaftsgruppe Kultur, Kunst, Sport und Unterhaltung gehörte zu den am stärksten expandierenden Branchen im tertiären Sektor (vgl. Arbeitsgemeinschaft Kulturwirtschaft 1995: 29).

Abb. 22 Akteure und ihre Politiken, Strategien und Programme zur Förderung der Kulturwirtschaft

Akteure	Politiken, Strategien, Programme, Projekte														
	Minister für Wirtschaft, Mittelstand und Technologie des Landes NRW	Kultusministerium des Landes NRW	Ministerium für Wissenschaft und Forschung des Landes NRW	Ministerium für Stadtentwicklung, Wohnen u. Verkehr des Landes NRW	Ministerium für Arbeit, Gesundheit und Soziales des Landes NRW	Regierungspräsidenten	Städte und Gemeinden	Kreise	Städtetag Nordrhein-Westfalen	Nordrhein-Westfälischer Städte- und Gemeindebund	Landchaftsverbände	Kommunalverband Ruhrgebiet	Industrie- und Handelskammer	WDR	Initiativkreis Ruhrgebiet
Kulturentwicklung	○	●	●	○	●	○	●	●	○	○	●	●		●	●
Kultureinrichtungen	○	●	●	●	●	○	●	●			●	○		○	○
Existenzgründung von Betrieben	●					○	●					○			
Arbeitsplatzschaffung	●	●	○	○		○	●		○	○				○	
Arbeitsplatzsicherung	●	●	○	○		○	●							○	
Standortsicherung von Betrieben	●			○		○	●					○			○
Innovationen und Technologien	●		●				●						○		
Stadtentwicklung	○	○		●		○	●	○	○	○		●			
Stadtmarketing/ City-Management							●								
Stadterneuerung/ Denkmalpflege		●		●			●		○	○	●	●			
Aus- und Weiterbildung	○	●	●	○	●						○	●	○		
Image/Attraktivität		●					●				○	●			●

● Aufgabenschwerpunkt ○ Mitwirkung

Quelle: Arbeitsgemeinschaft Kulturwirtschaft 1991: 125

Die Abbildung 22 zeigt die Aufgabenschwerpunkte und die Mitwirkung verschiedener Akteure in Nordrhein-Westfalen zur Förderung der Kulturwirtschaft zu Beginn der 1990er Jahre. Deutlich wird neben der großen Vielfalt an Politiken und Strategien auch die Vielzahl an Beteiligten in der nordrhein-westfälischen Kulturwirtschaftspolitik.

5.4 Ruhrgebiet: Umstrukturierung einer alten Industrieregion

"Die Vielfalt der Kultur im Ruhrgebiet gleicht spiegelbildlich der unteren Gestalt des Reviers: Flöze und Schächte sorgen für ein fast unübersehbares Crossover."

Ulrich Borsdorf, Ruhrstadt-Tagung in Bochum am 19. Juni 2002

Das Ruhrgebiet (siehe Abbildung 23) befindet sich seit den frühen 1960er Jahren im Strukturwandel. Auswirkungen hat diese Situation auch auf die Rahmenbedingungen für eine prosperierende Kulturwirtschaft in der Region. Seine Funktion als Deutschlands Kohle- und Stahlzentrum und die Dominanz montanindustrieller Wertschöpfungsketten prägten einen Raum, der bis in die 1960er Jahre hinein nicht von kulturwirtschaftlichen Einflüssen gekennzeichnet war.

Abbildung 23: Karte des Ruhrgebietes



Quelle: Institut für Raumplanung, Universität Dortmund

5.4.1 Institutionen, Programme und Initiativen der Kulturpolitik

Die Oberhausener Kurzfilmtage genießen seit den 1960er Jahren einen international hervorragenden Ruf in einer Stadt, die heute symbolhaft dank des Centro Oberhausen auch für den Wandel im Ruhrgebiet steht, von der aber der Schriftsteller LÜTGENHORST noch 1967 schrieb: "*Oberhausen, eine graue Industriestadt im Ruhrgebiet ohne jede Eigenart und Besonderheit, ein Durcheinander von Hochöfen, Hütten, Zechen und Fabriken, mit Wohnhäusern dazwischen und drumherum, gewissermaßen in allem das genaue Gegenteil von dem, was man sich vorstellt, wenn man an Städte denkt, die als 'kulturell bedeutend' gelten, ist in ein paar Jahren zum Zentrum und Umschlagplatz des internationalen künstlerischen Kurzfilms geworden*" (Lütgenhorst 1967:152).

Seit den 1960er Jahren entwickelten sich neue Industrien und Dienstleistungen im Ruhrgebiet, Universitäten und Fachhochschulen wurden gegründet und ein Wandel in der Bevölkerungsstruktur machte sich bemerkbar. GNAD (2000 A) sieht darin, u.a. auch in der wachsenden Zahl an Studierenden, eine größere Nachfrage nach kulturwirtschaftlichen Dienstleistungen und Produkten. Die Studierenden begannen, alte Gewerbegebäude in Veranstaltungsorte für Theater, Kleinkunst und Musik zu verwandeln.

In den 1980er Jahren wurde auch das Ruhrgebiet vom allgemeinen Aufschwung von Kunst und Kultur in Deutschland erfasst. Bundesweit neue Akzente in der kulturellen Infrastruktur fanden sich hier in Form neuer Museen, soziokultureller Zentren und neuer Festivals (beispielsweise das Klavierfestival Ruhr, vom Initiativkreis Ruhrgebiet gefördert) wieder. Die kulturbezogenen Politiken in den Ruhrgebietskommunen stellen eine Art der Kultur- und Kulturwirtschaftspolitik dar.

Eine zweite Form fand seit den 1990er Jahren ihre ruhrgebietsweite Ausprägung: die Verbesserung des Regionalmarketings in der Region. Eine wesentliche Trägerfunktion übernimmt hier der Initiativkreis Ruhrgebiet mit der Initiierung von öffentlichkeitswirksamen Kunst- und Kulturevents. Die Triennale Ruhr kann ebenfalls als Ansatz bewertet werden, der auf die Verbesserung der Außenwirkung zielt:

"Wir wollen in die internationalen Feuilletons! Wir lesen heute von der Pariser Oper, von der Londoner Tate oder vom Edinburgh Festival. Unser Ziel ist es, auch das Ruhrgebiet mit in diese Liste zu bringen."

(Experteninterview mit Bernhard Rechmann)

Kulturelle Infrastrukturen

Das Ruhrgebiet ist die Heimat von zwölf öffentlichen Theatern mit dem Bochumer Schauspielhaus an der Spitze, ergänzt durch viele kleine private Bühnen, die v.a. die Sprechtheater- und Kabarettszene bereichern. Einige Kabarettisten wie "Herbert Knebel", "Doktor Stratmann" (Essen) oder "Die Missfits" (Oberhausen) haben sogar nationalen Kultstatus erreichen können. Kann das Ruhrgebiet als Saatbeet erfolgreicher Kabarettisten dienen? Stellt das Kabarett, das im Ruhrgebiet weniger ein politisches Kabarett ist, ein endogenes Potenzial an Emscher und Ruhr dar?

Im klassischen Musikbereich existieren 14 philharmonische Orchester, von denen insbesondere die Bochumer Symphoniker mit ihrem Intendanten Steven Sloane in den letzten Jahren neue Zuhörerschichten erobern konnten. In diesem konkreten Fall steht aktuell der Bau einer neuen Philharmonie in Bochum an (vgl. Westdeutsche Allgemeine Zeitung 2001, 2002).

Fünf Musiktheater haben ihren Standort im Ruhrgebiet. Neben den Ensembles in Dortmund, Essen und Hagen, die nur Sparten anderer Theater sind, zählen das Musiktheater in Gelsenkirchen und die Deutsche Oper am Rhein in Duisburg als "echte" Musiktheater. Daneben existieren fünf Tanztheater in Gelsenkirchen, Duisburg, Dortmund, Essen und Essen-Rüttenscheid (siehe auch Abbildung 24).

Mehr als 140 Museen bereichern die regionale Museenszene, die von StadtteilMuseen bis zum weltweit bekannten Folkwang-Komplex in Essen reichen. Alle Gesprächspartner in Nordrhein-Westfalen erwähnten das Modell Folkwang (Museum, Musikhochschule) in einem Atemzug mit den kulturellen Potenzialen an Ruhr und Emscher. Im Bereich der bildenden Kunst stellen das Museum Folkwang in Essen mit seiner Gemäldesammlung des 19. und 20. Jahrhunderts und das Wilhelm-Lehmbruck Museum in Duisburg mit seiner Skulpturensammlung die bedeutsamsten der Museenlandschaft dar.

Abbildung 24: Vielbesuchte Kulturstätten im Ruhrgebiet



Quelle: Kommunalverband Ruhrgebiet, o.J.: 49

Über 100 private Kunstgalerien haben ihren Standort im Revier. Die Lage der Galerien hat sich jedoch in den letzten Jahren in der Form verändert, dass viele Galeristen ins Rheinland (Düsseldorf / Köln) abwanderten (Experteninterview mit Fritz Gnad). Fehlt es dem Ruhrgebiet an ausgeprägten kulturellen Milieus? PRAGER formuliert kritisch, dass die hohe Quantität an

kulturellen Infrastrukturen auch eine Schattenseite beinhaltet: *"Allerdings liegt die Qualität dieses Angebots oftmals unter dem Standard der deutschen und europäischen Spitze"* (Prager, 1996: 16; vgl. auch Prosek 1999).

Die häufig getroffenen Vergleiche des kulturellen Angebotes im Ruhrgebiet mit den Kulturmetropolen Paris oder London lassen das mangelnde Selbstbewusstsein regionaler Akteure (Motto: *"Wir sind mindestens so gut wie..."*) zum Vorschein treten, zum anderen werden auch große Quantitäten (Motto: *"Wir haben mindestens so viele wie..."*) nicht ausreichen, um im globalen Standortwettbewerb konkurrieren zu können. Die auch in anderen Politikfeldern des Ruhrgebiets feststellbare "Tonnenideologie" vieler handelnder Akteure, die durch die rein quantitative Aufzählung beispielsweise kultureller Infrastrukturen deutlich wird, stellt bei einer an endogenen kultur- und kulturwirtschaftlichen Potenzialen ausgerichteten Regionalentwicklung, die auf regionale Qualitäten setzt, ein große Manko dar.

Festivals, Events, Unterhaltung und Stadtentwicklung

Eine große Anzahl kultureller Festivals findet in den Kommunen des Ruhrgebietes statt. Regionalen Charakter hat im Theaterbereich das Theaterfestival T7, das seit 1999 jährlich stattfindet und in dem sich sieben etablierte Festivals zusammengeschlossen haben. Die Ruhrfestspiele Recklinghausen, das Figurentheater "FIDENA" in Bochum, die "Mülheimer Stücke", die Duisburger "Akzente", das Off-Theatertreffen "TheaterZwang", das Straßentheaterfestival in Schwerte und das "Scene-Festival" sind weitere Beispiele.

Neben diesen ergänzen viele Popmusik-Festivals in den Städten und Stadtteilen des Ruhrgebietes das kulturelle Angebot. Das bekannteste und erfolgreichste dieser Art findet seit über 17 Jahren in Bochum statt: "Bochum Total", an drei Tagen an einem Wochenende in den Sommermonaten. In Bochums Entertainmentquartier "Bermuda-Dreieck", welches sich an den Wochenende als Magnet der "Nighttime-Economy" für die unter 30jährigen im Ruhrgebiet herausgebildet hat, pulsiert das Nachtleben. Ein attraktiver Mix aus Restaurants, Bars, Kinos und Musikclubs sorgt für große kommerzielle Aktivität. In unmittelbarer Nachbarschaft zwischen dem "Bermuda-Dreieck" und dem in räumlicher Nähe liegenden Schauspielhaus haben sich weitere Gastronomiebetriebe angesiedelt, Themenrestaurants oder Ethno-Food, die auf diese Zielgruppen ausgerichtet sind.

Soziokultur

Ein dichtes Netz an soziokulturellen Stätten prägt das Ruhrgebiet seit den 1970er Jahren. Fast in jeder Stadt findet sich ein soziokulturelles Zentrum, die meist aus stadtteilbezogenen Bürgerinitiativen hervorgegangen sind. Exemplarisch werden hier der Bahnhof Langendreer in Bochum und die Zeche Carl in Essen aufgeführt. Insbesondere die Zeche Carl hat sich zu einem kulturwirtschaftlich bedeutenden Gründerzentrum für Unternehmen und Selbständige im Veranstaltungswesen entwickelt (vgl. Arbeitsgemeinschaft Kulturwirtschaft 1995).

5.4.2 Institutionen, Programme und Initiativen der Strukturpolitik

Die Strukturpolitik im Ruhrgebiet begann im Übergang von den 1960er zu den 1970er Jahren in einer Zeit, als die Region sich vom industriellen Kraftzentrum Deutschlands in eine ökonomisch-soziale Problemregion wandelte. Die Modernisierung der Region bzw. einzelner Teilräume stützt sich seitdem auf Strukturhilfen, vorrangig durch die Fördertöpfe der europäischen Strukturfonds, der Bund-Länder-Gemeinschaftsaufgabe "Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur" und der Landesförderung (vgl. Kommunalverband Ruhrgebiet 2000:4).

Für die im Rahmen dieser Untersuchung wichtige Fragestellung, inwieweit der Wirtschaftsverbund der Kulturwirtschaft im Ruhrgebiet seine Ausprägungen findet und von regionalen Akteuren aufgenommen bzw. gefördert wird, sollen im folgenden die wichtigsten strukturpolitischen Akteure und Konzeptionen näher auf diese Aspekte hin beleuchtet werden. Im Vordergrund steht die Integration kultureller und kulturwirtschaftlicher Programme und Maßnahmen in die jeweiligen strukturpolitischen Handlungen.

5.4.2.1 Entwicklung seit den 1960er Jahren

Sowohl das Entwicklungsprogramm Ruhr 1968 als auch das Aktionsprogramm Ruhr und die Zukunftsinitiative Montanregionen (ZIM) zeichneten sich dadurch aus, dass kulturwirtschaftliche Aspekte in den jeweiligen Förderprogrammen zunächst keine Rolle spielten. Im Entwicklungsprogramm Ruhr 1968 wurden strukturpolitische Maßnahmen wie die Verbesserung der Verkehrsinfrastruktur, der Hochschulbau und Flächensanierungen für Neuansiedlungen ergänzt durch die beiden Technologieprogramme Bergbau und Energie. Das Aktionsprogramm Ruhr rückte eine Neo-Industrialisierung in der Form einer Auffächerung der wirtschafts- und technologiefördernden Maßnahmen mit Blick auf neue Industrien in den Vordergrund. Sowohl das Aktionsprogramm Ruhr als auch die anschließende Zukunftsinitiative Montanregionen (ZIM) standen im Zeichen eines "aktiven Strukturwandels" und einer innovationsorientierten Regionalpolitik: KMU-Förderung, Technologiezentren und Transferstellen bestimmten das Förderspektrum (vgl. Kommunalverband Ruhrgebiet 2000:4).

Mit der Zukunftsinitiative Montanregionen (ZIM) von 1987 bis 1989 sollte die Mobilisierung endogener Potenziale durch die Beteiligung regionaler Akteure gelingen. Auf kommunaler Ebene gab es erstmals Bemühungen der Ausweitungen der Wirtschaftsförderung zu einer Art kommunaler Entwicklungspolitik, die auch den Kulturbereich umfassen sollte (vgl. ebenda).

Mit der nachfolgenden Zukunftsinitiative für die Regionen in Nordrhein-Westfalen (ZIN) wurde der ZIM-Ansatz seit 1989 verfeinert und landesweit ausgedehnt. Die Grundlagen der regionalisierten Strukturpolitik wurden gelegt und das Land Nordrhein-Westfalen in Anlehnung an die Bezirke der Industrie- und Handelskammern in 15 sog. ZIN-Regionen eingeteilt. Zum Ruhrgebiet zählen überwiegend oder vollständig sechs dieser Regionen. Vier von 15 nordrhein-westfälischen Regionen gehören vollständig zum Großraum Ruhrgebiet: Emscher-Lippe, Mülheim / Essen / Oberhausen (MEO), Dortmund / Kreis Unna / Hamm (östliches Ruhrgebiet) und das Mittlere Ruhrgebiet (Bochum / Ennepe-Ruhr-Kreis). Hinzu kommen die Region Niederrhein und die Märkische Region, die mit Ausnahme jeweils

eines Kreises dem Ruhrgebiet zugerechnet werden können. Hervorzuheben ist, dass zwei Regionen über sog. Entwicklungsagenturen verfügen: die Emscher-Lippe-Agentur (ELA) und die Entwicklungsagentur Östliches Ruhrgebiet (EWA, seit Sommer 2001 aufgelöst).

Die Landesregierung forderte die regionalen Akteure (Kommunen, Kammern, Gewerkschaften etc.) auf, regionale Entwicklungskonzepte zu erstellen, deren Resultate dann von Seiten der Landesregierung bei der Fördermittelbewilligung herangezogen wurden. Dieser Ansatz stand in gleichzeitiger Verbindung mit den Veränderungen der Strukturfonds der Europäischen Union Ende der 1980er Jahre. Die regionalen Entwicklungskonzepte waren in ihrem Aufbau an öffentlich-strukturell geprägte Politikfelder orientiert (Umwelt, Flächen, Technologie, Qualifizierung etc.), jedoch nicht an regionalwirtschaftlichen Schwerpunkten. Unternehmensnetzwerke, Branchen oder Produktionscluster standen nicht im Mittelpunkt der Förderung. Seit der Mitte der 1990er Jahre sind neue Verfahrensweisen in die Regionalpolitik eingebunden worden, die auf die aktive Rolle der Akteure zielen und eine stärkere Ausrichtung an konkrete realwirtschaftliche Konstellationen (Unternehmen, Wirtschaftskluster, Kompetenzfelder) aufweisen (vgl. Kommunalverband Ruhrgebiet 2002 A, B).

Entwicklungskonzept "Kultur-Medien-Freizeit in der Emscher-Lippe-Region"

Die Regionalkonferenz Emscher-Lippe hat Mitte der 1990er Jahre als überkommunales Diskussions- und Entscheidungsgremium mit den regionalen Akteuren der beteiligten Städte die Durchführung eines handlungsbezogenen Projektes zur Stärkung der Wirtschaftsbranchen Kultur-, Medien- und Freizeitwirtschaft beschlossen, deren Ergebnisse im Entwicklungskonzept vorgelegt wurden. Der zentrale Baustein bei der Entwicklung des Konzeptes waren "Kreativwerkstätten", die sich thematisch weitgehend am Kultur-Medien-Freizeit-Profil der Emscher-Lippe-Region orientierten. Die Emscher-Lippe-Region ist hinsichtlich der wirtschaftlichen Relevanz der Kultur- und Medienwirtschaft, mit Regionen, in denen diese Branchen eine Schlüsselrolle einnehmen (Köln oder Düsseldorf), eindeutig im Hintergrund zu sehen. Jedoch besitzt sie zahlreiche kulturwirtschaftliche Einrichtungen und Potenziale, die für die Regionalentwicklung und den Strukturwandel von großem Interesse sind. Das Entwicklungskonzept diente daher der stärkeren Profilierung der vielfältigen Aktivitäten in den Bereichen Kultur, Medien und Freizeit (vgl. Emscher-Lippe Agentur et al 1999).

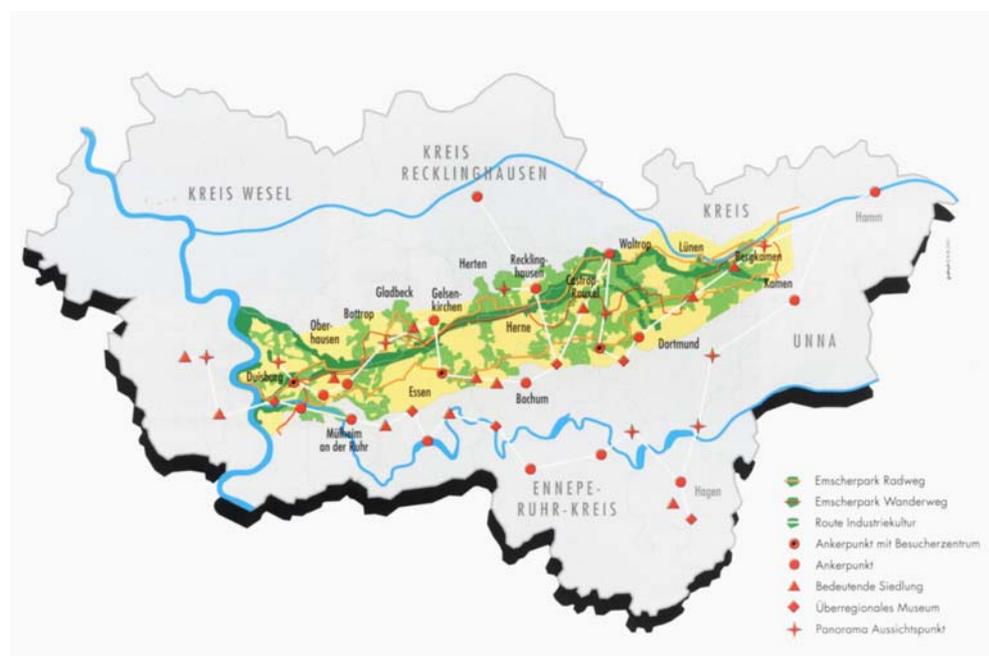
NRW-EU-Programme

Im Rahmen der Ziel 2-Förderung der europäischen Strukturpolitik sind im Zeitraum von 1989 bis 1999 auch kulturelle und kulturwirtschaftliche Projekte im Ruhrgebiet gefördert worden. Die Mitfinanzierung vieler Projekte der IBA Emscher Park beispielsweise lief über europäische Finanztöpfe. Das Land Nordrhein-Westfalen setzt mit dem NRW-EU-Ziel-2-Programm im Zeitraum von 2000 bis 2006 neue inhaltliche und räumliche Schwerpunkte, die auch der Kulturwirtschaft im Ruhrgebiet zugute kommen werden. In Nordrhein-Westfalen werden die Fördermaßnahmen mit ähnlicher Zielsetzung innerhalb von vier sog. "Prioritäten" zusammengefasst. Die Priorität 2 "Unternehmensentwicklung: Technologie und Innovation" dient dabei der Unterstützung von Existenzgründern. In diesem Schwerpunkt werden auch Maßnahmen zugunsten sich neu bildender Kompetenzfelder und Unternehmenscluster in den Bereichen Tourismus, Freizeit- und Kulturwirtschaft gefördert (vgl. www.ziel2-nrw.de am 2.11.2002).

Internationale Bauausstellung (IBA) Emscher-Park

Die Internationale Bauausstellung (IBA) Emscher Park hat während ihrer zehnjährigen Projektlaufzeit auch über kulturelle Strategien und Projekte versucht, das nördliche Ruhrgebiet zu profilieren und dem Strukturwandel eine neue Richtung zu geben. Der nachts beleuchtete Hochofen in Duisburg-Meiderich, die in rote Lichter gehüllte Kokerei Zollverein oder der als Ausstellungsraum umfunktionierte Gasometer in Oberhausen sind die kulturellen Leuchttürme der "neuen" Kulturlandschaft Ruhrgebiet. Verschiedene Akteure setzten sich in der "Nach-IBA-Zeit" Ende der 1990er Jahre dann (erfolglos) dafür ein, einen "Nationalpark Industriekultur" ins Leben zu rufen (Experteninterview mit Andrea Höber).

Abbildung 25: Route der Industriekultur



Quelle: Kommunalverband Ruhrgebiet, o.J.: 55

In der Region selber ist das Zukunftspotenzial der IBA Emscher Park fast weniger begriffen worden "(...) als im interessiert bis fasziniert beobachtenden Ausland" (Roters 2001: 138). ROTERS bemängelt, dass von einer gelungenen Erinnerungsleistung des IBA-Erbes nicht gesprochen werden könne. "Anstelle einer strategischen Verständigung auf Rolle und Bedeutung von Kunst und Kultur für den Strukturwandel im Revier gibt es eine geschmacklose Melange folgenlosen Abhakens einer Epoche: interessant, aber zu teuer; spektakulär, aber zu wenig Arbeitsplätze; industriekulturelle Mythologisierung bei Vernachlässigung der "Hochkultur"; Eventkultur statt Strukturbildung; Spitzenereignisse statt kultureller Grundversorgung; Avantgarde-Kultur für wenige statt Entertainment für alle" (Roters 2001:138f.).

Trotzdem hat gerade der Ansatz der IBA Emscher Park die Verknüpfungen und Interdependenzen zwischen Kultur, Stadtentwicklung und Wirtschaftsentwicklung wie kein anderes regional- und strukturpolitisches Projekt zuvor für das Ruhrgebiet hervorgehoben. Die Rolle und Funktion von Kultur

als Motor einer umfassenden Regionalentwicklung ist anhand des IBA-Ansatzes deutlich gemacht worden. Insbesondere für das Ruhrgebiet, dem der Mangel an urbanen Lebensqualitäten als sein größtes Strukturdefizit zugeschrieben wird (vgl. Siebel 2002 oder Rossmann 1996) und die von den hochqualifizierten Arbeitskräften in den Dienstleistungsberufen heute als weiche Standortfaktoren verlangt werden, bieten sich hier große Chancen.

Die IBA Emscher Park hat im Zeitraum von 1989 bis 1999 eine ruhrgebietsweite Ausstrahlungskraft und im nördlichen Ruhrgebiet auch eine strukturpolitische Bedeutung entwickeln können. Es gelang der IBA jedoch nicht, einen umfassenden und langfristigen Diskussions- und Lernprozess im Ruhrgebiet zu verstetigen. Das sektorale Herangehen einzelner Fachdisziplinen und Verwaltungsstellen konnte kaum aufgebrochen werden (Experteninterviews mit Dieter Rehfeld, Heiderose Kilper und Uwe Kremer). Die IBA Emscher Park setzte vor allem auf Aspekte der Infrastruktur- und Siedlungsentwicklung, der Umweltbedingungen und der Lebensqualität. Die gewerblich oder wertschöpfungsorientierte Strukturförderung gelang ihr nur in wenigen Ausnahmen (vgl. Kommunalverband Ruhrgebiet 2000: 49).

Die Arbeitsfelder der IBA Emscher Park konzentrierten sich auf bestimmte Leitthemen, von denen im Rahmen dieser Untersuchung das Leitthema "Neue Nutzung industrieller Bauten" den engsten Bezug zu Kultur und Kulturwirtschaft aufweist. Brachliegende Industriegebäude wurden neuen Nutzungen zugeführt, häufig wurden die industriekulturellen Hüllen auch mit kulturellen Neunutzungen versehen (z.B. der Gasometer in Oberhausen, der heute als Ausstellungshalle und Aussichtsplattform dient). Die kulturelle Nutzung von Brachflächen (siehe hierzu auch Bradtke / Löwer 1999) wird bereits auf einigen Arealen des Ruhrgebietes vorangetrieben: die Jahrhunderthalle in Bochum soll, obwohl erste Ideen bereits vor Jahren verworfen wurden, zu einem Zentrum für Musik entwickelt werden; die Zeche Zollverein wird als Kompetenzzentrum für Kultur und Design aufgebaut. Die vormals ummauerten und verbotenen Zonen sind von der IBA Emscher Park eingerissen worden: aus Stahlwerken wurden Parkanlagen und aus Zechengeländen lebhaftere Wohnquartiere.

Die leeren Hüllen der industriellen Vergangenheit werden gefüllt und bieten allein aus ökonomischer Logik eine große Attraktivität für kulturelle Aktivitäten und Neugründungen. Die entwerteten Brachen strahlen darüber hinaus aber auch eine große Symbolkraft aus: *"Das Gehäuse einer vergangenen gesellschaftlichen Formation, das seine Zwecke überlebt hat und nun für etwas ganz anderes in Dienst genommen wird, weist ökonomisch und symbolisch jene Überschüsse und Hohlräume auf, in denen sich Phantasie und Innovation entfalten können"* (Siebel 2002).

Kommunalverband Ruhrgebiet, Bezirksregierungen und Projekt Ruhr

Ein wichtiger strukturpolitischer Akteur im Ruhrgebiet ist der Kommunalverband Ruhrgebiet (KVR) bzw. sein Rechtsvorgänger, der Siedlungsverband Ruhrkohlenbezirk (SVR). Der SVR erhielt per Landesplanungsgesetz 1950 noch den gesetzlichen Auftrag, die "übergeordnete, zusammenfassende Planung für eine den sozialen, kulturellen und wirtschaftlichen Erfordernissen entsprechende Raumordnung im Verbandsgebiet zu entwickeln" (§1 LaPlaG vom 11.3.1950, vgl. Kommunalverband Ruhrgebiet 2002 B). Durch die Neuordnung der Landesplanung 1975 wandelte sich seine Aufgabe und

der SVR musste seine Kompetenz für die Regionalplanung abgeben. 1979 erhielt der KVR als Nachfolgeorganisation des SVR ein neues Aufgabenspektrum: er sieht seine Funktion als eine Art "regionaler Dienstleister", ist jedoch in seiner Entscheidungsfähigkeit gerade in planungsrechtlicher Sicht stark eingeschränkt. Dem KVR kann in seinen Aktivitäten in der Kultur- und Freizeitwirtschaft eine strukturpolitische Komponente zugebilligt werden (vgl. Kommunalverband Ruhrgebiet 2000: 36).

Zwischen der Landesebene und den Teilregionen spielen als staatliche Ebene die Bezirksregierungen Düsseldorf, Münster und Arnsberg eine vermittelnde und koordinierende Rolle. Mehr oder weniger gilt dies für die regionalen Entwicklungskonzepte. Bislang hat es eine ruhrgebietsweite Konzertierung nicht gegeben. Die regionale Kohäsion wurde zudem geschwächt, da der KVR seitens der Kommunen nicht als ruhrgebietsweit koordinierende Instanz für die Bezirksplanungsräte mandatiert.

Im April 2000 wurde im Rahmen der Verwaltungsstrukturreform in Nordrhein-Westfalen die landeseigene Gesellschaft Projekt Ruhr GmbH gegründet, die "*mit den besten Köpfen der Region und der nationalen und internationalen Fachwelt Strategien entwickeln (...) und diese ohne jeden Zeitverzug in Zukunftsprojekte für das Ruhrgebiet umsetzen*" soll (Pressemitteilung www.nrw.de am 14.01.2000). Sie hat den Auftrag, in der "Nach-IBA-Zeit" die Entwicklung und Umsetzung innovativer Projekte im Ruhrgebiet zu fördern.

Im Zuge der Kommunalen Entwicklungsschwerpunkte Ruhr hat die Projekt Ruhr GmbH im März 2002 gemeinsam mit dem Wirtschaftsministerium 12 Kompetenz- und Handlungsfelder entwickelt, von denen zwei zum kulturellen und kulturwirtschaftlichen Bereich zählen:

- *Kompetenzfeld Tourismus, Freizeit, Kultur*

Der Ausbau der Spielstätten der Triennale Ruhr steht im Vordergrund dieses Kompetenzfeldes. Die Förderung umfasst den Ausbau der Jahrhunderthalle in Bochum sowie Modernisierungsprojekte am Landschaftspark Duisburg-Nord, an der Zeche Zollern in Dortmund, auf Zollverein in Essen, am Gasometer in Oberhausen, in der Alfred-Fischer-Halle in Hamm, in der Maschinenhalle Zweckel in Recklinghausen, am Festspielhaus Recklinghausen und an der Zentralwerkstatt Zeche Auguste Victoria in Recklinghausen. Ergänzt werden diese Projekte durch die Route der Industriekultur, die Marina in Herne, das Medienmuseum in Mülheim und die Wirtschaftsschule für Hotellerie und Gastgewerbe in Dortmund (vgl. Pressemitteilung www.nrw.de am 7.03.2002).

- *Kompetenzschwerpunkt Design*

Hier steht die Förderung des Ausbaus der Zeche Zollverein in Essen als Design- und Kulturstandort von internationalem Rang im Mittelpunkt. Neben dem Design-Gewerbepark soll auch eine Plattform Design als internationales Aus- und Weiterbildungszentrum gefördert und zu einem "Centre of Excellence" fortentwickelt werden (vgl. ebenda). Das Kompetenzfeld Design wird im Kapitel 5.5.2.2 dieser Untersuchung näher analysiert.

Kultur Ruhr GmbH

Die Kultur Ruhr GmbH ist im Kontext der Regionalen Kulturpolitik des Landes Nordrhein-Westfalen entstanden und am 25.02.1997 durch die Umgründung der Triennale Ruhr GmbH errichtet worden. "*Gegenstand des*

Unternehmens ist die Planung, Vorbereitung und Durchführung von kulturellen Projekten im gesamten Ruhrgebiet. Alle Projekte haben regionalen Charakter mit überregionalem Bedeutung und dienen ausschließlich der Förderung von Kunst und Kultur als Beitrag zur ökologischen, ökonomischen und sozialen Erneuerung des Ruhrgebietes“ (Gesellschaftsvertrag vom 24.02.1997, vgl. KuPoGe / SFZ 2000: 39). Die Leitziele der Kultur Ruhr GmbH sind:

- die Profilierung der Region nach außen,
- die Profilierung der Region nach innen,
- die Unterstützung des Strukturwandels,
- und die Sicherung der kulturellen Grundversorgung.

Die strategischen Ziele umfassen beispielsweise die Erzeugung von Innovationen durch die Unterstützung regionaler Projekte, die Entwicklung herausragender Kulturereignisse und die Bündelung regionaler Kräfte und Fähigkeiten. Die Evaluation der Kultur Ruhr GmbH im März 2000 hat zunächst kritisch aufzeigen können, dass die Organisation *"(...) unter hohem Zeitdruck, ohne eine präzise Definition der Organisationsziele und ohne die Entwicklung einer an diesen Zielen orientierten Organisationsstruktur entstanden (...)"* (KuPoGe / SFZ 2000: 39) ist. Die im Rahmen der Evaluation (vgl. ebenda) befragten regionalen Interviewpartner attestierten der Kultur Ruhr GmbH jedoch den Beitrag zur kulturelle Profilbildung und zur verbesserten Vernetzung der Kulturschaffenden.

Unternehmen, Kammern, Sozialparteien

Bis zum heutigen Zeitpunkt ist die regionale Strukturpolitik vor allem die Aufgabe öffentlicher Akteure. Den Industrie- und Handelskammern (IHK) kommt damit eine wichtige Bedeutung zu, ablesbar ist dies daran, dass die sechs Teilregionen der regionalisierten Strukturpolitik den IHK-Bezirken entsprechen. Das Aufgabenspektrum der Industrie- und Handelskammern im Ruhrgebiet berührt den kulturwirtschaftlichen Bereich nur in Ansätzen. Sind die Experten der IHK in Essen sich der Bedeutung des Designsektors auf der Zeche Zollverein bewußt (Experteninterview mit Michael Gehlert), so stößt eine Nachfrage des Autors bei einem Experten für den Multimediale Bereich der IHK Mittleres Ruhrgebiet in Bochum auf Ablehnung:

„Kulturwirtschaft? Da fragen sie aber mal lieber beim Kulturamt der Stadt Bochum nach.“

(Telefoninterview mit einem Experten der IHK Bochum Mittleres Ruhrgebiet, 2. August 2002)

Der Verein Pro Ruhrgebiet und der Initiativkreis Ruhrgebiet sind zwei Einrichtungen, die im Sinne der Förderung des Strukturwandels im Ruhrgebiet tätig sind. Der Initiativkreis Ruhrgebiet, 1989 gegründet und von 40 Großunternehmen aus dem In- und Ausland finanziell unterstützt, will die Attraktivität, das Image und die Kompetenz im Ruhrgebiet verbessern helfen. Ein zukunftsorientiertes Regionalmarketing ist der gemeinsame Bezugspunkt verschiedener Projekte, die vom hochkulturellen Klavierfestival Ruhr bis hin zu wissenschaftlichen Projekten und Kongressen reichen (beispielsweise das internationale Projekt "Strukturwandel an der Ruhr im internationalen Vergleich"). Der Verein Pro Ruhrgebiet engagiert sich bereits seit 1981 für die Ruhrgebietsentwicklung und stützt sich auf ca. 250 Unternehmen sowie knapp 100 Einzelpersonlichkeiten. Seine Stärken liegen in der Verbesserung des Images, insbesondere im Rahmen des Engagement im Kultur- und Sportbereich.

5.4.2.2 Regionale Ansätze in den Strukturregionen des Ruhrgebiets

Strukturregion "Emscher-Lippe"

Die Strukturregion "Emscher-Lippe" ist durch eine integrierte, akteurs- und potenzialbezogene Netzwerkstrategie geprägt. Im Herbst 1996 erfolgte in der Emscher-Lippe-Region mit ihren Städten Gelsenkirchen, Bottrop und zehn Städten des Kreises Recklinghausen der "Startschuß" für das handlungsbezogene Projekt zur Stärkung der Kultur-, Medien- und Freizeitwirtschaft sowie entsprechender öffentlicher Bereiche. Das Ziel des Entwicklungskonzeptes lag in der Verbesserung der Rahmenbedingungen für die Unternehmen und Selbständigen aus den Bereichen Kultur, Medien und Freizeit sowie den Anstoß zu geben für kulturwirtschaftlich relevante Projekte. Es wurden acht Kreativwerkstätten durchgeführt, an denen rund hundert Akteure aus der Region (private Unternehmer und öffentliche Kulturinstitutionen) teilnahmen. Über dreißig ausgewählte Vorschläge aus den Werkstätten standen als Ergebnisse fest. Die Projektstrategie diente auch der Schaffung eines regionalen Informations-, Kommunikations- und Handlungsnetzwerkes der regionalen Kulturwirtschaft. Einige kulturwirtschaftliche Agenturen der Region haben sich zur "Revier-Connection" zusammengeschlossen (vgl. Ebert / Gnad 1998: 194).

GNAD (2000 A: 188) führt die Charakteristika auf, die im Entwicklungskonzept der Emscher-Lippe-Region seit 1996 verfolgt wurden:

- ein integrativer prozessorientierter Ansatz,
- endogene Potenziale und ein regionales Profil als Ausgangspunkte,
- der Einbezug kreativer Akteure und ihrer Ideen,
- der Netzwerkaufbau und
- die Integration der Prozessergebnisse als Projekte und Strategien in einem ausbaubaren Entwicklungskonzept.

Strukturregion „Mülheim - Essen – Oberhausen“

Die Strukturregion „Mülheim - Essen – Oberhausen“ ist durch einen *Bottom-Up*-Ansatz verschiedener lokaler Akteure gekennzeichnet. Im Jahr 1996 wurde eine Arbeitsgemeinschaft aus den Bereichen Kulturverwaltung, Wirtschaftsförderung, Stadtentwicklung und Marketing gegründet, zu der auch freie Kulturschaffende gehörten. Bis zum Herbst 1998 wurden Werkstätten zu den Themen Soziokultur und Literatur- und Verlagswesen sowie kontinuierliche Arbeitstreffen durchgeführt. Ein erfolgversprechendes Projekt, das aus diesen Treffen resultierte, ist Ethno Art Ruhr, eine Initiative zur Förderung und Qualifizierung jugendlicher Ausländer in den Bereichen Kunst und Kultur. Ende der 1990er Jahre wurden weitere Werkstätten zur Verbesserung der kulturwirtschaftlichen Rahmenbedingungen erarbeitet (vgl. Ebert / Gnad 1998: 194).

Strukturregion „Mittleres Ruhrgebiet“

In der Strukturregion „Mittleres Ruhrgebiet“ mit ihren Städten Bochum, Herne, Witten und Hattingen finden sich eher traditionelle *Top-Down*-Strategien mit Kommunikationsansätzen einbezogener lokaler Akteure. Seit 1997 sind Projekte zur Förderung der Kultur- und Medienwirtschaft initiiert worden. Im Gegensatz zu den Ansätzen in den anderen Strukturregionen des Ruhrgebietes sind hier vorwiegend Selbständige und Unternehmen der Kulturwirtschaft, Wirtschaftsförderer und Akteure der IHK als regionale Akteure identifiziert worden. Die wesentliche Aufgabe sah man Ende der

1990er Jahre in der Bestandsaufnahme zur Musikwirtschaft und zu den AV- und Printmedien und in der Erarbeitung eines regionalen Maßnahmenkonzeptes (vgl. Ebert / Gnad 1998: 195).

Strukturregion „Dortmund- Unna – Hamm“

In der Strukturregion im östlichen Ruhrgebiet sind bis Ende der 1990er Jahre keine überlokalen Strategien entwickelt worden. Prägend ist hier die Realisierung von Einzelprojekten in den Städten, beispielsweise der Entwicklung der "Lindenbrauerei" zum Zentrum für Lichtkunst in Unna (vgl. Gnad 2000 A: 188).

5.4.3 Charakteristika der Kulturwirtschaft im Ruhrgebiet

Für das Ruhrgebiet als Region liegen keine genauen Daten zur Kulturwirtschaft vor, lediglich für die einzelnen Strukturregionen, die in etwa der Abgrenzung des Ruhrgebietes entsprechen. In den fünf Strukturregionen "Dortmund - Kreis Unna – Hamm", "Mittleres Ruhrgebiet", "Mülheim - Essen – Oberhausen", "Niederrhein" sowie der "Emscher-Lippe-Region" gab es 1992 rund 9.500 kulturwirtschaftliche Unternehmen und Selbständige. Zusammen erzielten sie einen Umsatz von 12,3 Milliarden DM, was rund 22 Prozent der kulturwirtschaftlichen Betriebe und etwa 19 Prozent der entsprechenden Umsätze in Nordrhein-Westfalen entspricht (vgl. Ebert / Gnad 1998: 192). Den höchsten Umsatz erzielte die zentrale Kernregion des Ruhrgebiets "Mülheim - Essen – Oberhausen" mit fast sechs Milliarden DM Umsatz. Hier fand sich 1992 jedes 12. Unternehmen der Kulturwirtschaft. Im Vergleich ist bereits jedes zehnte Unternehmen in den kulturwirtschaftlich ausgeprägteren Strukturregionen "Köln" oder "Düsseldorf / Mittlerer Niederrhein" Teil dieser Branchen (vgl. Ebert / Gnad 1998 193).

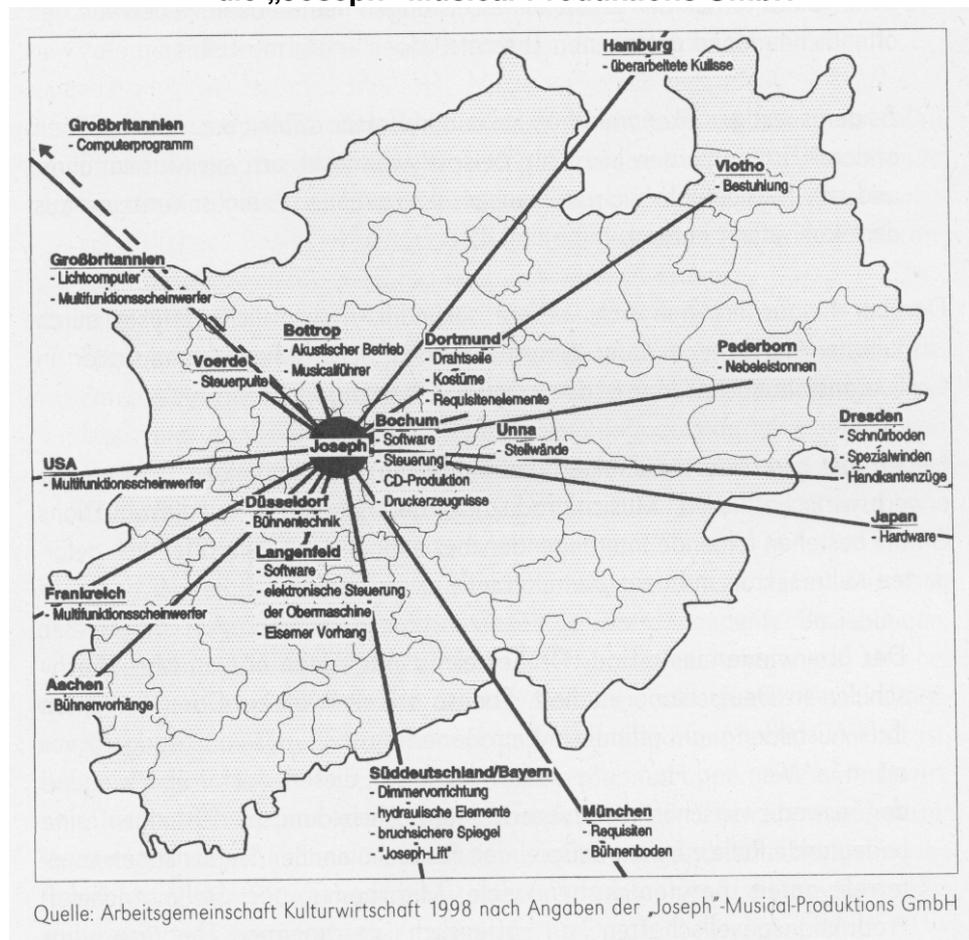
Für die Förderung der regionalen Kulturwirtschaft an Ruhr und Emscher spielt der dritte Ansatz der Kultur- und Kulturwirtschaftspolitik die elementarste Rolle, die Entwicklung verschiedener strategischer Ansätze: Flagship-Strategien, Grassroots-Strategien und schließlich integrierte Entwicklungsstrategien (vgl. Gnad 2000 A: 187). Wodurch zeichnen sich die Strategien aus?

- **Grassroots-Strategien** basieren auf Projekten, die von lokalen Szenen, Initiativen oder einzelnen Sparten getragen werden. Brachliegende Flächen und Gebäude werden umgenutzt und in Kulturzentren übertragen, Beispiele dafür finden sich an vielen Orten im Ruhrgebiet: das Dortmunder Künstlerhaus oder der Bochumer Bahnhof Langendreer seien hier genannt.
- **Flagship-Strategien** erhoffen durch gezielte individuelle Maßnahmen Ausströmungs- und Katalysatoreffekte über den Rahmen des Projektes hinaus zu erzielen. Als Beispiele gelten das Bochumer "Starlight Express"-Musical, welches Ende der 1980er Jahre bewußt von der Bochumer Stadtverwaltung als Leitprojekt initiiert wurde. Die Zeche Zollverein in Essen ist ein aktuelles Beispiel dieser Strategie. Die nordrhein-westfälische Landesregierung hat eines ihrer strukturpolitischen Kompetenzfelder auf die Förderung der Designwirtschaft auf dem Zollverein-Areal Mitte März 2002 fokussiert.
- **Integrierte Entwicklungsstrategien** für die Förderung der Kulturwirtschaft wurden indirekt erstmals Ende der 1980er Jahre entworfen. Die

Internationale Bauausstellung (IBA) Emscher Park schuf dank des Erhalts der identitätsstiftenden kulturellen baulichen Zeugnisse v.a. im Bereich der Industriekultur die physischen Voraussetzungen für den Aufbau kulturwirtschaftlicher Produktions- und Veranstaltungsorte. Darüber hinaus sorgten die neu inszenierten Standorte für eine Belebung des Kulturtourismus. Mitte der 1990er Jahre folgten dann für den nördlichen Teilraum „Emscher-Lippe“ Strategien für die Bereiche Kultur, Medien und Freizeit, die das erste Strategieprojekt zur Kulturwirtschaft in Nordrhein-Westfalen mit einem integrierten Ansatz darstellten (vgl. Gnad 2000 A: 187).

Als Beispiel für die räumliche Verteilung der Produktions- und Dienstleistungsbeziehungen im Ruhrgebiet dient ein Blick auf den Musicalstandort „Joseph“ in Essen (siehe Abbildung 26). Hier ist die hohe regionalwirtschaftliche Bedeutung des Musicalstandorts ablesbar anhand der dargestellten Herkunft ausgewählter Waren und Dienstleistungen für die "Joseph-Musical-Produktions GmbH". Im dritten Kulturwirtschaftsbericht des Landes Nordrhein-Westfalen wurde die regionale Bedeutung der Musicalspielorte der "Stella Musical-Produktions Gesellschaft" im Ruhrgebiet erörtert. Die aus der Abbildung ablesbare räumliche Verteilung der Produktions- und Dienstleistungsbeziehungen des Musicals macht die inner- und außerregionalen Beziehungen transparent.

Abbildung 26: Herkunft ausgewählter Waren und Dienstleistungen für die „Joseph“ Musical-Produktions GmbH



Quelle: Arbeitsgemeinschaft Kulturwirtschaft 1998: 107

5.4.4 Kultur und Kulturwirtschaft: Vielfalt statt Einfalt

Kommunale Träger, diverse Stiftungen, der Initiativkreis Ruhrgebiet, die Kultur Ruhr GmbH, der Kommunalverband Ruhrgebiet (KVR) und die Projekt Ruhr GmbH - sie und viele andere Akteure kümmern sich um Kultur und Kulturwirtschaft an Ruhr und Emscher. Diese große Vielfalt hat aber Nachteile, wenn es um zielgerichtetes, koordiniertes Handeln geht (siehe auch die Diskussion um die institutionelle Vielfalt im Londoner Werbeviertel, vgl. Grabher 2001). Aus dieser Sichtweise kann ein Ziel daher nur in der Bündelung der Kräfte liegen (vgl. Roters 2001). Wie ist die aktuelle kulturelle Szene des Ruhrgebietes zu charakterisieren? Anhand einiger aktueller Projekte sollen die Prioritäten und Probleme kurz dargestellt werden.

Beispiel Triennale Ruhr

Das Konzept der Triennale Ruhr besteht darin, in einem Zeitraum von drei Jahren ab 2002 hochkulturelle Sektoren wie Oper, Schauspiel und Tanz vor der Kulisse der industriekulturellen Landschaft des Ruhrgebietes im Rahmen eines jeweils mehrwöchigen Festivals zu inszenieren. Die Jahrhunderthalle in Bochum, der Gasometer in Oberhausen, der Landschaftspark Duisburg-Meiderich sowie die Zeche und Kokerei Zollverein sind als Ankerpunkte für die Struktur des Festivals ausgewählt. SIEBEL (2002) kritisiert die Logik dieser Festivalisierungsstrategie, die allein auf die mediale Aufmerksamkeit ("*Wir wollen unbedingt in die internationalen Feuilletons!*") und auf das Anlocken von Geld zielt. Zurück blieben nach SIEBEL subventionierte Arenen und die Hoffnung auf das nächste Event. Sie fungieren als Fremdkörper und seien "*(...) nicht viel anders als der ‚Planet of Vision‘, eine Resteverwertung der Expo 2000 in Hannover, und der ‚Metrorapid‘, eine hochsubventionierte Leistungsschau der deutschen Industrie, die ins regionale Verkehrsnetz nicht integrierbar ist.*" (Siebel 2002). Eine Entwicklung, die auf den endogenen Potenzialen des Ruhrgebietes fußt, wird damit schon im Ansatz unterbunden.

Beispiel Philharmonien

Über die Kirchturmpolitiken der Ruhrgebietskommunen liegen bereits viele wissenschaftliche Abhandlungen vor. Im Fall der Kultur zeigt sich die Verweigerung regionalen Handelns der Ruhrgebietsakteure anschaulich am Beispiel der neu geplanten Philharmonien. Der neue Veranstaltungsort für die klassische Musik ist die im Dortmunder Brückviertel innenstädtisch seit Herbst 2002 neu gebaute Philharmonie. Dies hat Begehrlichkeiten und Ansprüche in den Hellwegstädten Bochum, Essen und Duisburg ausgelöst, ebenfalls ihre lokal verwurzelten Spielstätten aus- bzw. neuzubauen. Es fehlt neben der Idee einer gemeinsamen regionalen Intendanz dieser Einrichtungen an einem arbeitsteilig organisierten Bespielungs- und Programmsystem für die Region Ruhrgebiet; es mangelt bereits an einer Kooperation auf dem kleinsten gemeinsamen Nenner (vgl. Roters 2001: 144).

Beispiel Industriemuseen

Als Träger der Industriemuseen haben die Landschaftsverbände Rheinland und Westfalen-Lippe jeweils für sich ein dezentrales System von Standorten entwickelt. An einer Vernetzung mangelt es, insbesondere ist die Verknüpfung westfälischer und rheinischer Museen mangelhaft. Ein noch zu entwickelnder Ankerpunkt für das Gesamtnetz der Museenlandschaft

taucht am Horizont auf: die Zeche Zollverein in Essen-Katernberg soll der Standort eines überregional bedeutsamen Ruhrmuseums sein. Die verantwortlichen Akteure hatten diesbezüglich den Blick auf das Guggenheim-Museum in Bilbao geworfen und schlugen den Neubau eines architektonischen Glanzlichtes vor. Der "Bilbao-Effekt" sollte für das Ruhrgebiet kopiert werden (vgl. Lenfers 1999). Das Vorhandensein der ausgezeichneten, prägenden Bauhaus-Architektur des Zollverein-Geländes in Essen-Katernberg beispielsweise, seit 2002 zum Unesco-Weltkulturerbe zählend, wurde zunächst ignoriert. Erst nach langen Diskussionen wurde der Neubau eines Museums nach dem Vorbild Bilbao dann doch abgelehnt (Experteninterview mit Andrea Höber). Dies zeigt deutlich den Irrglauben vieler Planer und Politiker, die reine Kopie einer erfolgreichen Idee würde allein schon ausreichen, um einer Region neue Impulse zu versetzen. Es zeigt aber ebenso stark, wie gering noch das Vertrauen in die endogenen kulturellen Potenziale ausgeprägt ist.

"Der klassische Fehler, der immer begangen wird: wir vergleichen uns mit Paris oder London. Die Situation der Kunst und Kultur ist nicht so schlecht. Zweite These: Die Künste können nicht all das schaffen, was wir von ihnen verlangen. Das größte Manko des Reviers ist sein mangelndes Selbstbewusstsein!"

(A. Rossmann, Ruhrstadt-Tagung in Bochum am 19. Juni 2002)

Notwendig sind die Bündelung der Akteure, die Konzentration der Kräfte und ein Rahmen, der Sicherheit verschafft - das können die Grundbausteine sein, die das Ruhrgebiet in kultureller Hinsicht kreativer und innovativer machen können: *"Wo immer es um Innovationen geht, findet man Dezentralisierung und Wettbewerb. Wäre es da nicht sinnvoll, außerhalb der politischen Administration und zeitlich befristet mit Geld und Kompetenz ausgestattete Agenturen einzurichten, die in den Bereichen Kultur, Arbeitsmarktpolitik oder Umweltschutz Wettbewerbe um Problemlösungen organisieren und die besten Ideen bei der Umsetzung unterstützen?"* (Siebel 2002).

5.5 Designcluster im Ruhrgebiet

Die Designwirtschaft ist das zentrale kulturwirtschaftliche Kompetenzfeld, mittels dessen die Landesregierung und die Projekt Ruhr GmbH im Ruhrgebiet kulturwirtschaftliche Clusterprozesse fördern wollen (siehe auch Kapitel 2.4 zur Bedeutung von Clustern und Kapitel 5.4.2 zu Initiativen der Strukturpolitik). Im Rahmen der Untersuchung wird detaillierter auf die Rahmenbedingungen der Designwirtschaft in Nordrhein-Westfalen und im Ruhrgebiet eingegangen, um Potenziale der Designwirtschaft erkennbar zu machen.

5.5.1 Kennzeichen der Designwirtschaft

"Design ist ein soziokulturelles Phänomen"

Stefan Lengyel, Professor für Industrial Design an der Uni GHS Essen (Design Zentrum NRW 2001:16)

Zu Beginn der 1990 Jahre kam das Münchner Ifo-Institut in einer im Auftrag des Bundesministers für Wirtschaft vorgelegten Studie zu dem Schluß, dass das Design zukünftig für eine zunehmende Zahl von innovativen Industrieunternehmen von Bedeutung sein würde, während die Zahl industrieller Firmen zurückgehe. In den 1990er Jahren konnte die prognostizierte Entwicklung bestätigt werden, ablesbar beispielsweise an der wachsenden Anzahl der an Designwettbewerben teilnehmenden Firmen (vgl. Zec 1995).

Die zunehmende Tendenz, Produkte über ihre technische Funktion hinaus mit kommunikativen Erlebniswerten zu versehen und in gewissen Fällen zu "emotionalisieren", deutet auf einen Funktions- und Bedeutungswandel des Designs hin (siehe auch Kapitel 4.1.1). Die kommunikative Ausrichtung der Produktgestaltung lässt gleichzeitig auch die Anforderungen an die Leistungsfähigkeit der Designbranche wachsen. Neue Arbeitsstrategien und Kooperationsformen erfordern den Zugang zu neuen Informationssystemen und innovativen Entwurfs- und Präsentationstechnologien. Modernes Design ist verständlich, ästhetisch sowie funktionell langlebig und emotional ansprechend. Um diese komplexen Anforderungen an Güter und Dienstleistungen erreichen zu können, bedarf es eines breit angelegten interdisziplinären Ansatzes, der weit über die reine Gestaltungslehre hinausgeht. Fragen der Psychologie, der EDV oder des Steuerrechts bilden beispielsweise ebenso wichtige Voraussetzungen, um den Designer als Dienstleister auszuzeichnen. Die Anforderungen, die an die Designwirtschaft gestellt werden, gehen über die bloße Formgebung und formale Definition eines Produktes weit hinaus (vgl. Design Zentrum NRW 2001:16).

In einer Studie für den Designpark Essen weist ZEC (1995) darauf hin, dass unter den zehn weltweit größten Designunternehmen kein deutsches Designstudio vertreten ist. Verglichen mit der internationalen Konkurrenz handelt es sich bei deutschen Designbüros in der Regel um KMU mit zwei bis maximal zwanzig Beschäftigten. Lediglich einige wenige deutsche Designbüros führen mehr als zwanzig Mitarbeiter. Spitzenreiter im internationalen Maßstab sind englische Designbüros, die allein fünf Plätze auf der Liste der zehn weltweit größten Designunternehmen belegen (vgl. Zec 1995:3). Unter Designwirtschaft werden Einrichtungen und Unternehmen mit folgenden Arbeitsschwerpunkten subsumiert:

- Industriedesign,
 - Grafik- bzw. Kommunikationsdesign,
 - Fotodesign,
 - Messebau und –gestaltung,
 - Informationsdesign,
 - Designmanagement und –beratung,
 - Designforschung und –entwicklung,
 - Designvertrieb und –handel und Designpromotion und
 - Designservices: Neue Visualisierungstechniken, Reprinttechnik, Druck, Modellbau/Prototypen, Informationsarchive und Datenbanken.
- (vgl. ebenda)

Designbezogene Kulturwirtschaft

Die Kulturwirtschaft ist eng mit verschiedenen designabhängigen Branchen der Investitions- und Konsumgüterindustrie verbunden, beispielsweise mit der Modewirtschaft, der Textilindustrie oder der Möbelindustrie. Dies hat der vierte Kulturwirtschaftsbericht des Landes Nordrhein-Westfalen deutlich machen können. So stehen den rund 1000 Produktionsbetrieben der

Modewirtschaft und Möbelindustrie in Nordrhein-Westfalen designbezogene kulturwirtschaftliche Betriebe und Selbständige im Bereich Produkt- und Industriedesign von rund 2500 gegenüber (Arbeitsgemeinschaft Kulturwirtschaft 2001: 80). In den letzten Jahren sind neue Kriterien in den Mittelpunkt ökonomischer Strategien gerückt, die insbesondere auf zusätzliche "Mehrwerte" zielen, die aus den gewandelten Konsumgewohnheiten resultieren. Modestile, Zielgruppen und Käuferverhalten variieren in der postindustriellen Gesellschaft in großer Vielfalt, wodurch die Designfunktion eine zunehmende Bedeutung erhält.

Traditionell sind designbezogene Leistungen Bestandteil der Kulturwirtschaft. Designbezogene Funktionen untergliedern sich in klassische praktische und ästhetische, aber auch in haptische und symbolische Funktionen: *"Design wird damit zur Stärkung eines Bündels an Produktfunktionen zu einem mehrschichtigen Begriff und bezieht sich nicht mehr nur auf die vielfach in erster Linie wahrgenommene Gestaltung eines Produktes. Design spricht dann sehr unterschiedliche kulturwirtschaftliche Tätigkeitsfelder an, die sich einerseits auf das Produkt selbst und andererseits auf die Vermittlung (Kommunikation) all ihrer Eigenschaften mit potentiellen Kunden abzielt"* (Arbeitsgemeinschaft Kulturwirtschaft 2001: 81).

Für eine altindustrialisierte Region wie dem Ruhrgebiet sollten die Wertschöpfungszusammenhänge einzelner Branchen und Industriezweige im Hinblick auf designorientierte Leistungen im Vordergrund stehen. Diese Schnittstellen zwischen der Kulturwirtschaft und den Branchen und Industriezweigen sind es, die an die designbezogenen Funktionen eines Produktes anknüpfen.

Die Arbeitsgemeinschaft Kulturwirtschaft des Landes Nordrhein-Westfalen unterscheidet im vierten Kulturwirtschaftsbericht drei Schnittfelder, die in der Abbildung 27 näher definiert werden:

- die designbezogene Kulturwirtschaft und Produkte,
 - die designbezogene Kulturwirtschaft und Kommunikation
 - und die designbezogene Kulturwirtschaft und Präsentationen.
- (vgl. Arbeitsgemeinschaft Kulturwirtschaft 2001)

Abbildung 27: Schnittfelder designbezogener Kulturwirtschaft

Designbezogene Kulturwirtschaft und Produkte

- die Schnittstelle umfasst alle kulturwirtschaftlichen Dienstleistungen, die sich auf praktische, haptische sowie ästhetische Funktionen beziehen,
- Produktdesign zunehmend prozessorientiert neben den klassischen Aktivitäten der Formgebung und Gestaltung,
- Wahrnehmung von Produkten erfolgt zunehmend in gesellschaftlichen und kulturellen Zusammenhängen (z.B. Verknüpfung eines Produktes mit spezifischen Lebensstilgruppen / Milieus),
- Produktdesign muss den symbolischen Mehrwert sichtbar machen.

Designbezogene Kulturwirtschaft und Kommunikation

- die Schnittstelle umfasst alle kulturwirtschaftlichen Dienstleistungen, die sich auf das Kommunizieren materieller und immaterieller Produkteigenschaften beziehen, beispielsweise klassische grafikbezogene oder auf neue Kommunikationstechnologien bezogene Dienstleistungen und querschnittsbezogene Tätigkeiten,
- umfasst Tätigkeiten wie Grafikdesign, Illustrationen, Multimediadesign oder Foto- und Webdesign,
- Design vermittelt den immateriellen Mehrwert eines Produktes, Kommunikationsdesign kann zur Marktpositionierung beitragen ("spiritueller Mehrwert", vgl. Bolz 1999),
- Produktspezifische Kommunikationsstrategien von Unternehmen positionieren die symbolischen Funktionen eines Produktes.

Designbezogene Kulturwirtschaft und Präsentationen

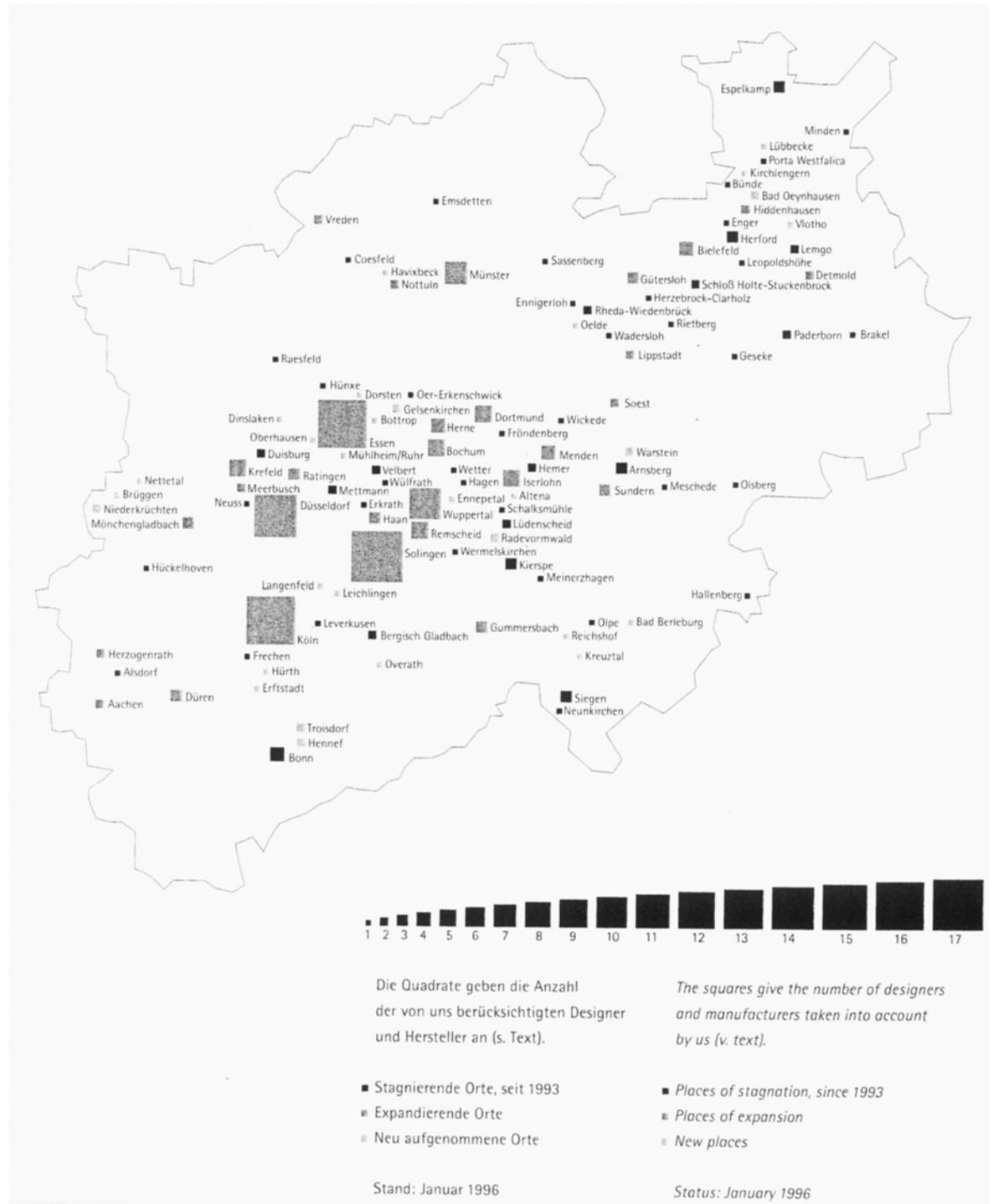
- die Schnittstelle umfasst neben klassischen Produktausstellungen, Messen oder virtuellen Präsentationsplattformen auch "ungewöhnliche" Orte (z.B. Zeche Zollverein oder Wissenschaftspark Gelsenkirchen),
- im Rahmen der Kulturbauwirtschaft trägt die Kulturwirtschaft dazu bei, Präsentationsorte zu entwickeln oder aufzubereiten.

Quelle: eigene Darstellung in Anlehnung an Arbeitsgemeinschaft Kulturwirtschaft 2001: 83f.

5.5.2 Designwirtschaft in Nordrhein-Westfalen und im Ruhrgebiet

In Deutschland konzentriert sich die Designwirtschaft an verschiedenen Standorten des Landes. Führend in der Anzahl der Designbüros sind die Bundesländer Baden-Württemberg und Bayern, jedoch besitzt auch Nordrhein-Westfalen einige expandierende Standorte (siehe Abbildung 28), die sich besonders in den größeren Städten an Rhein und Ruhr zeigen (Experteninterview mit Vito Oraszem).

Abbildung 28: Designland Nordrhein-Westfalen



Quelle: Design Zentrum Nordrhein-Westfalen 1996: 90

Ein enger Zusammenhang ist feststellbar, wenn der Blick auf den Standort der Designbüros und die Ausbildungsstätten fällt (siehe Abbildung 28). Insbesondere in den Städten, in denen Designstudiengänge angeboten werden (Köln, Düsseldorf, Essen, Wuppertal), haben sich eine große Anzahl von Designern niedergelassen. Sie profitieren einerseits von den gewachsenen Strukturen und den Netzwerken der ansässigen Hochschulen, andererseits entwickeln sie sich zu Initiatoren von Design in der beheimateten Region. Beispielweise bildet die Stadt Wuppertal einen attraktiven Anlaufpunkt für die Designwirtschaft in Nordrhein-Westfalen (vgl. Macdonald / Stohr 2001). Zwischen der dort ansässigen Designszene und den an der Hochschule angebotenen Studiengängen finden wechselseitige Austauschprozesse statt (vgl. Design Zentrum NRW 1999: 9).

Designwirtschaft im Ruhrgebiet

In der von der Montanindustrie geprägten nordrhein-westfälischen Kernregion Ruhrgebiet war und ist ein schwieriger Strukturwandel zu vollziehen. Die ökonomische Umorientierung nach dem Rückgang bedeutsamer Wirtschaftszweige der Kohle- und Stahlindustrie setzt auf die Schaffung neuer und qualifizierter Arbeitsplätze. Ein Wirtschaftszweig wie die Designwirtschaft kann ein aktiver Wegbereiter des Strukturwandels im Ruhrgebiet sein. Allerdings bedarf es neben einer aktiven staatlichen Förderung des Designsektors demzufolge auch zahlreicher neuer Ansiedlungen von Unternehmen der Designwirtschaft. Als ein Merkmal einer erfolgreichen Etablierung der Designwirtschaft gilt demnach die Anzahl der angesiedelten Designbüros im Ruhrgebiet. Für das Bundesland Nordrhein-Westfalen zeigt sich ein eindeutig positiver Trend, was sich in den Zahlen der Büros für Industriedesign niederschlägt und die hohe Dynamik abbildet: allein von 1994 bis 1997 ist die Anzahl der Büros von 35 auf 264 Unternehmen gestiegen (vgl. Design Zentrum NRW 1999: 16). Die absoluten Umsatzzahlen in der Designwirtschaft sind im Vergleich zu anderen Industriezweigen relativ niedrig. Designbüros erarbeiten ihren Umsatz ausschließlich durch kreative Leistungen und Entwürfe und nicht durch die Produktion von Gütern. Zudem treten viele Komponenten beim Kauf eines Produktes auf, die die wahren Umsätze des Faktors Design schwer beziffern lassen.

Die Stadt Essen verfügt wie keine andere Stadt in Deutschland über eine *"lange und einzigartige Tradition"* im Designbereich (vgl. Zec 1995: 5). Bereits 1911 wurde im Ruhrgebiet ein wichtiger Baustein für die Entwicklung der Designwirtschaft gelegt: die Gründung der Handwerker- und Kunstgewerbeschule in Essen. Zweck war es, jungen Handwerkern und Kunstgewerblern *"eine berufliche Weiterbildung durch Erziehung zum guten Geschmack und zur handwerklichen Tüchtigkeit zuteil werden zu lassen"* (zitiert nach ZEC 1995, Originalquelle unbekannt). Drei Jahre nach ihrer Gründung beteiligte sich die Schule an der wichtigen Werkbund-Ausstellung in Köln, in der auch Walter Gropius mit neuen architektonischen Konzepten vertreten war. Die Folkwang-Idee gelangte 1922 durch den Ankauf der Kunst- und Gewerbesammlung des Hagener Industriellen Karl-Ernst Osthaus nach Essen. 1927 wurde die Folkwang-Schule in Essen gegründet, um der Entwicklung von Musik, Tanz und Sprache neuen Auftrieb zu geben (vgl. Zec 1995: 5).

Ein wichtiger Akteur bildete sich nach dem 2. Weltkrieg ebenfalls in Essen-Werden heraus: die Folkwang-Schule für Gestaltung. Sie bot erstmals in Deutschland den eigenen Studiengang Industrielle Formgebung an (vgl. Design Zentrum NRW 1999: 9). 1972 führte eine Hochschulreform zur

Ausgliederung der Studiengänge Industrial Design und Kommunikationsdesign aus der Folkwangschule und zur Gründung des Fachbereichs 4 Gestaltung / Kunsterziehung an der Universität-Gesamthochschule Essen. Beide Studiengänge zählen zu den namhaftesten in Deutschland. "Absolventen aus Essen genießen weit über die Region hinaus einen sehr guten Ruf und viele von ihnen finden Anstellungen in führenden Designbüros..." (Zec 1995: 5). Eine wichtige Dienstleistungsfunktion als Wirtschaftsförderungseinrichtung übernimmt in Essen zudem das Design Zentrum Nordrhein-Westfalen, das seit ein paar Jahren in dem von Norman Foster umgebauten Kesselhaus auf dem Gelände der stillgelegten Zeche Zollverein beheimatet ist. Bereits 1954 wurde das Design Zentrum Nordrhein-Westfalen unter dem Namen Haus Industrieform gegründet und zählt heute zu den ältesten Designförderinstitutionen in Deutschland. Neben einer ständigen Designausstellung schreibt das Designzentrum Wettbewerbe wie die internationalen "Design Innovationen", den "Deutschen Preis für Kommunikationsdesign" oder den "Designpreis des Landes Nordrhein-Westfalen" aus, repräsentiert deutsches Design auf internationalen Messen, organisiert Kongresse und unterhält Vertretungen in Tokyo und Singapur. Heute ist es das leistungsstärkste Designzentrum in Deutschland (vgl. ebenda).

Neben dem Design Zentrum Nordrhein Westfalen sind zwei weitere wichtige Akteure der Designwirtschaft in Essen zu nennen: das Deutsche Plakat Museum und der Verband Deutscher Industriedesigner (VDID) mit seiner Regionalgruppe Nordrhein-Westfalen mit Sitz in Essen. Beide Institutionen dienen als Informationsknotenpunkte der regionalen Designwirtschaft im Ruhrgebiet und in Nordrhein-Westfalen.

Darüber hinaus ist die Rolle der Essener Messe für die Designwirtschaft bedeutsam. In Nordrhein-Westfalen tragen die Messeplätze Düsseldorf, Köln, Essen und Dortmund mit unterschiedlichen Veranstaltungen zur Stabilisierung des Wirtschaftsfaktors Design bei. Im Ruhrgebiet hat beispielsweise die Essener Motorshow eine verstärkte Affinität zum Design als verkaufs- und identitätsfördernder Wirtschaftsfaktor entwickeln können, die sich in Form begleitender Symposien oder Workshops unter Beteiligung von Designteams äußerte (vgl. Design Zentrum NRW 2001:13).

Viele Institutionen und ein Netzwerk - aber auch ökonomischer Erfolg?
Die Designausbildung und auch die institutionelle Designvermittlung und -förderung finden im Ruhrgebiet, speziell in Essen, zunächst eine gute Basis. Ein Blick auf die Zahl der Existenzgründungen zeigt jedoch gravierende Mängel auf. Es ist nur sehr selten zu Existenzgründungen von Design-Absolventen im Essener Wirtschaftsraum gekommen und es sind nach ZEC (1995: 5) in keiner Form besondere Bemühungen zur Ansiedlung junger Designbüros gestartet worden. ZEC sieht hierin den Hauptgrund dafür, dass sich die Mehrzahl an Essener Designabsolventen für den Aufbau einer Selbständigkeit in Baden-Württemberg entschieden haben.

5.5.2.1 Einschätzung der Potenziale der Designwirtschaft im Ruhrgebiet

Die Abbildungen 29 und 30 stützen die These, dass bis heute lediglich unterdurchschnittlich viele Designbüros oder Designer im Ruhrgebiet beheimatet sind. Die räumliche Zuordnung der im "medien-atlas-ruhr" (vgl.

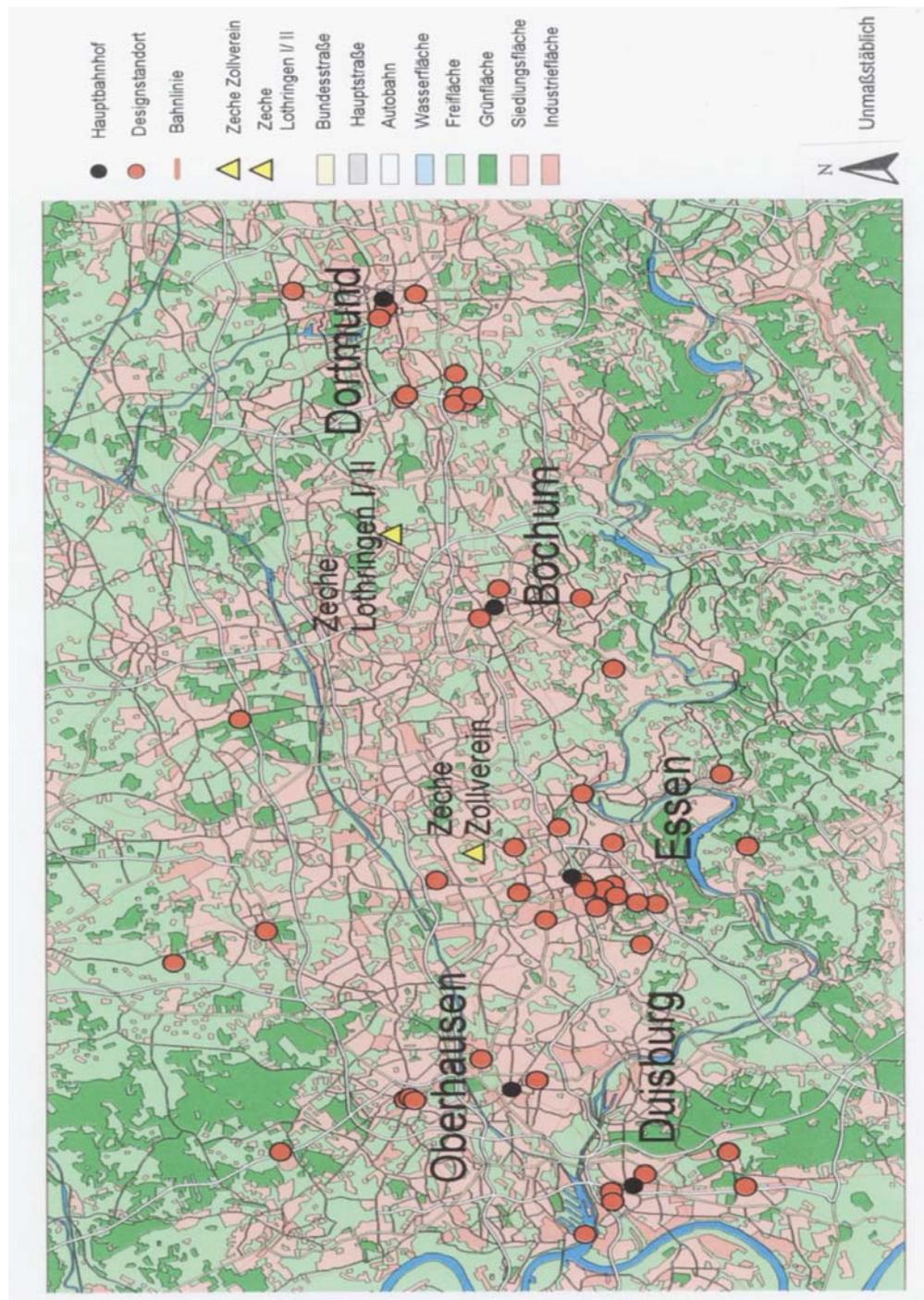
Kommunalverband Ruhrgebiet 2001) aufgeführten Designer (Foto, Film, Grafik, Multimedia) ist in den Abbildungen 29 und 30 erkennbar. Der Ausgangspunkt ist hier die Annahme, dass die im "medien-atlas-ruhr" eingetragenen Büros und Selbständigen einen ersten Eindruck über die räumliche Verteilung der Designwirtschaft im Ruhrgebiet leisten können. Die hieraus getroffenen Annahmen sind in den Experteninterviews mit Vertretern der Designbranche diskutiert worden. Die jeweiligen Standortpunkte in den Abbildungen 29 und 30 liefern keine Gewichtungen über die Größe oder Umsätze an den jeweiligen Designerstandorten.

Ein Ergebnis der Untersuchungen lässt sich deutlich in der Abbildung 29 ablesen: (relative) Designschwerpunkte liegen in den Städten Essen, Dortmund und Bochum, somit in den drei größeren Städte des Ruhrgebietes (siehe Abbildung 29). Jedoch kann zum heutigen Zeitpunkt noch nicht davon ausgegangen werden, diese Ausprägungen als besonders prägnant, verglichen zu anderen Regionen in NRW oder Deutschland, zu werten. Die Anzahl der im "medien-atlas-ruhr" (vgl. Kommunalverband 2001) eingetragenen Designbüros und Selbständigen ist relativ gering. Diese Tatsache wird gestützt durch die Informationen, die in den Experteninterviews in Erfahrung gebracht werden konnten (Experteninterviews mit Vito Oraszem, Ralph Bruder und Michael Gehlert). Alle befragten Experten unterstützten die vom Autor getroffene These, dass zum heutigen Zeitpunkt nicht von einer ausgeprägten Designwirtschaft im Ruhrgebiet gesprochen werden könne. Absolventen der Gesamthochschule-Universität Essen beispielsweise können nur in geringem Maße in der Region gehalten werden. Jedoch verwiesen die Experten gleichzeitig auf die Potenziale, die am lokalen Standort Zeche Zollverein in Essen liegen würden.

ZEC stellt 1995 fest, dass trotz des in Fachkreisen hohen Ansehens Essens als Designstandort, die Entwicklung der Designwirtschaft in der Stadt nur sehr schwach ausgeprägt war. Verglichen zur nordrhein-westfälischen Landeshauptstadt Düsseldorf verfügte Essen über weitaus weniger Designbüros und designnahe Unternehmen (Modellbauer, Messebauer, Druck- und Reprintbetriebe, Werbeagenturen). Nach ZEC (1995) sind beispielsweise in der nordrhein-westfälischen Landeshauptstadt Düsseldorf in allen Bereichen durchschnittlich Zweidrittel mehr Unternehmen angesiedelt als in Essen, trotz doppelt so hoher Büromieten. Düsseldorf verfügt über ein kreativeres Image als Essen und eine hohe Anziehungskraft für kreative Berufsgruppen wie Designer oder Werbewirtschaftler. Damit bestätigen sich an dieser Stelle Aussagen, die im theoretischen Teil der Untersuchung ausgeführt sind (siehe Kapitel 4.2.4, vgl. Florida 2002).

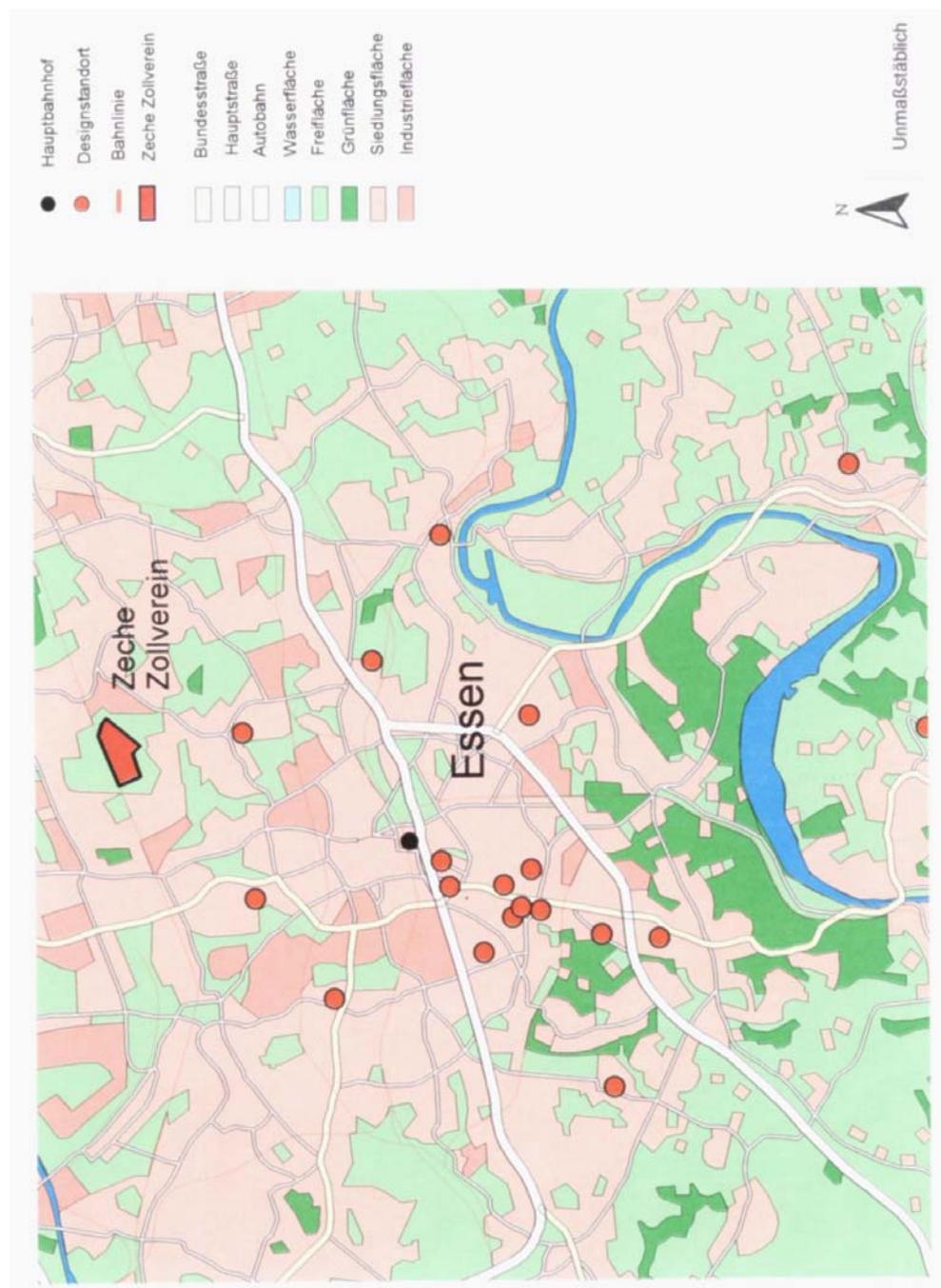
Die Analysen der Designwirtschaft im Ruhrgebiet zeigen die vergleichsweise schwache regionale Verankerung der Designwirtschaft. Die regionalen Netzwerke der Designwirtschaft im Ruhrgebiet sind noch unterentwickelt, das heißt der Austausch von Wissen, die Bündelung von Ressourcen und die Teilung von Informationen verlaufen mangelhaft in der Region.

Abbildung 29: Designstandorte im Ruhrgebiet



Quelle: eigene Darstellung

Abbildung 30: Designstandorte in der Stadt Essen



Quelle: eigene Darstellung

5.5.2.2 Designwirtschaft auf der Zeche Zollverein

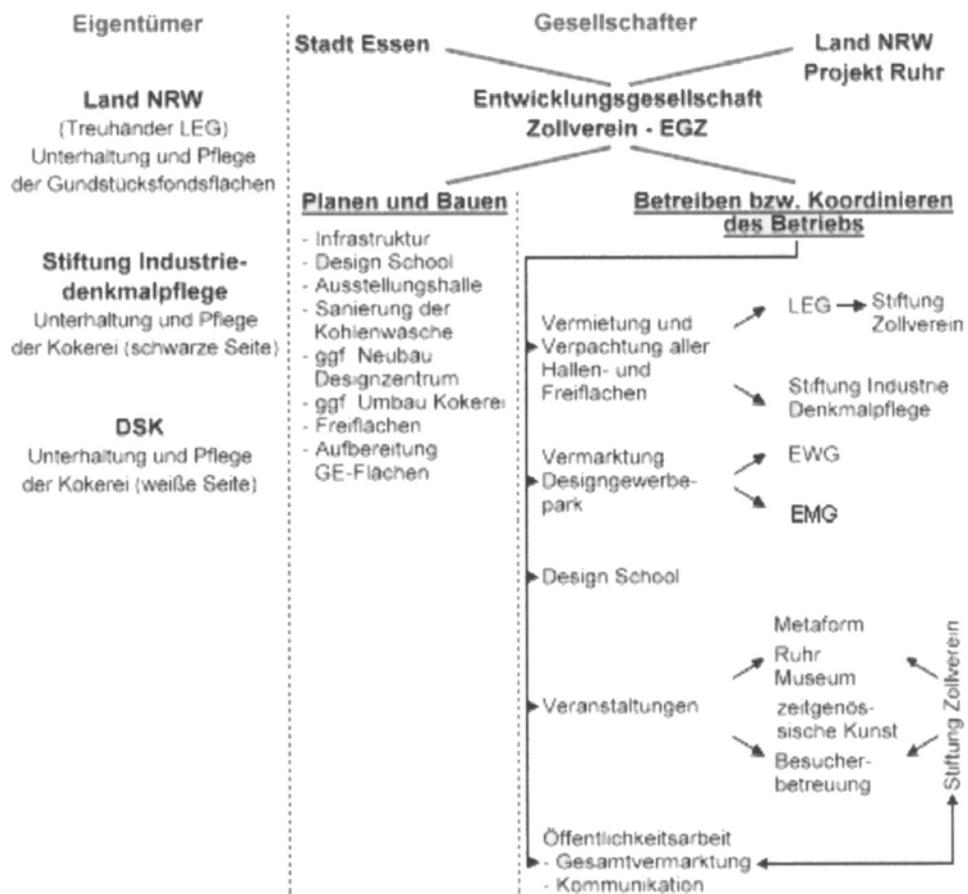
Die von der nordrhein-westfälischen Landesregierung ins Leben gerufene Projekt Ruhr GmbH hat als eines von 12 regionalen Kompetenzfeldern der Strukturpolitik die Entwicklung der Designwirtschaft in Essen zu Beginn des Jahres 2002 präsentiert. Im Zentrum des Ruhrgebietes soll eine geeignete Basis entwickelt werden, die innovations- und wachstumsorientierten Firmen aus der Designwirtschaft reichlich Anreize liefern soll, sich innerhalb des zu entwickelnden Netzwerkes anzusiedeln (vgl. Entwicklungs-

gesellschaft Zollverein 2002). Das Areal der Zeche Zollverein steht vor einem Paradigmenwechsel. Bis zum Jahr 2010 sollen alle Strategien und Visionen abgeschlossen sein, die durch die vom Land Nordrhein-Westfalen und der Stadt Essen getragene neue Entwicklungsgesellschaft Zollverein (siehe das Organigramm in Abbildung 31) verantwortlich begleitet wird, um die weitere Erschließung, Neudefinition und Wandlung des Industrieareals zu forcieren.

Rem Koolhaas ("Office for Metropolitan Architecture" / OMA) hat am 20. Februar 2002 in Essen sein Konzept für den weiteren Ausbau des Gesamtareals der Schachanlage Zollverein präsentiert. Der Kern des Masterplans ist die Entwicklung eines integrierten Design- und Kulturstandortes. Mit dem Masterplan beginnt die entscheidende zweite Entwicklungsphase des Geländes, die 1986 vom Land Nordrhein-Westfalen aufgekauft und vor dem Abriss gerettet wurde. Die ersten Ansätze zur Umnutzung waren im Rahmen der Internationalen Bauausstellung (IBA) Emscher Park entwickelt worden. Der Masterplan bietet eine verbindliche Richtschnur für die verschiedenen Interessen. Für den Ausbau des Geländes sind rund 61,3 Millionen Euro veranschlagt. Davon stammen die Hälfte (30,6 Millionen Euro) aus dem Ziel 2 -Programm der Europäischen Union. Das Land Nordrhein-Westfalen trägt rund 18,4 Millionen, weitere 12,3 Millionen Euro steuert die Stadt Essen bei (vgl. <http://www.mswks.nrw.de/ministerium/aktuelles.htm> Presseinformation 20.2.2002).

Um den Masterplan zu realisieren, wurde im Mai 2001 die Entwicklungsgesellschaft Zollverein mbH (EGZ) gegründet, die von der Stadt Essen und der Projekt Ruhr GmbH zu gleichen Teilen getragen wird. Die EGZ trägt die Verantwortung für die qualitätvolle Entwicklung und exakte Abstimmung der vier neuen Bausteine Zollvereins. Die Aufgaben der EGZ sind die Entwicklung aller Liegenschaften, die komplette Standortvermarktung und eine einheitliche Marketingstrategie (vgl. Entwicklungsgesellschaft Zollverein 2002 A: 6, siehe Abbildung 31).

Abbildung 31: Organigramm der Entwicklungsgesellschaft Zollverein



Quelle: Entwicklungsgesellschaft Zollverein 2002 B

Schaffung von vier neuen Bausteinen

Auf dem Gelände der ehemaligen Zeche und der Kokerei Zollverein in Essen-Katernberg soll mit Hilfe von EU-, Landes- und städtischen Mitteln in Höhe von ca. 95 Mio. Euro ein "weltweit einmaliges Zentrum" (Design Zentrum NRW 2001:13) für Kultur und Design entstehen. Dabei spielt die Schaffung von vier neuen Bausteinen die tragende Rolle der zukünftigen Entwicklung:

- Plattform Design,
- Design-Gewerbepark,
- Weltausstellung Metaform und
- Ruhr-Museum. (vgl. ebenda)

Auf dem über 100 Hektar großen Gelände steht die Errichtung eines Gewerbeparks mit geplanten 2.000 Arbeitsplätzen sowie eines Museums an, das sich hauptsächlich mit der Industrieregion Ruhrgebiet auseinandersetzen soll. Daneben sollen Aus- und Weiterbildungseinrichtungen der Plattform Design und im Jahr 2004 eine erstmalige Weltausstellung für Design und Architektur (Metaform) entwickelt werden. Die in der Gründungsphase befindliche Plattform Design ist als interdisziplinäre Zusatzausbildung und Master- und Promotionsstudium für Designabsolventen und selbständige Designer angelegt. Das Kernziel der Ausbildung liegt in der Fusion klassi-

scher Designdisziplinen mit wirtschaftswissenschaftlichen Kernfächern. Darüber hinaus soll die von Professor Dr. Ralph Bruder (Universität Essen) initiierte und als "Centre of Excellence for Design" bezeichnete Weiterbildungsstätte die Betreuung und Vernetzung der Designer stärken. Der auf dem Gelände geplante Gewerbepark für die Designschaffenden soll den Standort ebenso profilieren wie auch die vom Design Zentrum NRW zusammen mit der Stadt Essen und dem Land Nordrhein-Westfalen entwickelte Weltausstellung Metaform (vgl. Bruder 2002, Design Zentrum NRW 2001: 13 und Experteninterview mit Ralph Bruder).

5.6 Fazit: Kulturwirtschaft im Ruhrgebiet

Das Ruhrgebiet hat ein diffuseres kulturwirtschaftliches Profil als beispielsweise die Städte Köln oder Düsseldorf im Rheinland. Der Umsatzanteil der regionalen Kulturwirtschaft am Umsatz der Gesamtwirtschaft ist gegenüber der Rheinschiene weit geringer (vgl. Arbeitsgemeinschaft Kulturwirtschaft 1995).

Die folgenden Fragestellungen sollen näher erörtert werden: Welche Faktoren zählen für das Ruhrgebiet, um kulturwirtschaftliche Cluster in der Region ausbauen zu können, zu stützen bzw. auch neue aufzubauen? Welche endogenen Potenziale liegen in der Region? Wie hoch ist die institutionelle Dichte ("Institutionell Thickness") zur Förderung der Kulturwirtschaft ausgeprägt? Wie ist das Profil des Kulturlebens im Ruhrgebiet einzuschätzen?

Im Ruhrgebiet kann generell von einer hohen Lebensqualität ausgegangen werden. Im Vergleich zu anderen Agglomerationen in Westdeutschland oder Westeuropa liegen günstige Lebenshaltungsbedingungen und -kosten vor. Der wirtschaftliche Aufschwung und das Anwachsen der Bevölkerung war in allen Städten des Ruhrgebietes mit dem Kohlenbergbau und der Stahlindustrie verbunden. Gleichzeitig liegen mit der Entwicklungsgeschichte der Region im wesentlichen jüngere, vor allem seit der Industrialisierung geprägte Traditionen und Bedingungen für die Kultur und Kulturwirtschaft vor. Eine Ausnahme stellt die kulturelle Entwicklung in der Stadt Essen dar. Der Industrielle Friedrich Grillo stiftete der Stadt Essen bereits 1892 beispielsweise das heutige Grillo-Theater. Die kulturelle Situation im Ruhrgebiet hat historische Wurzeln, da das kulturtragende Bürgertum zur Zeit der Industrialisierung nicht vorhanden war. Die Arbeiter- und Massenkultur war vorherrschend. Seit den 1960er Jahren haben sich die Rahmenbedingungen für Kultur und Kulturwirtschaft im Zuge der Modernisierung und Umstrukturierung des Ruhrgebietes erheblich verbessert. Hier sind auch der Bau der Universitäten im Ruhrgebiet und die Etablierung studentischer Kulturen als besonders bedeutsam zu erwähnen.

"Verliert das Ruhrgebiet viele Kreative und Agenturen traditionell nach Köln, vom MME bis ZOMBA, spürt Köln wiederum den Druck von Berlin. Das Ruhrgebiet spielt in diesem Wettbewerb höchstens dritte Liga." (Prosek 1999: 3). PROSEK skizziert skeptisch die Ausgangsposition des Ruhrgebietes beim Wettbewerb um Kreative, Künstler oder Agenturen. Die Einschätzung kulturwirtschaftlicher Potenziale im Ruhrgebiet hängt entscheidend davon ab, ob sich eine "kritische Masse" an kreativer kultureller Aktivität in der Region herausbilden kann. Die durchaus in Ansätzen vorhandene studentische Kultur und eine in Teilen innovative hochkulturelle

und soziokulturelle Szene bieten zunächst eine gute Ausgangsbasis für die Schaffung kreativer kultureller Nischen. Die Szenen sind aber im Vergleich zu anderen Universitätsstädten weitaus weniger intensiv ausgeprägt. Die Bildung von Szenen und Milieus ist an den auf die Massenausbildung ausgerichteten Universitäten im Ruhrgebiet nur in Ansätzen erkennbar. Mindestens ebenso wichtig wird zukünftig aber die aktive Unterstützung innovativer Ideen durch die regionalen privaten und öffentlichen Akteure sein. Im Ruhrgebiet sind nicht alle Akteure positiv der Idee gegenüber aufgeschlossen, die Kulturwirtschaft zu einer zentralen Kernkompetenz der regionalen Ökonomie zu entwickeln. Vertreter aus Kultur, Industrie und Wirtschaft stehen der Kulturwirtschaft im Ruhrgebiet immer noch skeptisch gegenüber, trotz bereits erzielter Fortschritte (vgl. Ebert / Gnad 1998). Die Akzeptanz der Kulturwirtschaft innerhalb der kulturellen Szene im Ruhrgebiet ist von hoher Distanz geprägt.

Die Potenziale der Kulturwirtschaft liegen häufig immer noch brach und lediglich "zarte" Ansätze der Entwicklung sind erkennbar. Eine Perspektive bietet im Ruhrgebiet das "Leuchtturmprojekt" Zeche Zollverein in Essen, die zum Kultur- und Designstandort entwickelt werden soll. Entscheidend für die regionalökonomische Entwicklung der Region wird jedoch die zukünftige engere Einbindung der Designwirtschaft in die ökonomischen Strukturen des Ruhrgebietes sein. Die verstärkte Entwicklung des Designsektors kann sich unter diesen Bedingungen zu einem erfolgversprechenden Hoffnungsträger der Kulturwirtschaft in Essen entfalten.

Zusammenfassend sind folgende Faktoren bedeutsam für die Entwicklung der Kulturwirtschaft im Ruhrgebiet:

- Trotz lokaler und regionaler kultureller Traditionen und einer Vielzahl kultureller Organisationen im Ruhrgebiet, insbesondere seit den 1960er Jahren, kann von der Herausbildung einer "kritischen Masse" noch nicht gesprochen werden;
- neuerdings streben kulturelle Großereignisse seit 2002 die Imageverbesserung an (Bsp. Triennale Ruhr oder die Bewerbung für die "Kulturstadt Europas");
- trotzdem ist eine institutionelle Infrastruktur zur Förderung der Kulturwirtschaft im Ruhrgebiet nur unzureichend vorhanden: so läuft das Existenzgründerprogramm "StartArt" bereits wieder aus und wird nicht verlängert. Außerdem ist eine Agentur, die sich konkret der Förderung kulturwirtschaftlicher Projekte in der Region widmen könnte, nicht vorhanden.

5.6.1 Zukunftsperspektiven der Kulturwirtschaft im Ruhrgebiet

Das Ruhrgebiet ist eine Region, in der sich (*nicht nur...*) aus kulturwirtschaftlicher Perspektive eine hohe Konsumorientierung zeigt. Musicalhallen und Multiplexkinos im Ruhrgebiet entstanden in den 1990er Jahren an vielen Orten des Reviers und konnten in den Anfangsjahren hohe Auslastungswerte erzielen. Seit ein paar Jahren ist zudem der Freizeit- und Entertainmentbereich im Ruhrgebiet um eine Indoor-Skihalle in Bottrop

erweitert worden. Um jedoch das Potenzial einer hohen Nachfrage nach kulturwirtschaftlichen Gütern und Produktionen in eine kulturwirtschaftlich erfolgreiche regionale Konzeption zu nutzen, bedarf es einer Kulturwirtschaftspolitik, die die Produktion und Distribution kulturwirtschaftlicher Güter und Dienstleistungen weitaus stärker fördert, als dies bis heute der Fall ist. Die Ansätze der kulturwirtschaftlichen Förderung in den regionalen Entwicklungskonzepten einiger Strukturregionen sind noch vielfach unzureichend. Zudem widmen sich nicht alle Teilregionen einer langzeitorientierten Sicht des Wirtschaftsverbundes der Kulturwirtschaft ausreichend. Es lässt sich heute noch nicht absehen, wie weitreichend die regionalen Ansätze in den Strukturregionen des Ruhrgebietes zukünftig die kulturwirtschaftliche Entwicklung positiv verändern werden. Auf der pragmatischen Ebene der Strukturregionen sind folgende Fortschritte erzielt worden, die EBERT / GNAD (1998) wie folgt skizzieren:

- das wachsende Verständnis der Wirtschaftsförderer für die Rolle der Kulturwirtschaft als entwicklungsfähige und beschäftigungsrelevante Branche,
- das steigende Interesse kommunaler Akteure in den Ruhrgebietsstädten an den Potenzialen der Kulturwirtschaft,
- die Initiierung regionaler kulturwirtschaftlicher Entwicklungspfade und die Formulierung von Ideen und den Anstoß von Projekten.

Erforderlich für den Auf- und Ausbau zukünftiger Wertschöpfungszusammenhänge im Ruhrgebiet ist die Etablierung erfolgreicher regionaler Wertschöpfungsketten, so dass Veränderungen auf der Produktions- und Distributionsebene aufgenommen werden können. Bedingt durch technische Entwicklungen und die steigenden Interdependenzen zwischen einzelnen kulturwirtschaftlichen Branchen sollte die verstärkte Zusammenarbeit zwischen den Strukturregionen des Ruhrgebietes angestrebt werden.

5.6.2 Einschätzung kulturwirtschaftlicher Potenziale und Hemmnisse im Ruhrgebiet

Die Potenziale sowie die Hemmnisse, die im Ruhrgebiet hinsichtlich der Kulturwirtschaft bestehen, sind im folgenden aufgeführt (siehe die Abbildungen 32 und 33):

Abbildung 32: Potenziale der Kulturwirtschaft im Ruhrgebiet

- | |
|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Industriekulturelle Hüllen füllen und IBA-Erfahrungen aufnehmen, • Massenkonsum, • Kulturszene Ruhrgebiet, • Schnittstellenfunktion Design, • Institutionelle Vielfalt – Lob der Redundanz, • Migrantenkultur und Weltmusik, • Nischenpotenziale. |
|---|

Quelle: eigene Darstellung

- **Industriekulturelle Hüllen füllen und IBA-Erfahrungen aufnehmen**
Die Internationale Bauausstellung (IBA) Emscher Park hat als einer der wichtigen Akteure der 1990er Jahre im Ruhrgebiet aufzeigen können, wie

die im Ruhrgebiet vorhandenen industriekulturellen Bauwerke kreativ und auch kulturell gefüllt werden können. Das schafft unverwechselbare Kennzeichen. Das Ruhrgebiet als "Laboratorium innovativer Strategien" (Experteninterview mit Heiderose Kilper) ist in strukturpolitischer Sicht eine der innovativsten altindustrialisierten Regionen. Die Route der Industriekultur dient als wichtige "kulturelle Perlenkette" (Experteninterview mit Jürgen Krings) und vernetzt die industriekulturellen Bausteine im Ruhrgebiet.

- **Massenkonsum**

Das Ruhrgebiet besitzt als Agglomeration in Westeuropa einige Standortfaktoren, die sich auch positiv auf eine kulturwirtschaftliche Förderung auswirken können:

- die hohe Bevölkerungszahl schafft viele Nachfrager,
- soziale Stabilität herrscht vor und
- die dichte Hochschullandschaft kann Grundlagen für Anbieter schaffen.

Es ist kein Zufall, dass die ökonomisch erfolgreichen Unterhaltungsindustrien (Starlight Express-Musical in Bochum, Indoorskihalle Bottrop) gerade im Ruhrgebiet ihre Heimat haben. Der Entertainmentbereich kann im Ruhrgebiet in der Zukunft einen Wachstumsbereich darstellen. Allein die hohe Anzahl an Nachfragern, die Nähe zu europäischen Ballungsräumen und die Vielzahl an Ausbildungsstätten bilden eine Basis, die auch kulturwirtschaftliche Produktionen ertragreich fördern könnten. Das Beispiel vielzähliger Musicals im Ruhrgebiet und die hohe Nachfrage in den 1990er Jahren weisen in diese Richtung.

- **Kulturszene Ruhrgebiet**

Auch wenn bei der Charakterisierung der Kulturszene im Ruhrgebiet oft die Mittelmäßigkeit herausgestellt wird, so zuletzt auf dem Kulturkongress des Kommunalverbandes Ruhrgebiet in Essen im Frühjahr 2002, liegen einzelne kulturelle Bausteine vor, die national und auch international ein hohes Renommee erreicht haben. Hochschule und Museum Folkwang in Essen oder das Schauspielhaus in Bochum zeugen von einer kulturellen Infrastruktur im Ruhrgebiet, die in Teilen auch überregionalen Maßstäben gerecht wird. Die kulturelle Dichte ist hoch im Ruhrgebiet, sei es das sozio-kulturelle Zentrum im Stadtteil oder das städtische Theater in den Innenstädten.

Aktuelle Strategien lokaler Politiker, in den Ruhrgebietsstädten neue Philharmonien mit öffentlichen Geldern in die Hellwegstädte zu bauen (trotz vielfach einbrechender kommunaler Finanzhaushalte im Ruhrgebiet), zeugen jedoch von einer Entwicklung, die regionale Sichtweisen ignoriert. Hier drängt sich auch die Frage auf, ob Angebot und Nachfrage in diesem Fall wirklich gesichert sind. Fraglich ist, ob in ausreichendem Maße in Bochum, Essen oder Dortmund jeden Abend für volle Säle gesorgt werden kann. Deutlich wird aber an diesem Punkt der egozentrische Politikstil vieler Ruhrgebietskommunen („Was die anderen haben, bekommen wir auch.“), der regionalen Konsens verhindert.

- ***Schnittstellenfunktion Design***

Im Ruhrgebiet kann der Designsektor eine Schnittstellenfunktion mit anderen Branchen im Ruhrgebiet übernehmen, beispielsweise mit dem Maschinenbau, mit dem Multimediasektor, oder auch den neuen IT-Technologien. Da bundesweit in Deutschland keine Region in den verschiedenen Designfeldern eine führende Rolle einnimmt, bietet sich eine Positionierung des Ruhrgebietes in der Designwirtschaft an.

- ***Institutionelle Vielfalt - Lob der Redundanz***

Eine Vielzahl an neu geschaffenen Institutionen hat sich der Förderung von Kultur und Kulturwirtschaft im Ruhrgebiet angenommen: die Projekt Ruhr GmbH und die Kultur Ruhr GmbH erhöhen die Chancen (Experteninterview mit Bernd Rechmann), dass in den nächsten Jahren Verbindungen und Querbezüge regionale Perspektiven schaffen können.

- ***Migrantenkultur und Weltmusik***

Aus kulturwirtschaftlicher Perspektive stellt die Weltmusik eine der Nischen dar, die in den nächsten Jahren an lokal konzentrierten Standorten Wachstumspotenziale aufweisen könnte. Die international renommierte Messe für Weltmusik (WOMEX) fand erstmals im Jahr 2002 auf dem Gelände der Zeche Zollverein statt. Das "Rough Trade"-Label in Herne oder das "Zoo"-Label in Essen sorgen jedoch bis heute keineswegs dafür, bereits von einer vernetzten Struktur oder dem Aufbau eines Produktionsclusters sprechen zu können.

Chancen bietet die hohe Zahl an Migranten im Ruhrgebiet. Es bedarf in Zukunft einer Strategie im Ruhrgebiet, die ökonomischen Potenziale migrationspezifischer Strukturen aufzugreifen. Ein dichtes Netz an türkischen Unternehmen und Selbständigen liegt beispielsweise bereits heute in allen Städten des Ruhrgebiets vor, jedoch finden sich keine Bezüge zur Kulturwirtschaft. Das Ruhrgebiet als Einwanderungsregion seit Ende des 19. Jh. ist bis heute von vielen Kulturen geprägt. Bis heute bleiben die Potenziale, die sich aus dem gesellschaftlichen und sozialen Mix ergeben könnten, auf dem kulturellen Sektor jedoch vielfach ungenutzt.

Abbildung 33: Hemmnisse der Kulturwirtschaft im Ruhrgebiet

- Fehlen verlässlicher Strukturen,
- Fehlen innovativer Stadtentwicklung und urbaner Qualitäten,
- Imageprobleme,
- ungünstige Startbedingungen für erfolgreiche Clusterprofile,
- schwache kulturelle Profilierung und fehlende "kritische Masse",
- Kirchturmdenken statt regionaler Strategie,
- mentale Schwächen,
- Überschätzung von Festivalisierungsstrategien,
- Kopie und Unterbietungskonkurrenz statt Förderung von Qualitäten,
- gering ausgeprägte Internationalität

Quelle: eigene Darstellung

- **Fehlen verlässlicher Strukturen**

Die Kulturwirtschaft besitzt keine Lobby in Deutschland und noch weniger im Ruhrgebiet. Der Aufbau verlässlicher Strukturen ist gefährdet, wenn die (auch finanzielle) Unterstützung für die nächsten Jahre ausbleibt, "*da der Minister in NRW lieber den Tourismus fördert*" und das Existenzgründerprogramm "StartArt" nach kurzer Anlaufzeit bereits wieder eingestellt wird. (Experteninterview mit Bernhard Abel)

- **Fehlen innovativer Stadtentwicklung und urbaner Qualitäten**

Urbanität ist eine der entscheidenden Voraussetzungen, um kreative Akteure an Standorte zu binden. Damit sind stadtgestalterische Aspekte und die Architektur ebenso angesprochen wie die Qualität öffentlicher Freiräume. Hier lassen sich im Ruhrgebiet viele Schwachstellen erkennen.

"Es fehlt dem Ruhrgebiet an guten Beispielen in der Stadtentwicklung und innovativer Architektur, die urbane Gestalt und die Kommunikationsstruktur sind nicht im guten Zustand, die regionale Presse ist nicht überregional bedeutsam."

(A. Rossmann, Ruhrstadt-Tagung in Bochum am 19. Juni 2002)

- **Imageprobleme**

Die Wahrnehmung des Ruhrgebietes ist in Deutschland negativ, international kann eher von Unwissen über die Existenz der Region gesprochen werden. Defizitär ist auch das Regionalmarketing, da die Region lange Zeit vom KVR nur in Deutschland vermarktet worden ist (vgl. Prosek 1999, Experteninterview mit Jörg Meyer-Stamer).

- **Ungünstige Startbedingungen für erfolgreiche Clusterprofile**

Lebendige Cluster profitieren von der Verdichtung an lokalen Knoten im Raum. Im Ruhrgebiet sind keine kulturwirtschaftlichen Cluster erkennbar, es finden sich lediglich Verdichtungen an lokalen Punkten. Lediglich bestimmte lokale Konzentrationen im Ruhrgebiet haben sich herausgebildet, diese sind im Ruhrgebiet sehr stadtteilbezogen (z.B. Essen-Katernberg). Die kulturellen Nachfrager nach kulturwirtschaftlichen Produkten haben ihre Standorte eher in der Rheinschiene. Die Nachfrager nach hochwertigen Designprodukten finden sich, so ist zu vermuten, ebenfalls außerhalb der Region (vgl. Experteninterview mit Vito Oraszem).

- **Schwache kulturelle Profilierung und fehlende "kritische Masse"**
 „Die Ruhrgebietsstädte werden nie Kulturstädte werden.“
 (Experteninterview mit Vito Oraszem)

Die kulturelle Erlebnisdichte von Berlin erreicht das Ruhrgebiet nicht (vgl. Oberender 2002). Von einer "kritischen Masse" in kulturwirtschaftlichen Milieu kann im Ruhrgebiet ebenso nicht gesprochen werden.

"Ein besonders ausgeprägtes kulturelles Milieu ist im Ruhrgebiet eigentlich nicht vorhanden. Eine "kritische Masse" ist nicht zu erzielen. (...) Die wichtigste infrastrukturelle Leistung war die Gründung der Hochschulen, nicht die Route der Industriekultur."
 (Experteninterview mit Vito Oraszem)

Im Ruhrgebiet liegt der Konsum kultureller Produkte relativ hoch, aber eine hohe kulturwirtschaftliche Beschäftigung und Produktion ist nicht identifizierbar. Eine innovative Kulturszene ist im Ruhrgebiet nur in Ansätzen vorhanden. Die räumlichen Ausprägungen in Form von kulturellen Quartieren zeigen sich im Ruhrgebiet nur in sehr geringer Zahl. Die kreativen Milieus rund um das Bochumer Schauspielhaus fehlen, und im kommerzialisierten Bochumer "Bermuda-Dreieck" findet sich eher ein Cluster der "Nighttime-Economy" mit Bars, Clubs, Kinos und Restaurants. Trotz des Verlagsstandortes der Westdeutschen Allgemeinen Zeitung in Essen, ist das Ruhrgebiet auch kein Medienstandort. Im Gegensatz zur Rheinschiene finden sich nur wenige medienwirtschaftliche Unternehmen im Ruhrgebiet (vgl. Schönert / Willms 2000). Die mangelnde Tradition in den kulturwirtschaftlichen Sektoren ist auch durch die jahrzehntelange Prägung durch das Arbeitermilieu erklärbar. Kunsthochschulen oder Musikhochschulen finden sich nur an wenigen Standorten des Ruhrgebietes. Dies gilt auch für die bildende Kunst oder die Medienkunst. Das Ruhrgebiet kann hier nicht mit der Rheinschiene konkurrieren.

"Früher war das Ruhrgebiet durch dezentrale proletarische Subkulturen geprägt, heute müssen die Chancen genutzt werden, die Umprägungen und Änderungen der Subkulturen aufzunehmen: es bedarf neuer kultureller Milieus für eine studentische Kultur und eine mittelständische Kultur. Duden und Brockhaus haben im Ruhrgebiet gelebt, das wird aber nicht als Potenzial gesehen. Man darf nicht nur stolz sein auf die fossilen Relikte."

Thomas Oberender, Chefdramaturg des Schauspielhauses, Ruhrstadt-Tagung in Bochum am 19. Juni 2002 (vgl. auch Oberender 2002)

- **Kirchturmdenken statt regionaler Strategie**

Ein großes Dilemma der Region ist die ausgeprägte Kirchturmpolitik der Städte im Ruhrgebiet: Dortmund fühlt sich als Herz Westfalens, Duisburg als Stadt am Rhein. Von einem regionalen Zusammenhalt ist die Region weit entfernt. Bernd Rechmann stützt diese These durch die Aussage, dass die "schlimmsten" Kirchturmpolitiker in den Lokalredaktionen der Zeitungen des Ruhrgebietes sitzen (Experteninterview mit Bernd Rechmann).

Auch wenn der regionale Ansatz der Projekt Ruhr sich als richtig erweist, so hat diese Institution wenig Chancen im Spiel der Mächte: es lastet viel

Druck von oben durch den Einfluss des Landes NRW und gleichzeitig von Seiten der Städte. Die Gefahr ist groß, dass die Projekt Ruhr hier an Profil verlieren wird.

"Es sitzen oftmals zu viele Akteure an einem Tisch"
(Experteninterview mit Andrea Höber)

Starke Akteure, die für den Aufbau von Clustern notwendig sind (Cooke 1995 A) fehlen im kulturwirtschaftlichen Bereich. Die handelnden Institutionen sind regional und national unbekannt (Experteninterview mit Dieter Nellen) und es fehlt in der "Nach-IBA-Zeit" an regionalen Allianzen, die für Kommunikation sorgen. Karl Ganser, der "regionale Kulturdezernent" während der IBA-Zeit (Experteninterview mit Dieter Nellen), hat das Revier verlassen.

Viele Ideen zeigen sich auch im kulturellen Bereich, aber von einer regionalen Strategie oder Vernetzung kann nicht gesprochen werden (Experteninterview mit Heiderose Kilper). Eher herrschen enorme lokale Eifersüchteleien vor. Dies zeigte sich anschaulich an der Verhinderungspolitik einer gemeinsamen ruhrgebietsweiten Ruhrgebietsphilharmonie.

"Wenn ich in Essen sage, dass ich stolz auf das Bochumer Schauspielhaus bin, werde ich als pervers beschrien."
(Essens Kulturdezernent Oliver Scheytt Ruhrstadt-Tagung in Bochum am 19. Juni 2002)

Systemimmanent für das Ruhrgebiet sei nach Meinung eines Akteurs zudem das *"Zerreden von Projekten oder neuen Institutionen"* (Experteninterview mit Jürgen Krings).

- **Mentale Schwächen**

Die bauliche Voraussetzungen sind in der Region vorhanden (Industriekulturelle kreative Hüllen), aber die mentalen Voraussetzungen, um Kreativität und Innovation hineinzupacken, scheitern. Mentale Schwächen sind immer an Institutionen gebunden und können an Strukturen, nicht an Personen festgemacht werden (Experteninterview mit Dieter Rehfeld). Eine große "Trägheit" sei feststellbar (Experteninterview mit Dieter Nellen). Die mentalen Schwächen im Ruhrgebiet lassen sich an einigen Beispielen ablesen: der immer noch vorherrschende Stolz auf die Leistungsfähigkeit und das historisch gewachsene Selbstbewusstsein sorgt auf politischer Ebene (auch bei den Gewerkschaften) immer noch für die alte "Tonnenideologie". Kreative kulturelle Projektideen lösen häufig Skepsis aus, jedoch *"... phantastische Projektionen von McKinsey im Rahmen des Dortmund-Projects, bis zum Jahre 2010 in Dortmund zusätzlich 70.000 Jobs zu generieren"* (Bömer 2000: 11) stehen auf der Tagesordnung ganz oben. Die Konzentration der Förderung von Großprojekten und der Ansiedlungspolitik macht die Vergessenheit des "Restes" größer (Experteninterview mit Dieter Rehfeld). Die Gefahr ist hoch, dass durch überzogene Selbsteinschätzungen (Beispiel Triennale Ruhr) die Enttäuschungen nachher immens sein werden.

Die Suche nach Erfolgen sieht Prof. Ketelsen in einem ausgeprägten Minderwertigkeitskomplex im kulturellen Bereich, der auch das Innenbild deutlich prägt:

"Der Minderwertigkeitskomplex äußert sich darin, dass immer erst aufgezählt wird, was alles da ist."

Prof. Ketelsen, Ruhrstadt-Tagung in Bochum am 19. Juni 2002

Der enorme Nachholbedarf, den die Politik der Region bescheinigt, zeigt die Minderwertigkeitskomplexe der Region deutlich auf (Experteninterview mit Heiderose Kilper). Das Ruhrgebiet besitzt zudem ein Wahrnehmungsproblem statt einem Mengenproblem. Auch wenn reale Veränderungen hoch sind, existiert ein hohes Glaubwürdigkeitsproblem.

- **Überschätzung von Festivalisierungsstrategien**

Die Triennale Ruhr wird in ihren Wirkungen völlig überschätzt (Experteninterview mit Uwe Kremer). Kann sie es schaffen, kulturelle Milieus im Ruhrgebiet auszubauen? Die "Macher" gehen davon aus, Netzwerke zwischen der repräsentativen Kultur und den kreativen Milieus zu initiieren (Experteninterview mit Peter Landmann). In der Süddeutschen Zeitung wird bezüglich kultureller Festivals vom "Vorbild Ruhrpott" gesprochen (Brembeck 2002).

- **Kopie und "Unterbietungskonkurrenz" statt Förderung von Qualitäten**

In einer Region, in der der Massenkonsum sich auch auf kulturelle Produkte bezieht (Bsp. Erfolgsgeschichten Musicals, Großdisotheken, Indoor-Skihallen) ist die Gefahr der "Unterbietungskonkurrenz" groß ("*ich bin billiger als...*"). Passend in dieses Bild steht der Versuch vieler Akteure, durch die reine Nachahmung erfolgreicher Projekte und Ideen Erfolge zu erzielen.

"Das Ruhrgebiet versucht immer bisher die Nachahmung / Kopie von Dingen. Beim Nachdenken über das Guggenheim in Bilbao war das ähnlich. Auch hier sollte ein Neubau geschaffen werden....obwohl die ideale Architektur schon längst da ist: Zollverein."
(Experteninterview mit Andrea Höber)

In diesem Zusammenhang nennt ein Experte auch die regionale "*Tradition des Zuspätkommens*" (Experteninterview mit Uwe Kremer).

- **Gering ausgeprägte Internationalität**

Das Ruhrgebiet ist international nicht bekannt. Dieses Manko wird auch für den Aufbau kulturwirtschaftlicher Strukturen zu einem Problemfaktor. Wie sollen überregional bedeutsame Vernetzungen aufgebaut werden, wenn der Kulturwirtschaft überregional keine Chance zugemutet wird? (Experteninterview mit Uwe Kremer). Die unzureichende "kritische Masse" in der Region verfestigt die kritische Sichtweise dieses Argumentes.

6

Kulturwirtschaft in Großbritannien

"The Teletubbies are one of the BBC's biggest exports ever - the programme can now be seen in 120 countries and territories and in 20 languages."

(DCMS Mapping Document 2001)

6.1 Entwicklung seit den 1980er Jahren

Überschriften und Schlagzeilen in Zeitschriften und Magazinen Ende der 1990er kündeten von "Cool Britannia" und zielen auf Großbritanniens internationaler Vormachtstellung in Popmusik, Mode und Kultur. Dies fällt zusammen mit dem Politikwechsel, der 1997 mit "New Labour" stattgefunden hat: nicht nur Jugendlichkeit und eine neue Agenda stehen im Vordergrund, auch das Image und die Präsentation erhalten neue Bedeutungen im politischen Kontext (vgl. Pratt 1999). Ein kreatives Chaos an unterschiedlichen Begrifflichkeiten bestimmt die Diskussion um die Kulturwirtschaft in Großbritannien: "Cultural Industries", "Culture Industries", "Creative Industries" oder "Culture Businesses" sind nur einige Formulierungen, die bei einer Recherche auftauchen.

Wie ist der Weg hin zu den "Creative Industries" zu erklären? Mit Beginn der 1980er Jahre werden in England die ersten Untersuchungen zur Bedeutung und Tragweite der Kulturwirtschaft innerhalb der Volkswirtschaft durchgeführt. In der gleichen Zeitperiode sind die "Cultural Industries" als Begriff vom Greater London Council eingeführt worden (vgl. Fohrbeck / Wiesand 1989:33).

"Firstly, that those cultural activities which fell outside the public funding system (...) and operated commercially were important generators of wealth and employment. Secondly (...) that of the whole range of cultural goods and objects which people consumed, the vast majority (...) had nothing to do at all with the public funding system" (O'Connor 2000).

Wegweisend ist die Studie "The Economic Importance of the Arts in Britain" von MYERSCOUGH (1988), in der er nachwies, dass 500.000 Menschen im Kulturbereich in Großbritannien angestellt waren (vgl. auch Bianchini et al 1991:19). Erstmals wurde die Bedeutung der Kunst und Kultur für die britische Ökonomie anhand dreier Fallstudien (Merseyside, Glasgow und Ipswich) untersucht. Interessanterweise umfasst die Definition von "Arts" in der Studie sowohl öffentliche als auch private Kulturinstitutionen und Akteure: *„The report examines the arts from an economic aspect. It looks at the arts as an industry. (...) It includes independent provision alongside grant-aided activities and it covers the museums and galleries, theatres and concerts, creative artists, community arts, the crafts, the screen industries, broadcasting, the art trade, publishing and the music industries" (Myerscough 1988: 5).*

Die wesentlichen Ergebnisse der Studie liefern wichtige Argumentationshilfen für die bis heute andauernde öffentliche Diskussion um die generelle Bedeutung der Kulturwirtschaft:

- *"The arts form a significant economic sector in their own right (...).*
- *The arts give direct employment to some 496.000 people, or 2.1. per cent of the total employed population*
- *The arts are an expanding sector of the economy.*
- *The arts are a high value-added sector of the economy.*
- *The arts are a major export earner for Britain.*
- *The arts provide spin-off into other industries.*
- *The arts generate growth in ancillary industries.*
- *The arts stimulate tourism.*
- *The arts are a potent means of sustaining employment.*
- *The arts are a cost-effective means of job creation.*
- *The arts are a catalyst of urban renewal.*
- *The subsidised sectors of the arts provide lines of financial and artistic support to the wider commercially based entertainment sector.*
- *The arts improve the image of a region and make it a better place in which to live and work*
- *A strong cultural infrastructure is a business asset for a region."*
(Myerscough 1988: 148ff.)

In England führt die Diskussion über "Cultural Industries" zu der Erkenntnis, dass Produktion, Distribution und Konsumtion kultureller Produkte industriell organisiert sind. Überlegungen zu Produktionsstrukturen, zur Rolle von KMUs und der Clusterbildung nehmen seitdem eine große Rolle ein. Britische Städte und Regionen, die vom Strukturwandel betroffen waren, entwickelten "Cultural Industries Strategies" (vgl. Bianchini et al 1991: 21). *"Thus definitions of 'cultural industries', although ranging considerably, tend to be the dominant notion and have caused a shift in thinking about the arts, culture, the media and related activities. It treats the arts and cultural activities in a sense as an industrial sector in its own right. The focus therefore tends to be on the development of 'cultural industries' rather than the arts or cultural development purely in their own right"* (Boddy 1993:29).

Seitdem Tony Blair im Jahre 1997 die Wahlen gewonnen hat, sind die "Creative Industries" immer weiter in den Vordergrund der nationalen Ebene gerückt. Eine "Creative Industries Task Force" ist eingerichtet worden, an der sowohl Minister, Angestellte aus verschiedenen öffentlichen Abteilungen und privatwirtschaftliche Akteure teilnehmen. Ziel der Arbeitsgruppe ist es, das Bewusstsein des Sektors zu erhöhen, den Informationsstand zu verbessern und die Exportmärkte kulturwirtschaftlicher Betriebe zu stärken (vgl. Fleming 1999: 10f). Das Department of Culture, Media and Sport (DCMS) hat im Juni 1999 einen kommunalen Leitlinien-Entwurf erarbeitet, in dem die Kommunen "Local Cultural Strategies" entwickeln sollen (FLEMING 1999: 16): *"It is envisaged that the main foci of local cultural strategies will penetrate every area of local authority service and be central to statutory Unitary Development Plans."*

"Creative sounds better"! Der Weg zu den "Creative Industries"

Der Begriff "Culture" ist relativ neu im täglichen britischen Sprachgebrauch. Geschichtlich tief verwurzelt ist stattdessen die britische Vorliebe, eher von der Kunst, dem Sport, der Presse und dem Fernsehen zu sprechen. In den

letzten Jahren ist der Begriff der "Creative Industries" in den allgemeinen Sprachgebrauch eingegangen (vgl. Hutchinson 2000: 123). Da Kultur und auch die Kulturwirtschaft immer auch mit Identität und Macht zu tun haben, ist der politische Kontext, in dem die "Creative Industries" sich in England entwickelt haben, sehr aufschlussreich. In den 1990er Jahren kam es aufgrund des politischen Wechsels auch zu großen Veränderungen in der britischen Kultur(wirtschafts)politik. 1992 wurde auf nationaler Ebene das Department of National Heritage geschaffen, dann aber mit der Regierungsübernahme durch Tony Blair wieder abgeschafft, zeitgleich mit der Bildung des neuen Department of Culture, Media and Sport (DCMS). *"The DCMS is responsible for arts and museums, heritage, film and broadcasting, sport, millenium projects and the voluntary sector"* (Wiesand 2000).

Der Londoner Generalsekretär des DCMS, Chris Smith, sah allein schon in der Namensänderung des Ministeriums den "Geist des neuen Britanniens" aufkommen (vgl. Smith 1999). Kritiker sprachen hinter vorgehaltener Hand hingegen auch schon einmal von einem *"Department of Fun"* (Experteninterview mit Peter Booth). Dies alles geschah Ende der 1990 Jahre in einem Klima, in dem Großbritannien sich mit dem Bild des "Cool Britannia" schmückte.

Wichtige Initiativen des DCMS sind der Aufbau von Maßnahmen, den Anteil an öffentlichen Fördermitteln für die Kunst deutlich zu steigern, die Änderung des Regelwerks zur Verteilung der Fördergelder der Nationalen Lotterie und die Einrichtung einer Projektgruppe "Creative Industries Task Force". Das Budget umfasste in den Jahren 2000/2001 eine Milliarde Pfund Sterling, wovon 90% in den Kultur und Sport Bereich flossen (vgl. <http://culture.gov.uk> am 12.10.2002). Entscheidend für die inhaltliche und strategische Weiterentwicklung der "Creative Industries" war diese ministerienübergreifende "Task Force". Sie hat zur Aufgabe, mittels vielfältiger Analysen und eingeleiteter Diskussionsprozesse die Anforderungen der "Creative Industries" an die staatliche Politik zu formulieren. Zunächst einmal war ein ganz entscheidender Fortschritt, die Erfassung der "Creative Industries" in Angriff zu nehmen. Die 1998 und 2001 veröffentlichten "Mapping Documents" liefern die Ergebnisse der Erhebungen und zeigen die Beiträge der "Creative Industries" zu Beschäftigung und Handelsbilanz. Sie dienen zur:

- Erfassung einer nationalen und regionalen Datengrundlage der "Creative Industries",
 - intensiven Übersicht über die einzelnen Branchen und Sektoren hinsichtlich Daten zur Erwerbstätigkeit und der weltweiten Relevanz,
 - und zum Aufzeigen regionaler Perspektiven, Beschreibung regionaler Kompetenzfelder, Stärken / Schwächen.
- (vgl. DCMS 1998, DCMS 2001)

PRATT (1999: 2) stellt fest: *"My key observation is that the most significant change has been that of a widening definition of culture, or rather the emphasis, so far, on the creative industries."*

"Creative Industries"

"Creative Industries" repräsentieren einen sehr umfassenden Mix an ökonomischen Aktivitäten, institutionellen Formen und Arbeitsformen und sind mit vielen Wirtschaftsbereichen verknüpft. In einer Studie für den Nordos-

ten Englands definiert CURDS (2001): "*The Creative Industries can be defined as those economic activities which are focused around the creation and exploitation of creative industries. The economic significance of the creative industries is complex as they provide inputs to, and have symbiotic relationships with, many other industries and activities.*" Allerdings umfassen die "Creative Industries" viele Teilmärkte, deren Entwicklung absolut unterschiedlich verlaufen kann. Daher sind Verallgemeinerungen des Sektors immer zu relativieren. Der Liverpooleser Consultant Peter Booth nennt die Problematik kritisch:

"A nightmare of statistics!"
(Experteninterview mit Peter Booth).

"Creative Industries" tragen in vielfacher Weise zur ökonomischen Entwicklung in Regionen bei:

- "Creative Industries" dienen der Schaffung von Arbeitsplätzen und des Wachstums, durch die Produktion, Distribution und den Handel / Verkauf von Gütern und Dienstleistungen. "Creative Industries" können als eigener Wirtschaftszweig in Großbritannien angesehen werden,
- "Creative Industries" beeinflussen in Teilmärkten touristische Attraktionen und besitzen hier viele Wechselwirkungen,
- "Creative Industries" verbessern die "weiche" Infrastruktur einer Region,
- und nicht zuletzt: "Creative Industries" ziehen Aufmerksamkeit in die Region, erhöhen die nationale und internationale Beachtung und verbessern das Image nachhaltig.

Relativierend muss aber auch kritisch hinzugefügt werden, dass "Creative Industries" in diesen Funktionen nicht einzigartig sind und eine Überschätzung ihrer Qualitäten vermieden werden sollte. Beispielsweise wird kein neuer Investor durch "Creative Industries" angezogen, wenn nicht andere infrastrukturelle Schlüsselfaktoren ausreichend vorhanden sind (ausgebildete Arbeitskräfte, qualitativ hohe kreative kulturelle Infrastruktur und Aktivität) (Experteninterview mit Peter Booth).

FLEMING (1999: 8) charakterisiert die "Creative Industries" als "(...) *fastest-growing sector*" in Großbritannien. Die "Creative Industries" beschäftigen mehr als 1,3 Millionen Menschen (5% der Beschäftigten national) und umfassen mehr als 5% des nationalen GDP (<http://culture.gov.uk> am 13.10.2002).

Abbildung 34: Charakteristika der "Creative Industries"

"Creative Industries"

...stellen einen eigenen Wirtschaftszweig dar.

Breites Mosaik an Teilmärkten miteinander verflochtener Branchen.
Allerdings Probleme statistischer Natur: Vielfalt schwer erkennbar.

...sind zukunftsorientiert.

Hoher Anteil an Kreativität und Innovation, der substantielle Inhalte und neue Technologien entwickelt.

...können nachhaltiges regionales Beschäftigungswachstum schaffen und sichern.

schaffen Jobs im privaten Sektor, vorwiegend in klein- und mittelbetrieblichen Strukturen, arbeits- und personalintensiv.

...helfen endogene regionale Potenziale zu stärken.

Traditionen und kulturelle Vielfalt, Know-How und innovative Netzwerke schaffen Grundlagen und sichern Eigenständigkeit.

...nehmen das historische kulturelle Erbe Europas auf.

Europas größtes Potenzial sind Geschichte und Traditionen, die genutzt werden können.

Jedoch...

... kompliziert die Vielfältigkeit der Sektoren ableitbare allgemeine Aussagen.

... zeigt regionale Perspektiven der "Creative Industries" und zeigt Schwerpunkt nur in bestimmten Sektoren auf

... verzerrt durch den Einbezug von "Software & Computer Services" den Blick.

... existieren Differenzen zwischen unterschiedlichen europaweiten Definitionen.

Quelle: eigene Darstellung

Bis zum Jahre 1994 war der Arts Council of Great Britain der wesentliche Akteur, durch dessen Hand die nationalen Finanzmittel für "Performing and Visual Arts" flossen. Seit April 1994 teilte sich die Organisation dann regional auf: Scottish Arts Council, Arts Council of Wales und Arts Council of England tragen nun neben dem Arts Council of Northern Ireland die Verantwortung. Weitere wichtige Institutionen sind das British Film Institute, das Crafts Council, die Museums and Galleries Commission und diverse Vereinigungen. Im März 2001 kündigte der Arts Council of England an, dass eine Vereinheitlichung der Organisationsformen in den Regionen ab April 2002 anstehen würde. Für die Region North West bedeutete dies, dass seit dem 1. April eine neue Institution für die regionale Entwicklung und Förderung von Kunst und Kultur zuständig ist: North West Vision (vgl. Liverpool City 2002: 12).

Es existieren zehn Regional Arts Boards in England, die dem Arts Council zugehörig sind. Dieser ist verantwortlich für die Verteilung der Mittel aus den National Lottery Funds, die den kulturellen Sektor unterstützen. Ursprünglich wurden besonders kulturelle Infrastrukturen und Großprojekte (z.B. Gebäude, technische Ausstattung und öffentliche Kunst) aus diesem Topf finanziert, da dieser Bereich als besonders unterstützungswürdig angesehen wurde. Seit 1997 verteilen sich die Lotteriegelder (Programmname: "Arts for Everyone") allerdings auch auf andere Felder (vgl. Wiesand 2000). Der Einsatz von Lotteriegeldern ist in Großbritannien weitverbreitet

und wird als ein starkes Instrument britischer Kulturpolitik verstanden. Von 1994 bis 2002 flossen fast 2 Milliarden Pfund an Lotteriegeldern in den Kunstsektor, mind. 65% fließen in Gebäude und Ausstattung (vgl. Hutchinson 2000).

Institutionen in UK

Traditionell liegen die politischen Verantwortlichkeiten in Großbritannien auf zwei Stützen: die Zentralregierung in London und die lokale Ebene. Das Local Government verfügt über kulturelle Zuständigkeiten für Dienste wie Erziehung, Museen, Büchereien, Sport und Erholung. Der regionale Kontext hat im zentralstaatlichen Großbritannien erst in den letzten Jahren eine zunehmende Bedeutung erlangt. Im kulturellen Sektor ist dies allein ablesbar an den zehn Regional Arts Boards in England. Diese liefern finanzielle Unterstützung für "Performing Arts", "Visual Arts" und "Literature" auf lokaler und regionaler Ebene, oft in Kooperation mit lokalen Akteuren der öffentlichen und privaten Hand.

Die britischen Reformen, die zu größeren politischen Rechten auf der regionalen Ebene geführt haben, äußern sich seit 1998 in England v.a. in der Bildung neuer Regional Development Agencies (RDAs). Hier werden die regionalen Entwicklungsstrategien gelegt, die die Ökonomie und Wettbewerbsfähigkeit ebenso wie Beschäftigung und die Nachhaltige Entwicklung betreffen (vgl. Pratt 1999).

Auf der regionalen Ebene spielen die "Creative Industries" eine bedeutende Rolle. Neben den RDAs werden seit Ende der 1990 Jahre in den Government Offices for the Regions, den regionalen Agenturen des DETR, Diskussionsprozesse in Gang gesetzt, die auf regionale Agenden zur Förderung des Sektors zielen. Regional Mapping Documents für die "Creative Industries" werden in den einzelnen Regionen erarbeitet. Erkennbar wird hier, dass nicht nur das DCMS eine Strategie der Förderung der "Creative Industries" verfolgt: die RDAs und das DETR haben ebenfalls ein Interesse an der Entwicklung des Sektors. Der britische Arts Council hat eine weniger bedeutendere Rolle. Dies wirft an dieser Stelle die Frage auf, ob alle Institutionen und Akteure dasselbe Ziel verfolgen (vgl. DCMS 2000).

Der Aufbau von Partnerschaften ist ein wesentliches Element der "Creative Industries Strategy" in Großbritannien. Im Music Industry Forum arbeiten nationale Regierungsvertreter mit privaten Industrievertretern zusammen. In den englischen Regionen entwickeln die Vertreter der Regional Development Agencies zusammen mit Experten der Regional Cultural Consortia und der Regional Arts Boards eine regionale Entwicklungsstrategie, um die kreativen Industrien zu fördern. *"The creative industries in the UK generate revenues approaching 60bn (...) In 1995, the last year for which such information is available, the contribution of the creative industries to the economy, net of inputs ("value added"), was around 25bn, approaching 4 per cent of gross domestic product. The value of the creative industries to UK gross domestic product is therefore greater than the contribution of any of the UK's manufacturing industry"* (DCMS 1998, OV).

"Creative Industries"-Cluster

In England werden die "Creative Industries" als ein zentraler Baustein angesehen. Allerdings liefert die Definition noch viele Unklarheiten, ebenso

wie die Frage, wie eine sinnvolle Clusterung in diesem Sektor aussehen könnte. Das Dilemma einer angemessenen Definition zeigt die Frage, die in einem Forschungsbericht formuliert worden ist: "*Where the utilitarian stops and the art, culture or creativity starts. When does a bowl cease just a thing for holding fruit and become a work of art?*" (CURDS 2001). Aus Sicht des DCMS sind "Creative Industries" "*...those activities which have their origin in individual creativity, skill and talent and which have a potential for wealth and job creation through the generation and exploitation of intellectual property*" (DCMS, 1998: 3). In den "Mapping Documents" (DCMS 1998 und 2001) des Department for Media, Culture and Sport werden die folgenden "Creative Industries" identifiziert:

*Advertising,
Architecture,
Arts und Antique Market,
Crafts,
Design,
Designer Fashion,
Film & Video,
Interactive Leisure Software,
Music,
Performing Arts,
Publishing,
Software & Computer Services,
Television and Radio."*

Die Liste ist kontrovers, da auch Sektoren, die im deutschen Kontext nicht hinzugezählt werden, integriert sind: so zeigt der Bereich "Software & Computer Services", der die Bandbreite von Computerverpackungen bis hin zu graphischen Anwendungen umfasst, allein die Schwierigkeit auf, alle diese Aktivitäten als kreative Leistungen (im Sinne der Definition des DCMS) zu charakterisieren. Naturgemäß sind ökonomische Aktivitäten als kreative Leistungen anzusehen. Hinzu tritt ein weiteres Problem bei dieser Sektorabgrenzung: der Softwarebereich ist führend im Bezug auf absolute Einkommen, Exporte und Arbeitsplätze und dominiert die Statistiken der "Creative Industries" deutlich.

Entscheidend für die Etablierung der "Creative Industries" im politischen Kontext war das "Mapping Document 1998", welches v.a. die ökonomische Bedeutung hervorgehoben hat. "*It is this establishment of legitimacy in terms of their economic weight that has helped to reinforce the economic interpretation of the creative industries*" (Pratt 1999: 4). Das DCMS sieht sich selbst Ende der 1990er Jahre als schwaches Element der Regierung mit wenig Einfluss und Kontrolle über zentrale Strategien, die beispielsweise die "Creative Industries" unterstützen könnten. Das Department of Trade and Industry (DTI) hingegen besitzt diese starke Funktion mit Blick auf die Unterstützung kleiner und mittlerer Unternehmen, den Handel, zur Telekommunikationsindustrie, zu Forschung und Entwicklung und auch zum Softwarebereich. Ebenso hat auch das Department of Environment, Transport and the Regions (DETR) mit dem Single Regeneration Budget (SRB) großen Einfluss auf die kulturelle Komponente städtischer oder regionaler Projekte. In diesem Zusammenhang sei ergänzend hinzugefügt, dass ein Großteil der Finanzierung durch die Strukturfonds der Europäischen Union geleistet wird (vgl. Pratt 1999).

Der Überblick zeigt, dass im britischen Kontext der 1990er Jahre neue Akteure im kulturellen und kulturwirtschaftlichen Bereich auftraten, die zwar Finanzmittel lieferten, die aber seitdem auch für Verschiebungen und Neuinterpretationen sorgen. Unterschiedliche Werte und verschiedene politische Agenden schaffen diese Kräfteverschiebungen. Kultur wird aus Sicht einiger dieser Akteure oft nur als zusätzliches "Element" interpretiert, nicht als zentraler Motor einer innovativen Entwicklung. Trotzdem ist gerade die Bedeutung der nationalen "Creative Industries Task Force" an dieser Stelle hervorzuheben. Das DCMS hat die verschiedenen Kategorien den nationalen "Standard Industrial Classification - Codes" (SIC-Codes) zugeordnet (siehe Tabelle 3).

Tabelle 3: Kategorien der "Creative Industries"

DCMS minimum set 1992 SIC Codes (4 digit)

Publishing of books, newspapers & sound recordings

2211	Publishing of books
2212	Publishing of newspapers
2213	Publishing of journals and periodicals
2214	Publishing of sound recordings
2215	Other publishing
5247	Retail sale of books/newspapers etc.
9240	News agency activities

Design & architecture

7420	Architectural/engineering activities*
7484	Other business activities nec*

Film, broadcasting & video

9211	Motion picture and video production
9212	Motion picture and video distribution
9213	Motion picture projection
9220	Radio and television activities

Artistic & literary creation

9231	Artistic and literary creation etc.
------	-------------------------------------

Arts facilities, libraries & museums

9232	Operation of arts facilities
9251	Library and archives activities
9252	Museum activities etc.

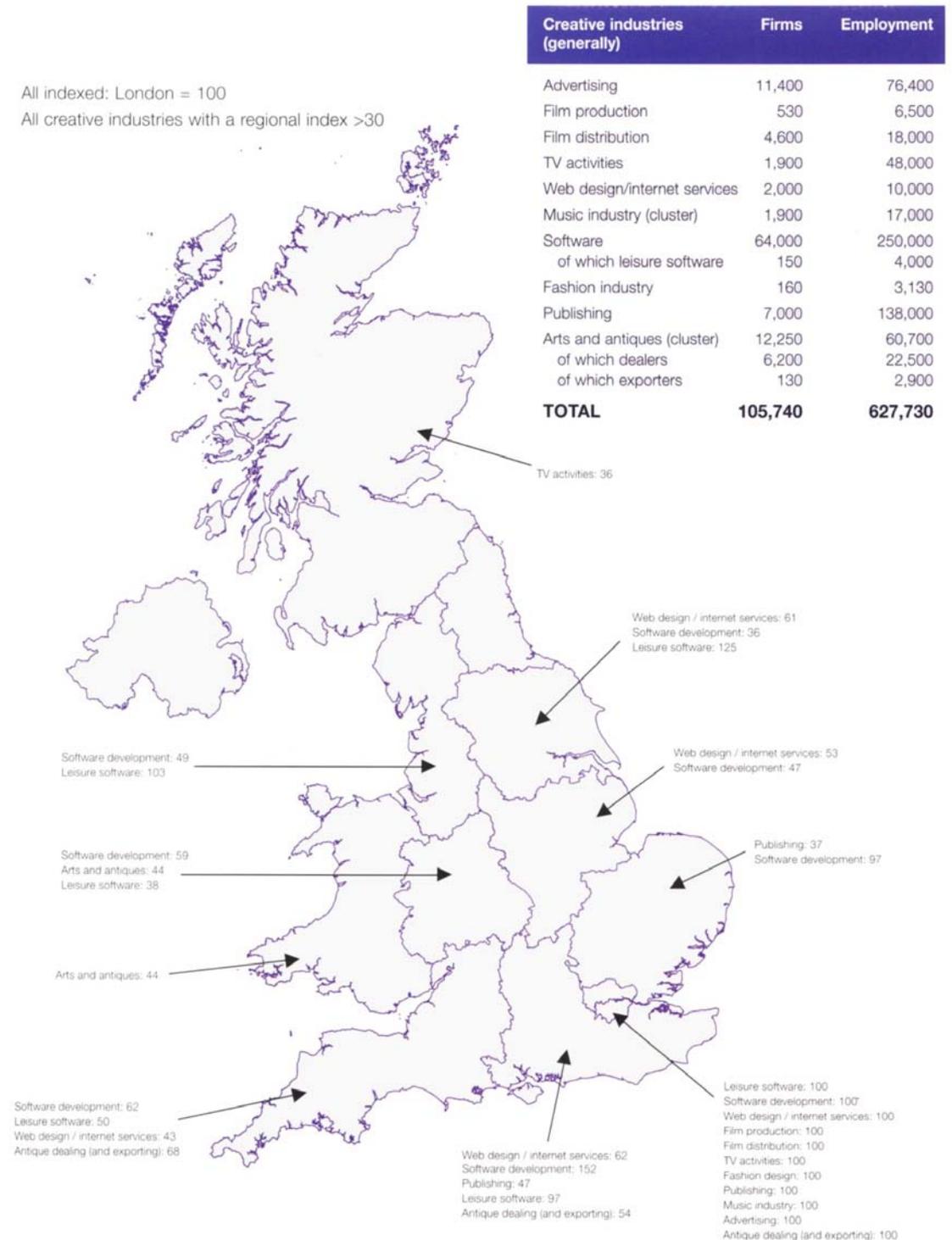
*Subclasses are suggested in the full DCMS minimum set for these two classes, specifically, architecture and specialty design activities

Quelle: DCMS 2000

6.2 Räumliche Schwerpunkte kulturwirtschaftlicher Produktion in Großbritannien

Die räumlichen Schwerpunkte kulturwirtschaftlicher Produktion in England sind in der Abbildung 35 dargestellt. Ablesbar wird die eindeutige Dominanz der britischen Hauptstadt. Die Hintergründe der Situation in London werden im Kapitel 6.2.1 ausführlicher erläutert.

Abbildung 35: Die räumliche Verteilung der "Creative Industries"



Quelle: DTI 2001: 59

6.2.1 London

Der Dreh- und Angelpunkt der britischen Kulturwirtschaft ist London (siehe Abbildung 36 als Beispiel für die räumliche Konzentration der britischen Musikwirtschaft).

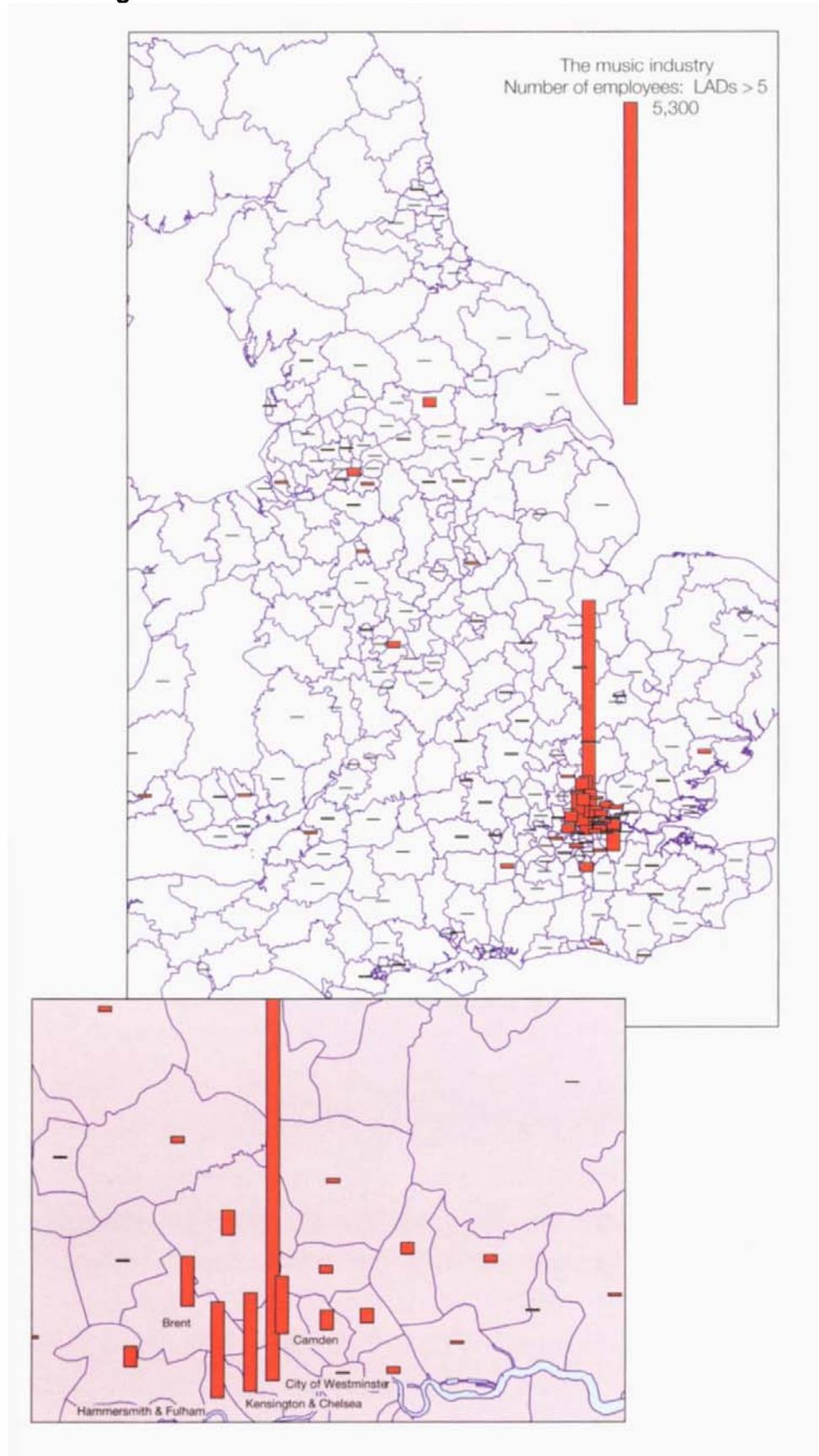
*"London is a gateway for young entrepreneurs!
And a threat for us in Merseyside"*
(Experteninterview mit Marc Collett)

Das britische Kulturleben und die Kulturwirtschaft pulsieren am stärksten in der britischen Metropole London. Neben Paris ist London (auch) kulturell an Europas Spitze mit 53 Museen, 21 Galerien, 38 Attraktionen des architektonischen Erbes und bedeutenden Theater. Umfragen zufolge reisen allein ein Drittel aller Besucher Londons wegen einer Theateraufführung in die Stadt. Über 33% der britischen "Creative Industries" finden sich in London. In beeindruckenden Zahlen drückt sich die kulturwirtschaftliche Dominanz Londons aus: 30-40% aller britischen Beschäftigten in den "Creative Industries" arbeiten in London und 6-10% der Londoner Arbeitsplätze sind den "Creative Industries" zuzuordnen (vgl. DCMS 2000).

Die Ausbildungssituation ist in London beeindruckend: 14 Universitäten, 11 weitere äquivalente Bildungseinrichtungen, 109 Ausbildungseinrichtungen (Schulen, Colleges, Institute) bieten im Rahmen von 507 verschiedenen Bildungsangeboten Qualifikationen für Kultur und die "Creative Industries". Innerhalb von Central London konzentrieren sich mehr als die Hälfte aller Betriebe der "Creative Industries", meist in Westminster und Camden gelegen. In der Musik ist London Weltmarktführer bei der Musikdistribution und der Talentdeckung, in der Literatur / Bücher / Medien stellt London das wichtigste Zentrum für Zeitungen und Zeitschriften dar und ist der bevorzugte Standort des britischen Literatur- und Buchmarktes. Der Londoner Kunstmarkt ist einer der größten internationalen Kunstmärkte: 260 der 375 britischen Galerien liegen in London, ergänzt durch Antiquitätenmessen, Kunstarchive, Kunstsammlungen. Bei Film und Fernsehproduktionen steht London weltweit an dritter Stelle nach Los Angeles und New York. 75% aller britischen Betriebe der Filmdistribution und -vorführung sind in London beheimatet: 25.000 Schauspieler, Produzenten und Regisseure leben in London (vgl. DCMS 2000, 2001).

In der Darstellenden Kunst und der Unterhaltungskunst bildet London zusammen mit New York eine Spitzenposition bei den kommerziellen Theatern, 200 privatwirtschaftliche Theater, davon allein 50 im Londoner West End. Dennoch sind in einer Regierungskommission, die sich mit den regionalen Perspektiven der "Creative Industries" auseinandergesetzt hat, folgende Schwächen herausgestellt worden: die mangelnde Beratungsdienstleistungen (Finanzen etc.), der unzureichende Aufbau an Netzwerken, die noch ausbaufähigen Ausbildungsmöglichkeiten und ein schwaches strategisches Denken im öffentlichen und privaten Sektor und Agenturen kennzeichne nach Lage der Kommission die aktuelle Situation (vgl. DCMS 2000).

Abbildung 36: Musikwirtschaft in Großbritannien



Quelle: DTI 2001:62

Nach Ansicht eines Experten des Manchester Institute for Populare Culture ist die kulturwirtschaftliche Entwicklung in der britischen Hauptstadt auch mit negativen Auswirkungen versehen:

"London is overheating!"
(Experteninterview mit Mark Banks).

So seien viele kulturwirtschaftliche Unternehmen, die ihren Standort in London ausbauen wollten, auf dem "Rückzug" in die englischen Regionen, auch nach Manchester oder Merseyside. Eine Arbeitsgruppe des nationalen DCMS, die Regional Issues Working Group, wurde im Jahre 1999 eingesetzt, um die Perspektiven der "Creative Industries" in den englischen Regionen näher zu beleuchten. Verschiedene regionale Workshops und regionale Audits wurden durchgeführt, dort Experten zu den Themen befragt und Diskussionsrunden eingeleitet. Das Ziel der Arbeit lag in der ausführlichen Berichterstattung für die "Creative Industries Task Force" (CITF), um Handlungsvorschläge für die Politik, die regionalen Partner und die Creative Industries zu formulieren. Zusammenfassend werden die wesentlichen Kennzeichen und Schwächen der britischen "Creative Industries" formuliert und Handlungsempfehlungen der Regierungskommission in der Abbildung 37 vorgestellt (siehe Abbildung 37):

Generelle Kennzeichen

Die regionale Beschäftigungsquote der "Creative Industries" reicht laut DCMS von 1,8% in North West bis hin zu 5% in South East und South West. 7% werden in London erreicht. Der nationale Durchschnitt der "Creative Industries" in Großbritannien liegt bei 4,3%. Die "Creative Industries" sind allgemein durch kleine und mittlere Unternehmen charakterisiert, die über wenig unterstützende Netzwerke und ein geringes Profil verfügen. Ein hoher Anteil an freien Mitarbeitern und Teilzeitbeschäftigten ist ein weiteres Kennzeichen. Die wenigen großen regionalen Unternehmen sind aus dem Radio- und Fernsehbereich, aus dem Verlagswesen und generell Medienunternehmen. Über 33% der britischen "Creative Industries" lokalisieren sich in London, wo sich eine große Anzahl an national und international angesehenen kulturellen Institutionen befinden (vgl. DCMS 2000).

Schwächen

Die wesentlichen Schwächen betreffen die meist kleineren und mittleren Unternehmen der Creative Industries in den britischen Regionen:

- Mangel an detaillierten Informationen über die "Creative Industries",
- Schwaches strategisches Denken auf lokaler, regionaler und nationaler Ebene und grundlegender Mangel einer Integration und Kooperation zwischen den "Creative Industries" und verwandten Bereichen,
- Fehlen eines kohärenten Ansatzes der Regionalpolitik zur Förderung der "Creative Industries",
- negatives Verständnis des Sektors bei wirtschaftsfördernden Institutionen und potentiellen Investoren,
- Mangel an wirtschaftlichem Wissen, Managementkenntnissen und Marketingenerfahrungen bei den kleinen und mittleren Unternehmen der "Creative Industries",
- schwacher Zugang zu Ausbildungs- und Trainingsmöglichkeiten und
- Schwierigkeiten der Förderung kreativer Talente in den britischen Regionen (vgl. DCMS 2000).

Abbildung 37: Handlungsempfehlungen für die Entwicklung der "Creative Industries" in den Regionen

Handlungsempfehlungen

im Bereich 'Policy development'

- Stärkung und Aufbau von 'Regional Intelligence Bodies', die die Arbeit der CITF mit anderen Ministerien verknüpft
- Nutzung der Planungspolitik zur Förderung der Creative Industries

im Bereich 'Regional and local strategies'

- Entwicklung von langzeitorientierten, integrierten Strategien und Partnerschaften, um Unternehmen zu fördern, Investitionen anzulocken und Wachstum zu stimulieren
- Sicherung der Integration und Verknüpfung verschiedener Strategien mit den "Creative Industries"
- Stärkere Integration der "Creative Industries" in die Strategien der Regional Development Agencies
- Koordination der fördernden Agenturen auf der regionalen Ebene, um einen koordinierten Ansatz in einem kohärenten Rahmen zu gestalten

im Bereich 'Information'

- Durchführung detaillierter "Mappings", um regionale Profile der "Creative Industries" abzubilden

im Bereich 'Business support'

- Verbesserung des Zugangs zu unterstützenden Dienstleistungen, Risikokapital, Marketing und Kommunikationsnetzwerken
- Stärkere Verknüpfung von Unternehmen der "Creative Industries" mit größeren Kommunikationsnetzen
- Erhöhung des Wissens potentieller Investoren und Erzielung von Verständnis für die Anforderungen (auch finanziell) der "Creative Industries"

im Bereich 'Education and training'

- Entwicklung angemessener Ausbildungs- und Trainingspakete
- Kennzeichnung und Behebung Ausbildungslücken in den Creative Industries
- Verbesserung des Zugangs zu Informationen über Finanzierungs- und Ausbildungsmöglichkeiten

im Bereich 'Social inclusion'

- Erhöhung der Aufmerksamkeit für die Vorteile der Integration kreativer Aktivitäten und Ausbildungen in Revitalisierungskonzepten
- Sicherstellung der allgemeinen und finanziellen Unterstützung über einen langen Zeitraum, um Nachhaltigkeit zu erzielen
- Erweiterung der besonderen Aufmerksamkeit auf ethnische Minderheiten und deren Potenziale in den "Creative Industries"

im Bereich 'Retention of creative talents in the regions'

- Entwicklung gezielter Image- und Marketing-Kampagnen in den Regionen,

im Bereich 'Cluster'

- Stärkung der Entwicklung von physischen und virtuellen Clustern

Quelle: in Anlehnung an DCMS 2000

6.2.2 Beispiele aus britischen Städte und Regionen

Ein Blick nach Schottland bietet einen im Rahmen dieser Untersuchung sehr interessanten Ansatz zur Förderung der Kulturwirtschaft. Die schottische Entwicklungsagentur Scottish Enterprise hat seit Ende der 1990er Jahre ebenfalls die ökonomische Bedeutung der "Creative Industries" erkannt und ein "Creative Media Cluster" gefördert. Im Gegensatz zur englischen Situation, wo das DCMS gegenüber anderen Ministerien keine überaus starke Rolle besitzt, konnte in Schottland eine bedeutsame Strategie zum Ausbau der "Creative Industries" formuliert werden. Die britische "Creative Industries Task Force" war hier wichtig als Ideenpool, aber die entscheidenden Fragen der Implementation und strategischen Entwicklung sind noch offen. Viele Akteure haben ein starkes Interesse an der Weiterentwicklung des Ansatzes, aber es ist keine spezielle Agentur in der politischen Arena auszumachen, die all die unterschiedlichen Kräfte und Ideen zusammenführen könnte. Die Bedeutung der regionalen und lokalen Ebene ist, bedingt durch die zentralstaatliche Ausrichtung Großbritanniens insgesamt, noch zu sehr im Hintergrund. PRATT (1999: 9) formuliert: "*What has occurred seems to have been overwhelmingly 'top down' in its orientation.*"

Die mangelnde Koordination zwischen den unterschiedlichen Strategien ist hier eindeutig als Mangel auszumachen (vgl. Pratt 1999). Es existieren international nur wenig Beispiele an systematischen Clusteransätzen für die "Creative (or Culture) Industries". Bei vielen Ansätzen stehen bestimmte Aspekte im Vordergrund: seien es die Ausbildungssituation, die Schaffung neuer "Business Start-Ups" oder die generelle Finanzierung von Projekten. In britischen Städten und Regionen ist die Idee der Entwicklung eines kreativen kulturellen Clusters mit am meisten entwickelt.

Darüberhinaus besteht auch in Großbritannien neben einer lange Geschichte und Tradition in der Nutzung kultureller Faktoren für die Stadtentwicklung auch der gezielte Blick auf die Förderung der Kulturwirtschaft: Glasgow, Sheffield oder Manchester seien hier genannt. Wenige britische Städte haben hier den Clusteransatz gewählt, um diese Aufgabe zu bewältigen, da ein räumlich vernetztes Auftreten von Firmen, Institutionen, unterstützenden Aktivitäten und einem größeren Wissenspool häufig nicht erkennbar waren. Viele Städte und Regionen haben hingegen den Blick auf die Förderung kultureller Aktivitäten gerichtet (vgl. CURDS 2001: 112).

Kurz soll auf die Ansätze in ausgewählten altindustrialisierten Städten in England eingegangen werden: Bristol, Cardiff, Manchester und Sheffield. Anschließend fällt ein Blick auf den Finanzierungsfond der Creative Advantage West-Midlands und die innovativen Projektideen von Scottish Enterprise.

- **Bristol Media City oder Der Weg zum "Green Hollywood"**

In den 1990er Jahren entwickelte Bristol wie viele andere britische Städte eine innovative kulturelle Strategie. Mehrere Faktoren kamen zusammen. Die Gründe lagen im wirtschaftlichen Niedergang Ende der 1980er Jahre und der Suche nach neuen alternativen Wachstumsgebieten, dem großen Druck gut organisierter kultureller Organisationen, und dem Auftreten innovativer partnerschaftlicher Gruppen. Eine der ersten dieser partnerschaftlichen Gruppen war The Bristol Initiative (TBI) im Jahre 1989, welche in Zu-

sammenarbeit mit South West Arts (SWA) und dem Bristol City Council eine Kulturentwicklungsstrategie für die Stadt in Auftrag gaben. Der Report erschien 1992 und war mitverantwortlich für die zentrale Stellung, die Kunst und Kultur in der Entwicklung der Stadt eingenommen haben. Kultur sollte aus Sicht der Strategie eine noch zentralere Stellung in der strategischen Entwicklung der Stadt erhalten, da bis dahin kein strategischer Rahmen für kulturelle Aktivitäten existierte. Als Ergebnis wurde die Bildung einer Expertengruppe vorgeschlagen, die sich um die kulturelle Entwicklung der Stadt intensiv kümmern sollte. Diese neue Organisation trat mit der Bristol Cultural Development Partnership (BCDP) auf die Bühne, deren wesentliches Ziel war, eine Führungsrolle kultureller städtischer Aktivitäten vorzubereiten. In der Folgezeit entwickelte sich eine Kulturentwicklungsstrategie, die sich auf folgende Elemente stützte:

- eine kulturelle Vision, basierend auf und gestützt durch den Partnerschaftsgedanken,
- eine bessere Vermarktung der städtischen Plätze, im wesentlichen durch Flagship-Projekte und
- die Idee einer kreativen Stadt (vgl. CURDS 2001).

Verschiedene weitere partnerschaftliche Organisationen gründeten sich in der Folgezeit. Der City Council wurde Teil des partnerschaftlichen Modells und zum starken Befürworter von Kunst und Kultur. Ein 5-Jahres Plan wurde geschaffen (The Bristol Arts Strategy, 1995), "Flagship-Projekte" am Wasser wurden entwickelt ("@Bristol Harbourside", ein 66ha großes Stadterneuerungsprojekt). Die neuen Medientechnologien spielten eine große Rolle bei der Entwicklung von kulturellen Clustern. Zentrale Akteure wie "@Bristol" und "Watershed Media Centre", die im Jahre 1982 als Großbritanniens erstes Medienzentrum eingeführt wurden, haben starke Verflechtungen mit der Universität und einer großen Zahl an kleinen unabhängigen Produktionsfirmen aufbauen können. Kreative Ausbildungseinrichtungen entstanden und dienten als Trainingsstudio für Absolventen der Universität (vgl. CURDS 2001: 113f.).

Zwischen 1991 und 1997 wuchs die Beschäftigung in den "Cultural Production Activities" um 36%. Bristol gilt heute international als Medien- und Filmstadt, unterstützt durch den Imageaufbau, den Organisationen wie Bristol Channel, die Media Development Agency oder eine lokale Filmkommission initiierten. Heute ist Bristol Großbritanniens zweitwichtigste Medienstadt neben London. Die speziellen Stärken liegen im Bereich der 3d-Animation und es hat sich ein sog. "Natural History Film-Making-Cluster" herauskristallisiert: "*Bristol claims to be, and indeed is, a world centre for the making of wildlife and natural history films and has cultivated its image as 'the green Hollywood', 'the home to more wildlife TV specialists than any other city on Earth (...)*" (vgl. Bassett et al 2002: 166).

- **Sheffield Cultural Industries Quarter**

Sheffield City Council entwickelte bereits in den frühen 1980er Jahren eine Politik der Unterstützung und Stärkung der "Creative Industries" als zentraler Teil der lokalen Revitalisierungsstrategie. Die Eröffnung der "Red Tape Studios" im Jahre 1986 markierten einen wichtigen Startpunkt der Entwicklung. Großbritanniens erste städtische Aufnahme- und Ausbildungstudios zielten auf ansässige Unternehmen und Organisationen, die eine breitere Unterstützung bedurften. Das Spektrum der Firmen umfasste

Sektoren wie Musik, Film, Video, Fotografie und Graphikdesign. Das City Council gab dem Stadtquartier den Titel Cultural Industries Quarter (CIQ). In der Folgezeit entstanden das Audio Visual Enterprise Centre (AVEC) und "managed workspace"-Gebäude. Viele öffentlich und privat finanzierte Projekte wurden in dem Stadtquartier durchgeführt (vgl. Charles 2001: 115). Als Mißerfolg wurde in Sheffield jedoch der Versuch gewertet werden, ein Popmusik-Cluster aufzubauen. Die Ansätze wurden überschätzt bzw. die Stärken und Schwächen in der Wertschöpfungskette nicht identifiziert (Experteninterview mit Andy Lovatt).

- **Cardiff Enterprise Service (CES)**

Ein innovatives Beispiel der ökonomischen Förderung der "Creative Industries" findet sich in Cardiff mit dem im Jahre 1995 geschaffenen "Cardiff Enterprise Service" (CES). Dieser stellt Großbritanniens ersten spezifischen Informations- und Transferservice dar und umfasst die Unterstützung bei dem Aufbau von "Business Start-ups", der Finanzierung, dem "Fundraising" und Sponsoring, Marketing und Netzwerkaufbau (vgl. ebenda).

- **Scottish Enterprise Creative Industries Team**

Scottish Enterprise investierte mehr als 25 Millionen Pfund in die Entwicklung und den Ausbau der "Creative Industries" über einen Zeitraum von drei bis fünf Jahren. Im schottischen Ansatz werden unter "Creative Industries" folgende Bereiche verstanden: "Architecture", "Advertising", "Arts and Cultural Industries", "Design", "Film", "Games", "Music", "New Media", "Publishing", "Radio and Television". Der Softwarebereich wird in diesem Ansatz ausgeklammert. Die Finanzmittel unterstützen den Aufbau von Talenten, den Ausbau internationaler Verbindungen, die Schaffung einer Infrastruktur und den Aufbau und die Stärkung neuer Technologien. In den nächsten drei bis fünf Jahren erhofft sich Scottish Enterprise einen Zuwachs von 30% im Bereich der "Creative Industries" und einen Anstieg der Exporte. Die Zahl der erhofften Arbeitsplätze beläuft sich auf mindestens 1500 bis 2000 hoch qualifizierter Stellen (vgl. [http:// www.creativescotland.com/](http://www.creativescotland.com/) am 12.11.2002). Interessant ist besonders der Blick auf die innovativen Projektideen: den Aufbau von internationalen Vertretungen in den kulturwirtschaftlichen Zentren London und New York; eine elektronische Plattform für den Austausch an Ideen; den Aufbau eines internationalen Austauschprogramms für Experten; den Ausbau von Programmen, die die Unternehmen gezielt bei der Ausbildung unterstützen; ein internationales Studienangebot für Studierende in den Sektoren der "Creative Industries"; die Entwicklung eines "Creative Industries Campus" und den Ausbau des Hafensbereichs in Glasgow als digitalen Medienstandort (vgl. Charles 2001).

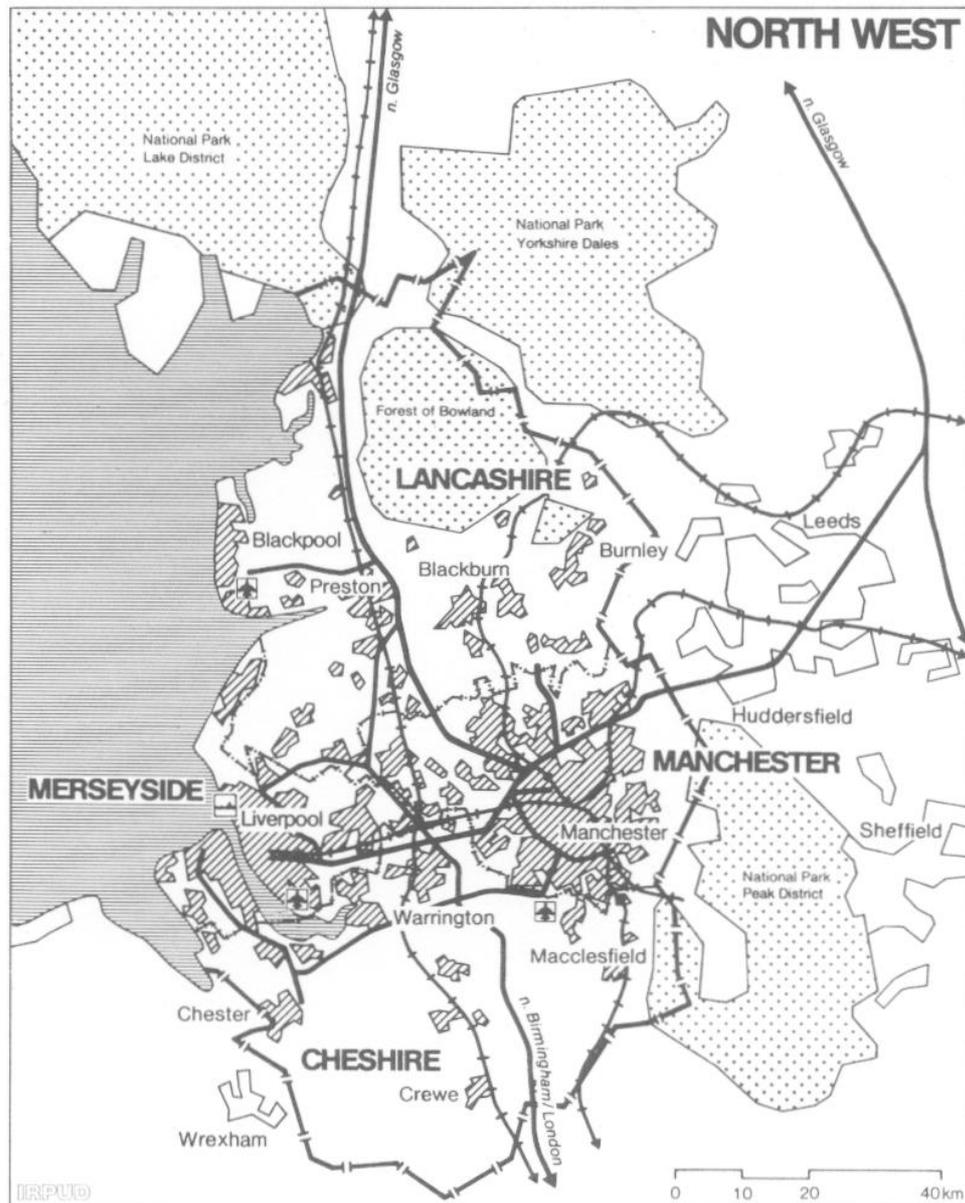
- **Creative Advantage West Midlands**

Der Creative Advantage Fund stellt Risikokapital in den West Midlands bereit, um das Wachstum in den Unternehmen der "Creative Industries" zu fördern. Der Fond wurde mit Hilfe der europäischen Strukturfonds aufgebaut und soll die Schwierigkeiten beheben, die bei den meist kleinen Unternehmen in diesem teilweise relativ risikoreichen Sektor auftreten. Kapitalinvestitionen bis zu 130.000 Pfund für neue und bereits aufgebaute Unternehmen der "Creative Industries" werden ermöglicht. Die Bereitstellung von Finanzmitteln durch Risikofonds ist ein wichtiges Element, um ein Cluster auf- und auszubauen (vgl. Charles 2001).

6.3 North West England: Kultur und Kulturwirtschaft

Die englische Region North West als eine von acht Standardregionen umfasst die Counties Cumbria, Lancashire, Cheshire, Merseyside und Greater Manchester (siehe Abbildung 38).

Abbildung 38: Karte der Region North West England



Quelle: Institut für Raumplanung, Universität Dortmund

Die Standardregionen bilden im Rahmen der EU-Gebietssystematik die NUTS-1 Ebene und entsprechen damit den deutschen Bundesländern. Sie wurden gleichzeitig als Basis für die Implementation der EU-Strukturförderung genutzt. In der Region North West leben mit 6,9 Millionen Einwohner ca. 12% der britischen Bevölkerung, davon ca. 1,5 Millionen in Merseyside und 2,5 Millionen in Greater Manchester (Experteninterview mit Janet Matthewman).

Aus einer regionalökonomischen Betrachtung heraus ist die Region North West relativ fragmentiert. Es bestehen zum einen deutliche Disparitäten zwischen den dünn besiedelten Counties Cheshire, Lancashire und Cumbria verglichen zu den altindustrialisierten Agglomerationen Greater Manchester und Liverpool (siehe Abbildung 38). Zum zweiten zeigen aber auch diese beiden Stadtregionen keineswegs ähnliche ökonomische oder kulturelle Strukturen. 700 Jahre Rivalität zwischen Manchester und Liverpool schufen Auswirkungen, die bis heute spürbar sind. Erst in den letzten Jahren kann eher von einer "Normalisierung" der Beziehung gesprochen werden, die allerdings am Sonntag nachmittag beim sportlichen Vergleich auf dem Fußballplatz wieder abrupt beendet wird (Experteninterviews mit Peter Booth und Andy Lovatt). Die Regionalpolitik der Europäischen Union, die eines ihrer Ziele in der Förderung stadtregionaler europäischer Kooperation sieht, hat zumindest erreichen können, dass in ersten Studien über ökonomische Potenziale einer Kooperation nachgedacht wird (z.B. Liverpool-Manchester-Studie, siehe Kapitel 6.3.1.1; vgl. Charles 2001)

6.3.1 Kulturwirtschaft

Die Potenziale der "Creative Industries" in der Region North West werden in einem jüngst veröffentlichten Bericht des DCMS (2000) beschrieben. So liegt die Beschäftigungsrate der "Creative Industries" in der North West bei 1,8% (diese Zahl ergibt sich laut der Untersuchung aber allein aus der Kalkulation der Daten aus Manchester, Merseyside und Lancashire). 1991 bildete North West die drittstärkste Region nach London und der region South East, in der der Sektor "Creative Industries" vertreten war. Kritisch wird allerdings vermerkt, dass das Wachstum in den letzten Jahren allerdings nicht so stark, verglichen zu den Wachstumssprüngen in anderen englischen Regionen, angestiegen ist (vgl. DCMS 2000).

Kennzeichnend für die "Creative Industries" in North West ist die Dominanz kleinbetrieblicher Unternehmen, ein hoher Anteil an Teilzeitarbeitskräften und die Vielzahl an zeitvertraglicher Beschäftigung. Lediglich in den Sektoren Theater, Musik und Fernsehen dominieren einige große Organisationen und Unternehmen, die dementsprechend die Struktur und Entwicklung bestimmen (Granada TV, BBC North West). Als Wachstumsmärkte für North West identifiziert die Studie die Bereiche "Design", "Visual Arts", Musik und kunsthandwerkliche Industrien, darüberhinaus Museen, Gallerien und Unternehmen, die mit dem Tourismussektor verknüpft sind. Hervorgehoben wird die wichtige Rolle, die die "Creative Industries" in Bezug auf die städtische und soziale Erneuerung von Quartieren einnehmen. Unterstützung erhalten viele dieser Initiativen aus unterschiedlichen nationalen und europäischen Finanztöpfen (City Challenge, Single Regeneration Budget, Ziel 1-Programm der EU).

Welche Aufgaben für die Zukunft werden von der nationalen Expertengruppe vorgeschlagen? "*There is a need for better networks, business skills and support for new and existing creative businesses in the region. There is also a problem with creative talent moving to London particularly in the audio-visual, music and computer games sub-sector*" (DCMS 2000: 35). Ergänzend wird auch das Fehlen verlässlicher Daten bemängelt, die für strategische Planungen und angemessene Handlungskonzeptionen not-

wendig sind. *"The creative industries in the region need a strong voice to represent and promote them to national and regional policy makers and investors and to co-ordinate the efforts of the plethora of enabling agencies"* (DCMS 2000:36).

Wer sind die regionalen Akteure? Wie ist das "Institutional Setting" der Region? Wo liegen Probleme und Handlungsmöglichkeiten? Eine Reihe von Institutionen sind auf Kultur und Kulturwirtschaft in North West ausgerichtet. Die wichtigsten sind:

- **North West Development Agency (NWDA)**

Das Ziel der NWDA ist im wesentlichen die Koordination der ökonomischen Entwicklung durch Investitionen in Unternehmen, Individuen und Gemeinschaften. Hier steht die Förderung von sieben Kompetenzfeldern, zu denen auch die Creative Industries zählen, ganz oben in der Prioritätenliste. Allerdings gab es über zwei Jahre lang keine regionale Entwicklungsstrategie für den Sektor. Zudem fehle es an einer Vision für die Region (Experteninterview mit Peter Booth). Die North West Development Agency entwickelte 2002 zusammen mit privaten und öffentlichen Institutionen und dem Dritten Sektor eine regionale Strategie für die nächsten 20 Jahre (siehe auch die Abbildung 45 "Institutional Setting" in North West).

- **North West Cultural Consortium**

Seit 2000 existieren in allen englischen Regionen Cultural Consortiums, mit der Ausnahme von London. Die wesentliche Aufgabe dieser neuen Institutionen liegt nach Aussage von Janet Matthewman vom Government Office of the North West darin, dass alle regionalen Akteure aus dem Kulturbereich "an einen Tisch" kommen, sowohl aus dem privaten wie auch aus dem öffentlichen Sektor. Allerdings sei die finanzielle Ausstattung durch nationale Ministerien nur sehr gering (Experteninterview mit Janet Matthewman). Das Ziel lautet: *"to provide a strong voice for culture in the region and draw up regional cultural strategies"* (Liverpool City 2002: 16). Fünf strategische Ziele sind in einer regionalen kulturellen Strategie identifiziert worden, von denen eines ganz konkret auf die "Cultural Economy" bezogen ist: *"Cultural Economy - develop a sustainable as well as creative economy and ensure that we retain and attract talent people to the region through an integrated and focussed approach"* (Liverpool City 2002: 17).

- **Merseyside Co-ordinating Committee (MCC)**

Das Merseyside Co-ordinating Committee dient als kommunikatives Forum für die fünf Merseyside authorities und soll regionale Strategien dementsprechend koordinieren. Ein spezielles Merseyside Cultural Forum dient der Zusammenführung aller verantwortlicher Akteure aus dem Kultursektor der Teilregionen.

6.3.1.1 "Liverpool - Manchester Vision"- Initiative

Diese Initiative ist auf das Engagement von drei regionalen Akteuren zurückzuführen: Liverpool City Council, Manchester City Council und NWDA unterzeichneten am 26.9.2001 die vertraglichen Grundlagen. Die finanzielle Grundlage wird durch die Europäische Union gelegt, die als eines ihrer Ziele die intensive Kooperation von europäischen Städten und Stadtregio-

nen ansieht. Interessanterweise sind drei der fünf Ziele der Studie als kulturwirtschaftlich bedeutsam einzuschätzen: "Creative Industries", Tourismus und die Sportwirtschaft werden in der Studie detailliert als Wachstumsbereiche interpretiert (vgl. Charles 2001). In der Studie "Liverpool-Manchester Vision: Economic Links", die die ökonomischen Verknüpfungen und Potenziale beider Städte analysiert, kommt CHARLES (2001) zu folgenden Ergebnissen, die die "Cultural and Creative Industries" betreffen (siehe auch die Abbildung 39).

"Information and Computer Technology / Software / Multimedia Industry"

Die ICT / Software / Multimedia-Industrien sind im Südosten Englands konzentriert. Allerdings besitzt Manchester, historisch bedeutsam als Geburtsstadt des Computers, wichtige regionale Potenziale. Entwicklungszentren für Softwareprodukte sind entstanden, das National Computer Centre setzt deutliche Akzente und Manchester University besitzt einen hohen internationalen Renommee als Forschungszentrum auf diesem Sektor.

Liverpool hat sich als Zentrum für die Telekommunikationsindustrien einen Namen erworben, ist allerdings in seiner Bedeutung deutlich schwächer als Manchester einzuschätzen. Manchester hat starke Wachstumsraten in den 1990er Jahren im Bereich der Software verzeichnet. Einen der Wachstumsbereiche im ICT-Bereich bildet Multimedia. Hier verbinden sich die "Creative Industries" mit dem Software Sektor in ihren Wertschöpfungsketten deutlich: Design, Musik und der Bereich "Content". Diese neuen Aktivitäten liegen aus der nationalen Perspektive gesehen schwerpunktmäßig im Südosten Englands (siehe Abbildung 35); allerdings kann auch hier North West einige deutliche Akzente setzen, da sich viele Unternehmen dieses Sektors in der Region konzentrieren.

Eine Studie des Department of Trade and Industry (vgl. DTI 2001) über die britische Clusterpolitik identifiziert in Liverpool ein Cluster an Computerspielen, welche dem Multimediasektor zugehörig sind. Das Cluster an Unternehmen wird von 4 Firmen wie "Rage" oder "Psygnosis" dominiert, die dem "Sony"-Konzern angehört und eine Reihe weltweit erfolgreicher Spiele entwickelt hat (vgl. Experteninterview mit Stuart Wilks-Heeg). CHARLES (2001) weist allerdings darauf hin, dass die Beschäftigungswirksamkeit der Computerspiele-Industrie in Liverpool / Merseyside gering sei, ebenso bestünden nur lockere Beziehungen in die internationalen Distributionsnetze. Von einem integrierten Cluster der Computerspiele könne daher nicht gesprochen werden (vgl. Charles 2001: 18 und Experteninterviews mit Michael Parkinson, Stuart Willks-Heeg).

Bei der Bewertung des kulturellen Sektors in den beiden Städten Liverpool und Manchester in der Studie werden die folgenden Sektoren in die Berechnungen miteinbezogen (siehe Abbildung 39).

**Abbildung 39: Sektoren der "Liverpool-Manchester Vision" Studie
(SIC Codes)**

Manufacturing activities

Publishing and reproduction of recorded media (221 / 223)

Ceramic household and decorative articles (2621)

Manufacture of jewellery (362)

Musical instruments (363)

Entertainment

Licensed clubs with entertainment (55401)

Business service sector with strong creative and design component

Architecture (742)

Advertising (744)

Mainstream cultural and leisure sectors

Video (921)

Radio and TV (922)

Artistic creation (9231)

Arts facilities (9232)

Other entertainment (9234)

Libraries and museums (925)

Difficult to identify from formal statistics:

- Arts and antiques
- Crafts other than those identified
- Design
- Designer fashion
- Leisure software

Quelle: CHARLES 2001: 22

Interessanterweise ist in dieser Definition von "Cultural Industries" der Bereich der "Mainstream Software" nicht mitaufgenommen worden und unterscheidet sich damit entscheidend von der Definition der "Creative Industries".

Tabelle 4: Beschäftigtenzahlen in den Cultural Industries ausgewählter britischer Großstädte

	1991		1999		Change	
	Core city	Rest of city region	Core city	Rest of city region	Core city	Rest of city region
Bristol	12,900	11,800	14,900	15,000	16%	27%
Birmingham	29,300	35,400	24,600	36,000	-16%	2%
Sheffield	11,900	26,000	11,900	28,400	0%	9%
Leeds	17,800	29,000	18,500	34,600	4%	19%
Manchester	19,100	44,100	17,500	46,200	-8%	5%
Liverpool	10,700	18,800	12,000	17,300	12%	-8%
Newcastle upon Tyne	11,300	25,000	9,700	23,100	-14%	-8%

Quelle: Charles 2001: 23

Im Zuge der Zusammenarbeit zwischen Manchester und Liverpool setzen die regionalen Akteure Hoffnungen auf die Zukunft. Die Einschätzung eines Experten aus Manchester lautet:

"This is a new sense of regional cooperation. Manchester can break the market, Liverpool could develop niches!"
(Experteninterview mit Andy Lovatt)

6.3.1.2 Strategie der North West Development Agency (NWDA)

"The vision is to develop a strong and vibrant creative industries sector as an integral part of promoting England's northwest as a region of creative excellence." (NWDA 2002 A: 15)

Die North West Development Agency hat eine erste regionale Entwicklungsstrategie in 1999 formuliert und die "Creative Industries" als eines der Wachstumsfelder identifiziert. Die Zentralregierung hat die Regional Development Agencies (RDAs) aufgefordert, "Cultural Strategies" zu entwickeln, die die "Creative Industries" integrieren. Das nationale Department of Trade and Industry (DTI) ist für die RDA zuständig. Für North West haben NWDA und NWCC vier ökonomisch bedeutsame Teilmärkte herausgestellt, die der Kultur zugeordnet werden können: "Creative Industries", Tourismus, Sport und einen vierten Sektor, der Museen, Archive, Büchereien und den Denkmalschutz umfasst.

Im Vergleich mit anderen Regionen in England weist der Sektor bemerkenswerte quantitative Indikatoren in North West auf. Die "Creative Industries" beschäftigen 99.000 Menschen (3,5% aller Beschäftigten in North West) und sind von 1992 bis 2002 um 29,8% angestiegen (siehe auch Tabelle 4). Damit weist die Region starke Wachstumsraten im nationalen Vergleich auf. Die Beschäftigung ist dabei am höchsten in den beiden Städten Liverpool und Manchester, allerdings reicht die Beschäftigungsquote auch in den Teilregionen von 3% bis zu 5% (siehe das Spektrum an Beschäftigungszahlen in der Tabelle 5).

Tabelle 5: Beschäftigung in North West

	Employment: County Studies	Employment: NOMIS data	Percentage of Workforce
Cheshire	13,592	(16,322) 22,459	5.06
Greater Manchester	47,000	(34,001) 46,785	4.18
Merseyside	15,995	(10,787) 14,842	2.95
Lancashire	18,595	(13,972) 19,225	3.33
Cumbria	8,852-13,013	(4,370) 6,013	3.08
Total	106,114	(79,452) 109,324	(2.8) 3.86

Quelle: NWDA 2002 A: 4

Alle Teilmärkte der "Creative Industries", wie sie das DCMS definiert hat, finden sich in North West. Kennzeichnend sind v.a. zwei Faktoren: ihre Einbindung in stark lokale Bezüge, sowohl aus sozialer als auch aus physischer Perspektive und die vielen Verknüpfungen der einzelnen Teilmärkte untereinander. Aus Sicht der NWDA finden sich folgende Charakteristika der "Creative Industries" in der Region:

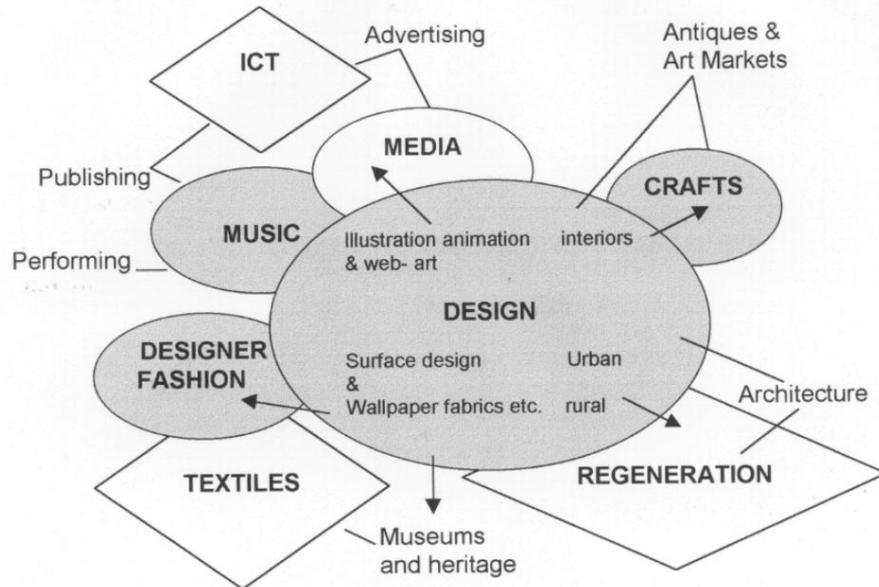
- vorhanden ist eine "kritische Masse", die sich aus den seit Jahrzehnten bis heute bestimmenden kulturellen Aktivitäten ergibt, und Teilcluster mit individuellen Stärken geformt hat,
- notwendig sind gezielte qualitative Förderungen,
- notwendig ist auch der Ausbau lokaler und globaler Märkte durch erhöhte Innovation und Qualität und
- die Rolle von Ausbildungsstätten und Universitäten ist bedeutsam für die Entwicklung der Teilmärkte.

Teilcluster in North West

Die Abbildung 40 veranschaulicht, inwieweit die 13 Teilmärkte der "Creative Industries" in den fünf Teilclustern der Region aus Sicht der NWDA zusammenarbeiten (siehe Kreissymbole in Abbildung 40). Spezielle Beziehungen mit anderen Sektoren sind ebenfalls aufgeführt. Andere Cluster oder zentrale Aktivitäten der NWDA (siehe Rautenformen in Abbildung 40) ergänzen das Bild und zeigen die symbiotischen Beziehungen mit den Creative Industries. Die 13 Teilmärkte sind nicht durch die nationale amtliche Statistik definiert (sog. SIC Codes) und erschweren damit eine genaue Klassifizierung. Es ist beispielsweise kein direkter SIC Code für "Music" oder "Design" in Großbritannien verfügbar. Die Teilcluster sind durch Qualitäten und Kennzeichen bestimmt, die im folgenden aufgezählt werden (siehe Abbildung 40):

Abbildung 40: Teilcluster der "Creative Industries" in der Region North-West

Sub-cluster Graphic



Quelle: Charles 2001

"Designer Fashion"

- lange Geschichte und Tradition im Bereich Textilien,
- enge Verknüpfung zu "Lifestyle-Industrien",
- Ausbildung an den Universitäten in Manchester, Liverpool und Preston und
- die Unterstützung von Förderprojekten durch die Entwicklungsagenturen ACME (Liverpool) und CIDS (Manchester).

Design

Vier regional bedeutende Designbereiche sind innerhalb der "Creative Industries" zu finden:

- "Urban and Rural Design": öffentliche Kulturinitiativen und lokale Entwicklungsprojekte in Stadtteilen (z.B. "Urban Splash" in Liverpool),
- "Graphic Design and Illustration": verbunden mit Werbung, digitalen Technologien und Multimedia (z.B. Computerspiele, Webdesign),
- "Interior Design": verknüpft mit Kunsthandwerk, Textilien und Urban and rural design und
- "Surface Design".

Kunsthandwerk ("Crafts")

- hohe Bedeutung in den ländlichen Räumen,
- intensive Verknüpfungen mit "Interior Design" und
- die "Design Initiative" als Förderagentur.

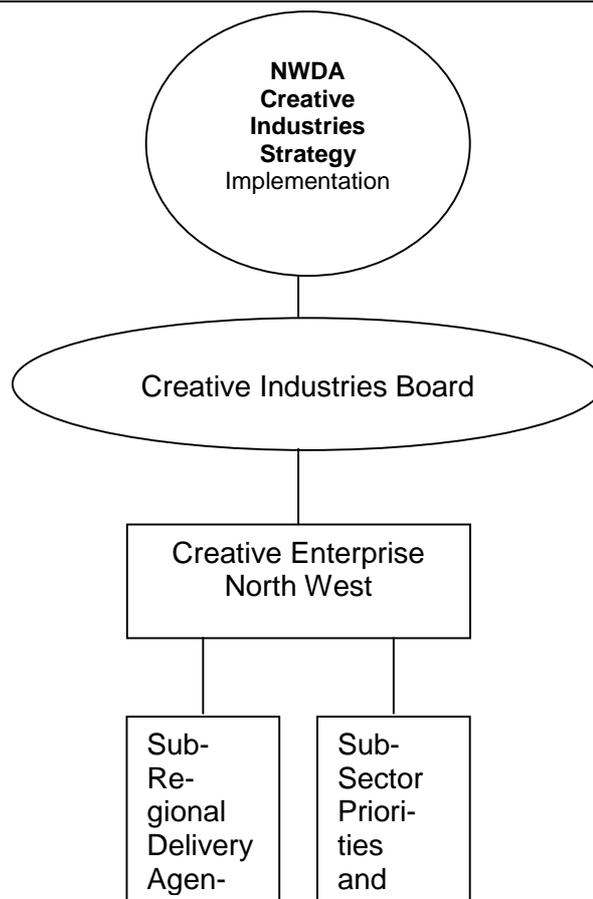
Musik

- drei elementare musikwirtschaftliche Bereiche: Aufnahme, Veröffentlichung und Live Auftritte,
- enge Verknüpfung zu "Lifestyle-Industrien",
- hohe Bedeutung für das Image der Region ("pulsierender Ort"),
- hohe Bedeutung an informellen und formellen Netzen, die in Liverpool und Manchester gut ausgebaut sind,
- im klassischen Musikbereich ebenfalls Qualitäten: höchste Anzahl an klassischen Orchestern außerhalb von London und
- gute Potenziale in den Bereichen Jazz, Folk und Weltmusik.

Medien

- North West Vision als neue Institution, die seit dem 1. April 2001 die Teilmärkte Film, Video, Fernsehen und Radio und "Interactive Leisure Software" zusammen fördert und
- Granada TV und BBC als zentrale Akteure und Arbeitgeber in der Region.

Abbildung 41: Organigramm "Creative Industries Strategy NWDA"



Quelle: NWDA 2002: 13

Schaffung einer neuen Institution: Creative Industries Board North West

Der neu zu gründende Institution soll konkrete Prinzipien verfolgen, die auf die intensive Förderung der "Creative Industries" in der Region abzielen:

- Identifizierung neuer Wachstumsmöglichkeiten der Sektoren,
- Sicherstellung effektiver unterstützender Infrastrukturen für die kreativen Cluster (Unterstützung der Firmen, Inkubator etc.) durch ein Netz regionaler und subregionaler Strukturen,
- Anbieten von organisatorischer und technischer Hilfe für andere Abteilungen der NWDA, um Synergieeffekte zu erzielen,
- Handeln als intermediärer Akteur zwischen den Teilmärkten und NWDA,
- Monitoring und Evaluierung zur Erfolgskontrolle,
- Zusammenarbeit mit anderen Clustern,
- Kooperation mit anderen regionalen Institutionen (z.B. North West Arts Board, Regional Assembly) und im besonderen mit dem North West Cultural Consortium (vgl. NWDA 2002, p.14).

Dem "Creative Industries Board" (siehe Abbildung 41) wird eine zentrale Funktion in der zukünftigen Förderung der regionalen Kulturwirtschaft zu gewiesen. Viele Akteure aus den Teilmärkten sehen die neue Organisationsstruktur allerdings kritisch, da sie durch die starke Rolle der NWDA die Vertretung ihrer Interessen gefährdet sehen. Ein Experte aus Manchester urteilt skeptisch:

"NWDA will give one big cheque to the Creative Industries Board. But what will happen then? Who decides exactly? Which sector is more important than others? That will bring struggles..."
(Experteninterview mit Andy Lovatt)

6.3.2 Kultur und Kulturwirtschaft in Manchester

Viele Argumente und empirisch nachweisbare Daten deuten von der Existenz starker kulturwirtschaftlicher Cluster im Fall von Manchester. Die Stadt hat nach Ansicht eines Soziologen der University of Liverpool ökonomische Vorteile gegenüber Merseyside: so sei Manchester in höherem Maße unternehmerisch, da sich eine Kultur der Selbständigkeit in Manchester stärker entwickelt habe (Experteninterview mit Stuart Wilks-Heeg). Der Grad der Dichte der in Manchester auftretenden kulturwirtschaftlichen Beschäftigung und die Anzahl bestimmter kulturwirtschaftlicher Nischen ist hier von hoher überregionaler, wenn nicht sogar nationaler Bedeutung. In diesem Zusammenhang sind beispielsweise die zahlreichen Cultural Quarters in der Stadt ein guter Indikator.

National bekannt sind das Northern Quarter mit einem "unabhängigen" jugendkulturellen Anstrich oder das Canal Street Gay Quarter. Aber auch das mit Hilfe von EU-Finanzmitteln unterstützte Castlefield oder Oxford Road besitzen unterschiedliche Charaktere und sprechen verschiedene Nachfragergruppen in der Stadtregion an. Ein wichtiger Entwicklungsfaktor für die "Creative Industries" in Manchester ist die hohe Anzahl an Studierenden, mit intensiven räumlichen Ausprägungen rund um die Universitäten und den zentralen Campus an der Oxford Road (vgl. Charles 2001: 25).

Während diese räumlichen Cluster auf Jugend, Musik oder Entertainment zielen, profitiert Manchester ebenso von seinem starken Profil an traditionelleren Formen der Kulturwirtschaft: die darstellenden Künste sind ebenso stark vertreten wie die audio-visuelle Industrie oder die kreativen Dienstleistungen wie Architektur oder Werbung. Hier schlägt besonders die überregional bedeutsame Rolle Manchesters als "Business Service Center" durch (vgl. ebenda, Experteninterview mit Andy Lovatt).

Seit Ende der 1970er Jahre hat Manchester sich als ein wichtiges Zentrum der Popmusik entwickelt. Bedeutsam ist dies für den gesamten Bereich der "Creative Industries", da sich seitdem wichtige kulturwirtschaftliche Cluster herausgebildet und in den Folgejahren auch die erwähnten Cultural Quarter entwickelt haben. In der erfolgreichen Zeit der Beatles Ende der 1960er Jahre gründeten sich auch in Manchester viele Bands (Hollies, 10CC, John Mayall), die allerdings fast alle nach London abwanderten, um kommerziell erfolgreich zu agieren. Die notwendige kulturwirtschaftliche Infrastruktur war zu dieser Zeit in Manchester noch nicht vorhanden.

Das Aufkommen des Punks im Jahre 1976 schuf eine Wende. Die hohe Jugendarbeitslosigkeit und Desillusion trafen auf die Energie der Musik und gleichzeitig geringe Widerstände der Stadt Manchester, neue Ideen umzusetzen. Bands, Spielstätten, Clubs, Fanzines, unabhängige Plattenfirmen und erste Studios gründeten sich zu dieser Zeit in der Stadt, wodurch sich ein Cluster der Punkmusik entwickelte. Aus Manchester kamen die kreativsten und innovativsten Bands, die Anfang der 1980er Jahre die Jugend begeisterten: the Buzzcocks, the Fall, Joy Division / New Order oder The Smiths (*laut der Christmas Edition 2001 des "New Musical Express", dem Zentralorgan der britischen Popmusikszene, sind The Smiths die erfolgreichste Band aller Zeiten...*). Musikmagazine, Aufnahmestudios, Plattenläden und Konzerträume sprossen aus dem Boden (vgl. Experteninterview mit Andy Lovatt).

Die Dynamik wurde genutzt und Manchester führte die Entwicklung zu einem der führenden und innovativen Standorte neuerer Popmusik fort: Acid House und "Madchester" boomten hier Anfang der 1990er Jahre, heute (auch ökonomisch) erfolgreiche Bands wie Stone Roses oder Oasis haben hier ihre Wurzeln. Die Clubszene entwickelte sich intensiv (der Club Hacienda prägte den Ruf Manchesters), auch wenn kurzzeitig das Aufkommen von Gewalt und Drogen die nationalen Presseschlagzeilen dominierten. Allerdings existiert auch ein Kräftefeld zwischen künstlerischer Innovation und den "Tiefen" des städtischen Lebens (Experteninterview mit Stuart Wilks-Heeg). Die Popkultur wurde als Potenzial für die Entwicklung der Stadt von der Politik erkannt (Experteninterview mit Andy Lovatt). Nach Ansicht eines Experten aus Manchester war die Olympiade in Barcelona 1992 ein weiterer Auslöser der neuen Sichtweise in der Stadt. Anfang der 1990er Jahre führte der Besuch viele Entscheidungsträger aus Manchester in die katalanische Metropole am Mittelmeer. Die Art und Weise wie bei diesem Großevent die lokale und regionale Kulturszene mitintegriert wurde, habe viele britische Akteure beeindruckt.

"The politicians said at that time: We want to be Barcelona!"
(Experteninterview mit Andy Lovatt)

Auf welche Weise kann Popkultur positiven Einfluss auf die städtische Entwicklung erzielen? Die Entwicklung in Manchester liefere nach der Aussage von Andy Lovatt dafür eindrucksvolle Belege:

"You have to identify the cultural capital of the city. Pop culture will re-imagine the city. Quality of life is growing, excitements in the city are now there. That's so attractive for new students coming to us."
(Experteninterview mit Andy Lovatt)

Das steigende Interesse der Entscheidungsträger in Manchester an der kulturellen Entwicklung der Stadt, auch an den kulturellen Szenen innerhalb der Stadtviertel, machte sich in der Lizenzierungspolitik im Bereich der "Nighttime-Economy" bemerkbar: Mitte der 1990er Jahre wurden Lizenzen an neue Clubs und Bars in den pulsierenden Vierteln problemlos vergeben. Die städtische Politik hat den "Grassroots-Ansätzen" in den popkulturellen Milieus Manchesters viele Möglichkeiten gegeben, sich zu entwickeln. Eine Folgewirkung der Entwicklungen ist, dass die heutige Kulturwirtschaft in Manchester auch von einem lebhaften Musikcluster geprägt ist. Erfolgreiche Plattenfirmen wie "Grand Central" oder "Fat City" sind ebenso Bestandteil der Produktkette wie beispielsweise Anwaltskanzleien oder Agenturen, die sich auf musikwirtschaftliches Fachwissen spezialisiert haben. Das innovative kulturelle Milieu, in dem sich dieses hat entwickeln können, basiert in seinen Grundlagen auf die Entwicklungen seit den 1970er Jahren (Experteninterview mit Andy Lovatt).

"Because of the fact that parts of the Cultural Industries are more risky than other parts of the economy, trust is so important."
(Experteninterview mit Andy Lovatt)

Wie der theoretische Rahmen der Untersuchung beweist, ist der Aufbau von Vertrauen ("trust") zwischen den Akteuren von großer Bedeutung für erfolgreiche Regionalentwicklungsprozesse (siehe Kapitel 2.2).

North West: Zusammenarbeit oder Konkurrenz?

Die vorhandenen Ansätze einzelner Bausteine eines "Creative Industries" Clusters in Liverpool und Manchester sind durch ihre starke lokale Natur charakterisiert. Die sozialen Netzwerke funktionieren lediglich auf der Ebene der Cultural Quarter. Intensive regionale Verflechtungen in North West können nicht nachgewiesen werden. Die heutige Situation ist ganz im Gegenteil (nicht nur) in diesem Bereich von hoher Konkurrenz zwischen den beiden großen Städten Liverpool und Manchester bestimmt (vgl. Charles 2001: 26). Chancen und Potenziale wird die Region aus Sicht vieler regionaler Akteure nur dann effektiv ausnutzen können, wenn mit ihrer kulturwirtschaftlichen Ausrichtung bestimmte Nischen besetzen werden (Experteninterviews mit Stuart Wilks-Heeg und Peter Booth).

6.4 Merseyside: Umstrukturierung einer alten Industrieregion

"They should build a fence around Liverpool and charge admission. For sadly, it has become a 'showcase' of everything that has gone wrong in Britain's major cities."
(Daily Mirror 1982)

In North West ist Manchester die regionale Hauptstadt ("2nd City of UK!"). Liverpool hat hingegen lediglich bedeutende regionale Funktionen. Im Merseybecken liegen verschiedene kleinere und Mittelstädte mit unterschiedlichen kulturellen und ökonomischen Wurzeln: St. Helens, Southport, Birkenhead. Im Jahre 1974 schufen neue institutionelle Strukturen ein neues Metropolitan County mit 5 Metropolitan Districts: City of Liverpool und die Boroughs Knowsley, Sefton, St. Helens und Wirral.

Ein Blick in die Geschichte Liverpools zeigt dessen hohe Bedeutung im 18. und 19. Jahrhundert aufgrund seiner Funktion als Hauptexporthafen der Briten und als Hauptstandort der nationalen Schiffsverbindungen. Im 20. Jahrhundert ging die Beschäftigung im Hafen, in der maritimen Industrie und in der Schifffahrt rapide zurück. Ebenfalls vom starken Rückgang war die schwerindustrielle Basis in der Region betroffen. Allerdings ist Liverpool in seiner langen Geschichte ökonomisch nicht nur auf den Hafen reduzierbar, da sich beispielsweise auch viele Dienstleistungen in der Stadt befanden, v.a. Versicherungen (Experteninterview mit Stuart Wilks-Heeg). Der langfristige Beschäftigungsrückgang und strukturelle Wandel, aber auch die enormen Bevölkerungsverluste seit den 1960er Jahren wie in keiner anderen britischen Region, schufen ein Bild einer Stadt, die sich mittels kultureller und kulturwirtschaftlicher Ansätze und Strategien neu positionieren möchte. Das negative Image Liverpools und Merseysides in Großbritannien und auch international hat kulturelle Qualitäten in den Hintergrund gedrängt: Liverpool besitzt beispielsweise die größte Konzentration an Museen und Gallerien in England außerhalb Londons und mit der Tate Gallery im Albert Dock einen "Leuchtturm", der das kulturelle Profil der Stadt stark verbessert hat (vgl. Couch / Farr 2001). Dieser ist in seiner Strahlkraft nicht mit den Auswirkungen des Guggenheim-Museums in Bilbao vergleichbar (siehe z.B. Lenfers 1999), trägt aber entscheidend zur Bildung einer "kritischen kulturellen Masse" bei.

Klischees und Geschichten, Mythen und Traditionen

Der amerikanische Dichter Allen Ginsberg nannte Liverpool noch überschwenglich "The Centre of Universe", die lokalen Politiker an der Mersey werden andere Kriterien dazu bewogen haben, ihre Stadt zu Europas Kulturstadt 2008 auszuloben (vgl. Liverpool Echo 2002). Häufig treten jedoch nur klischeebehaftete Bilder wie die Beatles oder die Fußballer des FC Liverpool in den Vordergrund, wenn der Mythos Liverpool erwähnt wird. Angeblich sind in dieser Stadt mehr No. 1 Hits als sonst auf der Welt produziert worden (vgl. Liverpool Echo 2002). Ist die popmusikalische Tradition daher bereits ein Zeichen für ein gleichzeitig starkes musikwirtschaftliches Cluster in der Region? Oder sind die Vielzahl an Clubs, die das Nachtleben an der Mersey prägen und die von einer starken "Nighttime-Economy" sprechen lassen, wertschöpfend für die regionale Ökonomie? Jeden Monat werden in Liverpool mehr als 10 Millionen Pfund in den Pubs und Clubs ausgegeben, der Club "Cream" nimmt seit 10 Jahren nationalen

Kultstatus ein: "*Liverpool's best known exports - Cream!*" Allein 280 Events und Festivals, selbst auf Ibiza und in Buenos Aires, sind von Liverpool aus organisiert worden (vgl. Liverpool Echo 2002).

6.4.1 Institutionen, Programme und Initiativen der Kultur- und Strukturpolitik

Ein Blick zurück in das Kulturleben Liverpools in den 1960er Jahren führt direkt zu den Beatles, dem Mersey Beat und den Pop-Poeten des Mersey Sounds. Heute sind es drei Bilder, die die Kultur Liverpools prägen: "*Liverpool already has three world brands in the Beatles, Liverpool Football Club and Cream (...)*" (Liverpool City 2002: 43). Der berühmte Fussballklub von der Anfield Road, ein Tanzclub mit nationaler Bedeutung und eben die Beatles. Sind das die kulturellen Potenziale der Region? Experten aus Liverpool und Manchester schätzen, die Kulturwirtschaft in Merseyside sei "*five years behind Manchester*" (Experteninterview mit Michael Parkinson).

Neben der ausdrucksstarken Tatsache, wie weit der Kulturbegriff in Großbritannien verstanden wird (Integration von Sport und "Nightlife-Entertainment"), widme ich mich aber zunächst dem klassischen kulturellen Profil der Region. Merseyside besitzt eine sehr hohe Dichte und Qualität an kultureller Infrastruktur, mehr als viele andere Stadtregionen in Großbritannien. Die Anzahl an bedeutenden Museen und Gallerien ist enorm und prägt das kulturelle Profil der Stadt mit. Mitte der 1980er Jahre heißt es in einer Studie: "*Its complex of national museums and galleries is perhaps the most important outside London, employing over six hundred people and attracting towards two million visitors*" (Bianchini / Parkinson 1993: 162).

Merseyside hat in den 1980er und 1990er Jahren jedoch den zweifelhaften Ruf erworben, trotz vieler kultureller Potenziale viele Chancen bezüglich einer regionalen Erneuerung vertan zu haben: "*The story of cultural policy and urban regeneration in Liverpool is essentially one of missed opportunities*" (ebenda: 155). Die Gründe liegen für BIANCHINI / PARKINSON (1993) auch in einem größeren ökonomischen, kulturellen und politischen Zusammenhang. Die Stadt Liverpool hat seit den 1970er Jahren mit enormen ökonomischen und sozialen Problemen zu kämpfen, die in viele Bereiche des öffentlichen Lebens herüberreichten. Insbesondere die Rolle des City Council in den 1970er und 1980er Jahrzehnten ist hier sehr kritisch zu sehen, da kulturelle Fragen überhaupt keine Rolle spielten. Erst Ende der 1980er wurden von politischer Seite die kulturellen und kulturwirtschaftlichen Potenziale in die Politikformulierung aufgenommen. Peter Booth, Consultant im Bereich der "Creative Industries" und ein exzellenter Kenner der regionalen Szene, formuliert es so:

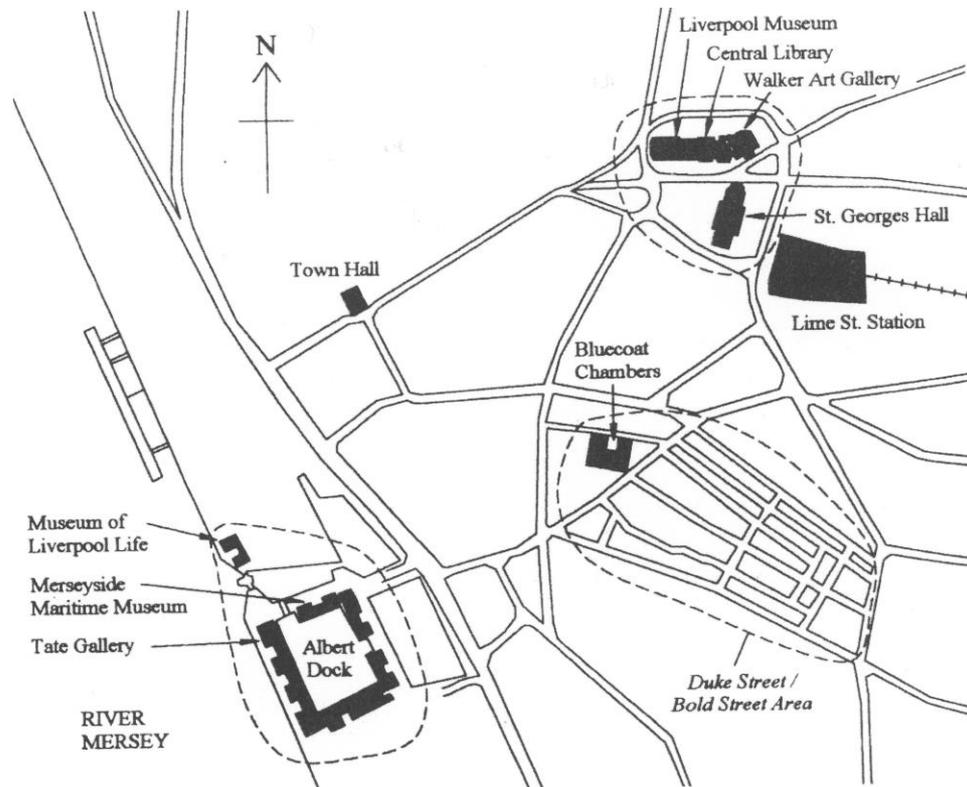
„Then suddenly there was this change in the City Councils views. They said: Let's bloody try anything!"
(Experteninterview mit Peter Booth)

Im folgenden soll diese Entwicklung bis heute näher nachvollzogen werden.

Museen und Gallerien

Allein in Liverpool tragen die beiden zentralen kulturellen Organisationen, die Tate Gallery Liverpool und National Museums and Galleries on Merseyside (NMG), ganz wesentlich zur kulturellen Qualitätssteigerung bei (siehe Abbildung 42).

Abbildung 42: Museen und Gallerien in Liverpool City Centre



Quelle: Couch / Farr 2001

Die Tate Gallery Liverpool (siehe Abbildung 43) hat im Jahre 1988 dem an der Mersey liegenden "Flagship-Project" Albert Dock (siehe Karte) einen deutlichen kulturellen Akzent gegeben. Bereits 1988 formulierte ein Architekturkritiker: *"The new Tate is committed to the modern. That much is clear if little else. Is it a museum or an arts centre? Is it to be a provincial gallery or a national collection? Will it serve Liverpool or the world?(...)The new Tate is the most important museum to open in Britain in living memory precisely because its role remains so uncertain. It has the potential to become very significant. Or very insignificant."* (Januszczak 1988: 38). Das die Tate Gallery Liverpool mehr als nur eine regionale Erfolgsgeschichte ist und für die Entwicklung einer kritischen kulturellen Masse große Fortschritte liefert, beschreibt LORENTE (1996: 48) *"The Tate Gallery in particular has upgraded the artistic life in Liverpool mitigating out-migration of local artists to the capital. Consequently, Liverpool is more becoming a new mecca for artists from other places, including London and foreign countries: the local organizations offering studio-spaces for artists (the Bluecoat, Bridewell, Arena, Off Stage, Quiggins, the Arts Palace) have waiting lists. Also it is no coincidence that many small independent art galleries and studios have flourished since 1988 in the derelict warehouses of the Duke*

Street area." Oft wird unterstellt, Investitionen in die Kultur seien elitär und nicht von allen sozialen Gruppen gleichrangig angenommen. Im Fall von Merseyside ist dies bereits in der Studie von MYERSCOUGH (1988) widerlegt worden, in der anhand von Umfragen nachgewiesen wurde, dass über die Hälfte aller Besucher von Museen und Gallerien nicht der weißen Mittel- oder Oberklasse angehörten. Kultur kann in großem Maße auch zur sozialen Stabilität einer Region beitragen.

Abbildung 43: Tate Gallery Liverpool



Quelle: NWDA 2002 B

Von sehr wichtiger Bedeutung für die kulturwirtschaftliche Entwicklung Merseysides ist das studentische Kulturleben, das durch die hohe Zahl an in- und ausländischen Studierenden in Merseyside die kulturelle Kreativität und Innovationskraft der Region anregt (Experteninterview mit Stuart Wilks-Hegg und Janet Matthewman). Ein anschauliches Beispiel der Innovationskraft der Liverpooler Szene stellt "The Caledonia Pub" dar: „*The Caledonia Pub in Catherine Street is the only bar in the country where you can enjoy a pint and get your washing done in its built-in launderette*“ (Liverpool Echo 2002).

"Liverpool, Bilbao of Britain"
(The Independent, 2001)

Die ehemalige Brachfläche am Albert Dock ist Anfang der 1980er Jahre von der Merseyside Development Corporation wiederaufgewertet worden und stellt einen wesentlichen Katalysator für die städtische Entwicklung dar (vgl. auch Bradtke / Löwer 1999). NMGM umfasst sechs Museen und zwei Kunstgalerien, von denen allein sechs in Liverpool zu finden sind: Liverpool Museum, Walker Art Gallery, The Conservation Centre, Merseyside Maritime Museum, HM Customs & Excise National Museum und das Mu-

seum of Liverpool Life. Für das wirtschaftliche und kulturelle Leben der Stadt, aber auch für den Tourismus und die Stadterneuerung trägt die kulturelle Infrastruktur ganz wesentlich zur Verbesserung bei.

MYERSCOUGH (1988) hat in einer Studie nachgewiesen, dass trotz der Heterogenität des Kultursektors von einer stimulierenden Wirkung der Museen und Gallerien im Fall von Merseyside gesprochen werden kann. Diejenigen Personen, die ein Museum oder eine Galerie besuchten, schauten sich in 26% der Fälle auch eine weitere Ausstellung an, 40% ein historisch bedeutsames Gebäude; 22 % ein Theaterstück; 10% ein klassisches Konzert; 9% eine Opern- oder Tanzveranstaltung; 13% ein Popkonzert und 50% gingen ins Kino (vgl. Myerscough 1988). Speziell auf Merseyside bezogen urteilte MYERSCOUGH (1988: 87): „*The flow of cultural tourists and day visitors to Merseyside was well over half a million people, and 95 percent responded that they would recommend someone they knew to visit the museums and theatres in Merseyside...seen in this light, a role for Merseyside as a centre for cultural and heritage tourism looked credible.*”

Bereits Anfang der 1980er Jahre wurde im Merseyside Structure Plan die Bedeutung des Tourismus für die wirtschaftliche Entwicklung erkannt. Die Schaffung von zentralen Attraktionen und die Förderung der kulturellen Infrastruktur standen ganz oben auf der Prioritätenliste (vgl. Merseyside County Council 1980).

Die 1970er und 1980er Jahre

Ökonomische und politische Krisen kennzeichnen die 1970er und 1980er Jahre Liverpools. Der Stadt fehlte eine klare politische Leitlinie bzw. eine stabile administrative Führung, so dass eine innovative Entwicklungsstrategie, die auch die Kulturpolitik einbezogen hätte, nicht auf der Tagesordnung stand. Hinzu kam eine starke ideologische Ausrichtung der Liverpool Labour Party, die durch Dogmatismus geprägt war und ihre Sichtweise lediglich auf die Interessen der "blue-collar"-Arbeitsnehmer beschränkte. Bis 1987 dominierten extreme trotzkistische Fraktionen die Partei, die sich sehr durch den politischen Konflikt mit der Zentralregierung in London auszeichnete und über Jahre für Negativschlagzeilen in der britischen Presse sorgte. Große Skepsis wurde generell dem ökonomischen Potenzial von Freizeit, Tourismus, Kunst und Kultur oder sogar "white-collar" Dienstleistungsjobs entgegengestellt. Der private Sektor spielte eine sehr untergeordnete Rolle in der städtischen Ökonomie, die dominierenden Akteure lagen im öffentlichen Sektor: City Council, Gesundheitservice und die Universität. Auffällig war ebenso die sehr geringe Quote an kleinen und mittleren Unternehmen.

Die hohe Abwanderung an jungen, qualifizierten Arbeitskräften verschärfte die Problematik zusätzlich. Diese kurze Charakterisierung veranschaulicht, in welcher Weise in den 1970er und 1980er Jahren die politischen und wirtschaftlichen Kräfte eine Integration der Kulturpolitik in städtische und regionale Strategien verhindert haben (vgl. Bianchini / Parkinson 1993: 156ff). In dieser Zeitperiode wirkte bereits 1981 die erste britische Urban Development Corporation in Liverpools Docklands: Merseyside Development Corporation (MDC) Diese war von London aus zentral gesteuert und konnte Entscheidungen unabhängig vom Liverpools City Council treffen. Interessanterweise zielte die MDC in hohem Maße auf die Entwicklung des

Tourismus- und Freizeitsektors ab. Das Albert Dock ist heute Großbritanniens drittbekannteste Freizeitattraktion und beherbergt u.a. auch die Tate Gallery Liverpool (vgl. Bianchini / Parkinson 1993: 160; siehe auch die Abbildung 42).

Ebenfalls von Einfluss ist eine Studie aus dem Jahr 1986 von Merseyside Arts, der lokalen Regional Arts Association, die betitelt war: "The Economic Importance of the Arts on Merseyside". Erstmals wurde hier quantifiziert, in welcher Weise die Ökonomie durch Kultur und Kulturwirtschaft gesteigert wird: "*The report revealed that over 3.000 people worked directly in the arts in Merseyside and that spending by arts organizations and their customers kept in employment a similar number. (...) The report calculated that each job in the arts sector generated 2.8 jobs in the rest of the economy*" (Bianchini / Parkinson 1993: 161).

Seit 1987 veränderten sich jedoch auch andere Weichenstellungen entscheidend: zunächst gewann der gemäßigte Flügel der Labour Party die Oberhand in der politischen Diskussion. Gleichzeitig wuchs das Interesse in Merseyside, Kunst und Kultur als Instrument der Stadterneuerung zu nutzen (vgl. Couch / Farr 2001: 153). Insbesondere während der Thatcher Regierungszeit wurde die Bedeutung der Kultur als Beitrag zum Tourismus und zur Steigerung der Lebensqualität genutzt: "*The central aim we wish to make is that in many towns and cities the best strategic programme for improving the quality of life might well turn out to be based upon arts and cultural policy*" (Bianchini et al 1988: 10).

Liverpool war eine der ersten britischen Städte, die eine "Arts and Cultural Industries Strategy" entwickelt haben. Im Jahr 1987 formulierte Liverpools City Council die Anforderungen an den kulturwirtschaftlichen Sektor und analysierte in ersten Schritten die wirtschaftlichen Potenziale, die durch eine Förderung entstehen können. Das zentrale Ziel der Strategie von 1987 lautete: "*...to maximize the contribution which the arts and cultural industries make to the economic and social well-being of the city*" (Liverpool City Council 1987: 8). Diese Verknüpfung von Kulturpolitik mit der Wirtschaftspolitik war ein bedeutender Schritt nach vorn für Liverpools City Council. Die Beschäftigungswirkung der Kulturwirtschaft wurde herausgestellt und auch in seiner Bedeutsamkeit für die Lösung sozialer Belange erkannt.

Förderung der "Cultural Industries"

Die vom City Council veröffentlichte Studie "An Arts and Cultural Industries Strategy for Liverpool" im Jahre 1987 definierte "Cultural Industries" auf folgende Weise: "*In the broadest sense however, arts and cultural industries have been defined as those social practices whose primary purpose is the transmission of meaning. Included within this definition are the following 'core' activities:*

- *the promotion, distribution and retailing of books, magazines and other printed material and including the libraries service;*
- *broadcasting;*
- *the music industry, both live and recorded;*
- *the film, video and photographic industry;*
- *advertising;*
- *the performing arts."* (Liverpool City Council 1987: 3)

BIANCHINI / PARKINSON (1993: 166ff.) haben die Sektoren Film, Video, "Broadcasting" und "Popular Music" Anfang der 1990er Jahre dabei noch einmal näher in ihrer regionalen Bedeutung analysiert (siehe Tabelle 6) und die teils institutionelle Förderung, aber auch die Grenzen der Ansätze (beispielsweise die Abwanderung kreativer Musiktalente aus der Region) dokumentiert.

Tabelle 6: Merkmale ausgewählter kulturwirtschaftlicher Sektoren in Liverpool bis Mitte der 1990 Jahre

Film, Video, Broadcasting	Popular Music
<p>Liverpooler Autoren (TV-Dramen und Serien)</p> <p>Drehort Liverpool (Letter to Brezhnev, No Surrender, Distant Voices, Still Lives, Dancing Thru' the Dark)</p> <p>Institutionelle Unterstützung:</p> <p>1989: Gründung des Film Liaison Office (FLO)</p> <p>1992: Gründung der Moving Image Development Agency (MIDA)</p>	<p>Populäre Bands kommen aus Liverpool (internationale Karriere)</p> <p>The Beatles Frankie Goes to Hollywood Echo & The Bunnymen The Christians</p> <p>Aber:</p> <p>Musikindustrie konzentriert sich In London, nicht in Liverpool!</p> <p>1989: Studie zur Bedeutung des Musik- sektors stellt Handlungserfordernisse für Liverpool heraus</p>

Quelle: Bianchini / Parkinson 1993: 167

Zwei Beispiele, die auch eng miteinander zusammenhängen, zeigen die Förderung der Ausbildungssituation in den Cultural Industries ganz konkret: das Hope Street Project und LIPA (Liverpool Institute for the Performing Arts).

Das Hope Street Project ist Teil der Ausbildungs- und Gemeinschaftsinitiative des Everyman Theatre. Die Finanzierung erfolgt durch Mittel der Europäischen Union im Rahmen des Urban Programmes, des Europäischen Sozialfonds und des Department of Education and Science der University of Liverpool. Arbeitslose Liverpools unter 25 Jahren sollen Ausbildungsmöglichkeiten erhalten, die alle im Zusammenhang mit der Arbeit eines Theaters stehen: angefangen vom Bühnenmanagement über die Verwaltung bis hin zur Aufführung an sich. Im Jahre 1992 traten Finanzierungsprobleme auf (vgl. Bianchini / Parkinson 1993, 167).

Die Initiative für LIPA kam vom früheren Beatle Paul McCartney, dessen Idee durch eine Möglichkeitsstudie im Jahre 1990 ausgebaut wurde. Im Mittelpunkt stand die Schaffung eines national wie international prägenden Ausbildungszentrums für alle mit der Popmusik zusammenhängenden Künste. Ein Studienabschluß mit dem "Music in the Community-Diploma" ist möglich und LIPA stelle heute ein "Internationales Wissenszentrum für die weltweite Popmusik" dar.

Festivals, Events, Unterhaltung

Eine große Anzahl kultureller Festivals bereichert die Region. Waren es Anfang der 1990er Jahre das "Mersey River Festival", "Earthbeat" als dreitägiges Popevent, oder der "Caribbean Carnival" (vgl. Bianchini / Parkinson 1993, 166) , so sind im Jahr 2002 viele weitere hinzu gekommen:

- "Africa Oyé", Großbritanniens einziges kostenloses Weltmusik Festival,
- "Summer Pops", ein mehrtägiges Popfestival,
- "Mathew Street Festival", entwickelt von der 'Liverpool Music Initiative', die Liverpool als idealen Musikstandort vermarktet,
- "Merseyside International Street Festival",
- "Biennial", "World Class Festival of Visual Arts", das einzige dieser Art in Großbritannien seit 1998,
- "Festival of Music, Speech and Drama", bereits seit 78 Jahren etabliert und
- das "Black Screen Film and Video Festival" (vgl. Liverpool City 2002: 41).

Sinn und Zweck der Events und Festivals sind insbesondere die Steigerung des Kulturtourismus und die allgemeine Erhöhung der Attraktivität der Region.

Regionalmarketing in Merseyside

In den 1980er Jahren war es Liverpool nicht gelungen, die kulturellen Potenziale in einer attraktiven Marketingstrategie zu bündeln. Eines der Probleme war die fehlende Koordinierung zwischen einer Vielzahl von Agenturen, die für das Marketing zuständig waren. Rückständig war insbesondere auch der fruchtbare Aufbau internationaler Städtekooperationen. Liverpool spannte seine Netze noch nicht aus, um sich besser positionieren zu können. Anfang der 1990 Jahre wurde der Fokus u.a. auch auf die Attraktivierung neuer Investoren durch die kulturelle Aufwertung der Innenstadt Liverpools gelegt: *"The City Council will promote the operational, cultural and cost advantages of the City Centre for inward investment"* (Liverpool City Council 1993: 23).

"Arts and Creative Industries" in Liverpool

Eine Reihe kultureller Organisationen stützen den kulturellen und kulturwirtschaftlichen Sektor in Liverpool und reichen vom etablierten Bluecoat Arts Centre bis hinzu der im Jahr 2002 eröffneten Foundation for Art and Creative Technology (FACT), beide haben ihren Standort in der Inner City Liverpools. Räumlichkeiten und Auftrittsmöglichkeiten für die darstellenden Künste in der Stadt Liverpool sind Liverpool Everyman / Playhouse, das Unity Theatre und das Empire Theatre ebenso wie die Merseyside Dance Initiative und bedeutende Ausbildungs- und Förderinstitutionen wie Hope Street Limited und das Centre for Arts Development Training.

Merseyside Arts, Culture and Media Enterprises (ACME) spielt eine wichtige Rolle für die Förderung der Creative Industries in Merseyside. ACME agiert seit 1997 als wirtschafts- und unternehmensfördernde Agentur für die Creative Industries. Sie wirkt als Dachorganisation für die einzelnen Teilmärkte des Sektors. Der Creative Industries Development Plan für das Merseyside Ziel 1-Programm der Strukturpolitik der Europäischen Union war hierbei ein wichtiger Baustein zur städtischen und regionalen Entwicklung der "Creative Industries".

Wie einer der Geschäftsführer von CIDS in Manchester treffend umschrieb:

"Let's name it a dating agency. We bring people together and are trying to fulfill all their wishes." (Experteninterview mit Andy Lovatt)

"Film, Broadcasting"

Das erste britische Film Office wurde 1989 in Liverpool eröffnet. Liverpool dient oft als Filmkulisse, anziehend wirken die alten viktorianischen Gebäude oder die moderne Architektur. Im Jahr 2000 wurden allein mehr als 140 Filme und Fernsehproduktionen in Merseyside gedreht (vgl. Liverpool City 2002: 36). Elemente einer Clusters der Filmwirtschaft sind allerdings in Merseyside auch in Ansätzen nicht erkennbar.

"Digital Content Industry"

Die "Digital Content Industry" umschließt die neuen digitalen Technologien, aber auch Computerspiele, Musik, Webdesign und die IT / Telekommunikationsindustrien. Für Liverpool und Merseyside werden in der Zukunft große Hoffnungen in diesen Sektor gesetzt: die Ansätze und Erfolge in den Bereichen Musik, Medien und Computerspiele bilden eine erste Basis. Die Abbildung 44 zeigt die räumliche Verteilung der Computerspiele-Entwickler und Produzenten in der Region North West (siehe Symbole "n" für Standorte in Abbildung 44). In den Experteninterviews ist jedoch deutlich geworden, dass von einem Cluster der Computerspiele-Industrie in Merseyside nicht gesprochen werden kann. Die notwendigen Elemente eines Clusters finden sich nicht in der Region (Experteninterviews mit Michael Parkinson und Stuart Wilk-Heegs).

Eine wichtige Zukunftsrolle erhält das neue International Centre for Digital Content (ICDC), welches aus einer Zusammenarbeit eines Multimedia-teams der John Moores University und Mersey Television entstand. Die Ziele dieses neuen Centres liegen in der Entwicklung neuer Forschungen auf dem Feld der "Digital Content"-Industrien und in der Ausbildungsförderung der regionalen Bevölkerung. *"(...) it aimed to spin new companies out into the City, to help develop a new industrial cluster. Its allied research work would be rooted in the practical needs of aiming to help Liverpool become an active producer of digital content - and not just a passive consumer of the new materials"* (Liverpool City 2002: 38).

Abbildung 44 : Standorte der Computerspiele-Industrie in North West



Quelle: Charles, D. 2001, ohne Maßstab

Design

Design stellt einen weiteren Baustein der "Cultural Industries" in Merseyside dar. Die "Liverpool and Manchester Design Initiative", einer Stiftung, die vom Liverpooleser City Council, "North West Arts Board" und Finanzhilfen des EFRE-Strukturfonds finanziell gestützt wird, entstand im Jahre 1992. Das Ziel ist die Förderung eines hohen Standards in "Design", "Visual Arts" und "Crafts", um die Vermarktungsmöglichkeiten zu steigern. Die Design Initiative führt Seminare und Ausstellungen durch, vergibt Auszeichnungen und Preise und wirkt an verschiedenen Imagekampagnen in der Region mit.

Die Agentur ACME in Merseyside

In den 1990er Jahren wurden in einem Gutachten die "Arts and Cultural Industries" als Wachstumsbranche der Region identifiziert, die mit 1.400 Klein- und Mittelbetrieben im Jahr 1995 über 250 Millionen DM erwirtschaftete und innerhalb von 10 Jahren die Zahl der Festangestellten von 2.500 auf 4.750 steigern konnte (vgl. Arbeitsgemeinschaft Kulturwirtschaft 1998:330). ACME agiert als regionale Entwicklungsagentur in Merseyside (siehe Abbildung 44). Die Finanzierung läuft über den Europäischen Fonds für regionale Entwicklung der Europäischen Union. Auf diesem Wege waren bis 1998 allein 8 Millionen DM an EU-Mitteln verfügbar, die für die Förderung der "Creative Industries" genutzt worden sind. Entwicklungs- und Beschäftigungszuschüsse, Exporthilfen, die Vermittlung von Partnerschaften, Qualifizierungsprogramme sowie Untersuchungen werden unterstützt (vgl. Arbeitsgemeinschaft Kulturwirtschaft 1998: 330).

Als privater Garantie- und Förderfonds für die Kulturwirtschaft ist im Jahre 1995 ACID ("The Arts and Culture Industries Development Fonds") aufgebaut worden, um Selbständige in der Kulturwirtschaft zu unterstützen. Auch hier diente die Einbindung in regionale Ziel 1-Fördermittel der Europäischen Union als Starthilfe. Im Rahmen von ACID wurde eine SWOT-Analyse ("Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats" / Stärken, Schwächen, Chancen, Gefahren) zur Entwicklung der Kulturwirtschaft im Raum Liverpool durchgeführt (siehe Tabelle 7).

Tabelle 7: SWOT-Analyse Kulturwirtschaft im Raum Liverpool

Stärken

- Entwicklung kulturtouristischer Strategien
- Entwicklung neuer Strategien
- Anbieter spezieller Qualifizierungsmöglichkeiten
- Entwicklung von Partnerschaften zwischen Gründern, Ausstellungsmanagement, Industrie und Künstlern
- Tradition von Qualitätsproduktion im Raum Liverpool
- Entwicklungen für gemeinsame Qualifizierungsangebote und Partnerschaften bei unterstützenden Dienstleistungen zur Verbesserung des Marktpotenzials
- Ziel 1-Mittel aus den Strukturfonds

Schwächen

- Ungenügende "unternehmerische" Qualifizierung für Künstler
- Nur Anfänger-Qualifizierung in Neuen Technologien
- Geringer Kontakt der Qualifizierungskurse zu den Betrieben
- Unterentwickelte Netzwerke für Marketing, Vertrieb und Verkauf
- Kaum aktive Partnerschaft zwischen Einrichtungen zur Förderung von Tourismus, Image, Festivals / Veranstaltungen und Wirtschaftsentwicklung
- Fehlen einer "Marktorientierung" unter Künstlern, die sich daher ihrer Absatzpotenziale nur unzureichend bewusst werden
- Unzureichende Finanzierung von Marketing-Initiativen
- Schlechte örtliche Kaufkraft
- Keine Möglichkeit, an die richtigen Einkaufslisten zu kommen
- Mangel an günstigen Arbeitsräumen / Ateliers

Chancen

- Potenzial für eine Expansion der Kultur- und Medienwirtschaft durch Entwicklung ökonomischer Zugänge und einer sektoralen Strategie mit aktiven Partnerschaften
- Einsicht in die Notwendigkeit, Profil und Selbstbewusstsein des Sektors über seine Absatzmöglichkeiten zu stärken, u.a. durch Ausstellungen, Messen, Preise, mehr Verbindungen zwischen Colleges und Wirtschaft, Schaffung kombinierter Arbeits- und Verkaufsflächen sowie allgemein die Entwicklung von Qualifizierungschancen
- ACID mit seinen Hilfestellungen zur Öffnung des Marktes durch gemeinsame Marketing-Initiativen und Verbindungen in die Industrie
- Existenz von Partnerschaften wie Mersey Partnership (Investition, Information) etc.

Gefahren

- Fehlende Unterstützung für Studenten nach dem College-Abschluß
- Unzureichend abgestimmte Ausbildung vermindert die Leistungsfähigkeit und führt zu einer Abwanderung von Produzenten
- Kürzungen bei den Investitionen
- Möglichkeiten für Innovationen und die Einführung neuer Technologien werden nicht genutzt
- Firmen arbeiten lieber mit Geschäftspartnern aus anderen Städten
- Etablierte Firmen arbeiten lieber mit „Leuten, die man kennt“ (Beziehungen zu früheren Lieferanten werden weitergeführt)

Quelle: Arbeitsgemeinschaft Kulturwirtschaft 1998:331

6.4.2 Merseyside-Ansatz der North West Development Agency

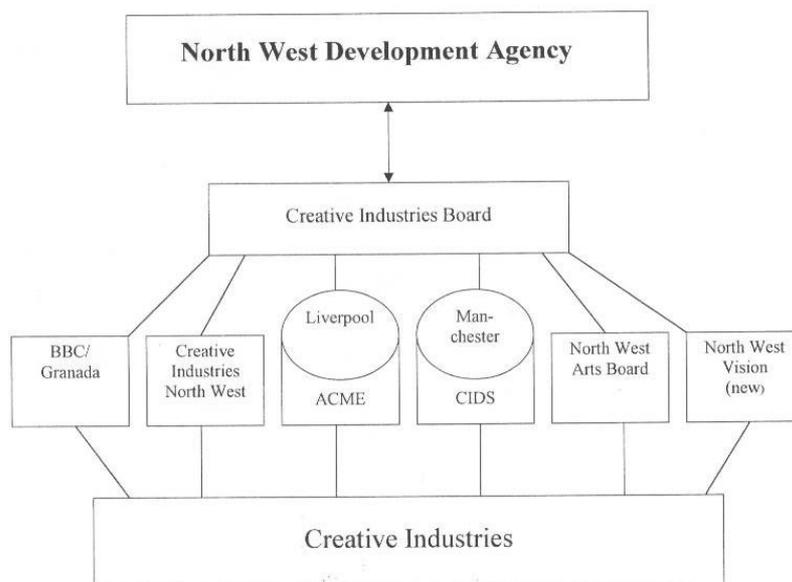
In Merseyside sind seit Ende der 1980er Jahre Analysen und Studien durchgeführt worden, die die ökonomische Bedeutung der Kulturwirtschaft für die Region belegen sollten. Die Beschäftigungszahlen der Kulturwirtschaft reichen in diesen Gutachten von 14.000 bis 16.000 Beschäftigten, die in Merseyside in den jeweiligen kulturwirtschaftlichen Teilmärkten arbeiten.

Die Kulturwirtschaft bzw. die "Creative Industries" sind - auch als Folge intensiver nationaler und europäischer Investitionen in diesem Bereich - seit Jahren im engeren Blickpunkt politischer Interventionen. Der zentrale Schlüsselakteur ist Merseyside Arts, Creative and Media Enterprise (ACME), eine Organisation, die mittels des Ziel 1-Programmes der europäischen Strukturpolitik, North West Arts Board und Liverpool City Council gefördert wird. Die wesentliche Aufgabe von ACME ist die organisatorische Unterstützung beim Aufbau von Netzwerken in der regionalen Kulturwirtschaft. Die Perspektive von ACME soll nach Ansicht der NWDA in den nächsten Jahren um die Ortschaft Halton räumlich erweitert werden, um einen "Greater Mersey"- Ansatz entwickeln zu können.

Weitere wichtige Akteure in Merseyside (siehe auch Abbildung 45) sind:

- die Merseyside Music Development Agency,
- die Merseyside Dance Initiative,
- der ACID Fond, welcher Investitionen in kleinere Start-up Unternehmen in den "Creative Industries" fördert,
- die Design Initiative, die früher nur auf Liverpool konzentriert und nun ihren Raum auf Merseyside und Manchester erweitert hat,
- ebenso wie die vormals auf Merseyside beschränkte Media Industries Development Agency, die seit dem 1. April 2002 als North West Vision agiert.

Abbildung 45: "Institutional Setting" in North-West



Quelle: eigene Darstellung

Im Action Plan for the City Region Merseyside 2002-2005 werden als die zentralen Wachstumssektoren die Medienwirtschaft (Film, Video und Radio) und der Teilmarkt "Digital Content" identifiziert. Beim letzteren soll in der Zukunft v.a. das International Centre for Digital Content eine tragende regionale Funktion erhalten. In einer Studie der NWDA (2002) wird auch der Musiksektor genannt, da Teilelemente einer musikwirtschaftlichen Wertschöpfungskette (Darstellungs- und Aufnahmestudios) durchaus in der Region vertreten seien. Die jüngst eröffneten "Parr Street Studios" in Liverpool geben NWDA Anlaß zu dieser Hoffnung. Im Ziel-1 Programm der europäischen Strukturpolitik von 2000-2006 erhält zudem der Bereich "Creative Industries" eine wichtige Rolle.

Ökonomische Kennzahlen der "Creative Industries" in Merseyside

Die "Creative Industries" zeichnen sich durch einen bedeutend großen Anteil an KMU aus. Speziell in Merseyside reicht die Durchschnittsanzahl an Beschäftigten von 2.8 in den "Visual Arts" bis zu 16.3 in "Publishing". Im Durchschnitt arbeiten knapp 7 Beschäftigte in den Unternehmen der "Creative Industries" in Merseyside. Mehr als 43% der Beschäftigten in den Creative Industries sind Selbständige. Der Umsatz der "Creative Industries" in Merseyside beläuft sich auf 485 Mio. Pfund (zum Vergleich: Manchester 627 Mio. Pfund). Ein Blick auf die Märkte zeigt, dass in Merseyside in 1999 eine hohe Anzahl (39%) an Unternehmen und Selbständigen ihre Produkte aus der Teilregion heraus exportierten. Aus den verfügbaren Unterlagen ist nicht ersichtlich, wie viele dieser Exporte internationalen Charakter besitzen. Die NWDA-Studie bezieht ihre Annahme auf eine im Jahr 2000 veröffentlichte Untersuchung, nach der diese Zahl bei 30% anzusetzen sei (vgl. NWDA 2002 A).

6.5 Fazit: Kulturwirtschaft in Merseyside und North West England

Merseyside verfügt über ein nicht so klares kulturwirtschaftliches Profil wie Manchester. In den 1960er Jahren boomte die Musikszene und viele Bands, die in den Folgejahren weltweit erfolgreich waren, hatten hier ihre ersten Proberäume und Konzertauftritte. Kennzeichnend für Liverpool war allerdings zum ersten, dass nur sehr wenige der Bands in Liverpool blieben. Es waren nicht nur die Beatles, die die Region verließen. Zum zweiten konnte sich bis heute kein musikwirtschaftliches Cluster herausbilden: es fehlt bis heute an Aufnahmestudios, Plattenfirmen oder selbst großen Konzerthallen. Die notwendigen Elemente einer musikwirtschaftlichen Wertschöpfungskette sind in Merseyside nicht existent, obwohl nach Angaben der Merseyside Music Development Agency Ende der 1990 Jahre mehr als 1700 aktive Musiker in Merseyside kreativ tätig waren (vgl. Merseyside Music Development Agency 1999). Sicherlich kann auch ein individueller Akteure wie der Musikclub "Cream" überregionale und nationale Aufmerksamkeit erreichen, es wird aber bisher niemals die Vielfalt und Größe Manchesters erzielt. In einer Studie der Merseyside Development Agency heißt es bezeichnend: "*What appears to be lacking is the infrastructure to support a thriving music industry*" (Merseyside Music Development Agency 1999: 23).

Eine Gefahr besteht (Experteninterview mit Peter Booth) zudem darin, dass kreative Talente nach Manchester abwandern, da die dortigen Potenziale als weitaus größer angesehen werden. Die 700jährige Rivalität zwischen

beiden Städten mache sich auch heute noch deutlich bemerkbar. Darüber hinaus sei zudem der London-Pull-Effekt ("*the run to London*") ein ebenso ernst zu nehmendes Charakteristikum (Experteninterviews mit Peter Booth und Michael Parkinson). London dominiert in Großbritannien aus politischer, sozialer sowie auch aus kultureller und kulturwirtschaftlicher Sicht.

Die folgenden Fragestellungen sollen näher erörtert werden, analog zur Situation im Ruhrgebiet (siehe Kapitel 5.6):

Welche Faktoren zählen für Merseyside, um kulturwirtschaftliche Cluster in der Region ausbauen zu können, zu stützen bzw. auch neue Cluster aufzubauen? Welche sind die endogenen Potenziale der Region? Wie hoch ist die institutionelle Dichte ("*Institutionell Thickness*") zur Förderung der Kulturwirtschaft ausgeprägt? Wie ist das Profil des Kulturlebens in Merseyside einzuschätzen?

Ein wichtiger Faktor ist die hohe Lebensqualität bei gleichzeitig günstigeren Lebenshaltungskosten in Merseyside verglichen vor allem zu Regionen im Südosten England. Entscheidend wird aber auch für die Zukunft sein, wie hoch die "kritische Masse" an kreativer kultureller Aktivität in der Region sein wird. Eine lebendige studentische Kultur und eine innovative hochkulturelle Szene können beispielsweise schon eine gute Basis für die Schaffung kreativer kultureller Nischen darstellen. Von hoher Relevanz ist aber ebenso die aktive Unterstützung der Ideen durch die regionalen privaten und öffentlichen Akteure. In Merseyside sind generell alle Akteure positiv der Idee gegenüber aufgeschlossen, die Kulturwirtschaft zu einer zentralen Kernkompetenz der regionalen Ökonomie zu entwickeln. Die breite Zustimmung hängt sicherlich auch mit dem positiv besetzten Image des Sektors zusammen ("*The Creative Industries look sexy!*", Experteninterview mit Peter Booth), das für eine stimulierende Wirkung sorgen kann. Kritisch sei hier aber erwähnt, dass dies auch negative Attribute einschließen kann: "*The sector is very fragile, the words and ideas are very vanishing.*" (Experteninterview mit Peter Booth).

Aufgrund des guten Images des Wirtschaftsverbundes ist die Akzeptanz der Kulturwirtschaft bei den regionalen Akteuren generell sehr hoch (Experteninterview mit Michael Parkinson). Im Fall der NWDA bedeutet dies, dass die Kulturwirtschaft mit einer regionalen Strategie gefördert werden soll. Leider sind die positiven Wirkungen des Sektors noch nicht bis zu den Aufsichtsratsmitgliedern großer Unternehmen durchgedrungen. Für die Entscheidungsträger in der Region sei Merseyside immer noch mit dem Attribut "industriell" versehen und das Verständnis gegenüber kulturellen und kulturwirtschaftlichen Projekten eher als gleichgültig einzuschätzen (Experteninterview mit Michael Parkinson).

"Cultural industries in Merseyside are not the big issue, but actors see: it is important in many facts because it has so many important fields to touch."

(Experteninterview mit Michael Parkinson)

Ausschlaggebend für die zukünftige regionalökonomische Entwicklung der Region wird die regionale Einbindung der kulturwirtschaftlicher Nischen in die Ökonomie Merseysides sein. Das Government Office of the North West

sieht erste Ansätze einer erfolgreichen Kulturwirtschaft in der Region Merseyside (Experteninterview mit Janet Matthewman). Auch die Rolle von Flagship-Projekten muss bei der Förderung der Kulturwirtschaft beachtet werden. Es komme nach Michael Parkinsons Ansicht sehr auf die Qualität dieser Projekte an. Das Beispiel der Tate Gallery Liverpool zeigt, dass hier in der Vergangenheit ein wichtiger Baustein für die Herausbildung einer "kritischen Masse" gelegt wurde (Experteninterview mit Michael Parkinson).

"The key thing is the intelligent integration of the flagship. You have to handle strategically. If you have only one isolated flagship, it would not work." (Experteninterview mit Michael Parkinson)

Merseysides Zukunft hängt aber nicht nur allein von der dynamischen Entwicklung der Kulturwirtschaft ab. Nach Ansicht von Michael Parkinson seien für die Region die großen ökonomischen, sozialen und politischen Brüche der letzten Jahrzehnte nun Vergangenheit. Das enge Zusammenwirken von Kulturwirtschaft und Stadtentwicklung zeigt sich seit ein paar Jahren in Liverpool. Seit dem Ende der 1990er Jahre mache sich Optimismus in der Region breit: Restaurants und Bars hätten neu eröffnet, die Zahl der Touristen vergrößere sich und Merseyside und Liverpool erhielten „a good press“. (Experteninterview mit Michael Parkinson). Der Direktor von ACME in Liverpool ergänzt, in Merseyside sei in den letzten fünf Jahren eine neue Aktivität, eine neues Lebensgefühl spürbar (Experteninterview mit Marc Collett).

"It is difficult to be too optimistic or too pessimistic. The region has been through the worst. New things are happening. We have great problems, but the pessimistic view is behind us." (Experteninterview mit Michael Parkinson)

Seit Ende der 1980er Jahre haben die "Creative Industries" einen enormen Bedeutungszuwachs in Großbritannien erlangen können. Die großen britischen Städte und Agglomerationen formieren sich als urbane Cluster der Kulturproduktion und besitzen einen hohen Anteil an regionalwirtschaftlicher Produktion. Viele Überschneidungen in den Feldern Wirtschaft, Kultur, Stadtentwicklung und soziale Belange zeigen sich auch in vielen britischen Projekten deutlich.

Die englische Region North West weist nach London den zweitgrößten kulturwirtschaftlichen Sektor in England auf. In der Kulturwirtschaft sind ungefähr zwei Prozent der Beschäftigten tätig. Die Kulturwirtschaft in Manchester hat eine bedeutende Rolle erhalten: Nach jüngsten Schätzungen sind im Mediensektor (Film, Fernsehen, Radio, Video, Zeitungen, Zeitschriften und Multimedia) ungefähr 45 Prozent der Beschäftigten der Kulturwirtschaft in Greater Manchester tätig (vgl. Hutchinson 2000: 121).

Auch die Region Merseyside ist durch einige besondere kulturwirtschaftliche Merkmale gekennzeichnet. Liverpool war eine der ersten Städte, die 1987 eine Strategie zur Förderung von Kultur und Kulturwirtschaft entwickelte. Viele Akteure sind sich allerdings darin einig, dass die Geschichte der Kulturpolitik und Stadterneuerung in Liverpool vielfach von "verpassten Gelegenheiten" (vgl. Bianchini / Parkinson 1993) geprägt ist. Eines der produktivsten Theater in Merseyside, das Liverpool Playhouse musste seine

Tore schließen, und auch das Royal Liverpool Philharmonic Orchestra hat mit großen finanziellen Problemen zu kämpfen. In der Region Merseyside hat sich allerdings ein bemerkenswertes Wachstum in den Teilmärkten der Bildenden Kunst und Gallerien, der Museen und des Designs entwickelt, sowohl hinsichtlich der Umsätze als auch der Aktivitäten. Im Rahmen des Ziel 1-Programmes der europäischen Strukturpolitik ist eine Förderinstitution für die Kulturwirtschaft (Merseyside: ACME) aufgebaut worden, die individuelle und organisatorische Kapazitäten ausgebaut und physische und umfeldbezogene Verbesserungen geplant hat.

Eine Einschätzung der "Creative Industries" in Merseyside ist aus verschiedenen Blickwinkeln möglich und umschließt folgende Charakteristika:

- Der Wirtschaftsverbund benötigt Zeit, um sich in strukturschwächeren altindustriellen Regionen stärker zu entwickeln. Die Zeitdimension wird der Kulturwirtschaft allerdings von vielen Akteuren nicht zugestanden.
- Die kulturwirtschaftliche Produktion in der Region im nationalen und internationalen Vergleich ist nicht sehr hoch. Überschätzte Erwartungen in den Wirtschaftsverbund sollten daher vermieden werden. Jedoch können auch vom finanziellen Volumen her gesehen geringer bedeutende kulturwirtschaftliche Projekte wichtige Anstöße für eine nachhaltige regionale Entwicklung liefern (siehe HOPE-Projekt Liverpool).
- Eine sehr geringe Anzahl an KMU in einem kulturwirtschaftlichen Teilmarkt (in Liverpool die Computerspiele-Industrie) allein reicht nicht aus, um bereits von einer für ein Cluster notwendigen "kritischen Masse" sprechen zu können. Eine Wertschöpfungskette "Computerspiele-Industrie Merseyside" ist in der Region nicht identifizierbar.
- Die Sichtung kulturwirtschaftlicher Nischen muss ein verstärktes Ziel zukünftiger kulturwirtschaftlicher Perspektive in der Region sein. "*The economic benefit is going elsewhere.*" (Experteninterview mit Marc Collett).

Zusammenfassend sind folgende Faktoren bedeutsam für die Entwicklung der Kulturwirtschaft in der Region North West:

- eine Vielzahl an Kulturorganisationen in Merseyside und auch in Greater Manchester bilden zusammen ein Mindestmaß an "kritischer Masse", die im Laufe von Jahrzehnten als "Motor" der Entwicklung der Kultur- und Medienwirtschaft in der Region auftraten,
- Merseyside und Manchester besitzen starke kulturelle Traditionen und sehen sich beide als bedeutende kulturelle Zentren - Manchester war 1994 Großbritanniens "City of Drama" und Liverpool hat sich als Kulturstadt Europas für 2008 beworben,
- die Strukturfonds der Europäischen Union bilden eine wichtige Grundlage für die Entwicklung des Sektors, insbesondere für den organisatorischen Aufbau von unterstützenden kulturwirtschaftlichen Agenturen, ACME in Liverpool und CIDS in Manchester,

- in der Region gab es den Zugzwang, Arbeitsplätze aus den alten Industriezweigen durch neue Arbeitsplätze in wissens- und wissensbasierten Sektoren zu ersetzen (vgl. Hutchinson 2000: 121); hier spielt die Kulturwirtschaft eine tragende Rolle.

7

Förderansätze zur Entwicklung der Kulturwirtschaft in altindustrialisierten Regionen

Wie können "Kohlenstaub und Stahlspäne im mentalen und politischen Getriebe" (Kilper et al 1996: 32) in altindustrialisierten Regionen überwunden werden, um die Kulturwirtschaft zu fördern? Bei dem Prozess des Strukturwandels haben wir mit einer Vielzahl von Widersprüchen zu kämpfen. Der Ablauf und Prozess des Strukturwandels ist eine "Gratwanderung" (ebenda: 9) der Vermittlung zwischen alten Routinen und Strategien und dem Blick auf neue, innovative Perspektiven. Neue Strukturbrüche treten für altindustrielle Regionen seit einigen Jahren hinzu, die von den Stichworten "Globalisierung", "veränderte Organisationsstrukturen" und "steigende Umweltproblematik" umrissen werden.

Strukturwandel ist der zukunftsbezogene Umbau der Regionalwirtschaft, für den sich viele Organisationen, von den Wirtschaftsverbänden bis hin zu kommunalen und regionalen Wirtschaftsförderungseinrichtungen, zuständig fühlen. Kultur dabei als den Motor des Strukturwandels zu betrachten, ist nach GANSER (2002: 106) eindeutig eine Außenseiterposition: *"Wenn nun Wirtschaft und Wirtschaftsförderung auf Kultur und Baukultur treffen, dann gilt die Kultur in der herrschenden Meinung als Kostgänger der Wirtschaft. Sie kostet Geld, das in der Wirtschaft erst einmal verdient werden muss. Daher muss der Strukturwandel erst einmal erfolgreich sein, um danach an Kultur denken zu können!"*

Strukturwandel kann in altindustrialisierten Regionen allerdings nur mittels kreativer und innovativer Antworten geschehen, um Strukturbrüche überwinden zu können. Veränderte Produktions- und Innovationsstrukturen können dabei ein wichtiger Motor des Strukturwandels sein. Der Innovationsbegriff ist techniklastig und bedarf einer stärkeren Integration kultureller Perspektiven. Die hohe Pfadabhängigkeit altindustrialisierter Regionen auf "alte" Strukturen sind eine Gefahr der verdichteten und spezialisierten Wirtschaftsstrukturen. Regionale ökonomische Strukturen und ihre innovativen Milieus müssen daher regional und global vernetzt werden. Wie diese globale Vernetzung aussehen kann, beschreiben KILPER et al (1996:11): *"Sie erfolgt über ein Geflecht von kompetitiven und kooperativen Austauschbeziehungen zwischen regionalen Akteuren, die von Informationsaustausch und wissenschaftlicher Kooperation über Geschäftsbeziehungen bis hin zu ausgebauten strategischen Allianzen reichen können. Je vielfältiger dieses Geflecht, desto mehr liefert es die Impulse, die Regionen brauchen, um sich strategisch zu orientieren und ihre Innovationskraft zu sichern."*

Angesichts der vielfältigen und steigenden Bedeutung kultureller Faktoren für die Regionalentwicklung, muss die Kultur in den gegenwärtigen und zukünftigen Entwicklungsstrategien altindustrialisierter Regionen in Europa eine stärkere Rolle spielen. Auch im Sinne einer nachhaltigen regionalen Entwicklung gewinnt die kulturelle Dimension hier eine bedeutende Rolle, da neben dem Beschäftigungspotenzial auch die regionalen und kulturellen Identitäten geschützt und das historische und kulturlandschaftliche Erbe Europas für eine ökonomische Entwicklung genutzt werden. Die Internationale Bauausstellung (IBA) Emscher Park hat beispielhaft im Ruhrgebiet ge-

zeigt, dass integrale Projekte, die mittels lokaler und regionaler Fachpolitiken verknüpft werden, eine Vorreiterrolle einnehmen können. Es bedarf dieser Überzeugungsarbeit durch die innovativen Leitprojekte, um fach- und sektoralpezifische Akteure zu überzeugen, dass die Kultur nicht nur als schmückendes Beiwerk in den Regionen dient.

Im Rahmen dieser Untersuchung steht der Wirtschaftsverbund der Kulturwirtschaft im Vordergrund. Die Kulturwirtschaft ist nicht der weiche Standortfaktor, als der er häufig interpretiert wird. Ganz im Gegenteil ist die Kulturwirtschaft ein harter Standortfaktor, der Arbeitsplätze schafft und die Beschäftigung sichert und auch für altindustrielle Stadtregionen in Europa eine immer größere Bedeutung erhält. Unterschiedliche Gründe sprechen dafür, dass die Kulturwirtschaft auch in altindustrialisierten Regionen Wachstumsmöglichkeiten bietet. Hierfür sprechen:

- der höhere Ausgabenanteil für freizeitbezogene und kulturwirtschaftliche Produkte und Dienstleistungen: der kommerzielle Erfolg des Centro Oberhausen im Ruhrgebiet oder des Albert Dock in Liverpool beispielsweise zeigen bereits die Potenziale auf, die Entertainment, Shopping und Freizeit für diese Regionen umfassen (Experteninterview mit Dieter Rehfeld),
- die Zunahme an individuell frei verfügbarer Zeit und die Auflösung traditioneller Arbeits- und Freizeitstrukturen,
- industriekulturelle Nutzungspotenziale auf Brachflächen (beispielsweise die Vielzahl an denkmalgeschützten Gebäuden der Industriekultur im Ruhrgebiet), die eine große Anziehungskraft für kulturwirtschaftliche Akteure besitzen (vgl. Bradtke / Löwer 1999, 2000),
- altindustrialisierte Regionen als Standorte von Musik-, Kunst- oder Designhochschulen und Ausbildungsstätten,
- höhere Designanforderungen in anderen Branchen der altindustrialisierten Regionen (beispielsweise der Automobilwirtschaft) und die wachsende Bedeutung der Werbung angesichts häufig bereits gesättigter Märkte,
- die Qualitätsverbesserungen bei Produkten und Dienstleistungen der Branche durch Professionalisierung innerhalb der Kulturwirtschaft (beispielsweise im Ruhrgebiet die privaten Theater) und auch
- die Ausdifferenzierung gesellschaftlicher Gruppen über kulturell geprägte Lebensstile (beispielsweise szenebegogene Musik-CDs und Clubkulturen in Merseyside oder dem Ruhrgebiet).

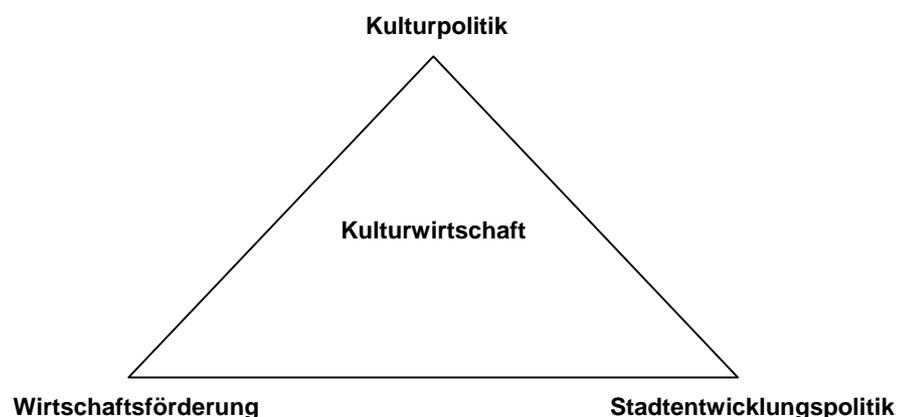
Allerdings haben die empirischen Untersuchungen (siehe die Kapitel 5 und 6) auch belegen können, dass die Kulturwirtschaft in vielfacher Hinsicht noch in zu geringem Maße als relevantes regionales Handlungsfeld angesehen wird. Die regional vorhandenen entwicklungsfähigen Potenziale werden zu wenig wahrgenommen und genutzt. Die Wertschöpfungsbeiträge kulturwirtschaftlicher Produkte und Dienstleistungen für andere Branchen liegen häufig brach. Gleichzeitig bestehen strukturbedingte Entwicklungsblockaden in den altindustrialisierten Regionen, die einem Wachstum der Kulturwirtschaft entgegenstehen. Die Hemmnisse können sowohl betriebs- als auch marktbezogener Art sein, ebenso auch standortbedingte oder rechtliche Aspekte betreffen. Wie die empirischen Untersuchungen darlegen, kann hier von einer unzureichenden Gründungsrate (trotz des Vorhandenseins von Kunsthochschulen) oder schwachen kulturellen Milieus bis hin zur mentalen Distanz vieler Akteure gegenüber dem Wirtschaftsverbund gesprochen werden. Sowohl im Ruhrgebiet als auch in Merseyside

existieren allerdings bereits Ansätze, die der Förderung der Kulturwirtschaft dienen: Beispielsweise das "StartART"-Programm in Nordrhein-Westfalen oder die Agentur ACME zur Förderung der Kulturwirtschaft in Liverpool. Jedoch sind zu diesem Zweck verschiedene Maßnahmen notwendig, die dem Spannungsfeld der Branche zwischen der Stadt- und Regionalentwicklung, der Kulturpolitik und der Wirtschaftsförderung zuzuordnen sind. Insbesondere den Akteuren der Wirtschaftsförderungseinrichtungen, der Kulturpolitik und dem Städtebau und der Stadtentwicklung in den altindustrialisierten Regionen kommt eine besondere Rolle bei der Förderung der Kulturwirtschaft zu.

Die Abbildung 46 zeigt die drei zentralen Handlungsbereiche, die zur Förderung der Kulturwirtschaft in einer Region miteinander agieren müssen. Die regionale Kulturpolitik muss kulturelle Projekte in altindustrialisierten Regionen stärker forcieren, ebenso wie die Stadtentwicklung, die kreative Freiräume schaffen und schützen oder Architektur und Stadtgestaltung fördern kann. Die Wirtschaftsförderung in den Regionen muss stärker vermitteln, Informationen über kulturwirtschaftliche Märkte und Bedingungen bereitstellen und abgestimmte Beratungsdienstleistungen anbieten können. Kooperationen zwischen Unternehmen, produktionsnahen Entwicklungs-, Dienstleistungs- und Forschungseinrichtungen müssen aufgebaut werden. Die vielfach kritisierte Kirchturmpolitik muss ebenso überwunden werden wie das kurzfristige Reagieren auf einzelbetriebliche Problemlagen. In altindustrialisierten Regionen lassen sich eine Menge an Innovationen für die Erneuerungsprozesse hervorholen. Es bedarf einer spezifischen Kulturwirtschaftspolitik, damit die Kulturwirtschaft Modellcharakter für den Strukturwandel in alten Industrieregionen einnehmen kann.

In detaillierter Form wird dieses Kapitel auf Maßnahmen zur Förderung eingehen. Neben generellen Bausteinen (Kapitel 7.1) werden die Anknüpfungspunkte der Akteurebenen im Wissenspool der Kulturwirtschaft einer altindustrialisierten Region (Kapitel 7.2) und clusterspezifische Förderansätze für die Kulturwirtschaft (Kapitel 7.3) formuliert.

Abbildung 46: Handlungsbereiche zur Förderung der Kulturwirtschaft



Quelle: eigene Darstellung

7.1 Bausteine zur Förderung der Kulturwirtschaft

Die Förderung der Kulturwirtschaft in altindustrialisierten Regionen Europas stellt eine komplexe Aufgabe dar, bei der einfache Patentlösungen nicht zum Erfolg führen. Von der Entwicklung standardisierter Handlungsstrategien oder konkreter regionsspezifischer Handlungsempfehlungen wird daher an dieser Stelle Abstand genommen. Die folgenden Abschnitte charakterisieren einzelne Bausteine zur Förderung der Kulturwirtschaft, die die Ergebnisse der theoretischen und der empirischen Teile der Untersuchung aufnehmen und konkret für altindustrialisierte Regionen gelten sollen. Um die Kulturwirtschaft in altindustrialisierten Regionen Europas zu fördern, gilt es, eine Reihe unterschiedlicher Bausteine thematisch zu verbinden:

- Informationsgrundlagen verbessern,
- nach außen blicken,
- Märkte, Knoten und Netzen bilden,
- innovative und kreative Projekte schaffen,
- kreative Räume freihalten,
- Provisorien bereithalten und öffentliche Räume sichern,
- Kulturwirtschaft in räumliche Leitbilder integrieren,
- Gesetzliche Rahmenbedingungen verbessern,
- Aus- und Fortbildungskomponenten stärken,
- Einstellungs- und Mentalitätswandel ,
- Urbanität in „entwerteten“ Räumen fördern und
- Migrationspotenziale für die Kulturwirtschaft stärker nutzen.

Informationsgrundlagen verbessern

Entscheidend ist die kontinuierliche Verbesserung der Informationsgrundlagen über die Potenziale der Kulturwirtschaft in altindustrialisierten Regionen. Eine umfassende Informationsbasis kann geschaffen werden durch folgende Bausteine:

- Informationssammlung: Aufbereitung statistischer Daten, Einrichtung von speziellen Datenbanken, Förderung von Informationszentren,
- Informationsveranstaltungen von regionalen Institutionen, von Transfer- und Technologiezentren, von Industrie- und Handelskammern und von Beschäftigungsinitiativen,
- Informationsschriften, die über kulturwirtschaftliche Märkte und erfolgreiche Unternehmen informieren,
- Studien, die die spezifischen lokalen und regionalen Entwicklungsfaktoren der Kulturwirtschaft in in- und ausländischen altindustrialisierten Stadtregionen analysieren,
- wissenschaftliche Forschungsprojekte, die zur Verbesserung der theoretischen und empirischen Grundlagen dienen,
- Wettbewerbe / Preise / Auszeichnungen, um "Best-Practice"-Initiativen auszuzeichnen und
- Aus- und Weiterbildungsinitiativen, die auf eine Integration kulturwirtschaftlicher Inhalte in kulturbezogene und ökonomische Studienangebote setzen.

Es ist erforderlich, quantitative Informationen über die kulturwirtschaftlichen Ansätze in den altindustrialisierten Regionen zu erfassen. Die Akzeptanz der Bildung von Allianzen zur Entwicklung des Sektors wird zunehmen,

wenn erkennbar ist, welche Potenziale vorliegen und zukünftig auch ausbaubar wären. Die bisherige Distanz vieler Akteure, seien es die Handwerkskammern oder die Verantwortlichen in den kommunalen und regionalen Kultur- und Wirtschaftsförderungsämtern, zur Kulturwirtschaft kann auf diesem Wege stark verringert werden.

Nach außen blicken

Erforderlich ist daher auch die kontinuierliche Beobachtung und Analyse der ökonomischen, kulturellen und städtischen Entwicklung. Dies gilt sowohl innerhalb der Region als auch für den Blick nach außen. Was kann von internationalen Erfolgsgeschichten gelernt werden? Wie nutzen insbesondere andere altindustrialisierte Regionen ihre kulturellen und kulturwirtschaftlichen Potenziale für die Regionalentwicklung? Mittels unterschiedlicher Wege kann erhöhtes Vertrauen in die Kulturwirtschaft aufgebaut werden. Da kann auch der Blick auf die "Creative Industries" in Großbritannien trotz einer anderen Perspektive wichtige Ansatzpunkte liefern. Ebenso lohnt auch das Studium der Stadtpolitiken altindustrialisierter Stadtregionen weltweit, um Lernprozesse auszulösen.

Städte und Regionen sind immer auf der Suche nach Problemlösungen, nach neuen Handlungsmodellen und innovativen Erfahrungen. Die Erfolgsgeschichte des Guggenheim-Museums in Bilbao (vgl. Lenfers 1999) zeigt, dass der Blick nach außen anregend sein kann, in der Arbeit beschrieben am Beispiel der Diskussionen im Ruhrgebiet, wie denn ein zentrales neues Industriemuseum im Ruhrgebiet gestaltet sein müsste. Die Kopie einer Erfolgsgeschichte macht hingegen keinen Sinn, da die regionalen und die Rahmenbedingungen unterschiedlich sind und endogene Potenziale ignoriert werden.

Märkte, Knoten und Netze schaffen

Für die Herausbildung kreativer kulturwirtschaftlicher „Szenen“ in altindustrialisierten Regionen bedarf es der Schaffung vielfältiger Kommunikationsmöglichkeiten zwischen den Akteuren. Denkbar wären:

- Arbeitskreise beispielsweise bei den Industrie- und Handelskammern oder bei regionalökonomischen Institutionen oder in rein wissenschaftlicher Form,
- Tagungen oder Kolloquien, auf denen Akteure zusammenkommen, um neue Produkte oder technologische Entwicklungen zu diskutieren,
- Seminare, die an die speziellen Strukturen der Kulturwirtschaft herantreten und
- Messen, die mittels von Firmenpräsentationen die Gelegenheiten für regionale und internationale Kooperationen bieten.

Kulturwirtschaft verfügt über keine Lobby, auch (oder besonders) nicht in altindustrialisierten Regionen. Dies haben die empirischen Untersuchungen im Ruhrgebiet und in Merseyside gezeigt, dies gilt aber auch für "erfolgreichere" Regionen. Die Vielzahl an Teilbranchen schafft keine gemeinsame glaubhafte Interessenvertretung, wie es die chemische Industrie oder die

Landwirtschaft selbstverständlich tun. Notwendig ist die Bildung regionaler Interessennetzwerke, die ihre Anliegen gemeinsam artikulieren und vortragen. Mögliche Orte und Knotenpunkte, wo dieser Austausch stattfinden kann, müssen von den Städten und Regionen geschaffen werden. Kulturwirtschaftliche Meetings, Messen oder Marktplätze liefern die Basis, um die Kommunikationshindernisse zu überbrücken (ein aktuelles Beispiel im Ruhrgebiet war beispielsweise der erste nordrhein-westfälische "Design-tag" auf der Zeche Zollverein in Essen am 5. Dezember 2002).

Der empirische Teil der Arbeit hat erkennbar gemacht, welche Hindernisse noch zwischen den Akteuren vorherrschen, wenn es um die Entwicklung der Kulturwirtschaft geht. Leider ist die Botschaft, dass die Kulturwirtschaft der Kultur ebenso wenig schadet wie die Tourismuswirtschaft dem Tourismus, nur sehr selten vertreten (vgl. Kunzmann 2002 C). Aber auch Ökonomen müssen erkennen, welches wichtige Potenzial die Kulturwirtschaft bieten kann. Es geht nicht um Kultursponsoring oder um Kultursubventionierung. Vielfach findet sich dieses Bild aber noch in den Köpfen vieler wieder.

Innovative und kreative Projekte schaffen

Die Initiierung innovativer Projekte sorgt mit seinen positiven katalytischen Funktionen für „win-win-Situationen“ auf unterschiedlichen Ebenen: die involvierten Akteure sind zufrieden über neue Erfahrungen; der Erfolg des Projektes ist umso größer, je kreativer Koalitionen aufgebaut und Feindbilder abgebaut wurden. Die katalytische Wirkung der Projekte entfaltet sich als Schnittmenge der unterschiedlichen Handlungsfelder Wirtschaft, Stadtentwicklung und Kultur.

In altindustrialisierten Regionen liegen vielmals wenig kulturelle Traditionen vor, die für die Entwicklung der Kulturwirtschaft genutzt werden können. "Schlüsselprojekte" können hilfreich sein, um vielfältige Entwicklungsmöglichkeiten durch mittelfristig angelegte Zusammenarbeiten von Akteuren aus Kultur und Kulturwirtschaft zu nutzen. Notwendig für die Umsetzung dieser Strategien ist allerdings ein parallel verlaufener kultureller und sozialer Wandel in diesen Stadtregionen.

Kreative Räume freihalten

Die Internationale Bauausstellung (IBA) Emscher Park hat in der Emscherregion eindrucksvoll nachgewiesen, dass auch brachliegende Flächen die Phantasie von Künstlern und Planern beflügeln können. Flächen, die auf dem Grundstücksmarkt keine Nachfrage erzielen, erhalten neue Bedeutungen (vgl. Bradtke / Löwer 1999, 2000). In jeder Stadt und Region existieren Räume, die im Hintergrund der Interessen liegen, oft vergessen oder für Immobilienmärkte einfach nur uninteressant sind. Brachliegende Flächen, ungenutzte Zwischenräume oder vernachlässigte Wohnquartiere bilden solche Räume. In diesen Räumen kann es, trotz vieler Einwände, Sinn machen, auf Gentrifizierungsprozesse zu setzen. In dem Fall erfolgt die Wiederinwertsetzung der Räume durch Studierende, Künstler oder Migranten,

die hier preiswerte Lebensstandorte für eine Zeit gefunden haben. Die Beschleunigung solcher Prozesse durch die bewußte Ansiedlung kultureller Nutzungen kann von den politischen Akteuren gefördert werden.

In altindustriellen Stadtregionen müssen mehr Spiel- und Experimentierräume für kulturelle und kulturwirtschaftliche Akteure bereitgestellt werden. Das industriekulturelle Erbe bietet oft vielfältige räumliche Möglichkeiten für einen kreativen und angemessenen Rahmen zur Ansiedlung kulturwirtschaftlicher Produktionen und Dienstleistungen. Hier können Eigenproduktionen stattfinden, hier kann aber auch die kulturwirtschaftliche Distribution im Vordergrund stehen. Erforderlich ist die verstärkte Bildung einer "kritischen Masse" an Akteuren, um den Erfolg der Strategien zu gewährleisten (siehe auch Kapitel 7.3 bezüglich einer "kritischen Masse").

Provisorien bereithalten und öffentliche Räume sichern

Kreativer und ökonomischer Erfolg in kulturwirtschaftlichen Projekten ist nicht zwangsläufig an planerisch entwickelte und aufwendig finanzierte Aufwertungsstrategien geknüpft. Die Bereitstellung vorübergehender „provisorischer“ Lösungen erhält daher gerade angesichts sich rasant verändernder Rahmenbedingungen eine hohe Bedeutung.

Kreative kulturelle Aktivitäten finden in ihrem originären Zustand in vielen öffentlichen Räumen statt. Sie sind für die Kultur von existentiellem Wert, da sie den Freiraum schaffen, in der sich Kultur erst entfalten kann. Es bedarf daher einer Politik, die die Gestaltungsregeln für öffentliche Räume neu bestimmt. In Zeiten der wachsenden Privatisierung öffentlicher Räume, in der Stadtviertel mit Kameras überwacht werden und Reglemente das öffentliche Leben lahmlegen, muss die soziale als auch ästhetische Funktion der europäischen Städte erhalten bleiben. Es müssen auch in altindustrialisierten Regionen Kommunikationsräume bereitgehalten werden, ebenso wie auch Bühnen, auf denen Menschen zusammentreffen können.

Kulturwirtschaft in räumliche Leitbilder integrieren

Seit den 1990er Jahren gewinnen räumliche Leitbilder wieder verstärktes Interesse für Städte und Regionen. Zunehmend werden auch qualitative Anforderungen von Unternehmen an das räumliche Umfeld in den Mittelpunkt gerückt. Hier bekommen lokale und regionale Dimensionen eine große Tragweite, insbesondere bei der Verknüpfung mit endogenen wirtschaftlichen Aspekten. Räumliche Leitbilder müssen genau hier ansetzen, indem kulturwirtschaftliche Dimensionen integriert werden. Beispielsweise können die Landschaft, die Architektur, die Regionalgeschichte und das regionale Handwerk ebenso wie materielle und immaterielle Netze genutzt werden. In regionalen Kulturentwicklungsplänen wären zudem diese ökonomischen Perspektiven gut geeignet, um das politische Interesse an ihnen zu steigern.

Aus- und Fortbildungskomponenten der Kulturwirtschaft stärken

In einer "Lernenden Region" spielen Hochschulen eine tragende Rolle bei der Nutzung des Wissens für die regionale Wirtschaft. Im Schatten der Diskussion stehen jedoch bisher die Musik-, Kunst- und Designhochschulen, die als kreative Motoren der Regionalentwicklung noch „unentdeckt“ brachliegen. Auch in altindustrialisierten Regionen liegen, wie die empirische Untersuchung gezeigt hat, vielfach diese kreativen Ausbildungsstätten. Erforderlich ist daher die Integration der Ausbildungsstätten für Künstler und Designer in regionale Strategien, dessen Voraussetzung die Zerlegung traditioneller Vorurteile und die Stärkung von Kommunikationsbrücken sind. Der Ansatz der geplanten Design School auf der Zeche Zollverein weist in die richtige Richtung: die Vermittlung ökonomischer Inhalte an den künstlerisch-gestalterischen Ausbildungsstätten. Der umgekehrte Ansatz, bei dem die künstlerischen Fähigkeiten bei Ökonomen gefördert werden sollen, geht vom selben Gedanken aus.

Die Qualifikationsanforderungen in der Kulturwirtschaft sind sehr heterogen aufgrund der Vielfalt an unterschiedlichen Ausprägungen: so sind einige Zweige den technologischen Veränderungen unterworfen, während andere den normalen Veränderungen in den Qualifikationsanforderungen der Informations- und Kommunikationswirtschaft unterliegen. Neue Zweige wie die Multimediawirtschaft benötigen hoch qualifizierte Arbeitskräfte, aber auch in den eher traditionellen Wirtschaftszweigen wie Buchhandel oder der Produktion von Musikinstrumenten kommt es zu höheren Qualitätsanforderungen. BENKERT (2000) folgert aus der Vielfalt kulturwirtschaftlicher Wirtschaftszweige die Berücksichtigung einer Vielzahl von Einzelfällen, Entwicklungen und Ursachen für eine detaillierte Analyse beruflicher Aus- und Weiterbildung in der Kulturwirtschaft.

Gesetzliche Rahmenbedingungen verbessern

Die Kulturwirtschaftsberichte des Landes Nordrhein-Westfalen haben seit 1991 deutlich gemacht, dass die steuerlichen und gesetzlichen Rahmenbedingungen der Kulturwirtschaft verbessert werden müssen, um die Produktionsbedingungen kulturwirtschaftlicher Akteure nicht alltäglichen Hemmnissen auszusetzen. Da die politische Lobby für die Kulturwirtschaft nicht existent ist und zersplitterte Interessenverbände wenig Druck ausüben können, ist die Motivation einer Verbesserung der Rahmenbedingungen für kulturwirtschaftliche kleine und mittlere Unternehmen nur sehr gering ausgeprägt.

Einstellungs- und Mentalitätswandel vorantreiben

Die Erfahrungen im Ruhrgebiet, aber auch in Merseyside, zeigen, dass im Transformationsprozess weniger die Infrastrukturangebote oder Rahmenbedingungen entscheidend sind. Es bedarf eines grundlegenden Einstellungs- und Mentalitätswandels der Entscheidungsträger, vor allem auch im Kulturbereich. Kultur wird vielfach lediglich als öffentlich subventioniertes Gut verstanden und wird in zu geringem Maße als ein "Motor des Strukturwandels" interpretiert (Ganser 2002).

Die in altindustrialisierten Regionen feststellbaren Mentalitätshemmnisse gegenüber der Kulturwirtschaft erfordern ein Umdenken der Denk- und Verhaltensweisen. Die kreative Umdefinition vorhandener Infrastrukturen muss Blockaden lösen, die durch innovative Projekte, die zu kreativem Engagement und Lernprozessen verlocken, ausgelöst werden. Dies sollten nicht nur glanzvolle Großprojekte sein, ganz im Gegenteil werden nur intensiv diskutierte und erlebte Einzelprojekte regionale und nachhaltige Langfristerfolge aufweisen können.

Visionäre Akteure in den Wirtschaftsförderungseinrichtungen, den Stadtentwicklungsämtern und in der Kulturpolitik sind erforderlich, um lokale und regionale Strategien zur Nutzung und Förderung der Kulturwirtschaft für die Raumentwicklung stärker zu entwickeln und umzusetzen. Engagement für dieses ökonomische Segment und Weitblick für die vielfältigen Zusammenhänge der Kulturwirtschaft sind die Voraussetzung, um Brücken zwischen ökonomischen und kulturellen Sphären aufbauen zu können. Die Schaffung neuer Perspektiven für Beschäftigung und regionale Produktivität kann gerade auch in Schrumpfungsphasen von Städten und Regionen neue Wege aufzeigen.

Urbanität in „entwerteten Räumen“ schaffen

Kulturwirtschaftliche Unternehmen und Dienstleister agieren als „Lifestyle-Produzenten“ in einer Region und sorgen für die enge Verzahnung von urbanen Qualitäten, kulturellen Milieus und kulturwirtschaftlichen Szenen (Krätke 2002 A: 237). Der Begriff der Urbanität als Synonym für städtische Lebensweisen und Stadtkultur besitzt eine große Rolle für die kulturelle Entwicklung von Städten und Regionen. Die Erlebnisqualitäten von Orten bestimmen vielfach auch Standortentscheidungen von Unternehmen.

Liefern altindustrialisierte Regionen das „erforderliche“ urbane Milieu? Wie können urbane Qualitäten weiterentwickelt werden? SIEBEL (2002) sieht beispielsweise als entscheidenden Mangel des Ruhrgebietes die fehlenden urbanen Lebensqualitäten in der Region. Für SIEBEL (2002) sind die „*stigmatisierten Hinterlassenschaften der Industriegesellschaft*“ gleichsam auch die Stärken einer altindustrialisierten Region wie dem Ruhrgebiet. Umweltprobleme und Schrumpfungsprozesse als stigmatisierende Kennzeichen müssen als Chance aufgegriffen werden, um auch kulturelle und urbane Mängel zu beheben.

Die kulturellen Dimensionen einer "Zwischenstadt", die SIEVERTS (2002) besonders im Ruhrgebiet festmacht, hat die Internationale Bauausstellung (IBA) Emscher Park in den 1990er Jahren kenntlich machen können. Potenziale, die in eingerissenen Mauern, ergrünenden Stahlwerken und zu lebhaften Wohnquartieren umfunktionierten Zechengeländen liegen können. Die kulturelle Besetzung des ehemals zum Abriß bestimmten Hochofenwerks Duisburg-Meiderich oder der symbolhafte Wandel des Gasometers in Oberhausen zum Zeichen kultureller Erneuerung in der Region können Pilotfunktionen auslösen. Architekturqualität und gestaltete Landschaft sind jedoch stärker gefordert, wenn urban-kulturelle Zukunftsstandorte im Ruhrgebiet entstehen sollen.

Migrationspotenziale und Kulturwirtschaft stärker verbinden

Globalisierungsprozesse beeinflussen auch soziale und kulturelle Dimensionen der Stadt- und Regionalentwicklung. Globale Migrationsprozesse richten sich vor allem auf die Stadtregionen der westlichen Industrieländer. Allerdings sind es neben den Zuwanderern aus „benachteiligten Gruppen“ auch die internationalen Fachleute und Experten, die zur Vervielfältigung kultureller Szenen sorgen. In den altindustrialisierten Regionen Europas kann vielfach jedoch nicht von ausreichender internationaler Profilierung gesprochen werden. Das Ruhrgebiet beispielsweise ist keine internationale Stadtregion. Unternehmenszentralen großer internationaler Konzerne finden sich nicht an Ruhr und Emscher. Hier finden sich in häufiger Ausprägung „benachteiligte Stadtquartiere“, in denen negative Indikatoren wie hohe Arbeitslosenraten, Kriminalität und schlechte Umweltbedingungen zusammentreffen. ZUKIN (1995) fordert, im Zeichen der Globalisierung die heterogenen Kulturen der Stadt zu thematisieren und somit den Blick auf die Unterschiedlichkeit und Vielfalt sozialer Akteure und Handlungsweisen zu richten, welche Urbanität "liefern". Hier können weitreichende Potenziale altindustrialisierter Regionen liegen, da sie den Lebensraum vieler Kulturen und Nationalitäten bilden.

Kulturwirtschaftliche Projekte können, wenn sie integrative Ansätze und Ziele verfolgen, wichtige Funktionen zur Verbesserung der Arbeits- und Lebenssituation in diesen Quartieren erfüllen. Das Beispiel des HOPE-Projektes in Merseyside zeigt eindrucksvoll, dass mittels kulturwirtschaftlicher Projekte beschäftigungs- und sozialpolitische Ziele im Sinne einer nachhaltigen Entwicklungsstrategie erfüllt werden können.

Die Diversität der unterschiedlichen Kulturen in altindustrialisierten Regionen kann einen Baustein einer erfolgreichen kulturwirtschaftlichen Strategie bilden. Neben der sogenannten Pluralisierung von Lebensstilen in unserer Gesellschaft können neue kulturelle Einflüsse von in der Region lebenden Migranten zur Belebung kultureller Milieus dienen.

7.2 Wissenspool der Kulturwirtschaft in altindustrialisierten Regionen

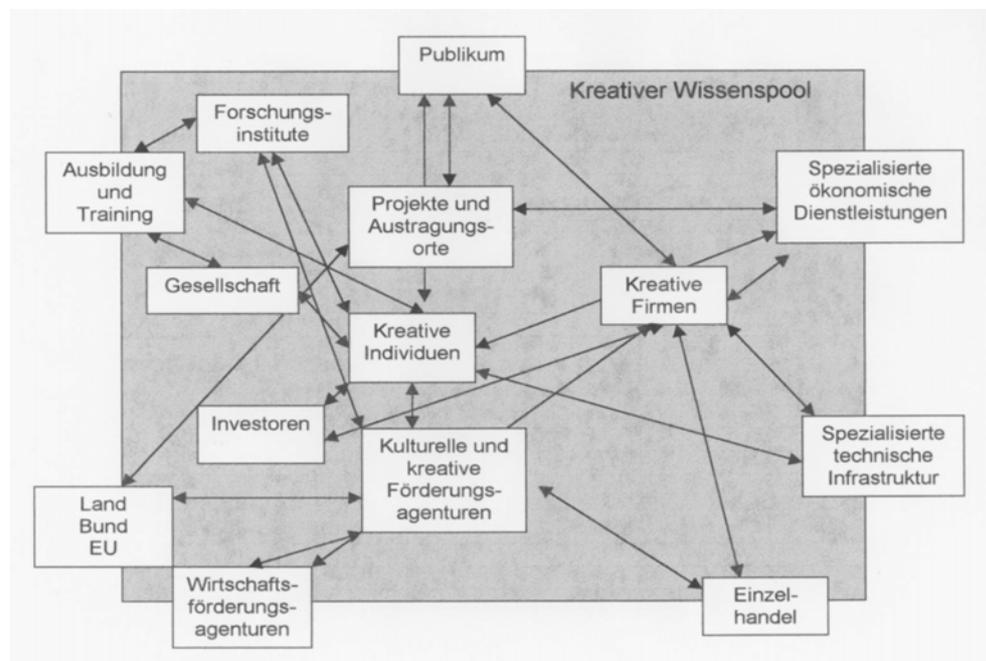
Die Gestaltungsebenen und -felder einer Kulturwirtschaftspolitik, die im Vergleich zu anderen Politikfeldern immer noch sehr jung ist, sind durch ein breites Spektrum an Handlungsmöglichkeiten geprägt. Innerhalb dieser Felder besitzen in Europa auf der politisch-administrativen Ebene die Europäische Union, die Nationalstaaten, die Bundesländer (in Deutschland) und die Städte und Regionen komparative Vorteile bei der Verteilung von Handlungsschwerpunkten. Die Gestaltungsfelder umfassen vier Bereiche:

- **Rechtliche Bedingungen:**
Rahmenbedingungen durch z.B. Steuerrecht auf Bundesebene oder Urheberrecht im Internet auf EU-Ebene;
- **Strategien und Konzepte:**
Handlungsansätze, Schwerpunkte und Akteurskonstellationen für erfolg-versprechende Entwicklungskorridore;

- **Programme und Initiativen:**
Förderprogramme und Ansätze z.B. zur Förderung kulturwirtschaftlicher Gründerzentren, häufig im Zusammenhang mit Fördermitteln versehen;
- **Projekte und Maßnahmen:**
Ein stark umsetzungsorientiertes Gestaltungsfeld mit konkreten Projekten und Einzelmaßnahmen, z.B. eine Kulturwirtschaftsmesse.

Die regionale Kultur schafft das "Saatbeet" für kulturwirtschaftliche Güter und Dienstleistungen. Öffentliche Subventionen schaffen keine kulturellen Innovationen, die eine regionale Basis finden. Auch wenn zukünftig die Freiwilligkeit der Kommunen in Deutschland, Kultur zu fördern, ein Ende haben muss. Es ist daher der falsche Weg, Kultur in die Regionen von oben herab "hineinzutragen". Kultur und Kulturwirtschaft bedürfen zugleich einer maßvollen Kulturpolitik, einer intelligenten Stadtentwicklungspolitik und einer bedächtigen Wirtschaftspolitik, die auch nicht-marktgängigen kulturellen Ideen genug Freiraum lässt. Es bedarf Menschen, die aus ihrer kulturellen Tätigkeit genug Einkommen erzielen. Dies verlangt gleichzeitig, dass die Nachfrager aus der Region und auch Gäste kulturelle Produkte vor Ort erwerben können. Die Kultur in einer Region bedarf einer attraktiven und zukunftsfähigen Kulturwirtschaft vor Ort. Die Abbildung 47 zeigt den Wissenspool der Kulturwirtschaft in einer Region: die vielfältigen Beziehungsstrukturen verdeutlichen die komplexen und intensiven Verbindungen zwischen den kreativen Akteuren einer Region.

Abbildung 47: Wissenspool der Kulturwirtschaft



Quelle: eigene Darstellung

Die Anknüpfungspunkte für die Förderung der Kulturwirtschaft in altindustrialisierten Regionen können von einer Reihe von Akteuren geleistet werden:

Die **Europäische Union**, in deren Mittelpunkt die Formulierung und Operationalisierung rechtlicher, programmbezogener konzeptioneller und förder technischer Instrumente steht, könnte etwa hier anknüpfen:

- die intensivere Förderung der Kulturwirtschaft in Ziel 2-Gebieten im Rahmen der EU-Regionalpolitik;
- die intensivere Förderung der Kulturwirtschaft in der Gemeinschaftsinitiative URBAN II, die sich der Revitalisierung krisenbetroffener Städte widmet;
- die Stärkung des Vorschlags der Europäischen Kommission zu "Kultur und Beschäftigung".

Die **Nationalstaaten** legen die rechtlichen Rahmenbedingungen für die Kulturwirtschaft, insbesondere in Großbritannien (siehe Kapitel 6 der Untersuchung) ist der Einfluss der nationalen Ebene sehr hoch. Eine rahmensetzende Funktion könnte der Nationalstaat für die Kulturwirtschaft in altindustrialisierten Regionen leisten durch:

- die Schaffung eines Sonderprogramms "Kulturwirtschaftliche altindustrialisierte Region 2004" und
- den Ausbau kultureller Förderprogramme für altindustrialisierte Regionen.

In Deutschland bieten die **Bundesländer** die wichtigste Ebene zur Gestaltung einer Kulturwirtschaftspolitik, da hier die Formulierungen von Strategien, Konzepten, Programmen und Initiativen erfolgen (Ausnahmen sind im zentralstaatlichen Großbritannien im Kapitel 6 erkennbar). Altindustrialisierte Städte und Regionen in Europa erhalten über die regionalen Entwicklungsprogramme, in Verbindung mit den Strukturfonds der EU-Regionalpolitik, kofinanzierte Finanzmittel. Die Auflistung unterscheidet Strategien und Konzepte von Programmen und Initiativen und schließlich konkrete Projekte und Maßnahmen für altindustrialisierte Regionen:

Strategien und Konzepte

- die Verbesserung der Informationsgrundlagen zur Kulturwirtschaft in altindustrialisierten Regionen sowie eine Informations- und Kommunikationspolitik;
- die Stärkung der Vernetzung mit anderen Branchen in der Region und
- die Verbesserung der Standortvoraussetzungen und der Infrastruktur für die Kulturwirtschaft in altindustrialisierten Regionen.

Programme und Initiativen

- Die Anschubfinanzierungen von Einzelprojekten in altindustrialisierten Regionen (z.B. Kulturwirtschaftstage in altindustrialisierten Regionen);
- die langfristige kulturwirtschaftliche Existenzgründungsprogramme für altindustrialisierte Regionen, angelehnt an den zielgruppenspezifischen Gründungswettbewerb "StartART" in Nordrhein-Westfalen;
- die langfristige Verbesserung der Infrastrukturen und der Produktionsbedingungen der Kulturwirtschaft in altindustrialisierten Regionen, angelehnt an den Wettbewerb "Kulturelle Gründerzentren" in Nordrhein-Westfalen und

- die langfristige Verbesserung stadtkultureller und architektonischer Qualitäten in altindustrialisierten Regionen, angelehnt an die Initiative "StadtBauKultur" in Nordrhein-Westfalen.

Projekte und Maßnahmen

- Die Erarbeitung von Kulturwirtschaftsberichten für altindustrialisierte Regionen und die Durchführung von Informationsveranstaltungen zu kulturwirtschaftlichen Fragestellungen;
- die Einrichtung einer ministeriellen Facharbeitsgruppe "Kulturwirtschaft in altindustrialisierten Regionen";
- die Förderung von "Leuchtturmprojekten" mit nationaler und europaweiter Ausstrahlung (z.B. Zeche Zollverein in Essen) und
- die Anschubfinanzierung regionaler Projekte (etwa kulturwirtschaftliche Gründerzentren in altindustrialisierten Regionen).

Die **Städte und Regionen** in Europa bündeln die Anknüpfungspunkte zur Entwicklung der Kulturwirtschaft in altindustrialisierten Regionen für konkrete Projekte und Maßnahmen. Je nach der Zuordnung zu einem Gestaltungsfeld spielen die folgenden Anknüpfungspunkte eine Rolle:

Rechtliche Bedingungen

- Rechtliche Rahmenbedingungen wie Öffnungszeiten oder Nachtkonzessionen;
- Planungs- und Baurecht für die Konzeptionierung von Kulturvierteln nutzen.

Strategien und Konzepte

- Regionale Stärken und Entwicklungsanalyse;
- Erarbeitung regionaler Entwicklungs- und Handlungskonzepte zur Förderung der Kulturwirtschaft in altindustrialisierten Regionen;
- Erarbeitung regionaler Kulturentwicklungskonzepte, die enge Verbindungen zur Kulturwirtschaft leisten können.

Programme und Initiativen

- Konzeptionierung von Kulturvierteln;
- Qualifizierungsoffensive "Ausbildung und Tätigkeit in der Kulturwirtschaft".

Projekte und Maßnahmen

- Förderung von Infrastrukturmaßnahmen, z.B. Atelierhäuser;
- Schaffung von kulturwirtschaftlichen Gründerzentren.

7.3 Strategien zur Förderung kulturwirtschaftlicher Cluster

Ein Baustein einer an regionalen Kompetenzen orientierten Strategie kann der Aufbau regionaler kulturwirtschaftlicher Kompetenzfelder sein (so die Förderung der Designwirtschaft auf der Zeche Zollverein im Ruhrgebiet). Auch für altindustrialisierte Regionen sind Wachstumspotenziale der Kulturwirtschaft, wie die Beispiele im empirischen Teil der Arbeit aufgezeigt haben, erkennbar. Die Förderung regionaler Cluster allein reicht aber nicht aus, da makroökonomische Politikfelder (Konjunkturpolitik, Beschäftigungspolitik) mitentscheidend sind für regionale Entscheidungslogiken. Die

Förderung der nationalen Kultur- und Bildungspolitik muss hierbei ebenso im Mittelpunkt stehen wie die gesamtäumliche Ausrichtung der Politikfelder auf eine Nachhaltige Entwicklung, in der kulturellen Zielen eine hohe Bedeutung zugesichert wird.

Die Clusterpolitik als Bestandteil der Wirtschaftspolitik muss auf die Stärkung unterentwickelter regionaler Netzwerke zielen, um den Austausch von Wissen, die Bündelung von Ressourcen und die Teilung von Informationen zu verbessern (siehe auch Kapitel 2.4). Für altindustrialisierte Regionen kann die Suche nach kulturwirtschaftlichen Nischen, die an die Potenziale der regionalen Wirtschaftsstruktur anknüpfen, ein erfolgversprechender neuer Pfad einer innovativen Ausrichtung der Region sein. Diese Nischen können vielfältig sein und an die endogenen Potenziale der Region anknüpfen. Das Ziel liegt in der Ergänzung fehlender Elemente einer kulturwirtschaftlichen Wertschöpfungskette oder eines kulturwirtschaftlichen Produktionskomplexes in der Region. Hier können kulturwirtschaftliche Modellprojekte wertvolle Hilfestellungen und Anregungen liefern. Dies setzt aber voraus, dass die mentalen Blockaden der regionalen Akteure gegenüber neuen, innovativen Strategien abgebaut werden.

In der Abbildung 48 ist der Rahmen dargestellt, der für die generelle Förderung kulturwirtschaftlicher Cluster maßgeblich ist. Cluster sind zum einen an spezifische räumliche und ökonomische Bedingungen in einer Region geknüpft. Neben der kulturwirtschaftlichen Nachfrage in der Region sind das kulturelle Leben, die Erreichbarkeit der Region und die Lebensqualität entscheidend. Eine Förderungsstrategie muss zum anderen die clusterspezifischen Bedingungen beachten: wie groß und welchen Entwicklungsstand das Cluster besitzt, ob "Clustermotoren" vorhanden sind, wie das Maß der strategischen Interaktion zwischen den Akteuren und wie hoch die Neugründungsrate an Firmen und Unternehmen ist. Eine wichtige Mittlerfunktion zwischen den beiden Sphären nimmt der Bereich ein, den BERG et al (2001) als "Organising Capacity" charakterisieren: ob Visionen und Strategieansätze bezogen auf das Cluster existieren, wie die Qualität öffentlich-privater Netzwerke einzuschätzen ist und wie hoch der Grad der politischen und gesellschaftlichen Unterstützung ist.

Abbildung 48: Rahmen einer Förderung kulturwirtschaftlicher Cluster in einer altindustrialisierten Region



Quelle: eigene Darstellung, verändert in Anlehnung an Berg 2001: 189

In den folgenden Abschnitten werden die drei zentralen Förderelemente eines Clusters auf die spezifische Situation der Kulturwirtschaft in altindustrialisierten Regionen bezogen.

Spezifische räumlich-ökonomische Bedingungen

Die Kulturwirtschaft verfügt nicht in allen Regionen über dieselben Voraussetzungen zur Herausbildung eines Clusters, da ein Cluster an weitere räumlich-ökonomische Bedingungen geknüpft ist. Für das "Funktionieren" eines kulturwirtschaftlichen Clusters sind die Nachfragebedingungen mitentscheidend. Eine hohe lokale oder regionale Nachfrage nach Produkten des kulturwirtschaftlichen Clusters besitzt einen großen Einfluss auf die

Entwicklung des Clusters. So können große Unternehmen in einer Region einen Teil der Nachfrage decken. Gleichzeitig kann durch große kulturwirtschaftliche Unternehmen die Clusterentwicklung stimuliert werden. Der Beitrag der lokalen Nachfrage auf die Entwicklung eines Clusters hängt auch vom Charakter des Clusters ab.

Zweitens spielt das "kulturelle Kapital" (siehe Kapitel 4.1.2) einer Region eine entscheidende Rolle für die Entwicklung eines kulturwirtschaftlichen Clusters. Als weicher Standortfaktor besitzt die Kultur generell eine hohe Bedeutsamkeit für Standortentscheidungen von Firmen und Unternehmen. Im Falle der Kulturwirtschaft spielt das kulturelle Umfeld eine zentrale Rolle, da kulturwirtschaftliche Akteure auf ein kreatives Milieu in hohem Maße angewiesen sind. FLORIDA (2002) hat sich in einer neuen Untersuchung über den "Aufstieg der kreativen Klasse" der Frage zugewandt, inwiefern hervorragende Innovations- und Wachstumsraten bestimmter nord-amerikanischer Regionen auch mit Hilfe von Lebensstilfaktoren und Faktoren städtischer Lebensbedingungen erklärt werden können. FLORIDA (2002) zeigt, dass eine Kombination verschiedener Humankapitalarten am günstigsten für die regionale Entwicklung ist: Künstler wie Musiker, Entertainer, Literaten oder Medienproduzenten bringen eine kulturelle Szene für Städte und Regionen hervor. FLORIDA (2002) differenziert zwischen technologischer Kreativität, die sich in neuen Produkten, neuen Ideen und Technologien umsetzt, ökonomischer Kreativität, die sich im Unternehmertum ausdrückt und der künstlerischen Kreativität, die neue Kunstformen, neue Bilder oder neues Design liefert. Einer der Ausgangspunkte von FLORIDA (2002) war die Frage, nach welchen Kriterien die Angehörigen der "kreativen Klasse" sich ihre Wohn- und Arbeitsstandorte aussuchen. Die "kreative Klasse" ist nach FLORIDA (2002) dadurch gekennzeichnet, dass sie vor allem für die Schaffung neuer Ideen, Produkte und Verfahren bezahlt werden und über wesentlich mehr Autonomie und Flexibilität in ihrer Arbeitszeit verfügen. Die Zielgruppen-Experteninterviews in seiner Untersuchung zeigen, dass Städte und Regionen bevorzugt werden, die folgende Charakteristika aufweisen:

- Diversität, d.h. die Prägung des öffentlichen Lebens durch Bewohner und Passanten unterschiedlichen Alters, Nationalität, sexueller Orientierung und ethnischer Zugehörigkeit. Ein hoher Grad an gegenseitiger Toleranz ist Voraussetzung für eine solch heterogene Öffentlichkeit,
- Angebote durch diverse lokale Kunstszene und ein pulsierendes Nachtleben und
- Angebote und Gelegenheiten für erholungs- und spaßorientierte Freizeitsportarten.

Diese Kennzeichen stehen in engem Zusammenhang mit der dritten Bedingung: die Stadtqualität und die Lebensqualität spielen eine wichtige Rolle als Element der räumlich-ökonomischen Ausgangsbedingungen. Eine Stadtentwicklungspolitik, die der Förderung von Kunst und Kultur genügend Spielraum widmet, kann zur Verbesserung der Lebensqualität in Regionen konkret beitragen. Die Attraktivität einer Region wird auch durch ihr Wohnumfeld, ihre kulturellen Faktoren und die Erlebnisrate bestimmt. Die spezifischen Lebensqualitäten differieren je nach Ausprägung eines Clusters. Sind es in vorwiegend technologisch ausgerichteten Clustern vorrangig die Wohnqualität und die Nähe zur Natur (vgl. Berg 2001 et al), so gelten für kulturwirtschaftliche Akteure weitaus andere Kriterien: Die architektonische Qualität von Räumen, die regionale Kultur und das metropolitane Flair können den Nährboden bereiten, in dem kulturwirtschaftliche Akteure agieren.

Kreative Akteure werden nur dann in altindustrialisierte Regionen zurückkehren, wenn ihnen hier auch Freiräume geboten werden und ein kreatives Umfeld die Inspirationsfläche bieten kann. Ein kulturwirtschaftliches Cluster wird nur dann eine Bedeutung in den altindustrialisierten Räumen besitzen, wenn die lokale und regionale Politik auch der Förderung dieser weichen Standortfaktoren mehr Bedeutung zukommen lässt. Hier zeigen sich aber auch die Grenzen auf, denen altindustrialisierte Regionen ausgesetzt sind: metropolitanes Flair und Atmosphäre werden ebenso schwierig "produzierbar" sein wie die kurzfristige Schaffung eines kreativeren kulturellen Klimas in einer Region. Im Ruhrgebiet hat die Internationale Bauausstellung (IBA) Emscher Park exemplarisch aufzeigen können, wie konkret Projektideen gestaltet sein müssen, um Fragen von Kultur, Nachhaltigkeit und Lebensqualität in einer Region zu beantworten.

Viertens spielen auch die Erreichbarkeit und der interne und externe Zugang der Region eine Rolle für die Entwicklung eines Clusters. Die relative Erreichbarkeit (Zug, Straße, Flugzeug) ist wichtig, da gute internationale Verbindungen die Nachfragekraft stärken können. Es wird einfacher für die Akteure eines Clusters, ihre Produkte in einem vergrößerten Raum verkaufen zu können und gleichzeitig die Kooperation mit Partnern in anderen Städten und Regionen aufzunehmen. Bei dem Blick auf die Ausgangssituation für kulturwirtschaftliche Cluster in altindustrialisierten Regionen sind daher auch die Zugangsvoraussetzungen in der Region mit zu beachten. Negative Einflüsse auf die Clusterentwicklung können sich ergeben, wenn stärkere kulturwirtschaftliche Standorte in gut erreichbarer räumlicher Nähe liegen. Die Beispiele Ruhrgebiet und Merseyside veranschaulichen, dass die Nähe zu Manchester und zur Rheinschiene (Düsseldorf und Köln) in diesen Fällen auch mit Schwierigkeiten für eine erfolgreiche Clusterentwicklung verbunden sein kann. Erfolgreichere konkurrierende Standorte in unmittelbarer Nähe können dazu führen, dass sich die altindustrialisierten Standorte auf ausgewählte Nischenprodukte spezialisieren müssen. Das Ziel kann für altindustrialisierte Regionen in diesen Fällen nur darin liegen, auf spezifische lokale und regionale endogene Potenziale zu setzen und zu vermeiden, dass die Strategie des Konkurrenten kopiert wird.

Neben der physischen Entfernung ist vor allem die psychologische Distanz der Akteure mindestens ebenso bedeutsam für die Verzögerung einer Clusterentwicklung. Räumliche Nähe kann mit persönlichen "face to face"-Situationen verbunden sein, wenn die Akteure etwa am selben Standort "aufgewachsen" sind.

Dies führt schließlich zu einem der entscheidenden Faktoren: der Frage der Mentalität und des Bewusstseins regionaler Akteure für Kultur und Kulturwirtschaft. Es bedarf der generellen Offenheit in der Region gegenüber Kultur und Kulturwirtschaft. Darüber hinaus zielt der Mentalitätsbezug auch auf die Einstellung der Akteure innerhalb der Region ab, etwa Fragen persönlicher Risikobereitschaft oder der Einstellung zum Unternehmertum.

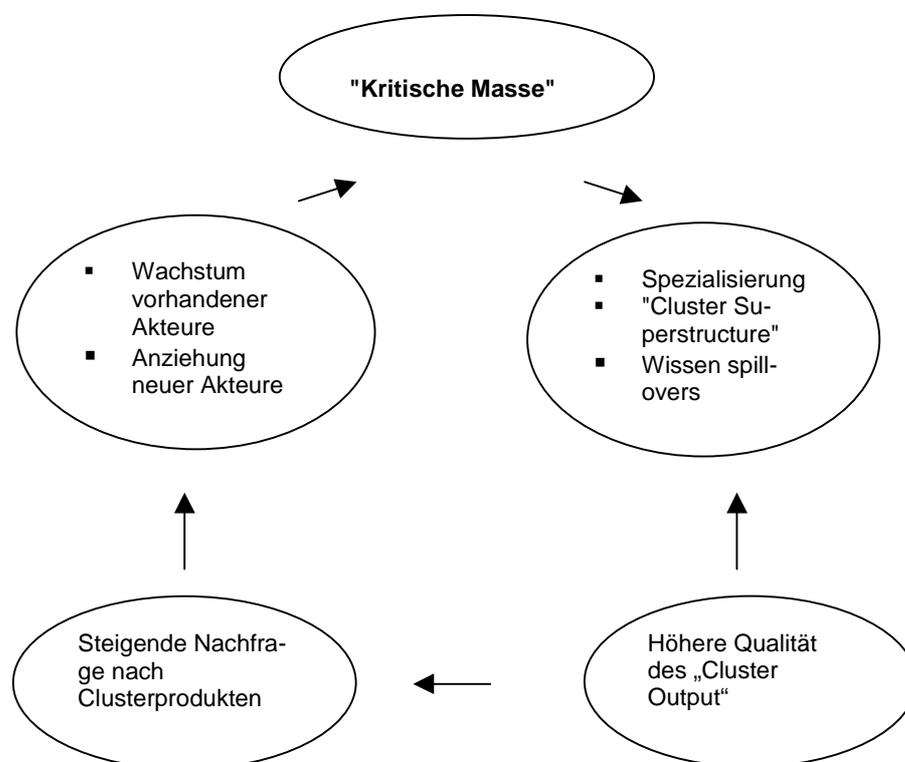
Clusterspezifische Bedingungen

Neben den spezifischen räumlich-ökonomischen Bedingungen existieren clusterspezifische Bedingungen, die einen großen Einfluss auf die Entwicklung eines Clusters besitzen. Ein erster wichtiger Punkt sind die Größe und der Entwicklungsstand des Clusters. Hier spielt insbesondere die "kritische Masse" an Akteuren eine bedeutsame Rolle (siehe Abbildung 49). Eine "kritische Masse" an Unternehmen und Selbständigen kann durch Spe-

zialisierung, Wissen-Spillover und eine sog. "Cluster Superstructure" (etwa Institutionen wie privatwirtschaftlich organisierte Ausbildungs- und Förderinstitutionen) zu einer höheren Qualität des "Clusteroutputs" gelingen. Dieser führt kreisförmig in der Folge zu einer höheren Nachfrage nach Clusterprodukten und einer Zunahme an Akteuren, die im Cluster agieren.

Die Untersuchungen im Rahmen dieser Arbeit zeigen für die altindustrialisierten Regionen Ruhrgebiet und Merseyside keine kulturwirtschaftlichen Cluster auf. Die erforderliche "kritische Masse" an Akteuren ist sowohl im Ruhrgebiet als auch in Merseyside nicht deutlich erkennbar. Ein bereits vorhandenes und funktionierendes Cluster hätte starke Marktkräfte kenntlich gemacht, die spezifische Clusteraktivitäten gestützt hätten.

Abbildung 49: Die Bedeutung einer "kritischen Masse" für die Clusterentwicklung



Eigene Darstellung, in Anlehnung an Berg et al: 197

An dieser Stelle wird auch die Rolle von Tradition und Geschichte für die Entwicklung eines Clusters sichtbar. Viele Städte und Regionen schöpfen die Kraft ihrer jeweiligen Cluster aus ihrer Tradition: Münchens Stellung als wichtige Medienmetropole ist ebenso seit Jahrhunderten belegbar wie die Stellung Lyons als Gesundheitszentrum für den gesamten Süden Frankreichs seit vielen Jahrzehnten. Cluster mit jahrzehntelanger Tradition weisen Erfahrungen und sozio-kulturelle Infrastrukturen auf, die sie gegenüber anderen Standorten bevorzugen. Tradition und Geschichte bilden das "Substratum", aus dem erfolgreiche Clusterstrategien ihre Kraft beziehen. Für altindustrialisierte Regionen zeigt der empirische Teil der Untersuchung, dass Traditionen im kulturwirtschaftlichen Bereich nur eher gering ausgeprägt sind. Die Ausgangsbedingungen für die Etablierung erfolgreicher kulturwirtschaftlicher Cluster sind nicht optimal einzuschätzen. Eine altindustrialisierte Region wird mit enormen Schwierigkeiten zu kämpfen

haben, wenn weder kulturwirtschaftliche Nachfrager noch Produzenten an diesem Standort zu finden sind und zudem keine kulturwirtschaftliche Traditionen vorliegen.

Zweitens spielen ein oder zwei "Clustermotoren" eine wichtige Rolle bei der Herausbildung eines Clusters. Neben großen Firmen und Unternehmen kann diese Rolle auch von anderen Akteuren eingenommen werden. So treten im Telekommunikationscluster in Helsinki das Unternehmen Nokia oder in Lyon verschiedene Pharmafirmen als starke Clusterkräfte auf (vgl. Berg et al 2001). Dichte Verbindungen zwischen den Akteuren und den Universitäten sind ablesbar. Bei der Betrachtung der Stärke einiger Akteure in ausgewählten Clustern, kann die hohe Abhängigkeit und Dominanz eines Akteurs auch belastend sein (Berg et al führen das Beispiel Nokia in Helsinki an). Sowohl im Ruhrgebiet als auch in Merseyside sind kulturwirtschaftliche "Motoren" nicht wahrnehmbar. Im Fall der Designwirtschaft im Ruhrgebiet bestehen jedoch Hoffnungen, dass sich auf dem Areal der Zeche Zollverein ein "Leuchtturm" entwickelt, der in Zukunft eine "Motorenfunktion" ausüben könnte.

Drittens ist der Grad der strategischen Interaktion wichtig für das Auftreten eines Clusters. Langfristige Verbindungen und Beziehungen sind entscheidend für strategische Interaktionen in einer Region. Zwischen Unternehmen allein, jedoch auch zwischen Unternehmen und Institutionen, beispielsweise Ausbildungsinstitutionen, können diese Netzwerke bestehen. So stellen Universitäten Trainees und sorgen für das zukünftige Arbeitskräftepotenzial in einer Region. Die Ausbildungssituation in altindustrialisierten Regionen ist in zu geringem Maße auf kulturwirtschaftliche Arbeitsfelder ausgerichtet. Klar wird hier die bereits an anderer Stelle erwähnte unzureichende kulturelle Tradition und kulturwirtschaftliche Geschichte einer Region, die sich auch in der Ausbildungsrichtung zeigt. Traditionsreiche Institutionen wie die Folkwang-Hochschule in Essen oder Hoffnungsträger wie LIPA in Liverpool und die zukünftige Design School Zollverein in Essen sind zwar offensichtlich, jedoch zeigte die empirische Untersuchung, dass diese lediglich Einzelfälle darstellen.

Schließlich wird viertens die Clusterdynamik durch die Neugründungsrate angezeigt. Junge Firmen sind vielmals dynamischer und innovativer, zudem stellen sie für größere Firmen einen innovativen Partner dar. Vielfach dienen bestehende Unternehmen, Universitäten oder andere Ausbildungseinrichtungen als Ausgangsort zum Eintritt in die Selbständigkeit. Kreative junge Talente der Kulturwirtschaft gründen in vielen Fällen eigene Unternehmen, sehr häufig in Kooperation mit lokalen Universitäten und Ausbildungsstätten. Für altindustrialisierte Regionen ist vielfach das Problem feststellbar, dass die Neugründungen kulturwirtschaftlicher Akteure, die in der Region ausgebildet wurden, vielfach allerdings außerhalb derselben liegen. Ein Ziel einer auf die Förderung von kulturwirtschaftlichen Clustern ausgerichteten Politik muss verfolgen, die Gründungsrate deutlich zu erhöhen. Hier müssen langfristige regionale und / oder landesweite Initiativen zur Gründungsförderung im Vordergrund stehen.

"Organising Capacity"

Eine bedeutende Rolle für die Clusterentwicklung spielt der Grad der "Organising Capacity". BERG et al (1997) definieren diese als *"ability of the urban region to enlist all actors involved in the growth cluster and, with their help, to generate new ideas and develop and implement policy designed to*

respond to developments and create conditions for sustainable development of the cluster". "Organising Capacity" kann sich auf clusterspezifische Politiken beziehen, die Attraktivierung clusterstützender Elemente oder die Förderung spezieller Infrastrukturen für ein Cluster. Drei wichtige Elemente für die Entwicklung eines regionalen Clusters können hier unterschieden werden: Visionen und Strategieansätze, die Qualität öffentlich-privater Netzwerke und der Grad der politischen Unterstützung.

Eine definierte und von allen Akteuren getragene Vision und eine Entwicklungsstrategie sind ebenso notwendig wie die politische und gesellschaftliche Unterstützung der Clusterpolitik. Positive Kooperationen können durch die Politik auf- und ausgebaut werden, ebenso wie gesellschaftliche Akzeptanz notwendig ist. Ein wichtiger Faktor für den Erfolg ist die frühe Integration des privaten Sektors in die Entwicklung des Standortes und die Attraktivierung von Unternehmen. Das Wissen und die Erfahrungen des privaten Sektors können den Erfolg der Strategien positiv beeinflussen. Darüber hinaus kann die politische Ebene durch Initiativen stärker versuchen, die Kommunikation zwischen Akteuren und Unternehmen zu erhöhen.

Für die Kulturwirtschaft ist bedeutsam, dass Entwicklungsstrategien in alt-industrialisierten Regionen auch diesem Handlungsfeld mehr Raum geben müssen. Die Kulturwirtschaft muss in regionale Entwicklungsprogramme aufgenommen werden. Als Kommunikationsort kann ein Forum wie etwa der Designtag Nordrhein-Westfalen dienen, welcher am 5.12.2002 in der Zeche Zollverein ausgerichtet wurde, um eine Anstoßfunktion für zukünftige öffentlich-private Netzwerke zu leisten. Die Schaffung dieser Knotenpunkte ist auch für die Kulturwirtschaft von hoher Bedeutung, da Akteure aus den ökonomischen und den kulturellen Bereichen existierende Hemmschwellen abbauen und neue Kontakte knüpfen können.

Ein weiteres wichtiges Element ist der Einbezug der Clusterakteure in die Clusterpolitik. Die Experteninterviews in Merseyside und im Ruhrgebiet belegten, dass vielfach der Kontakt zwischen den kulturwirtschaftlichen Akteuren und den fördernden Institutionen ausgebaut werden muss. Insbesondere die "sensible" Gruppe an Kreativen und Künstlern scheut häufig bereits die Kontaktaufnahme mit bürokratischen Strukturen. Ein Schwerpunkt zur Verbesserung der Interaktionen zwischen den Akteuren und zur Integration von Künstlern in eine Clusterförderstrategie muss sich intensiv dem Abbau der "Schwellenängste" widmen.

Schließlich ist auch die politische und gesellschaftliche Unterstützung von großer Tragweite für die Entwicklung eines Clusters. Die fehlende Unterstützung kann für den mangelnden Auf- und Ausbau eines Clusters mitentscheidend sein. Im Fall der untersuchten Kulturwirtschaft zeigen sich sowohl im Ruhrgebiet als auch in Merseyside ähnliche Tendenzen: obwohl der Kulturwirtschaft seitens der politischen als auch gesellschaftlichen Meinung keine Ablehnung entgegenschlägt ("*The Creative Industries look sexy*", Experteninterview mit Peter Booth), kann von einer breiten strategischen Unterstützung keine Rede sein. Das Handlungsfeld der Kulturwirtschaft weckt sicherlich viele Sympathien bei vielen Entscheidungsträgern in altindustrialisierten Regionen. Diese Sympathie stößt jedoch oft an ihre Grenzen, wenn es um die langfristige Implementierung von Förderstrategien geht.

Tabelle 8 Förderstrategien für kulturwirtschaftliche Cluster in altindustrialisierten Regionen

Strategie	Handlungsliste	Zentrale Handlungsebene	
Aufbau und Organisation eines Clusters	Stärkenbildung, Attraktivität steigern	Wirtschaftsförderung	
	Auf- und Ausbau von Marktnischen (z.B. Design für Stahlbauprodukte)		
	Zusammenarbeit Privatwirtschaft, Hochschulen und Forschungseinrichtungen (z.B. Designfirmen und Designausbildungsstätten)		
	Kulturwirtschaftliche Gründerzentren		
	Stärkung von Knotenpunkten für Kommunikation und Interaktion (z.B. Clubkultur für Musikwirtschaft)		
Aufbau von Wertschöpfungsketten	Zentrale Beratungsstelle	Wirtschaftsförderung und Privatwirtschaft	
	Schließung der Lücken der Wertschöpfungskette		
Gründungskapital	Verbindung von Komponenten und Systemen und Verknüpfung zur regionalen Produktion	Wirtschaftsförderung	
	"Culture Industries Angels"		
Regionalmarketing	Imagekampagnen für die Kulturwirtschaft in der Region	Wirtschaftsförderung	
	Werbung durch die Privatwirtschaft		Privatwirtschaft
Stadtentwicklung	Szeneviertel / Kulturviertel fördern	Stadtentwicklungspolitik, Kulturpolitik	
	Kreative Freiräume erhalten (z.B. kulturwirtschaftliche Nutzung von Brachflächen)		Stadtentwicklungspolitik
Ausbildung	Förderung von Talenten und Trainingsmöglichkeiten	Wirtschaftsförderung Kunsthochschulen	
	Praktikamöglichkeiten ausbauen		Wirtschaftsförderung und Privatwirtschaft
	Alumni-Netzwerke fördern		

Quelle: eigene Darstellung

Zusammenfassend werden in Tabelle 8 die Strategiebündel und Handlungslisten für kulturwirtschaftliche Cluster in altindustrialisierten Regionen aufgeführt (siehe Tabelle 8) und die jeweiligen Handlungsebenen zugeordnet. Das zentrale Element des Aufbaus und der Organisation eines kulturwirtschaftlichen Clusters muss von den Wirtschaftsförderungseinrichtungen in altindustrialisierten Regionen betreut werden: Vordergründig sind der Auf- und Ausbau von Marktnischen (z.B. Design für Stahlbauprodukte), die Zusammenarbeit zwischen der Privatwirtschaft, den Hochschulen und Forschungseinrichtungen (z.B. Designfirmen und Designausbildungsstätten) und die Schaffung kulturwirtschaftlicher Gründerzentren und von Knotenpunkten für Kommunikation und Interaktion (z.B. Clubkultur für Musikwirtschaft). Die Kulturpolitik und die Stadtentwicklungspolitik können mittels von Initiativen hier ebenso starken Einfluss auf die Entwicklung von Kommunikationsorten nehmen.

Kulturwirtschaftliche Gründerzentren liefern wichtige Standortvoraussetzungen für Existenzgründer. Ein spezifisches und flexibles Gewerbeflächen- und Raumangebot zeichnet sie aus, ebenso eine umfassende und kontinuierliche Betreuung des Standortes und der Unternehmen. Hieraus können sich intensive Führungsvorteile und infrastrukturelle Vorteile ergeben. Gründerzentren sind jedoch nicht in jedem Fall für kulturwirtschaftliche Existenzgründer anziehend, bedingt durch die oft von Gründern kritisierten hohen Preise. Daher bedarf es auch adäquater Standortbedingungen und Beratungsnetze außerhalb von Gründerzentren.

Der Aufbau einer zentralen Anlaufstelle könnte vor diesem Hintergrund die Kooperation verschiedener Beratungsstellen umsetzen und der Verbesserung eines umfassenden Informationsbedarfs dienlich sein. Diese Anlaufstelle hätte den Vorteil einer zielgerichteten und leicht zu betreibenden Informationspolitik. Der Bekanntheitsgrad beratender Institutionen ist in vielen Fällen mangelhaft, es fehlt häufig an einer zielgerichteten Informationspolitik und Werbung der Institutionen für ihre Beratungsleistungen. Vor diesem Hintergrund allein könnte eine zentrale Anlaufstelle den Bekanntheitsgrad aller gebündelten Beratungsleistungen erhöhen.

Das zweite Element einer Clusterstrategie, der Aufbau von Wertschöpfungsketten, dient zunächst der Schließung fehlender Elemente. Die Verknüpfung von Vorlieferanten, Lieferanten, der Unternehmen und Selbständigen und der unternehmensbezogenen Dienstleistungen sowie der Distribution steht im Mittelpunkt (siehe auch Kapitel 2.4.1.2). Die Universitäten, Ausbildungs- und Forschungseinrichtungen einer Region müssen in die Wertschöpfungskette integriert werden. Die konkrete Zusammenarbeit mit Unternehmen und Selbständigen der Kulturwirtschaft und ein auf kulturwirtschaftliche Zwecke ausgerichtetes Aus- und Fortbildungsangebot müssen vorhanden sein. Das Ziel der Verbindung von Komponenten und Systemen und die Verknüpfung mit der regionalen Produktion kann die Wirtschaftsförderung in Zusammenarbeit mit privaten Unternehmen und Einrichtungen in der Region vorantreiben.

"Culture Industries Angels" spielen für den dritten Clusterbaustein "Gründungskapital" eine wichtige Funktion und können dem Aufgabenfeld der Wirtschaftsförderung zugeordnet werden. In Deutschland existiert seit 1988 ein Netz von "Business Angels" mit dem Ziel, eine Kultur privater Gründerunterstützung zu fördern. Neben eine finanziellen Beteiligung am Erfolg

eines jungen Unternehmens geht es hierbei auch um die Möglichkeit, eigene Erfahrungen weiterzugeben und aussichtsreiche Gründer zum Erfolg zu führen. Insbesondere für junge kulturwirtschaftliche Unternehmen und Gründer mit Wachstumspotenzial stellen "Business Angels" eine Alternative zu Banken und Beteiligungsgesellschaften dar, für die das Risiko der Kapitalbereitstellung einerseits zwar zu groß, oft aber paradoxerweise der Kapitalbedarf der jungen Gründer zu gering ausfällt.

Flankiert würde die Deckung des umfassenden Informationsbedarfs durch die Einrichtung von Beratungsstellen mit gebündeltem Angebot aller relevanten Themenbereiche und Wechselbeziehungen der Kulturwirtschaft (juristische Angelegenheiten, Standortwahl, Finanzen etc.). Für kulturwirtschaftliche Existenzgründer muss die Beratung und Information frühzeitig eine fundierte, zukunftsorientierte Standortberatung mit planerischen Informationen und Hilfestellungen für vergleichende Standortalternativen einschließen. Unabdingbar ist zudem auch eine längerfristige begleitende Standortberatung und -betreuung der Existenzgründer über den Gründungsprozess hinaus.

Das Regionalmarketing als vierter Baustein muss Imagekampagnen zur Förderung der Bedeutung des Wirtschaftsverbundes Kulturwirtschaft in alten Industrieregionen fördern. Regionale Wirtschaftsförderungseinrichtungen können über Kampagnen und Marketingaktivitäten gezielt kulturwirtschaftliche Produktionsleistungen der Region herausstellen (beispielsweise "Wir sind aus Merseyside. Wir produzieren Kreativität!"). Privatwirtschaftliche Organisationen und Verbände können weitere Werbestrategien hierauf ausrichten.

Die Stadtentwicklungs-, Städtebau- und die Kulturpolitik müssen sich gezielt der Förderung kultureller Viertel und von Freiräumen widmen, auf die Produzenten und Dienstleister der Kulturwirtschaft in hohem Maße angewiesen sind. Abschließend sind für den Ausbildungsbereich die Förderung von Talenten und Trainingsmöglichkeiten an Kunst-, Design- und Musikhochschulen, der Ausbau an Praktikamöglichkeiten und die Förderung von Alumni-Netzwerken entscheidend.

8

Zusammenfassung

Der Wirtschaftsverbund der Kulturwirtschaft hat sich seit den 1980er Jahren in vielen Regionen positiv entwickelt. Die Kulturwirtschaft, verstanden als Gruppe von miteinander verflochtenen Wirtschaftsbranchen, dessen zentrales Kriterium der Definition der erwerbswirtschaftliche Zweck ist, erzielt ihren Erfolg durch das enge Zusammenwirken von kreativen Leistungen in den jeweiligen Kultursparten, in den Kultureinrichtungen, der Medienlandschaft und einer ausgeprägten kulturellen Nachfrage. Die wirtschaftlichen und beschäftigungspolitischen Erfolge konzentrieren sich dabei nicht nur auf ökonomisch "erfolgreiche" Städte und Regionen wie London oder Hamburg. Auch strukturschwächere Räume wie altindustrialisierte Regionen verfügen über kulturwirtschaftliche Potenziale, die jedoch regional sehr unterschiedlich sind.

Künstler wie Musiker, Entertainer, Literaten oder Medienproduzenten sind in besonders hohem Maße auf eine aktive kulturelle Szene in Städten und Regionen angewiesen. Gleichzeitig sorgen die kreativen Akteure selbst auch für das kulturelle Flair und die Atmosphäre einer Stadt. Die künstlerische Kreativität, die sich in neuen Kunstformen, neuen Bildern oder neuem Design äußert, besitzt neben der technologischen und der ökonomischen Kreativität einen hohen Stellenwert. Der Unterschied der Kulturwirtschaft zu Branchen wie der Logistik oder dem IT-Bereich lässt sich auch an den unterschiedlichen Standortanforderungen der Unternehmer und Selbständigen ablesen. So spielen das kulturelle Leben in Städten und Regionen und auch das Vorhandensein kreativer Nischen (baulicher, kultureller oder auch sozialer Art) für kulturwirtschaftliche Akteure die entscheidende Rolle für die Standortwahl und müssen bei der Formulierung einer Kulturwirtschaftspolitik stark berücksichtigt werden.

In den altindustrialisierten Regionen liegen die Kräfte der Kulturwirtschaft oft brach, auch wenn diese als Handlungsfelder der Regionalpolitik einbezogen worden sind. Da die Produktions-, Dienstleistungs- und Distributionsbedingungen in den Teilmärkten der Kulturwirtschaft in steigendem Maße von der Gleichzeitigkeit regionaler und nationaler / internationaler Verflechtungen bestimmt sind, bedarf es einer Stärkung der Kulturwirtschaft im Rahmen regionaler Entwicklungsstrategien und –politiken.

Die Untersuchungen im Rahmen dieser Arbeit zeigen viele Hindernisse in den altindustrialisierten Regionen auf, die die Kulturwirtschaft nicht zur vollen Entfaltung kommen lassen. Interne Blockaden innerhalb der Regionen, vielfach bedingt durch die mangelnde Informationskenntnis der handelnden Akteure, aber auch externe Gründe wie das häufig negative Außenimage der Regionen werden hier exemplarisch genannt. Strategien zur Förderung der Kulturwirtschaft bedürfen daher sowohl einer Ausrichtung zur Behebung der internen als auch der externen Problemlagen. Vielfältige Bausteine zur Förderung der Kulturwirtschaft in altindustrialisierten Regionen umfassen:

- die Steigerung der Impulswirkung von außen: bundesweite / nationale Wettbewerbe beispielsweise können eine Aufbruchstimmung auslösen und die Profile schärfen,

- die Bereitstellung unterstützender Infrastrukturen auf überregionaler und nationaler Ebene: konkret die Förderung von Austauschplattformen, die Förderung der Arbeitsmarktpolitik, die Förderung bei der Bildung, dem Innovationstransfer und der Ansiedlungspolitik kulturwirtschaftlicher Betriebe,
- die Schärfung des Bewusstseins durch die regionale Wirtschaftsförderung, damit aus räumlicher Nähe und Kooperationen "win-win-Situationen" genutzt werden können,
- die Auslösung einer Initialzündung durch die Bereitstellung eines öffentlichen Gutes in Form eines kulturwirtschaftlichen Gründerzentrums oder einer Informationsplattform
- die Begleitung selbstverstärkender regionaler Prozesse, die Koordinationsprobleme lösen und Motivationen verstärken und
- die Stärkung von Architektur, Stadtqualität und Urbanität in altindustrialisierten Städten und Regionen.

Die Produktions-, Dienstleistungs- und Distributionsbedingungen für einzelne Teilmärkte der Kulturwirtschaft in altindustrialisierten Regionen sind regional sehr unterschiedlich. Der gezielte Aufbau eines regional vernetzten Clustermanagements durch die regionale Strukturpolitik muss sich an den in den altindustrialisierten Regionen endogenen Potenzialen ausrichten. Als erfolgversprechende Strategieausrichtung der kulturwirtschaftlichen Förderpolitik in altindustrialisierten Regionen kann der gezielte Aufbau bestimmter Nischen kulturwirtschaftlicher Cluster angesehen werden. Die Suche nach Alleinstellungsmerkmalen, die sich etwa aus der altindustrialisierten Industriegeschichte der Region ergeben, können zur Profilbildung beitragen (zum Beispiel die Nutzung des regionalen Industriedesigns durch den regionalen Stahl- und Maschinenbau). Gezielte Werbe- und Förderkampagnen für eine Kooperation mit anderen Wirtschaftsbranchen der Regionen, beispielsweise auf Messen, könnten die Aufmerksamkeit für die Herausbildung einer gemeinsamen Produktentwicklung rein industrietechnischer und rein kulturwirtschaftlicher Produktionen vergrößern. Hier bedarf es einer Informationsoffensive auf verschiedenen Feldern.

Es ist ein höchst anspruchsvolles Ziel, eine altindustrialisierte Region mit kulturwirtschaftlichen Clustern zu "überziehen". Ein Cluster lässt sich aber aus dem "Nichts" heraus unmöglich erfolgreich formen. Da keine Patentrezepte möglich sind, entscheiden die richtigen "Zutaten", in welche Richtung die Entwicklung gehen kann, wenn die endogenen Potenziale in der Region auf den erfolgreichen Auf- und Ausbau eines Clusters schließen lassen:

- die Definition eines nachvollziehbaren und evaluierbaren Niveaus, welches erreicht werden soll,
- die Füllung von Lücken in der kulturwirtschaftlichen Wertschöpfungskette,
- die Institutionalisierung durch Trägergesellschaften mit professionellen Akteuren aus Kultur und Wirtschaft an der Spitze,
- die Integration regionaler Experten aus den speziellen kulturwirtschaftlichen Milieus,
- ein Portfolio an schnell und langsam wirkenden Maßnahmen und offensive Vermarktung der Ideen,
- die Entfaltung eines neuen kreativen Images, in der sich die altindustrialisierte Region als Heimat kulturwirtschaftlicher Industrien widerspiegelt,

- der Aufbau eines regionalen kulturwirtschaftlichen Finanzierungspools, im wesentlichen für die Unterstützung neuer Firmen (Start-up, Neugründungskapital),
- die Einrichtung einer angemessenen kulturwirtschaftlichen Aus-, und Fortbildungs-, aber auch Forschungsstruktur in der Region,
- und die Stärkung kleiner kulturwirtschaftlicher Firmen durch die Verbesserung des Auf- und Ausbaus regionaler Netzwerke.

Kunst bedeutet zunächst immer Perspektivenwechsel: der Zugang zu einer anderen Ebene von Ausdruck und Kommunikation und die Produktion von Zeichen und Formen, wie sie in der standardisierten Lebenswelt nicht auffindbar sind. Kunst schafft so eine andere Betrachtung der Welt. Ein Perspektivwechsel ist vielfach auch notwendig, wenn der Blick auf die kulturwirtschaftlichen Entwicklungspotenziale in altindustrialisierten Regionen fällt.

Das Kultur nicht nur "kostet", ist heutzutage vielen regionalen Entscheidungsträgern in altindustrialisierten Regionen immer noch zu wenig bewusst. Im Mittelpunkt der Untersuchung steht die Beurteilung, ob der Wirtschaftsverbund der Kulturwirtschaft über weitreichende Potenziale in altindustrialisierten Regionen verfügt und ob Chancen zur Förderung von Clustern existieren. Die Antworten auf diese Fragen sind an bestimmte Bedingungen geknüpft. Die Überwindung von Ressortgrenzen auf kommunaler und regionaler Ebene und vor allem der Hemmnisse sowohl auf Seiten ökonomischer als auch kultureller Akteure bilden wesentliche Voraussetzungen, um der Kulturwirtschaft eine größere Bedeutung in den altindustrialisierten Regionen zukommen zu lassen. Die Mentalitätsprobleme vieler regionaler Akteure gegenüber einem Bedeutungszuwachs der Kulturwirtschaft belasten die dynamische Entwicklung des Wirtschaftsverbundes in hohem Maße. Hinzu treten die in altindustrialisierten Regionen vielfach qualitativ unzureichenden kulturellen Profile, die wenig kreativen Milieus und das unzureichende "kulturelle Kapital", die mitentscheidend für den Erfolg oder Mißerfolg kulturwirtschaftlicher Strategien sind.

Es wäre unrealistisch, in den Aufbau kulturwirtschaftlicher Cluster in altindustrialisierten Räumen alle Hoffnungen zu legen, die zur Bewältigung des Strukturwandels dienen können. Jedoch verdeutlichen die Aktions- und Handlungsfelder, die eine regionale Kulturwirtschaft für altindustrialisierte Regionen auszeichnen können, dass die Reichweite der Felder vielfältig und die Kulturwirtschaft einen Beitrag zu einer nachhaltigen regionalen Entwicklung in altindustrialisierten Regionen leisten kann. Kultur muss stärker in die Mitte der Lebens- und Produktionsverhältnisse in altindustrialisierten Regionen einbezogen und als ein integrierter Faktor regionaler Entwicklung angenommen werden. Ohne Kultur hat auch die Ökonomie in altindustrialisierten Regionen keine Perspektiven und die Gesellschaft keine Zukunft.

Experteninterviews

Dr. Fritz Gnad, Büro STADTart, Dortmund, 13. März 2002

Bernhard Rechmann, Kultur Ruhr, Gelsenkirchen, 14. März 2002

Katharina Schwalm-Schäfer, Referatsleiterin Tourismus und Kulturwirtschaft, Ministerium für Wirtschaft und Mittelstand, Energie und Verkehr des Landes Nordrhein-Westfalen, Düsseldorf, 21. März 2002

Bertram Abel, Abteilung Gründung und Wachstum, Gesellschaft für innovative Beschäftigungsförderung mbH, Bottrop, 22. März 2002

PD Dr. Dieter Rehfeld, Abteilungsleiter Industrieentwicklung, Institut Arbeit und Technik, Gelsenkirchen, 25. März 2002

Dr. Dieter Nellen, Abteilungsleiter Regionalmarketing, Kommunalverband Ruhrgebiet, Essen, 26. März 2002

Dr. Jörg Meyer-Stamer, Institut für Entwicklung und Frieden, Gerhard-Mercator-Universität Duisburg, 26. März 2002

Peter Landmann, Geschäftsführer Kultur Ruhr, Gelsenkirchen, 4. April 2002

Jürgen Krings, Projekt Ruhr, Essen, 4. April 2002

Dr. Uwe Kremer, Projekt Ruhr, Essen, 4. April 2002

PD Dr. Heiderose Kilper, Abteilung Industrieentwicklung, Institut Arbeit und Technik, Gelsenkirchen, 11. April 2002

Gerd Kivelitz, Bochumer Kulturrat e.V., Bochum, 10. Juni 2002

Andrea Höber, Projekt Ruhr, Essen, 12. Juni 2002

Frau Nagel, Wirtschaftsförderung Stadt Bochum, Bochum, 19. Juni 2002

Herr Sichert, Kulturredaktion Stadt Bochum, 19. Juni 2002

Prof. Dr. Ralph Bruder, Dekan des Fachbereichs Industriedesign, Universität-GH Essen, Essen, 3. Juli 2002

Dr. Erich Bauch, Essener Wirtschaftsförderungsgesellschaft mbH, Essen, 11. Juli 2002

Michael Gehlert, Essener Wirtschaftsförderungsgesellschaft mbH, Essen, 11. Juli 2002

Vito Orazem, stellv. Geschäftsführer des Design-Zentrums Nordrhein-Westfalen, Essen, 17. Juli 2002

Dr. Wolfgang Roters, Entwicklungsgesellschaft Zollverein, Essen, 14. November 2002

Interviews mit Experten aus North West England

Dr. Mark Banks, Manchester Institute for Popular Culture, Manchester University, 22.4.2002

Peter Booth, Positive Solutions / L&R Consulting, Liverpool, 17.4.2002

Marc Collett, Director, Merseyside ACME, Liverpool, 18.4.2002

Andy Lovatt, Director, Manchester CIDS, Northern Quarter, Manchester, 22.4.2002

Janet Matthewman, Policy Officer, Government Office for the North West, Manchester, 22.4.2002

Kevin McManus, Development Manager ACME, Liverpool, 18.4.2002

Professor Michael Parkinson, Director, European Institute for Urban Affairs, Liverpool John Moores University, 17.4.2002

Stuart Wilks-Heeg, Department of Sociology, Social Policy and Social Work Studies, University of Liverpool, 17.4.2002

Telefoninterviews

Dr. Marlis Hummel (Telefonat im Mai 2002)
Verfasserin zahlreicher Gutachten zu kulturwirtschaftlichen Themenfeldern

Dr. Michael Söndermann (Telefonat im Juni 2002)
Leiter der Forschungsstelle Kulturstatistik, Leitung des "Arbeitskreis Kulturstatistik e.V." im Haus der Kultur, Bonn

Konferenzen, Tagungen und Vorträge

Kulturpolitik in der "Berliner Republik". Das Verhältnis von Föderalismus, nationalen Aufgaben und europäischer Integration. 43. Kulturpolitisches Kolloquium. Evangelische Akademie Loccum in Zusammenarbeit mit der Kulturpolitischen Gesellschaft e.V. vom 19. bis 21. Februar 1999 in Loccum.

Kulturwirtschaft in Europa. Regionale Entwicklungskonzepte und Strategien. Veranstalter: Ministerium für Wirtschaft und Mittelstand, Technologie und Verkehr des Landes Nordrhein-Westfalen (MWMTV), Ministerium für Arbeit, Soziales und Stadtentwicklung, Kultur und Sport des Landes Nordrhein-Westfalen (MASSKS), 19. bis 21. Mai 1999, Zeche Zollverein XII, Essen.

Metropolen: Laboratorien der Moderne.

Veranstalter: Wissenschaftszentrum Nordrhein-Westfalen
27. bis 28. September 1999, Bonn.

Forum Ruhrgebiet: Kultur (in) der Region.

Veranstalter: Evangelische Akademie Mülheim an der Ruhr
12. November 1999, Mülheim an der Ruhr.

Initiative Nationalpark Industriekultur

Veranstaltung zur Vorstellung der Initiative und der Idee eines Nationalparks der Industriekultur, 1. Februar 2000, Zeche Zollverein, Essen.

Europäische Strukturfonds und Beschäftigung. Ideenwettbewerb für innovative Strategien zur Regionalentwicklung.

Veranstalter: Friedrich-Ebert-Stiftung, 8. Juni 2000, Berlin.

Historama Ruhr 2000 –

Struktureller Wandel in schwerindustriellen Ballungsregionen.

Veranstalter: Institut für soziale Bewegungen der Ruhr-Universität Bochum, Haus der Geschichte des Ruhrgebietes und Kommunalverband Ruhrgebiet, 20. bis 24. Juni 2000, verschiedene Orte im Ruhrgebiet.

Innovationen in nicht-innovativen Milieus

Vortrag von Prof. Dr. Walter Siebel. 3. Juli 2000, Kulturwissenschaftliches Institut, Essen.

Strategien zur Entwicklung altindustrialisierter Städte und Regionen in Mittel- und Osteuropa

Konferenz des Netzwerks raumwissenschaftlicher Forschungseinrichtungen in Mittel- und Osteuropa. Veranstalter: Institut für ökologische Raumentwicklung e.V., Dresden, 24. bis 25. Oktober 2000, Congress Center Leipzig.

Innovation oder Stagnation? Kultur im Ruhrgebiet

Veranstalter: Kommunalverband Ruhrgebiet, in Kooperation mit der Kulturpolitischen Gesellschaft e.V.. 24. Januar 2002, Essen.

Diskussionsrunde Ruhrstadt, Kulturstadt in Europa. Leitreferat: Prof. Dr. Ulrich Borsdorf (Ruhrland Museum, Essen). Stellungnahmen von Thomas Oberender (Chefdramaturg am Schauspielhaus Bochum), Dr. Andreas Rossmann (Frankfurter Allgemeine Zeitung), Prof. Dr. Uwe Ketelsen (Fakultät für Philologie, Ruhr-Universität Bochum). Moderation: Fritz Bahlo. 19. Juni 2002 in Bochum, Haus der Geschichte des Ruhrgebietes.

Innovation oder Stagnation? Kultur im Ruhrgebiet.

Veranstalter: Kommunalverband Ruhrgebiet, in Kooperation mit der Kulturpolitischen Gesellschaft e.V.. 24. Januar 2002, Messe Essen.

Designtag Nordrhein-Westfalen

Veranstaltung des Ministeriums für Wirtschaft und Arbeit des Landes Nordrhein-Westfalen. 5. Dezember 2002, Zeche Zollverein, Essen.

Literaturverzeichnis

Aast, van I. / Boogaarts, I. (2002) From Museum to Mass Entertainment - The Evolution of the Role of Museums in Cities. *European Urban and Regional Studies*. Vol. 9 (3). 195-209.

Ache, P. (1998) *Lokale innovative Milieus in altindustriellen Regionen*. Dissertation. Fakultät Raumplanung, Universität Dortmund.

Ache, P. (2000) Vision and Creativity: Challenge for City Regions. *Futures*, Vol. 32, 435-449.

Albertin, L. (1999) Regionale kulturelle Identität: Selbstgenügsames Refugium oder europäisches Handlungselement. In: Segers, R. T. / Viehoff, R. (Hrsg.) *Kultur, Identität, Europa: Über die Schwierigkeiten und Möglichkeiten einer Konstruktion*. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 321-332.

Albertz, P. et al (1997) *IBA von Unten. Zum Stand der Dinge: Strukturwandel im Ruhrgebiet*. Dialoge zur regionalen Entwicklung. Essen: Initiativkreis Emscherregion.

Amin, A. / Thrift, N. (1994) Neo-Marshallian Nodes in Global Networks. In: Krumbein, W. (Hrsg.) *Ökonomische und politische Netzwerke in der Region*. Münster, S. 115-140.

Amin, A. / Thrift, N. (1995) Globalisation, institutional "Thickness" and the Local Economy. In: Healey, P. et al (Hrsg.) *Managing Cities. The New Urban Context*. Chichester, S. 91-108.

Andersson, A. (1999) The Creative Metropolis. In: Nyström, L. (Hrsg.) *City and Culture. Cultural Processes and Urban Sustainability*. Karlskrona: Boverket. 382-387.

Arbeitsgemeinschaft Kulturwirtschaft (1991) *Dynamik der Kulturwirtschaft Nordrhein-Westfalen im Vergleich. 1. Kulturwirtschaftsbericht 1991/1992*. ARCult-Report für das Ministerium für Wirtschaft, Mittelstand und Technologie des Landes Nordrhein-Westfalen.

Arbeitsgemeinschaft Kulturwirtschaft (1995) *2. Kulturwirtschaftsbericht Nordrhein-Westfalen. Kultur und Medienwirtschaft in den Regionen Nordrhein-Westfalens*. Düsseldorf: Ministerium für Wirtschaft.

Arbeitsgemeinschaft Kulturwirtschaft (1998) *3. Kulturwirtschaftsbericht Nordrhein-Westfalen: Kulturwirtschaft in Nordrhein-Westfalen: Arbeitsmarkt, Regionale Milieus, Europäische Entwicklungen*. Düsseldorf: Ministerium für Wirtschaft und Mittelstand, Technologie und Verkehr des Landes Nordrhein-Westfalen.

Arbeitsgemeinschaft Kulturwirtschaft (2001) *4. Kulturwirtschaftsbericht-Kulturwirtschaft im Netz der Branchen*. Dortmund, Witten, Düsseldorf: Ministerium für Wirtschaft und Mittelstand, Energie und Verkehr des Landes NRW.

ARL, Akademie für Raumforschung und Landesplanung (Hrsg.) (1999) *Kultur und Region*. Hannover: ARL-Selbstverlag.

Asheim, B. T. (1996) Industrial Districts as "Learning Regions": a Condition for Prosperity. *European Planning studies*, Vol. 4, 379-400.

Ashworth, H. (1992) Heritage and tourism: an argument, two problems and three solutions. In: Fleischer-van Rooijen, C.A. M. (Hrsg.) *Spatial Implications of Tourism*. Groningen: Geo Perspectives, 95-104.

Ausschuß der Regionen (1995) *Vorschlag für eine Entscheidung des Europäischen Parlaments und des Rates für ein Programm zur Förderung künstlerischer und kultureller Aktivitäten mit europäischer Dimension: Kaleidoskop 2000*. Stellungnahme 21.04.1995, Brüssel.

Ausschuß der Regionen (1997 A) *Bericht über die Berücksichtigung der kulturellen Aspekte in der Tätigkeit der Europäischen Gemeinschaft*. Brüssel.

Ausschuß der Regionen (1997 B) *Kohäsionspolitik und Kultur: Ein Beitrag zur Beschäftigung*. Stellungnahme 16.10.1997, Brüssel.

Backhaus, A. / Seidel, O. (1997) Die Bedeutung der Region für den Innovationsprozess: Eine Analyse aus Sicht verschiedener Akteure. *Raumforschung und Raumordnung*, Heft 4/1998, 264-339.

Banks, M. / Lovatt, A. / O'Connor, J. / Raffo, C. (2000) Risk and Trust in the Cultural Industries. *Geoforum* (31), 453-464.

Bassett, K. / Griffiths, R. / Smith, I. (2002) Cultural Industries, Cultural Clusters and the City: the Example of Natural History Film-Making in Bristol. *Geoforum*, Vol. 33, 165-177.

Bathelt, H. (2002) The Re-emergence of a Media Industry Cluster in Leipzig. *European Planning Studies*, Vol. 10 (5), 583-611.

Bathelt, H. / Glückler, J. (2002) *Wirtschaftsgeographie*. Stuttgart: UTB-Ulmer.

Becker, C. (1993) Hoch am Ofen. *Die Zeit* vom 5.11.1993.

BBR, Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung (Hrsg.) (2002) Kultur als Faktor der Stadt- und Regionalentwicklung in Europa. *Informationen zur Raumentwicklung*. Heft 4 / 5.2002.

Behr, V. / Gnad, F. (1987) *Kultur als Wirtschaftsfaktor*. Institut für Raumplanung. Dortmunder Beiträge zur Raumplanung. Band 9. Universität Dortmund.

Behr, V. / Gnad, F. / Kunzmann, R. K. (1990) *Kulturwirtschaft in der Stadt*. Institut für Raumplanung. Dortmunder Beiträge zur Raumplanung. Band 53. Universität Dortmund.

Bekemans, L. (Hrsg) (1994) *Culture: Building Stone for Europe 2002*. Brüssel: European Interuniversity Press.

Bendixen, P. (1998) *Einführung in die Kultur- und Kunstökonomie*. Opladen: Westdeutscher Verlag.

Benjamin, W. (1977) *Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit: Drei Studien zur Kunstsoziologie*. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag.

Benkert, W. (1989) Zur Umwegrentabilität von Subventionen für den Kulturbereich – Kritik ökonomischer Rechtfertigungen der öffentlichen Kulturförderung. In: Behr, V. / Gnad, F. / Kunzmann, K. R. (Hrsg.) *Kultur – Wirtschaft – Stadtentwicklung*. Blaue Reihe des Instituts für Raumplanung, Universität Dortmund. 29-37.

Benkert, W. (2000) Förderung der Kulturwirtschaft durch berufliche Aus- und Weiterbildung. In: MWMTV, Ministerium für Wirtschaft und Mittelstand, Technologie und Verkehr des Landes Nordrhein-Westfalen (Hrsg.) *Kulturwirtschaft in Europa – Regionale Entwicklungskonzepte und Strategien*. Düsseldorf. 178-185.

Benz, A. / Fürst, D. (2002) Policy Learning in Regional Networks. *European Urban and Regional Studies*, Vol. 9 (1), 21-35.

Benz, A. / Crow, K. / Holtmann, E. (1998) Regionen und regionale Politik – eine Einführung. In: Benz, A. / Holtmann, E. (Hrsg.) *Gestaltung regionaler Politik. Empirische Befunde, Erklärungsansätze und Praxistransfer*. Opladen: Leske + Budrich: 15-29.

Berg, L. van den / Braun, E. / Winden, van W. (1999) *Growth Clusters in European Metropolitan Cities: a New Policy Perspective: a comparative Analysis of Cluster in the Cities of Amsterdam, Eindhoven, Helsinki, Leipzig, Lyon, Manchester, Munich, Rotterdam and Vienna*. Rotterdam: Erasmus University Rotterdam.

Berndt, C. (1996) Arbeitsteilung, institutionelle Distanz und Ortsgebundenheit: Strategische Anpassung an veränderte Rahmenbedingungen am Beispiel mittelständischer Unternehmen im Ruhrgebiet. *Geographische Zeitschrift*, 84. Jahrgang, 220-237.

Bianchini, F. (1993 A) Remaking European Cities: the Role of Cultural Policies. In: Bianchini, F. / Parkinson, M. (Hrsg.) *Cultural Policy and Urban Regeneration: the West European Experience*. Manchester: Manchester University Press, 1-20.

Bianchini, F. (1993 B) Culture, Conflict and Cities: Issues and Prospects for the 1990s. In: Bianchini, F. / Parkinson, M. (Hrsg.) *Cultural Policy and Urban Regeneration: the West European Experience*. Manchester: Manchester University Press, 199-213.

Bianchini, F. (1999) Cultural Planning for Urban Sustainability. In: Nyström, L. (Hrsg.) *City and Culture. Cultural Processes and Urban Sustainability*. Karlskrona: Boverket, 34-51.

Bianchini, F. et al (1988) *City Centres, City Cultures: The Role of the Arts in the Revitalisation of Towns and Cities*. Manchester: Centre for Local Economic Strategies.

Bianchini, F. / Bloomfield (1996) Urban Cultural Policies and the Development of Citizenship: Reflections on contemporary European Experience. *Culture and Policy*, 7, Nr.1.

Bianchini, F. / Greenhalgh, K. / Landry, C. (1991) *The Importance of Culture for Urban Economic Development: the UK Case Study*. IRPUD Arbeitspapier 103. London / Dortmund.

Bianchini, F. / Parkinson, M. (Hrsg.) *Cultural Policy and Urban Regeneration: the West European Experience*. Manchester: Manchester University Press.

Bibliographisches Institut (2003) *Duden. Das große Fremdwörterbuch*. Mannheim: Bibliographisches Institut.

Bildungswerk der Katholischen Arbeitnehmerbewegung Trier (Hrsg.) (1996) *Regionen im Aufbruch: Beiträge zur eigenständigen und nachhaltigen Regionalentwicklung*. Annweiler: Kettler.

Bischof, D. (1984) *Die wirtschaftliche Bedeutung der Züricher Kulturinstitute*. Zürich: Julius Bär-Stiftung.

Blotevogel, H. H. (1987) Regionalbewusstsein - Überlegungen zu einer geographisch-landeskundlichen Forschungsinitiative. *Informationen zur Raumentwicklung*, Heft Nr. 7/8, 409-418.

Blotevogel, H. H. / Kunzmann, K. R. (1998) *Regionales Standort-Marketing*. Reader im Rahmen des Stipendiatenprogramms. Essen: Initiativkreis Ruhrgebiet.

Bockemühl, M. (Hrsg.) (1997) *KunstOrt Ruhrgebiet*. Ostfildern: edition tertium.

Boddy, M. (1993) Cultural Industries and Economic Development, Report to Bath City Council. In: Fudge, C. Linking Cultural Development and Sustainability in Cities. In: Nyström, L. (Hrsg.) (1999) *City and Culture. Cultural Processes and Urban Sustainability*. Karlskrona: Boverket. 23-33.

Bodo, C. / Fisher, R. (Hrsg.) (1998) *New Frontiers for Employment in Europe: The Heritage, the Arts and Communication as a Laboratory for New Ideas*. Rom: Associazione Economia per la cultura.

Boland, P. (1996) Regional Economic Development and Institutional Mechanisms in Merseyside: Objective 1 Status 107. In: Alden, J. / Boland, P. (Hrsg.) *Regional Development Strategies. A European Perspective*. London: Cromwell Press, Melksham, Wiltshire, 107-128.

Boland, P. (im Erscheinen) *Urban Governance and Economic Development. The Merseyside Experience of European Regional Policy*. Aldershot: Ashgate.

Booth, P. (1986) *The Economic Importance of the Arts on Merseyside*. Liverpool: Policy Studies Institute and Merseyside Arts.

- Bömer, H. (2000) *Ruhrgebietspolitik in der Krise. Kontroverse Konzepte aus Wirtschaft, Politik, Wissenschaft und Verbänden*. Dortmunder Beiträge zur Raumplanung, Band 101. Dortmund.
- Bösch, D. (2001) Kulturerbe, Glück auf! Sonderveröffentlichung *Frankfurter Allgemeine Zeitung* vom 21.9.2001.
- Bolz, N. (1999) *Die Wirtschaft des Unsichtbaren: Spiritualität – Kommunikation – Design – Wissen: die Produktivkräfte des 21. Jahrhunderts*. Düsseldorf: Econ.
- Bossong, G. et al (Hrsg.) (1994) *Westeuropäische Regionen und ihre Identität: Beiträge aus interdisziplinärer Sicht*. Mannheim: Palatium Verlag.
- Bourdieu, P. (1983) Ökonomisches Kapital, kulturelles Kapital, soziales Kapital. In: Kreckel, R. (Hrsg.) *Soziale Ungleichheiten. Soziale Welt*, Sonderband 2. 183-198.
- Bradtke, M. / Löwer, H.-J. (1999) *Brachflächenreaktivierung durch kulturelle Nutzungen*. Dissertation an der Universität Dortmund. Fakultät Raumplanung.
- Bradtke, M. / Löwer, H.-J. (2000) Brachflächenreaktivierung durch kulturelle Nutzungen. *Raumplanung*, 93, 269-274.
- Braczyk, H.-J. / Cooke, P. / Heidenreich, M. (Hrsg.) (1998) *Regional Innovation Systems: The Role of Governances in a Globalized World*. London: UCL Press.
- Braczyk, H.-J. / Fuchs, G. / Wolf, H.-G. (Hrsg.) (1999) *Multimedia and Regional Economic Restructuring*. London: Routledge.
- Brake, K. / Bremm, H. J. (1993) Unternehmensbezogene Dienstleistungen und regionale Entwicklung. *Geographische Zeitschrift*, Heft 81, 51-68.
- Brandeins (Hrsg.)(2002) *McK Wissen*. Sonderheft Cluster.
- Brandner, B. / Luger, K. / Mörth, I. (Hrsg.) (1994) *Kulturerlebnis Stadt: Theoretische und praktische Aspekte der Stadtkultur*. Wien: Picus-Verlag.
- Brembeck, R. (2002) Vorbild Ruhrpott. Ohne Festivals und Konzerthäuser hat die Kultur keine Zukunft. *Süddeutsche Zeitung* vom 31.8.2002.
- Bremische Gesellschaft für Stadterneuerung, Stadtentwicklung und Wohnungsbau mit Unterstützung von Kultur vor Ort e.V. (Hrsg.) (2002) *Kultur und wirtschaftliche Entwicklung in benachteiligten Stadtteilen*. Tagungsbericht der europäischen Konferenz am 14. und 15. Juni 2001 im Lichthaus Bremen. Bremen: Bremische Gesellschaft.
- Bremm, H.-J. (1993) *Ökonomie, Politik und Raumplanung in alten Industrieregionen. Eine Untersuchung des Strukturwandels in den Regionen Pittsburgh und Dortmund*. Dissertation. Fakultät Raumplanung. Universität Dortmund.

Brodbeck, K. H. / Hummel, M. (1990) *Branchenanalyse Musikwirtschaft*. Gutachten, München: IFO-Institut für Wirtschaftsforschung, Forschungsgruppe Kultur und Wirtschaft.

Bruder, R. (2002) *Entwicklung von inhaltlichen Konzepten und Qualitätskriterien für den Centre of Excellence for Design auf dem Gelände der Zeche Zollverein*. Studie für die Projekt Ruhr GmbH. Unveröffentlichtes Dokument.

Bundesministerium für Wirtschaft (1996) *Wirtschaftspolitik für Kunst und Kultur: Tips zur Existenzgründung für Künstler und Publizisten*. Bonn.

Bunk, W. / Hetsen, H. / Jansen, A. J. (1999) From Sectoral to Regional Policies: a first Step towards Spatial Planning in the European Union? *European Planning*, Vol. 7 (1), 81-98.

Camagni, R. P. (1991) Local 'milieu', uncertainty and innovation networks: towards a new dynamic theory of economic space. In: Camagni, R. (ed.) *Innovation networks: Spatial Perspectives*. Belhaven, London, New York: 121-144.

Camagni, R. P. (1995) The Concept of innovative Milieu and its Relevance for Public Policies in European agging Regions. *Regional Science*, Vol. 74, 317-340.

Castells, M. (1989) *The informational city: Information technology, economic restructuring and the urban-regional process*. Oxford: Blackwell.

Castells, M. (1996) *The Rise of the Network Society, The Information Age: Economy, Society and Culture*, Vol. I. Oxford: Blackwell.

Castells, M. (2001) *Der Aufstieg der Netzwerkgesellschaft*. Teil 1 der Trilogie: Das Informationszeitalter. Opladen: Leske + Budrich.

Castells, M. (2002) *Die Macht der Identität*. Teil 2 der Trilogie: Das Informationszeitalter. Opladen: Leske + Budrich.

Castells, M. (2003) *Jahrtausendwende*. Teil 3 der Trilogie: Das Informationszeitalter. Opladen: Leske + Budrich.

Castells, M. / Hall, P. (1994) *Technopoles of the World: The Making of 21st Century Industrial Complexes*. New York: Routledge.

Chapman, G. C. (1997) *The Role of Arts and Cultural Sector in the Urban Regeneration of Liverpool*. Dissertation Liverpool: University of Liverpool. Department of Geography.

Charles, D. (2001) *Liverpool Manchester Vision: Economic Links. Building the Region's Knowledge Economy*. University of Newcastle Upon Tyne: CURDS.

Chevallier, H. (1997) *Die Zeche Zollverein Schacht 12 in Essen: gebauter Gedanke*. Ostfildern: Edition Tertium.

Clarke, D. / Owens, P. / Creasey, C. (1996) *Transaction Tracking: A research project on the economic lives of practitioners in the cultural sector*. Pilotstudie, Cardiff: Chapter DCA.

Collins (Hrsg.)(2003) *Großwörterbuch Englisch-Deutsch / Deutsch-Englisch*. Hueber.

Committee on Spatial Development (1999) *European Spatial Development Perspective: Towards Balanced and Sustainable Development of the Territory of the EU*. Final Discussion at the Meeting of Ministers responsible for Regional/Spatial Planning of the European Union, 10/11.05.1999, Potsdam: Committee on the Spatial Development.

Cooke, P. (Hrsg.)(1995 A) *The Rise of the Rustbelt*. London.

Cooke, P. (1995 B) *Keeping to the high road: learning, reflexivity and associative governance in regional economic development*. In: Cooke, P. (Hrsg.) *Rise of the Rustbelt*. London: UCL Press.

Cooke, P. / Hughes, G. (1997) *The Emerging Multimedia Cluster in Cardiff Bay, Wales, UK*. Report Number 24. Cardiff: Regional Industrial Research Centre for Advanced Studies.

Cooke, P. / Morgan, K. (1993) The Network Paradigm: new Departures in Corporate and Regional Development. *Environment and Planning D: Society and Space*, Vol. 11, 543-564.

Cooke, P. / Morgan, K. (1998) *The Associational Economy: Firms, Regions and Innovation*. Oxford: Oxford University Press.

Corner, J. / Harvey, S. (Hrsg.)(1991) *Enterprise and Heritage: Crosscurrents of National Culture*. London: Routledge.

Couch, C./ Farr, S.-J. (2001) Museums, Galleries, Tourism and Regeneration: Some Experiences from Liverpool. *Built Environment*. Vol 26. No.2: 152-163.

Council of Europe (1997) *In from the Margins. A Contribution to the Debate on Culture and Development in Europe*. Strasburg: Council of Europe.

Cramer von Laue, O. (1997) *Regionalentwicklung im Biosphärenreservat Rhön im Spannungsfeld zwischen Bevölkerung und Experten*. Frankfurter Geographische Hefte, Band 62. Frankfurt am Main.

Crang, M. (1998) *Cultural Geography*. London, New York: Routledge.

Crouch, D. (Hrsg.) (1999) *Leisure/Tourism Geographies: Practices and Geographical Knowledge. Critical Geographies*. London, New York: Routledge.

CURDS, Centre for Urban and Regional Development Studies (2001) *Culture Cluster Mapping and Analysis*. Final Report to ONE North East. University of Newcastle Upon Tyne: CURDS.

Dangschat, J. (1992) Vertreibung aus der Stadt durch die Kultur? Ursachen der Instrumentalisierung von Kultur und ihre Folgen. In: Ebert, R. et al. (Hrsg.) *Partnerschaften für die Kultur: Chancen und Gefahren für die Stadt. Neue Formen der Zusammenarbeit zwischen Staat und Wirtschaft bei kulturellen Projekten*. Dortmund: IRPUD.

Danielzyk, R. / Oßenbrügge, J. (1993) Perspektiven geographischer Regionalforschung: "Locality Studies" und regulationstheoretische Ansätze. *Geographische Rundschau*, Jahrgang 45, 210-216.

Danielzyk, R. / Wood, G. (2001) On the relationship between Cultural and Economic Aspects of Regional Development: Some Evidence from Germany and Britain. *European Planning Studies*. Vol. 9, No. 1:69-83.

Danson, M. (2000) Debates and Surveys. *Regional Studies*, Vol. 34.2, 169-180.

Danson, M. / Whittam, G. (2001): Power and the Spirit of Clustering. *European Planning Studies*, Vol. 9 (8), 949-963.

DCA (1996) *Transaction Tracking. A research project on the economic lives of practitioners in the cultural sector. Cardiff pilot study*. Unveröffentlichtes Dokument.

DCMS, Department of Culture, Media and Sport (1998) *Creative Industries - Mapping Document*. London: DCMS.

DCMS, Department of Culture, Media and Sport (2000) *Creative Industries - the regional dimension*. London: DCMS.

DCMS, Department of Culture, Media and Sport (2001) *Creative Industries - Mapping Document*. London: DCMS.

Diamond, J. (2000) *Regionalism in England: The Pull of the Centre?* Vortragspapier auf der „Third European Urban and Regional Studies“ Konferenz, 14.09.00 - 17.09.00. Bergen, Norway.

Design-Zentrum Nordrhein-Westfalen (Hrsg.) (1996) *Handbook of Multimedia Design, Industrial Design, Photo Design, Communications Design in Nordrhein-Westfalen 1996/97*. Essen: Design Zentrum Nordrhein-Westfalen.

Design-Zentrum Nordrhein-Westfalen (Hrsg.) (1999) *Designbilanz. Designpreis des Landes Nordrhein-Westfalen 1999*. Essen: Design Zentrum Nordrhein-Westfalen.

Design-Zentrum Nordrhein-Westfalen (Hrsg.) (2001) *Designbilanz. Designpreis des Landes Nordrhein-Westfalen 2001*. Essen: Design Zentrum Nordrhein-Westfalen.

Dicken, P. / Thrift, N. (1992) The Organization of production and the Production of Organization. *Transactions of the Institute of British Geographers*. 17. 279-291.

Dieckmann, D.-S. (1999) *Internationale Unternehmensnetzwerke und regionale Wirtschaftspolitik: Kompetenzzentren in der Multimedia-Industrie*. Wiesbaden: Deutscher Universitäts-Verlag GmbH.

Diez, M. A. (2001) The Evaluation of Regional Innovation and Cluster Policies: Toward a Participatory Approach. *European Planning Studies*, Vol. 9 (7), 907-923.

Dorner, K. / Klump, R. (1996) Wirtschaft und Kultur: Institutionenökonomische und wirtschaftssoziologische Aspekte. In: Klump, R. (Hrsg.) *Wirtschaftskultur, Wirtschaftsstil und Wirtschaftsordnung*. Marburg: Metropolis, 39-68.

Dosi, G. (1997) Organizational Competences, Size and the Wealth of Nations: Some Comments from a Comparative Perspective. In: Chandler, A. et al (Hrsg.) *Big Business and the Wealth of Nations*. Cambridge: Cambridge University Press.

DTI, Department of Trade and Industry (2001) *Business Clusters in the UK – a first assessment*. Main report. London: DTI.

Dümcke, C. (1997) Kultur unter Management- und Marketingdruck: Wieviel Management und Marketing braucht die Kultur? *Ästhetik & Kommunikation*, Jahrgang 28, 11-15.

Dybe, G. / Kujath, H. J. (Hrsg.) (2000) *Hoffnungsträger Wirtschaftscluster*. Berlin: edition sigma.

Ebert, R. (1999) „Künste ziehen an.“ Kultur im Stadtmarketing. *RaumPlanung*, 86, September 1999: 177-179.

Ebert, R. / Gnad, F. / Kunzmann, K. R. (Hrsg.) (1992) *Partnerschaften für die Kultur: Chancen und Gefahren für die Stadt: Neue Formen der Zusammenarbeit zwischen Staat und Wirtschaft bei kulturellen Projekten*. Dortmund: Informationskreis für Raumplanung e.V. (IfR).

Ebert, R. / Gnad, F. (1998) Deutliche Wachstumsraten in der Kulturwirtschaft im Ruhrgebiet, in : Standorte. Jahrbuch Ruhrgebiet 1997/98. S. 193

Ebert, R. / Gnad, F. (2000) Stichwort Lexikon - Kulturwirtschaft. *Kulturpolitische Mitteilungen*, 90: 66-67.

Ebert, R. / Siegmann, J. / Bonny, H. W. (2002) *Wirtschaftliche Auswirkungen der Produktionsförderung der Filmstiftung NRW*. Schriftenreihe zu Medienrecht, Medienproduktion und Medienökonomie. Band 5. Baden-Baden: Nomos.

Eder, K. (1999) Integration durch Kultur? Das Paradox der Suche nach einer europäischen Identität. In: Segers, R. T. / Viehoff, R. (Hrsg.) *Kultur, Identität, Europa: Über die Schwierigkeiten und Möglichkeiten einer Konstruktion*. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 147-179.

Eikelpasch, R. (1997) "Kultur statt Gesellschaft"? Zur kulturtheoretischen Wende in den Sozialwissenschaften. In: Rademacher, C. / Schweppenhäuser, G. (Hrsg.) *Postmoderne Kultur?* Opladen: Westdeutscher Verlag, 10-21.

Emscher Lippe Agentur / STADTart / Fachhochschule Gelsenkirchen (1999) *Kultur - Medien - Freizeit in der Emscher-Lippe-Region*. Entwicklungskonzept, 01.1999, Herten, Dortmund, Gelsenkirchen, Emscher Lippe Agentur: Gesellschaft zur Strukturverbesserung im nördlichen Ruhrgebiet.

Engholm, B. (1998) Kultur: Europas Sinnlichkeit. *EUMagazin*, Nr. 12, 8-10.

Entwicklungsgesellschaft Zollverein (2002 A) *Zollverein 31/8*. Das Magazin. Ausgabe 1/2002. Entwicklungsgesellschaft Zollverein mbH, Zollverein Schacht XII, Halle 6, Gelsenkirchener Strasse 181, 45309 Essen.

Entwicklungsgesellschaft Zollverein (2002 B). Organigramm und Aufgabenstruktur. <http://www.zollverein.de>, abgerufen am 10.11.2002.

Ertel, R. (1993) *Zur wirtschaftlichen Bedeutung des Kultursektors in Niedersachsen*. Empirische Befunde und ausgewählte volkswirtschaftliche Aspekte von Kunst, Kultur und Wirtschaft. Forschungsberichte des NIW. Nr. 20. Hannover: NIW

Europäische Kommission (1996) *Kohäsionspolitik und Kultur: Ein Beitrag zur Beschäftigung*, Brüssel.

Europäische Kommission (1997) *Das Europa der Städte: Aktionsprogramme der Gemeinschaft in Stadtgebieten*. Luxemburg: Amt für amtliche Veröffentlichungen der Europäischen Gemeinschaften.

Europäische Kommission (1998 A) *Erstes Rahmenprogramm der Europäischen Gemeinschaft zur Kulturförderung (2000-2004): Vorschlag für einen Beschluß des Europäischen Parlaments und des Rates über ein einheitliches Finanzierungs- und Planungsinstrument für die Förderung der kulturellen Zusammenarbeit (Programm Kultur 2000)*. Mitteilung der Europäischen Kommission an das Europäische Parlament, den Rat und den Ausschuß der Regionen, 06.05.1998, Brüssel.

Europäische Kommission (1998 B) *Kultur, Kulturwirtschaft und Beschäftigung*. Arbeitsunterlage der Kommissionsdienststellen, Brüssel: Europäische Kommission, Generaldirektion X.

Europäische Kommission (1998 C) *Kultur: Reichtum der Regionen*. Luxemburg: Amt für amtliche Veröffentlichungen der Europäischen Gemeinschaften.

Evans, R. (2002) The Merseyside Objective One Programme: Exemplar of Coherent City-regional Planning and Governance or Cautionary Tale? *European Planning Studies*, Vol. 10 (4), 495-517.

Fagerberg, J. / Verspagen, B. / Caniels, M. (1997) Technology, Growth and Unemployment across European Regions. *Regional Studies*, Vol. 31/5, 457-466.

Featherstone, M. (1995) *Undoing Culture: Globalization, Postmodernism and Identity*. London: Sage.

Feldotto, P. (1996) Regionale Innovationsunterschiede in Nordrhein-Westfalen. *RWI-Mitteilungen*, Jahrgang 47,151-170.

Feldotto, P. (1997) Konzeptionen und institutionelle Voraussetzungen für ein regionales Innovationsmanagement. Das Beispiel der traditionellen Industrieregionen Nord-Pas-de-Calais (F) und Emscher-Lippe (D). *Raumforschung und Raumordnung*, 4/5 (55): 305-315.

Fischer, H. H. et al (1987) *Die Wirtschaft als Kulturförderer: Ergebnisse einer Befragung bei den Mitgliedern der Vollversammlungen aller Industrie- und Handelskammern in der BRD*. Untersuchungsbericht, Köln: Kulturkreis im Bundesverband der Deutschen Industrie e.V.

Fischer, K. (1998) Programm „Kultur 2000“. *Eumagazin*, Heft 12, 16-17.

Fläming, H. / Hesse, M. (1998) Räumliche Arbeitsteilung und Gütertransport. Der Verkehr im Spiegel von globalen und regionalen Tendenzen. In: Kujath, H. J. (Hrsg.) *Strategien der regionalen Stabilisierung. Wirtschaftliche und politische Antworten auf die Internationalisierung des Raumes*, 159- 186.

Flagge, I. / Pesch, F. (Hrsg.) (2001) *Stadt und Kultur*. Wuppertal: Müller + Busmann.

Fleming, (1999) *The Role of the Creative Industries in local and regional Development*. Manchester.

Floeting, H. (1996) Medien, Kommunikation und Stadtentwicklung. *Diffo-Berichte*, Vol. 4, 13-15.

Florida, R. (1995) Toward the Learning Region. *Futures: The Journal of Forecasting and Planning*. 27,5: 527-536.

Florida, R. (2002) *The Rise of the Creative Class*. Basic Books.

Fohrbeck, K. / Wiesand, A. J. (1989) *Der WDR als Kultur- und Wirtschaftsfaktor*. Köln: Kohlhammer-Grote.

Fohrbeck, K. / Wiesand, A. J. (1989) *Von der Industriegesellschaft zur Kultugesellschaft? Kulturpolitische Entwicklungen in der Bundesrepublik Deutschland*. München.

Forschungsgruppe Kommunal- und Sozialforschung e.V. et al (1988) *Kultur und Wirtschaft im Ruhrgebiet: Ergebnisse einer Unternehmensbefragung*. Essen: Kommunalverband Ruhrgebiet.

Freundt, A. et al (1998) *Kulturwirtschaft in Cardiff*. Unveröffentlichte Studie im Auftrag des Ministeriums für Wirtschaft, Mittelstand und Verkehr. Düsseldorf: MWMTV.

Freundt, A. (1999) Europäische Strukturpolitik im Rahmen der AGENDA 2000. *PlanerIn*. Heft 2, 67-69.

Freundt, A. (2002 A) *Culture Industries in the Ruhr*. Unveröffentlichtes Vortragspapier. LiDo-Tagung an der John Moores University in Liverpool, 19.4.2002.

Freundt, A. (2002 B) *Culture Industries in old Industrialized Regions: a successful Strategy for Innovative Regional Development?* Vortragspapier auf dem 42nd Kongress der "European Regional Science Association" (ERSA) in Dortmund, 27.-31. August 2002.

Freundt, A. (2002 C) "*Creative Industries*" in Großbritannien: Eine Chance für Merseyside? Unveröffentlichtes Vortragspapier. Forschungskolloquium des Institut für Raumplanung, Universität Dortmund am 30.04.2002.

Freundt, A. (2002 D) Tourismuspolitik der Europäischen Union. In: Borgardt, J. et al (Hrsg.) *ReiseRäume. Touristische Entwicklung und räumliche Planung*. Blaue Reihe des Institut für Raumplanung, Universität Dortmund, Fakultät Raumplanung. 100-105.

Freundt, A. / Kutzera, F. (1996) *Nachhaltigkeit von EU-geförderten Verkehrsprojekten in der saarländisch-lothringischen Grenzregion*. Diplomarbeit an der Fakultät Raumplanung, Universität Dortmund.

Friedrichs, J. (1995) Cologne: A Creative City. *European Planning Studies*, Vol 3 (4), 441-463.

Friedrichs, J. / Dangschat, J (1993) Hamburg: Culture and Urban Competition. In: Bianchini, F. / Parkinson, M. (Hrsg.) *Cultural Policy and Urban Regeneration. The West European Experience*. Manchester / New York 1993.

Fritsch, M. / Koschatzky, K. / Sternberg, R. (1998) Regionale Innovationspotenziale und innovative Netzwerke. *Raumforschung und Raumordnung*, Vol. 4, 243-263.

Funck, R. H. / Dziembowska-Kowalska, J. / Robertson-Wensauer, C. Y. (1994) Stadtkultur und Stadtwirtschaft: Zur Bedeutung von Kultur für die Stadtentwicklung. In: Meyer, S. / Schulze, E. (Hrsg.) *Ein Puzzle das nie aufgeht: Stadt, Region und Individuum in der Moderne*. Berlin: Edition Sigma, 89-109.

Fürst, D. (1996) Regionalentwicklung: von staatlicher Intervention zu regionaler Selbststeuerung. In: Selle, K. *Planung und Kommunikation: Gestaltung von Planungsprozessen in Quartier, Stadt und Landschaft: Grundlagen, Methoden, Praxiserfahrung*. Wiesbaden, 91-100.

Fürst, D. (2001 A) Regionalentwicklung durch "regionale Identität" oder "corporate Identity"? In: Fach, W. et al (Hrsg.) *Symbolische Regionalpolitik*. Leipzig: Universitätsverlag.

Fürst, D. (2001 B) Regional governance - ein neues Paradigma der Regionalwissenschaften? *Raumforschung und Raumordnung*. Heft 5/6, 337-350.

Ganser, K. (2002) Kultur als Motor. Strukturwandel am Beispiel IBA Emischer Park. In: Flagge, I. / Pesch, F. (Hrsg.) *Stadt und Kultur*. Wuppertal: Müller + Busmann. 106-109.

Ganser, T. / Sieverts, T. (1994) Vom Aufbaustab Speer bis zur Internationalen Bauausstellung Emscherpark und darüber hinaus. Planungskulturen in der Bundesrepublik Deutschland. In: Kreibich et al (Hrsg.) *Bauplatz Zukunft. Dispute über die Entwicklung von Industrieregionen*. Essen, 247-258.

Garnham (1983) *Concepts of culture, public policy and the cultural industries*. Vortragspapier Konferenz "Cultural Industries and Cultural Policy in London". London: Greater London Council.

Genosko, J. (1999) *Netzwerke in der Regionalpolitik*. Marburg: Schüren.

Geppert, K. (1999), Süd-Nord-Gefälle eingeebnet? Zur räumlichen Wirtschaftsentwicklung in Westdeutschland. In: *DIW-Wochenbericht*. Nr. 3, 67-78

Gerwien, J. / Holzhauser, I. (1988) *Wirtschaftsfördernde Aspekte kommunaler Kulturangebote am Beispiel der Stadt Neuss*. Heft 14, Bremen: Universität Bremen - Studiengang Geographie.

Giacalone, V. / Paolini, A. / Venturi, M. (1991) Die Bedeutung der Kultur für die wirtschaftliche Entwicklung von Städten in Italien. *Institut für Raumplanung*, Universität Dortmund. Arbeitspapier 104.

G.I.B., Gesellschaft für innovative Beschäftigung (o.J.) *Zwischenbericht StartArt*. Unveröffentlichtes Dokument. Bottrop: G.I.B.

Giddens, A. (1998) *Der dritte Weg*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

Glaser, H. (1991) *Die Kulturstadt und die Zukunft der Industriegesellschaft*. Wien: Picus Verlag.

Gnad, F. (1994) *Musik, Wirtschaft und Stadtentwicklung*. Dissertation Universität Dortmund, Dortmunder Beiträge zur Raumplanung, Band 64, Dortmund: IRPUD.

Gnad, F. (1998) *The Contribution of Culture Industries to Urban and Regional Development*. Unveröffentlichtes Vortragspapier.

Gnad, F. (2000 A) Regionale Entwicklungsstrategien zur Stärkung der Kulturwirtschaft in Nordrhein-Westfalen: Das Beispiel Ruhrgebiet. In: MWMTV, Ministerium für Wirtschaft und Mittelstand, Technologie und Verkehr des Landes Nordrhein-Westfalen (Hrsg.) *Kulturwirtschaft in Europa – Regionale Entwicklungskonzepte und Strategien*. Düsseldorf. 185 –189.

Gnad, F. (2000 B) Wirtschaftspolitik für die Kultur in Nordrhein-Westfalen. In: Bund Deutscher Galerien; *Galerien in Deutschland. Schnittstelle Kunst und Markt*. Köln.

Gordon, I. R. / McCann, P. (2000) Industrial Clusters: Complexes, Agglomeration and/or Social Networks? *Urban Studies*, Vol. 37 (3), 513- 533.

Göschel, A. / Kirchberg, V. (Hrsg.) (1998) *Kultur in der Stadt: Stadtsoziologische Analysen zur Kultur*. Opladen: Leske+Budrich.

Gough, J. (2000) *The Genesis of the English Regional Development Agencies: Class Relations and Scale*. Vortragspapier auf der „Third European Urban and Regional Studies“ Konferenz, 14.09.00 - 17.09.00. Bergen, Norway.

Grabher, G. (1993) The Weakness of Strong Ties: The Lock-In of Regional Development in the Ruhr Area. In: Grabher, G. *The Embedded Firm: On the Socioeconomics of Industrial Networks*. London/ New York: Routledge.

Grabher, G. (1998) Urbi et Orbi: Lokale Ökonomien in Global Cities. *Der Öffentliche Sektor- Forschungsmemoranden*, Heft 2-3, 1-19.

Grabher, G. (2001) Ecologies of Creativity: the Village, the Group, and the Heterarchic Organisation of the British Advertising Industry. *Environment and Planning A*, Vol 33, 351-374.

Grabow, B. / Henkel, D. / Hollbach-Grömig, B. (1995) *Weiche Standortfaktoren*. Berlin.

Grammel, R. / Iwer, F. (1997) *Mögliche Arbeitsplatzeffekte durch Multimedia in ausgewählten Regionen Baden-Württembergs*. Arbeitsbericht Nr. 81, Stuttgart: Akademie für Technikfolgenabschätzung in Baden-Württemberg.

Granovetter, M. (1985) Economic Action and Social Structure: the Problem of Embeddedness. *American Journal of Sociology*, Vol. 91, 481-510.

Grasskamp, W. (1998) *Kunst und Geld: Szenen einer Mischehe*. München: Beck.

Gregersen, B. / Johnson, B. (1996) Learning Economies, Innovation Systems and European Integration. *Regional Studies*, Vol. 31.5, 479-490.

Grill, M. (1999) Kultur bringt den Pott zum Kochen. *Süddeutsche Zeitung* vom 10. August 1999.

Grüßen, C. / Pohl, I. / Kunzmann, K. R. (1997) *Die Bedeutung der Kultur für die wirtschaftliche Entwicklung von Städten*. Universität Dortmund, Institut für Raumplanung, Band 162. Dortmund: IRPUD.

Hall, P. (1996) The future of the Metropolis and its Form. *Regional Studies*, Vol. 31.5, 211-220.

Hall, P. (1998) Cities in Civilization: Culture, Innovation and Urban Order. Weidenfeld and Nicholson.

Hall, P. (2000) Creative Cities and Economic Development. *Urban Studies*, Vol. 37, 639-649.

Hamm, H. / Wienert, R. (1990) Strukturelle Anpassung altindustrialisierter Regionen im internationalen Vergleich. In: Rheinisch-Westfälisches Institut für Wirtschaftsforschung (Hrsg.) *Schriftenreihe*. Neue Folge, Heft 48. Gotha: Julius Perthes Verlag Gotha GmbH.

Handelsblatt, o.V. (1999) *Am Ende doch lukrativer als andere Branchen*. 9.3.1999.

- Harrison, B. (1992) Industrial Districts: Old Wine in New Bottles? *Regional Studies*, Vol. 26, 469-483.
- Hartfiel, G. / Hillmann, K.-H. (1982) *Wörterbuch der Soziologie*. Stuttgart: Kröner.
- Hartke, S. (1995) *Endogene Potenziale*. In: ARL, Akademie für Raumforschung und Landesplanung (Hrsg.) *Handwörterbuch der Raumordnung*. Hannover: ARL.
- Harvey, D. (1989) *The Condition of Postmodernity. An Enquiry into the Origins of Cultural Change*. Cambridge, Mass.: Blackwell.
- Hassink, R. (Hrsg.) (1997) Die Bedeutung der Lernenden Region für die regionale Innovationsförderung. *Geographische Zeitschrift*, Heft 2/3, 159-173.
- Hatzfeld, U. / Imorde, J. / Schnell, F. (Hrsg.) (2002) *Kunst (be)zeichnet Stadt*. Münster: Imorde.
- Hayter, R. (1997) *The Dynamics of Industrial Location: The Factory, the Firm and the Production System*. Burnaby: Wiley.
- Häußermann, H. (Hrsg.) (1992) *Ökonomie und Politik in alten Industrieregionen Europas*. Basel, Boston: Birkhäuser.
- Häußermann, H. / Siebel, W. (1987) *Neue Urbanität*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Häußermann, H. / Siebel, W. (1993 A) Die Politik der Festivalisierung und die Festivalisierung der Politik: Große Ereignisse in der Stadtpolitik. In: Häußermann, H. / Siebel, W. (Hrsg.) *Festivalisierung der Stadtpolitik: Stadtentwicklung durch große Projekte*. Opladen: Westdeutscher Verlag GmbH, 7-31.
- Häußermann, H. / Siebel, W. (1993 B) Die Kulturalisierung der Regionalpolitik. *Geographische Rundschau*, Heft 4, 218-223.
- Häußermann, H. / Siebel, W. (1994) Wie organisiert man Innovation in nichtinnovativen Milieus? In: Kreibich, R. et al (Hrsg.) *Bauplatz Zukunft. Dispute über die Entwicklung von Industrieregionen*. Essen: Klartext, 52-64.
- Heilbrun, J. / Gray, C. M. (1993) *The Economics of Art and Culture: an American Perspective*. New York: Cambridge University Press.
- Heinze, R. G. / Strünck, C. / Voelzkow, H. (1987) Die Schwelle zur globalen Welt: Silhouetten einer regionalen Modernisierungspolitik. In: Bullmann, U. / (Hrsg.) *Regionale Modernisierungspolitik*. Opladen, 317-345.
- Heinze, T. (Hrsg.) (1995) *Kultur und Wirtschaft: Perspektiven gemeinsamer Innovation*. Opladen: Westdeutscher Verlag GmbH.
- Heinze, T. (Hrsg.) (1997) *Kulturmanagement II*. Opladen: Westdeutscher Verlag GmbH.

- Heinze, T. (Hrsg.) (1999) *Kulturtourismus: Grundlagen, Trends und Fallstudien*. München: Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH.
- Helbrecht, I. / Danielzyk, R. / Butzin, B. (1991) Wahrnehmungsmuster und Bewusstseinsformen als qualitative Faktoren der Regionalentwicklung: Fallstudie Ruhrgebiet. *Raumforschung und Raumordnung*, Heft 4, 229-236.
- Hellstern, G.-M. (1993) Die documenta: Ihre Ausstrahlung und regional-ökonomischen Wirkungen. In: Häußermann, H. / Siebel, W. (Hrsg.) *Festivalsierung der Stadtpolitik: Stadtentwicklung durch große Projekte*. Opladen: Westdeutscher Verlag, 305-324.
- Henckel, D. (1997) *Entscheidungsfelder städtischer Zukunft*. Stuttgart: Kohlhammer / Deutscher Gemeindeverlag.
- Hennings, G. / Kunzmann, K. R. (1993) Local Economic Development in a Traditional Industrial Area: The case of the Ruhrgebiet. In: Meyer, P. D. (Hrsg.) *Comparative studies in local economic development: Problems in policy implementation*. Westport: Policy Studies Organization, 35-54.
- Henriques, E. B. / Thiel, J. (2000) The Cultural Economy of Cities: a Comparative Study of the Audiovisual Sector in Hamburg and Lisbon. *European Urban and Planning Studies*, Vol. 7(3), 253-268.
- Herholz, G. (1997) *Events, Effekthascherei und Ellbogengesellschaft: Die Chefdesigner eines neuen regionalen Kulturmanagements (ver-)blenden das Ruhrgebiet mit einer Festival- und Fun-Fassade*. (http://www.soziokultur.de/_seiten/texte90er/herholz.htm.)
- Hilger, N. (1999) *Industriestandorte im Wandel zum Kulturstandort: kommunale Vergleichsstudie zwischen den Regionen Antwerpen und dem Ruhrgebiet am Beispiel der Städte Antwerpen und Dortmund*. Münster: Waxmann.
- Hoare, A. (1996) Privatization comes to town: National policies and local responses, the Bristol case. *Regional Studies*, Vol. 31.1, 253-265.
- Hoffmann, N./ Nuißl, H. (1998) Zwischen Halbgott und Handlanger. Zum Akteursverständnis in Konzepten der eigenständigen Regionalentwicklung. In: Kujath, H.-J. (Hrsg.) *Strategien der regionalen Stabilisierung: Wirtschaftliche und politische Antworten auf die Internationalisierung des Raumes*. Berlin: edition sigma, 251-289.
- Hoppe, A. (2001) *Europäische Regionalpolitik und ihre nationale Implementation*. Opladen: Leske+Budrich.
- Hudson, R. et al. (1997) Developing Regional Strategies for Economic Success: Lessons from Europe's Economically Successful Regions? *European Urban and Regional Studies*, Vol. 4 (4), 365-373.
- Hummel, M. / Berger, M. (1988) *Die volkswirtschaftliche Bedeutung von Kunst und Kultur*. Gutachten. München: Ifo-Institut für Wirtschaftsforschung.

Hummel, M. / Brodbeck, K.-H. (1991) *Längerfristige Wechselwirkungen zwischen kultureller und wirtschaftlicher Entwicklung*. Berlin: Duncker & Humblot.

Hutchinson, R. (2000) Kulturpolitik und Kulturwirtschaft in England. In: MWMTV, Ministerium für Wirtschaft und Mittelstand, Technologie und Verkehr des Landes Nordrhein-Westfalen (Hrsg.) *Kulturwirtschaft in Europa – Regionale Entwicklungskonzepte und Strategien*. Düsseldorf. 118-125.

Industrie- und Handelskammer Berlin (Hrsg.) (2002) *Kultur als Wirtschaftsfaktor in Berlin*. Eine Studie des DIW Berlin im Auftrag der IHK Berlin. Berlin: IHK.

Ipsen, D. (1997) Was trägt der Raum zur Entwicklung der Identität bei, und wie wirkt sich diese auf die Entwicklung des Raumes aus? In: IRS, Institut für Regionalentwicklung und Strukturplanung (Hrsg.) *Raum und Identität. Potenziale und Konflikte in der Stadt- und Regionalentwicklung*. Graue Reihe, Materialien des IRS, Nr. 15. Erkner: IRS, 17-27.

Januszczak, W. (1988) Stirling statement: arts overview. *Architects Journal*, 6. July, 38-42.

Jähner, H. (1988) Tour in die Moderne: Die Rolle der Kultur für städtische Imagewerbung und Städtetourismus. In: Scherpe, K. R. (Hrsg.) *Die Unwirklichkeit der Städte: Großstadtdarstellungen zwischen Moderne und Postmoderne*. Hamburg, 225-242.

Kalbfleisch-Kottsieper, U. (1999) Weimar - Kulturstadt Europas 1999: Stelldichein auf Raten. *EU Magazin*. Vol. 1-2. 50-51.

Karweil, C. (2003) Hinter den Kulissen Bollywoods. *Die Zeit* vom 9.1.2003.

Kausch, M. (1988) *Kulturindustrie und Populärkultur: Kritische Theorie der Massenmedien*. Frankfurt/ Main: Fischer Taschenbuch Verlag.

Kesting, J. (1998) Werkstätte der Zukunft. Das NRW-Forum Kultur und Wirtschaft: Ein neues Modell für die Zusammenarbeit von Kultur und Wirtschaft. Sonderveröffentlichung in *Die Woche* vom 9. 10.1998.

Kilper, H. (1999) *Die Internationale Bauausstellung Emscher Park: Eine Studie zur Steuerungsproblematik komplexer Erneuerungsprozesse in einer alten Industrieregion*. Opladen: Leske+Budrich.

Kilper, H. et al (1994) *Das Ruhrgebiet im Umbruch: Strategien regionaler Verflechtung*. Opladen: Leske+Budrich.

Kilper, H. et al (1996) *Wegweiser in die Zukunft*. Essen: Klartext.

Kirat, T. / Lung, Y. (1999) Innovation and proximity: Territories as loci of collective learning processes. *European Urban and Regional Studies*, Vol. 6 (1), 27-38.

Kirchberg, V. (1992) *Kultur und Stadtgesellschaft: empirische Fallstudien zum kulturellen Verhalten der Stadtbevölkerung und zur Bedeutung der Kultur in der Stadt*. Wiesbaden.

Kirchberg, V. (1998) Stadtkultur in der Urban Political Economy. In: Göschel, A. / Kirchberg, V. (Hrsg.) *Kultur in der Stadt: Stadtsoziologische Analyse zur Kultur*. Opladen: Leske+Budrich, 41-54.

Knieling, J. (1994) Intermediäre Organisation und kooperative Regionalentwicklung. Am Beispiel des FORUMs für den ländlichen Raum e.V.- Initiative zur Förderung regionaler Entwicklungen in Nordhessen. *Raumforschung und Raumordnung*, Heft (2), 116-126.

Köhler, D. (1998) *Asturien - Der Niedergang einer industriellen Region in Europa*. Veröffentlichungen des Instituts zur Erforschung der europäischen Arbeiterbewegung. Schriftenreihe A 9. Hamburg: Weltarchiv.

Kommunalverband Ruhrgebiet (Hrsg.) (1995) *Kulturausgaben im Ruhrgebiet, 1976-1992: Eine räumlich vergleichende Langzeituntersuchung unter Berücksichtigung der aktuellen Entwicklung bis 1994*. Gutachten, 04.1995. Bochum, Essen: Kommunalverband Ruhrgebiet.

Kommunalverband Ruhrgebiet (Hrsg.) (2000) *Perspektive Ruhr – Strukturpolitik an der Ruhr. Programme, Konzepte, Akteure*. Essen.

Kommunalverband Ruhrgebiet (Hrsg.) (2001) *Medienatlas Ruhr: Handbuch für Medien im Ruhrgebiet*. Essen: Klartext Verlag, Essen.

Kommunalverband Ruhrgebiet (Hrsg.) (2002 A) *Perspektive Ruhr - Ein strukturpolitisches Programm für das Ruhrgebiet*. Essen.

Kommunalverband Ruhrgebiet (Hrsg.) (2002 B) *Strukturbericht Ruhrgebiet 2002*. Essen.

Kommunalverband Ruhrgebiet (o.J.) *Das Ruhrgebiet. Zahlen, Daten, Fakten*. Essen: KVR.

Kong, L. (2000) Culture, Economy, Policy: Trends and Developments. *Geoforum*, Vol. 31 (4), 385-390.

Koschatzky, K. (1997) Innovationsdeterminanten im internationalen Vergleich: Möglichkeiten zur Stärkung regionaler InnovationsPotenziale. *Geographische Zeitschrift*, Jahrgang 85, Heft 2/3, 97-112.

Kozak, P. (2001) *Plattform Design, Centre of Excellence for Design Essen*. Feasibility Study, preliminary analysis. Unveröffentlichtes Dokument. Essen.

Kraemer, K. (1997) Umweltnutzung und materielle Kultur: Kritische Überlegungen zum Leitbild "Sustainable Development". In: Rademacher, C. Schweppenhäuser, G. (Hrsg.) *Postmoderne Kultur?* Opladen: Westdeutscher Verlag, 59-79.

Kramer, D. (1999) Kultur als Chefsache: Anstöße zu einer neuen Politik. *Blätter für deutsche und internationale Politik*, Heft 4, 467-476.

Krätke, S. (1995) *Stadt, Raum, Ökonomie*. Basel, Borken, Berlin: Birkhäuser.

Krätke, S. (2001) Institutionelle Ordnung und soziales Kapital der Wirtschaftsregionen: zur Bedeutung von Raumbindungen im Kontext der Globalisierung. *Geographische Zeitschrift*, 89. Jg. Heft 2/3, 144-164.

Krätke, S. (2002 A) *Medienstadt. Urbane Cluster und globale Zentren der Kulturproduktion*. Opladen: Leske + Budrich.

Krätke, S. (2002 B) Network Analysis of Production Clusters: The Potsdam / Babelsberg Film Industry as an Example. *European Planning Studies*, Vol. 10 (1), 27-54.

Krätke, S./ Heeg, S. / Stein, R. (1997) *Regionen im Umbruch: Probleme der Regionalentwicklung an den Grenzen zwischen Ost und West*. Frankfurt/ New York: Campus Verlag.

Krätke, S. / Scheuplein, C. (2001) *Produktionscluster in Ostdeutschland. Methoden der Identifizierung und Analyse*. Hamburg: VSA- Verlag.

Kujath, H. J. (Hrsg.)(1998) *Strategien der regionalen Stabilisierung*. Berlin: edition sigma.

Kunzmann, K. R. (1988) Mehr Kultur an die Ruhr. *Die Zeit* vom 1. April 1988.

Kunzmann, K. R. (1995) Strategien zur Förderung regionaler Kulturwirtschaft. In: Heinze, T. (Hrsg.) *Kultur und Wirtschaft*. Opladen: Westdeutscher Verlag. 324-342.

Kunzmann, K. R. (1996) Das Ruhrgebiet: alte Lasten und neue Chancen. In: ARL, Akademie für Landesplanung und Raumordnung (Hrsg.) *Agglomerationsräume in Deutschland: Ansichten, Einsichten, Aussichten*. Hannover: ARL, 112-153.

Kunzmann, K. R. (1997) *Kulturwirtschaft: Strategien und Konzepte für die regionale Entwicklung*. Vortragspapier am 24.04.1997 in Plön bei der Landesentwicklungsgesellschaft Schleswig-Holstein. Unveröffentlichtes Manuskript.

Kunzmann, K. R. (2000) Kulturwirtschaft in Europa: Eine Einführung. In: Arbeitsgemeinschaft Kulturwirtschaft (Hrsg.) *Kulturwirtschaft in Europa. Regionale Entwicklungskonzepte und Strategien*. Düsseldorf, 15 ff.

Kunzmann, K. R. (2001) Globalisierungstendenzen. Stadtentwicklung und Kultur in Europa. In: Flagge, I. / Pesch, F. (Hrsg.) *Stadt und Kultur*. Wuppertal: Miller + Busmann.

Kunzmann, K. R. (2002 A) Wie heißt der Pott auf englisch? *Frankfurter Allgemeine Zeitung* vom 12.2.2002.

Kunzmann, K. R. (2002 B) ...von Dinkelsbühl über Las Vegas und San Diego nach Quingdao und zurück. Die Zukunft der europäischen Stadt. *Quadratur Kulturbuch*. Band 4. Themenheft Stadt, Blicke: 168-176.

Kunzmann, K. R. (2002 C) Kultur, Wirtschaft und Raumentwicklung. *Informationen zur Raumentwicklung*. Heft 4/5, 185-197.

KuPoGe, Kulturpolitische Gesellschaft / SFZ, Sekretariat für Zukunftsforschung (2000) *Bericht zur Evaluation der Kultur Ruhr GmbH*. Unveröffentlichtes Gutachten im Auftrag der Kultur Ruhr GmbH.

KuPoGe, Kulturpolitische Gesellschaft / Deutscher Kulturrat e.V. (Hrsg.) (2002) *Europa fördert Kultur. Aktionen – Programme – Kontakte. Ein Handbuch zur Kulturförderung der Europäischen Union*. Essen: Klartext.

Lambooy, J. G. (1997) Knowledge productions, organisation and agglomeration economies. *Geo Journal*, Vol. 41(4), 293-300.

Lammert, N. (2002) Das Ruhrgebiet ist selbstbewußt hilflos. *Frankfurter Allgemeine Zeitung* vom 1.2.2002.

Landry, C. (2000) *The Creative City*. London: Earthscan.

Landry, C. et al (1996) *The Creative City in Britain and Germany*. Anglo-German Foundation Publications.

Läpple, D. (1990) Essay über den Raum. In: Häußermann, H. (Hrsg.) *Stadt und Raum*. Pfaffenweiler.

Läpple, D. (1994) Zwischen Gestern und Übermorgen. Das Ruhrgebiet - eine Industrieregion im Umbruch. In: Kreibich, R. et al (Hrsg.) *Bauplatz Zukunft. Dispute über die Zukunft von Industrieregionen*. Essen, 37- 51.

Läpple, D. (1996) Ökonomische Perspektiven der Städte: Zwischen Globalisierung und Lokalisierung. *Die alte Stadt*, Heft 2, 128- 40.

Lash, S. / Urry, J. (1994) *Economies of Signs & Space*. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage.

Lauret, F. (1983) Sur les études de filières agro-alimentaires. *Economie et sociétés*, 5, 721-740.

Lehner, F. et al (Hrsg.) (1995) *Regiovision – Neue Strategien für alte Industrieregionen*. München: Rainer Hampp Verlag.

Lenfers, E. (1999) *Flagship-Projekte als Instrument im Strukturwandel von Altindustrieregionen: Genese, Auswirkungen und Erfolgsfaktoren am Beispiel des Guggenheim Museum Bilbao, Spanien*. Diplomarbeit an der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster. Institut für Geographie.

Lenz, B. (1997) Das Filière-Konzept als Analyseinstrument für ökonomische, technologische und organisatorische Verknüpfungsmuster von Standorten. *Geographische Zeitschrift* 85, 20-33.

Lepsius, M. R. (1999) Die Europäische Union: Ökonomisch-politische Integration und kulturelle Pluralität. In: Segers, R. T. / Viehoff, R. (Hrsg.) *Kultur, Identität, Europa: Über die Schwierigkeiten und Möglichkeiten einer Konstruktion*. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 201-222.

Leyshon, A. / Matless, D. / Revill, G. (Hrsg.) (1998) *The Place of Music*. New York, London: The Guilford Press.

- Leyshon, A. (2001) Time-Space (and Digital) Compression: Software Formats, Musical Networks, and the Reorganisation of the Music Industry. *Environment and Planning A*, Vol. 33, 49-77.
- Lim, G. et al (1993) Cultural Strategies for Revitalizing the City: A Review and Evaluation. *Regional Studies*, Vol. 27, 589-595.
- Lipietz, A. (1999) Cultural Geography, Political Economy and Ecology. *European Planning Studies*, Vol. 7 (1), 41-50.
- Liverpool Echo (2002) 1000 Facts about Liverpool. Liverpool
- Liverpool City (2002) *The Cultural Strategy for Liverpool*. Liverpool: City of Liverpool.
- Liverpool City Council (1987) *An arts and cultural industries strategy for Liverpool. A framework*. Liverpool: The City Council.
- Liverpool City Council (1993) *Liverpool City Centre Plan*. Liverpool: The City Council.
- Lorente, P. (Hrsg.)(1996) *The Role of Museums and the Arts in the Urban Regeneration of Liverpool*. Leicester: Centre for Urban History, University of Leicester.
- Luger (1994) Kulturerlebnis Stadt. In: Brandner et al (Hrsg.) *Kulturerlebnis Stadt: Theoretische und praktische Aspekte der Stadtkultur*. Wien, 14-50.
- Lundequist, P. / Power, D. (2002) Putting Porter into Practice? Practices of Regional Cluster Building: Evidence from Sweden. *European Planning Studies*, Vol. 10 (6), 685-704.
- Lütgenhorst, M. (1967) *Der Koloss*. München: Desch.
- Macdonald, S. / Stohr, H. (2001) *(Stand-) Orte der Kreativität*. Diplomarbeit an der Fakultät Raumplanung, Universität Dortmund.
- Mackay, H. (Hrsg.) (1997) *Consumption and everyday life*. London: Sage.
- Maier, G. / Tödtling, F. (1992) *Regional- und Stadtökonomik*. New York/ Wien: Springer-Verlag.
- Maier, J. (Hrsg.) (1996) *Bedeutung kreativer Milieus für die Regional- und Landesentwicklung*. Arbeitsmaterialien zur Raumordnung und Regionalentwicklung. Bayreuth.
- Maillat, D. (1995) Territorial dynamic, innovative milieus and regional policy. *Entrepreneurship and Regional Development*, Vol. 7, 157-165.
- Maillat, D. (1997) Interactions between urban systems and localized productive systems: an approach to endogenous regional development in terms of innovative milieu. *European Planning Studies*, Vol 6 (2), 117-129.
- Maillat, D. (1998) Innovative milieux and new generations of regional policies. *Entrepreneurship & Regional Development*, Vol. 10, 1-16.

- Malmberg, A. / Maskell, P. (1999) Localized Learning and Regional Economic Development. *European Urban and Regional Studies*, Vol. 6 (1), 5-8.
- Malmberg, A. / Maskell, P. (2002) The Elusive Concept of Localization Economies: towards a Knowledge-based Theory of Spatial Clustering. *Environment and Planning A*, Vol. 34, 429-449.
- Markusen, A. (1985) *Profit Cycles, Oligopoly and Regional Development*. Cambridge: MIT Press.
- Markusen, A. (1996) Sticky Places in a Slippery Space: a Typology of Industrial Districts. *Economic Geography*, Vol. 72, 293-313.
- Maskell, P. / Malmberg, A. (1999) The Competitiveness of Firms and Regions: "Ubiquitification" and the importance of localized learning. *European Urban and Regional Studies*, Vol. 6 (1), 9-26.
- Massey, D. (1995) The Conceptualization of Place. In: Massey, D. / Jess, P. *A place in the world?* Oxford, 45-86.
- May, N. (1994) Wandel der Region Lothringen: Kontinuitäten und Branchen. In: Kilper, H. / Rehfeld, D. (Hrsg.) *Konzern und Region. Zwischen Rückzug und neuer Integration*. Münster, 13-60.
- May, W. / Mason, C. / Pinch, S. (2001) Explaining Industrial Agglomeration: the Case of the British High-Fidelity Industry. *Geoforum*, Vol. 32, 363-376.
- McNeill, D. D. / Phelps, D. N. (2000) *Urban Governance at the Edge of Europe's Capital Cities*. Vortragspapier auf der „Third European Urban and Regional Studies“ Konferenz, 14.09.00 - 17.09.00. Bergen, Norway.
- Merseyside County Council (1980) *Merseyside Structure Plan*. Liverpool: Merseyside County Council.
- Merseyside Music Development Agency, MMDA (1999) *The Hidden Economy. Assessment of the Music Sector on Merseyside*. Liverpool: MMDA.
- Meuser, M. / Nagel, U. (1991) ExpertInneninterviews – vielfach erprobt, wenig bedacht. Ein Beitrag zur qualitativen Methodendiskussion. In: Garz, D. / Kraimer, H. (Hrsg.) *Qualitativ-empirische Sozialforschung. Konzepte, Methoden, Analysen*. Opladen: Westdeutscher Verlag, 441-471.
- Meuser, M. / Nagel, U. (1993) Expertenwissen und Experteninterview. In: Hitzler, R. / Honer, A. / Maedder, C. (Hrsg.) *Expertenwissen. Die institutionalisierte Kompetenz zur Konstruktion von Wirklichkeit*. Opladen: Westdeutscher Verlag, 180-192.
- Meyer, B. (1997) Kultur in der Stadt: Herausforderung für eine neue Bürgerkultur. *Der Städtetag*, 5/97, 318-322.
- Meyer-Stamer, J. (1999 A) *Strategien lokaler/regionaler Entwicklung: Cluster, Standortpolitik und systemische Wettbewerbsfähigkeit*. Projekt Meso-NRW. INEF Report. Institut für Entwicklung und Frieden, Universität Duisburg und Fundacao Empreender, Joinville, Brasilien. (<http://www.meyer-stamer.de/1999/nsa.pdf>).

Meyer-Stamer, J. (1999 B) *Lokale und regionale Standortpolitik – Konzepte und Instrumente jenseits von Industriepolitik und traditioneller Wirtschaftsförderung*. INEF Report. Institut für Entwicklung und Frieden an der Gerhard-Mercator-Universität Duisburg (<http://www.meyer-stamer.de/1999/report39.pdf>).

Midwest Research Institute (1980) *Economic impact of the performing arts on Kansas City*. Endbericht, 06.1980, Kansas City: Midwest Research Institute.

Miegel, R. (1991) *Zur Wirkung außerökonomischer Faktoren auf die Beschäftigung*. Gütersloh.

Miles, M. / Hall, T. / Borden, I. (Hrsg.)(2000) *The City Culture Reader*. London: Routledge.

Ministerium für Stadtentwicklung, Wohnen und Verkehr des Landes Nordrhein-Westfalen (Hrsg.) (1989) *Stadterneuerung und Kultur: eine Dokumentation*. Düsseldorf.

Ministerium für Stadtentwicklung, Wohnen und Verkehr des Landes Nordrhein-Westfalen (Hrsg.) (1996) *KulturTrip: 50 Jahre Kultur in Nordrhein-Westfalen*. Düsseldorf.

Ministerium für Stadtentwicklung, Wohnen und Verkehr des Landes Nordrhein-Westfalen (Hrsg.) (1997) *Kulturregion Münsterland: Entwurf eines Konzeptes, Leitbilder und Profile*. Düsseldorf.

Ministerium für Städtebau und Wohnen, Kultur und Sport des Landes Nordrhein-Westfalen (o.J.) *Landesinitiative StadtBauKultur NRW*. Flyer.

Ministerium für Städtebau und Wohnen, Kultur und Sport des Landes Nordrhein-Westfalen (Hrsg.)(2002) *Stadt machen! Ziele und Projekte*. Dokumentation Städtebaukongress vom 1.2.2001 auf der Zeche Zollverein in Essen. Düsseldorf.

Molotch, H. (1998) Kunst als Herzstück einer regionalen Ökonomie: Der Fall Los Angeles. In: Göschel, A. / Kirchberg, V. (Hrsg.) *Kultur in der Stadt: Stadtsoziologische Analysen zur Kultur*. Opladen: Leske+Budrich, 121-143.

Morgan, K. (1997) The Learning Region: Institutions, Innovation and Regional Renewal. *Regional Studies*, Vol. 31, 5, 491-503.

Morgan, K. / Nauwelaers, C. (Hrsg.) (1999) *Regional Innovation Strategies-The Challenge for less-favoured Regions*. London: The Stationery Office.

Mulgan, G. / Worpole, K. (1986) *Saturday night or sunday morning? From arts to industry - new forms of cultural policy*. London: Comedia Publishing Group.

Musyk, B. (1999) Das Konzept "Regionaler Innovationsstrategien": Ursprung und Zukunftsperspektiven. In: REGIO-Institut, Institut für Regionalentwicklung und Informationssysteme an der Carl-von-Ossietzky-Universität Oldenburg (Hrsg.) *Regionalentwicklung zwischen Globalisierung und Regionalisierung. Zur Innovationsfähigkeit von Regionen*. Ta-

gungsband, 19. November 1999. Oldenburg; Bibliotheks- und Informationssystem der Universität, 23-25.

Münch, R. (1999) Europäische Identitätsbildung: Zwischen globaler Dynamik, nationaler und regionaler Gegenbewegung. In: Segers, R. T. / Viehoff, R. (Hrsg.) *Kultur, Identität, Europa: Über die Schwierigkeiten und Möglichkeiten einer Konstruktion*. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 223-252.

MVRDV (2002) *The Regionmaker RheinRuhrCity*. Ostfildern-Ruit: Hatje Cantz

MWMTV, Ministerium für Wirtschaft und Mittelstand, Technologie und Verkehr des Landes Nordrhein-Westfalen (2000) *Kulturwirtschaft in Europa: Regionale Entwicklungskonzepte im Vergleich*. Europäischer Fachkongress, 19.-21.05.1999. Essen: Ministerium für Wirtschaft und Mittelstand, Technologie und Verkehr des Landes NRW.

Myerscough, J. (1988) *The Economic Importance of the Arts in Britain*. London: Policy Studies Institute.

Myerscough, J. (1996) *The Arts and the Northern Ireland Economy*. Belfast: Northern Ireland Economic Development Office.

Nadvi, K. (1997) *The Cutting Edge: Collective Efficiency and International Competitiveness in Pakistan*. Brighton: Institute of Development Studies. Discussion Paper 360.

NCC Cultur Concept GmbH (1998) *1. Kulturwirtschaftstag NRW, Dokumentation*. Köln.

Nelson, R. (1993) *National Innovation Systems*. Oxford: Oxford University.

Nemeczek, A. (1998) Kunst als Dienstleistung. *art*, Vol. 5, 26-37.

Neue Zürcher Zeitung, o. V. (2001) *Kunst und Kultur als Standortfaktor. Die Privatwirtschaft und das Ansehen des Ruhrgebiets*. 10.8.2001.

Nijkamp, P. / Bal, F. / Medda, F. (1998) *A Survey of Methods for Sustainable City Planning and Cultural Heritage Management*. Background Paper, Amsterdam: European Union Commission; "Raphael" Programme, Consiglio Nazionale delle Ricerche, Targeted Project "Cultural Heritage".

NIW, Niedersächsisches Institut für Wirtschaftsforschung / Zentrum für Kulturforschung (1999) *Kultur-, Medien- und Freizeitwirtschaft im Raum der Gemeinsamen Landesplanung Bremen/Niedersachsen: Daten, Schwerpunkte und Entwicklungspotenziale*. Vorstudie. Hannover: NIW.

NIW, Niedersächsisches Institut für Wirtschaftsforschung (Hrsg.) (2002) *Kulturwirtschaft in Niedersachsen. Quantitativer Befund und Schlussfolgerungen für die wirtschaftspolitische Diskussion*. Hannover: NIW

North, D. C. (1991) Institutions. *The Journal of Economic Perspectives*, Vol. 5, 97-112.

Nuhn, H. (1997) Globalisierung und Regionalisierung im Weltwirtschaftsraum. *Geographische Rundschau*, Heft 3, 136-143.

NWDA, North West Development Agency (2002 A) *Creative Industries Strategy for England's Northwest*. Technical Appendices. Unveröffentlichtes Dokument.

NWDA, North West Development Agency (2002 B) *Urban Design*. Manchester: NWDA.

Nyström, L. (1999) Introduction: The Importance of Culture to Urban Environment. In: Nyström, L. (Hrsg.) (1999) *City and Culture. Cultural Processes and Urban Sustainability*. Karlskrona: Boverket: 11-19

Oberender, T. (2002) Der blaue Himmel trennt die Städte. *Frankfurter Rundschau* vom 27.8.2002.

O'Connor, J. (2000) *The Cultural Production Sector in Manchester. Research & Strategy*. Manchester: Manchester Institute for Popular Culture.

OECD, Organisation for Economic Cooperation and Development (1999) *Boosting Innovation: The Cluster Approach*. Paris: OECD.

Oehler, E. (1999) Regionalförderung auf Kosten der Spitzenkultur. Kulturpolitik der Bundesländer: Nordrhein-Westfalen. *Handelsblatt* vom 2.7.1999.

Opaschowski, H. W. (1997) *Deutschland 2010: Wie wir morgen leben, Voraussagen der Wissenschaft zur Zukunft unserer Gesellschaft*. Hamburg: Mairs Geographischer Verlag.

Paasi, A. (2002) Europe as a Social Process and Discourse. Considerations of Place, Boundaries and Identity. *European Urban and Regional Studies*, Vol. (8), 19-27

Picht, R. (1989) Kulturpolitik als Modernisierungsstrategie: Der französische Weg. *Das Parlament*, Band 39/89, 26-34.

Piore, M. J. / Sabel, C. F. (1984) *The Second Industrial Divide: Possibilities for Prosperity*. New York: Basic Books.

Platzeck, W. (1997) Kultur lebt nicht nur von Events. *Westdeutsche Allgemeine Zeitung* vom 1.10.1997.

Platzeck, W. (1998) Das Geschäft mit der Kultur blüht auf. *Westdeutsche Allgemeine Zeitung* vom 1.9.1998.

Porter, M. E. (1991) *Nationale Wettbewerbsvorteile. Erfolgreich konkurrieren auf dem Weltmarkt*. München: Droemer Knauer.

Porter, M. E. (1999) *Wettbewerb und Strategie*. Düsseldorf: Econ.

Porter, M. E. (2001) Regions and the New Economics of Competition. In: Scott, A. J. (Hrsg.) *Global City-Regions*. 139-157.

Potratz, W. (2000) *Dezentral und koordiniert? Die Innenwelt der regionalisierten Strukturpolitik in NRW*. München.

Prager, J. (1996) *Wirtschaftsförderung und Kulturförderung im Ruhrgebiet*. Bochum: Universitätsverlag Brockmeyer.

Pratt, A. C. (1997) The Cultural Industries Sector: its Definition and Character from secondary Sources on Employment and Trade, Britain 1984-1991. *Environment and Planning*, Vol A:29. 1953-1974.

Pratt, A. C. (1999) *Cultural Industries: the first steps, and the road ahead*. Paper presented at the Cultural and the City Conference, Manchester Met University, 14.12.1999.

(siehe auch http://www.mmu.ac.uk/h-ss/mipc/conf/conf_sess7.htm#AP)

Presse- und Informationsamt der Bundesregierung (1996) *So fördert der Bund Kunst und Kultur*. Politik-Informationen, Bonn: Presse- und Informationsamt der Bundesregierung.

Presse- und Informationsamt der Bundesregierung (2002) *Im Bund mit der Kultur – Neue Aufgaben der Kulturpolitik*. Berlin.

Prigge, W. (1997) *Wie urban ist der digitale Urbanismus?: Zur Kritik der programmierten Interaktivität*. Hannover.

Prosek, A. (1999) *Mittelmaß - Sehnsucht - Metropolenentwürfe: Image und Selbstverständnis im Ruhrgebiet*. Vortrag im Rahmen des Kongresses OUT 4 'Popkultur im Ruhrgebiet regional vernetzen und professionalisieren' am 12.11.1999 in Oberhausen.

(siehe auch http://www.out.de/out4/vortrag_prosek.html)

Rademacher, C. (1997) Zeit der Erschlaffung? Überlegungen zur Kulturkritik bei Adorno und Lyotard. In: Rademacher, C. / Schweppenhäuser, G. (Hrsg.) *Postmoderne Kultur?* Opladen: Westdeutscher Verlag, 141-151.

Raines, P. (Hrsg.) (2002) *Cluster Development and Policy*. Glasgow: Ashgate

Rapp, F. (Hrsg.) (1998) *Globalisierung und kulturelle Identität*. Schriftenreihe der Universität Dortmund, Band 42, Bochum: projekt verlag.

Rehfeld, D. (1994) Produktionscluster und räumliche Entwicklung. In: Krumbein, W. (Hrsg.) *Ökonomische und politische Netzwerke in der Region*. Hamburg, Münster: LIT.

Rehfeld, D. (1995) Disintegration and Reintegration of Production Clusters in the Ruhr Area. In: Cooke, P. (Hrsg.) *The Rise of the Rustbelt*. London: 85-102.

Rehfeld, D. (1999) *Produktionscluster: Konzeption, Analysen und Strategien für eine Neuorientierung der regionalen Strukturpolitik*. München.

Richards, G. (1999) Cultural capital or cultural capitals? In: Nyström, L. (Hrsg.) *City and Culture. Cultural Processes and Urban Sustainability*. Karlskrona: Boverket, 403-414.

Robertson-Wensauer, C. Y. (Hrsg.) (2000 A) *Aspekte einer Angewandten Kulturwissenschaft*. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft.

Robertson, C. / Winter, C. (Hrsg.) (2000 B) *Kulturwandel und Globalisierung*. Baden-Baden: Nomos.

Roeck, B. (2002) Kunst, Kapital und Konkurrenz. *McK Wissen*. Sonderheft Cluster, 43-47.

Rohrbach, C. (1999) *Regionale Identität im Global Village-Chance oder Handicap für die Regionalentwicklung*. Materialien 26. Institut für Kulturgeographie, Stadt- und Regionalforschung der Johann-Wolfgang-Goethe-Universität Frankfurt, Frankfurt am Main.

Rossmann, A. (1996) Erst kommt die Arbeit, dann die Kultur. *Frankfurter Allgemeine Zeitung* vom 24.9.1996.

Rossmann, A. (2002) Ein neues Herz für den müden Riesen. Die Industrielandschaft Zeche Zollverein ist Weltkulturerbe und soll Zukunftsstandort werden. *Frankfurter Allgemeine Zeitung* vom 03.09.2002.

Roters, W. (2001) Ruhr-Stadt-Spiel-Räume: Für eine Versöhnung von Kultur und Strukturwandel. In: Canaris, U. / Rösen, J. (Hrsg.) *Kultur in Nordrhein-Westfalen*.

Rothenberg, M. (1997) Im Revier schaut man längst nicht mehr in die Röhre. *VDI Nachrichten* vom 18.10.1997.

Rustemeyer, D. / Wittpoth, J. (Hrsg.) (1991) *Kultur im Spannungsfeld von Wirtschaft und Politik*. Berlin: Analytika Verlagsgesellschaft.

Rösen, J. (1998) Zukunft als Kulturproblem. *Das Magazin*, Heft 4, 12-13. Sauberzweig, D. / Wagner, B. / Röske, T. (Hrsg.) (1998) *Kultur als intellektuelle Praxis: Hermann Glaser zum 70. Geburtstag*. Texte zur Kulturpolitik. Essen: Klartext Verlag.

Saxenian, A. (1994) *Regional Advantage, Culture and Competition in Silicon Valley and Route 128*. Cambridge: Harvard University Press.

Schamp, E. W. (2000) *Vernetzte Produktion. Industriegeographie aus institutioneller Perspektive*. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft.

Schätzl, L. (1994) *Wirtschaftsgeographie 3. Politik*. 3. Auflage. Paderborn, München, Wien, Zürich: Schöningh.

Schätzl, L. (1998) *Wirtschaftsgeographie 1. Theorie*. 7. Auflage. Paderborn, München, Wien, Zürich: Schöningh.

Schmidt, S. J. (1999) Kultur als Programm: Zur Diskussion gestellt. In: Segers, R. T. Viehoff, R. (Hrsg.) *Kultur, Identität, Europa: Über die Schwierigkeiten und Möglichkeiten einer Konstruktion*. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 120-129.

Schöneich, M. (1991) Stadtkultur. In: Deutsches Institut für Urbanistik (Hrsg.) (1991) *Urbanität in Deutschland*. Stuttgart/ Berlin/ Köln: DIFU, Band 83, 83-92.

Schönert, M. / Willms, W. (2000) Medienwirtschaft in deutschen Großstädten. BAW - Institut für Wirtschaftsforschung GmbH. *Monatsberichte*. Bremen: BAW.

Schwencke, O. / Schwengel, H. / Sievers, N. (Hrsg.) (1993) *Kulturelle Modernisierung in Europa: Regionale Identitäten und soziokulturelle Konzepte*. Dokumentationen. Bonn: Kulturpolitische Gesellschaft e.V.

Schwencke, O. (Hrsg.) (1997) *Der Stadt Bestes suchen: Kulturpolitik im Spektrum der Gesellschaftspolitik*. Dokumentationen. Bonn: Kulturpolitische Gesellschaft e.V.

Schwencke, O. (1998) *Der Euro als Kulturfaktor: Europapolitische Überlegungen zum Verhältnis von Kultur und Ökonomie*. Düsseldorf: Düsseldorf Reden zu Kultur und Wirtschaft, Band 3, Düsseldorf: Düsseldorf Reden zu Kultur und Wirtschaft.

Scott, A. J. (1988) *New Industrial Spaces. Flexible Production Organization and Regional Development in North America and Western America*. London: Pion.

Scott, A. J. (1993 A) The New Southern Californian Economy: Pathways to Industrial Resurgence. *Economic Development Quarterly*, 7 296-309

Scott, A. J. (1993 B) *Technopolis: High-technology Industry and regional Development in Southern California*. Berkeley: University of California Press.

Scott, A. J. (1996) The Craft, Fashion and Cultural Products Industries of Los Angeles: Competitive Dynamics and Policy Dilemmas in a Multisectoral Image-Producing Complex. *Annals of the Association of American Geographers* 86, 306-323.

Scott, A. J. (1998) *Regions and the World Economy: The Coming Shape of Global Production*. Oxford, New York: Oxford University Press.

Scott, A. J. (2000) *The Cultural Economy of Cities*. London.

Scott, A. J. (2002 A) Competitive Dynamics of Southern California's Clothing Industry: The Widening Global Connection and its Local Ramifications. *Urban Studies*, Vol. 39 (8), 1287-1306.

Scott, A. J. (2002 B) A new map of Hollywood and the world. Vortragspapier auf dem 42nd Kongress der "European Regional Science Association" (ERSA) in Dortmund, 27.-31. August 2002.

Scott, A. J. / Storper, M. (1995) The Wealth of Regions: Market forces and policy imperatives in local and global context. *Futures*, Vol. 27, 505-526.

Segers, R. T. / Viehoff, R. (1999) Die Konstruktion Europas: Überlegungen zum Problem der Kultur in Europa. In: Segers, R. T. / Viehoff, R. (Hrsg.)

Kultur, Identität, Europa: Über die Schwierigkeiten und Möglichkeiten einer Konstruktion. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 9-49.

Sennett, R. (1998) Die Kultur des neuen Kapitalismus. *Das Magazin*, 4/98, 10-11.

Siebel, W. (1998) Die Gestalt der europäischen Stadt verschwindet. *Das Magazin*, 4/98, 24-26.

Siebel, W. (2002) Stigma wird Kapital - die Chancen einer alten Industrieregion, Chancen der Industrieregion Rhein-Ruhr. *Frankfurter Allgemeine Zeitung* vom 28.5.2002.

Sieverts, T. (2002) Ästhetik – Anästhetik. Kulturelle Dimensionen der Zwischenstadt. In: Flagge, I. / Pesch, F. (Hrsg.) *Stadt und Kultur*. Wuppertal: Müller + Busmann. 110-113.

Sinz, M. (1995) Region. In: Akademie für Raumordnung und Landesplanung (Hrsg.) *Handwörterbuch der Raumordnung*. Braunschweig: VSB Verlagsservice, 805-808.

Smith, C. (1998) *Creative Britain*. London: Faber.

Soja, E. W. (1999) In Different Spaces: The Cultural Turn in Urban and Regional Political Economy. *European Planning Studies*, Vol. 7 (1), 65-75.

STADTart / Benkert, W. (1998) *Die Bedeutung der Popkomm für Wirtschaft und Region*. Zusammenfassung, Düsseldorf: Ministerium für Wirtschaft und Mittelstand, Technologie und Verkehr des Landes Nordrhein- Westfalen, Referat Öffentlichkeitsarbeit.

Städtetag, D. (1997) Kultur - Medien - Multimedia - Telekommunikation: Chancen, Risiken, Handlungsziele. *Der Städtetag*, 2/1997, 81-84.

Steger, H.-A. (1996) Wirtschaft und Kultur: kultursoziologische und kultur-anthroposophische Aspekte. In: Klump, R. (Hrsg.) *Wirtschaftskultur, Wirtschaftsstil und Wirtschaftsordnung*. Marburg: Metropolis, 69-92.

Steinert, H. (1998) *Kulturindustrie*. Münster: Westfälisches Dampfboot.

Stenger, M. (2001) Viel mehr als ein Sahnehäubchen. Die neue Kultur Ruhr GmbH will betshende Institutionen einbinden. *Westdeutsche Allgemeine Zeitung* vom 21. 4.2001.

Sternberg, R. (1994) *Technologiepolitik und High-Tech-Regionen - ein internationaler Vergleich*. Münster / Hamburg.

Sternberg, R. (1995) Innovative Milieus in Frankreich: Empirischer Befund und politische Steuerung dargestellt an den Beispielen Paris, Grenoble und Sophia Antipolis. *Zeitschrift für Wirtschaftsgeographie*, Heft 3-4, 199-218.

Sternburg, W. v. (Hrsg.) (1997) *Der Vorhang fällt: Kultur in Zeiten leerer Kassen*. Berlin: Aufbau Taschenbuch Verlag GmbH.

Stiglbauer, K. (1992) Die Kulturregionen Europas. *Mitteilungen der Österreichischen Gesellschaft*, 134. Jahresband, 93-114.

Storper, M. (1995) The Resurgence of Regional Economies, Ten years later: The Region as a nexus of untraded interdependencies. *European Urban and Regional Studies*, Vol. 2 (3), 191-219.

Storper, M. (1997) *The Regional World. Territorial Development in a Global Economy*. New York: Guilford Press.

Storper, M. / Salais, R. (1997) *Worlds of production: the action frameworks of the economy*. Cambridge, Mass.: Harvard University Press.

Storper, M. / Walker, R. (1989) *The Capitalist Imperative. Territory, Technology and Industrial Growth*. New York, Oxford: Blackwell.

Süddeutsche Zeitung, o.V. (2002) *Kulturwirtschaft blutet am stärksten*. 12. Juli 2002.

Sydhoff, B. (1999) Culture and the City - The Cultural Dimension of Sustainability. In: Nyström, L. (Hrsg.) *City and Culture. Cultural Processes and Urban Sustainability*: 57-58

Syrett, S. / Baldock, R. (2000) *The London development agency and the economic governance of London*. Vortragspapier auf der „Third European Urban and Regional Studies“ Konferenz 14.09.00 - 17.09.00. Bergen, Norway.

Thierstein, A. / Walser, M. (1996) Stein der Weisen oder Mogelpackung? Sustainable Development als Strategie für Regionen. *DISP*, Nr. 125, 10-17.

Tönnies, G. (1999) *Zum konzeptionellen Ansatz des Europäischen Raumentwicklungskonzeptes*. Unveröffentlichtes Material, Wissenschaftsgespräch über europäische Raumordnungspolitik am 8.11.1999, Universität Nijmegen.

Turok, I. (2002) *Cities, Clusters and Creative Industries: the case of film and TV in Scotland*. Typoscript.

Ulvskog, M. (1999) Cultural Heritage, Eco-cycles and Forms for the Future. In: Nyström, L. (Hrsg.) *City and Culture. Cultural Processes and Urban Sustainability*, 52-56.

UNESCO (1982) *Cultural Industries: a Challenge for the Future of Culture*. Paris: Unesco.

UNESCO (1998) *World Culture Report 1998: Culture, Creativity and Markets*. Paris: UNESCO.

Uzzi, B. (1997) Social Structure and Competition in Interfirm Networks: The Paradox of Embeddedness. *Administrative Science Quarterly*, Vol. 42, 35-67.

Vanderlinden, B. (Hrsg.) (2002) *Was ist Zollverein?* Im Auftrag der Entwicklungsgesellschaft Zollverein. Ostfildern / Ruit: Hatje Cantz.

- Viehoff, R. (1999) *Kultur, Identität, Europa: über die Schwierigkeiten und Möglichkeiten einer Konstruktion*. Frankfurt am Main: Suhrkamp-Taschenbuch.
- Volmer, M. (1999) Viele Gründerzentren haben Problem mit der Vermietung. *Westdeutsche Allgemeine Zeitung* vom 23.1.1999.
- Voppel, G. (1997) Nordrhein-Westfalen: Entwicklungschancen und -Probleme einer „europäischen Region“. *Landeskunde*, Heft 2, 359-388.
- Wagner, B. / Zimmer, A. (Hrsg.) (1997) *Krise des Wohlfahrtsstaates - Zukunft der Kulturpolitik*. Texte zur Kulturpolitik. Essen: Klartext Verlag.
- Waters, I. (1989) *Entertainment, Arts and Cultural Services*. Essex: Longman Group.
- Weber, S. (1998) Kohle in den Köpfen. Noch immer hängt Grauschleier über Nordrhein-Westfalen. *Süddeutsche Zeitung* vom 18.3.1998.
- Weissenborn, B. (1997) *Kulturtourismus*. Trier: Selbstverlag der Geographischen Gesellschaft Trier.
- Westdeutsche Allgemeine Zeitung, o.V. (2001) Kultur ist mehr als nur ein Spaßfaktor. 15.1.2001.
- Westdeutsche Allgemeine Zeitung, o.V. (2002) Ein harter Kampf um die Publikumsgunst. 28. Januar 2002
- Wiesand, A. J. (1996) Arts and Media Industries and Their Role in Regional Development. In: International Cultural Centre (Hrsg.) *The Historical Metropolis: A Hidden Potenzial*. Cracow, 81-90.
- Wiesand, A. J. (Hrsg.) (2000) *Handbook of Cultural Affairs in Europe*. 3. Auflage. Baden-Baden: Nomos.
- Wirtschaftsministerium Mecklenburg-Vorpommern (Hrsg.) (1997) *Kulturwirtschaft in Mecklenburg-Vorpommern*. Schwerin.
- Wittkämper, G. W. (1994) Ökologie und Ökonomie in der urbanen Kultur. In: Wollasch, A. (Hrsg.) *Kulturgut Stadt: Überlegungen zur Zukunft der europäischen Stadt*. Köln: Grote, 70-76.
- Wolf, K. (1998) *Sozio-kulturelle Aspekte der regionalen Nachhaltigkeit*. Unveröffentlichtes Vortragsmanuskript, 25.05.1998, Universität Hannover.
- Wood, G. (1994) *Die Umstrukturierung Nordost-Englands. Wirtschaftlicher Wandel, Alltag und Politik in einer Altindustrieregion*. Duisburger Geographische Arbeiten, 13, Dortmund: Vertrieb für Bau- und Planungsliteratur Dortmund.
- Zec, P. (1995) *Design Park Essen*. Unveröffentlichtes Dokument.
- Zöpel, C. (2002) Völker der Welt, schaut auf diesen Pott. *Frankfurter Allgemeine Zeitung* vom 15.1.2002.

Zukin, S. (1991) *Landscapes of Power: from Detroit to Disney World*. Berkeley: University of California Press.

Zukin, S. (1995) *The Cultures of Cities*. Cambridge, Oxford: Blackwell Publishers.

Zwink, E. (Hrsg.) (1981) *Auswirkungen der Salzburger Festspiele auf Wirtschaft und Arbeitsmarkt*. Dokumentation. Salzburg: Amt der Salzburger Landesregierung, Landespressebüro.

WWW-Verzeichnis

<http://culture.co.uk>

Aufgabenspektrum des Department of Culture, Media and Sports (DCMS)

<http://www.creativescotland.com/>

Clusterstrategien von Creative Scotland

<http://www.ziel2-nrw.de>

Das Ziel-2 Programm des Landes Nordrhein-Westfalen

<http://www.nrw.de>

Pressemitteilung vom 23. April 2001:

Landesregierung startet Wettbewerb um kulturelle Gründerzentren.

Pressemitteilung vom 26. November 2001

Landeswettbewerb Kulturelle Gründerzentren

Pressemitteilung vom 10. Januar 2003:

Städtebauminister Vesper: Qualitätsoffensive für städtisches Leben. Memorandum und Leitprojekte der Initiative StadtBauKultur vorgestellt.

<http://www.mswks.nrw.de/ministerium/aktuelles.htm>

Pressemitteilung vom 20. Februar 2002

Kulturwirtschaft auf der Zeche Zollverein

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1	Schnittmenge Kultur / Ökonomie / Regionalentwicklung	9
Abbildung 2:	Forschungsfragen	12
Abbildung 3:	Aufbau der Untersuchung	15
Abbildung 4:	Eigenschaften eines Industriedistriktes	23
Abbildung 5:	Charakteristika eines innovativen Milieus	24
Abbildung 6:	Wertschöpfungskette der Filmwirtschaft	28
Abbildung 7:	Porters Diamant	30
Abbildung 8:	Elemente einer Produktkette	31
Abbildung 9:	Produktionskette, Produktionscluster und regionale Wirtschaftsstruktur	32
Abbildung 10:	Einfache Produktionskette / Wertschöpfungskette (integriert)	32
Abbildung 11:	Elemente einer "Cultural Industries" Wertschöpfungskette	36
Abbildung 12:	Scottish Enterprise Value Chain	37
Abbildung 13:	Bedeutung räumlicher Nähe in den Produktions-, Dienstleistungs- und Produktionszusammenhängen in der Musikwirtschaft in der Strukturregion "Mittleres Ruhrgebiet"	38
Abbildung 14:	Schematische Darstellung der Produktions-, Dienstleistungs- und Distributionszusammenhänge ausgewählter Unternehmen der Musikwirtschaft in der Strukturregion "Mittleres Ruhrgebiet"	38
Abbildung 15:	Nachhaltigkeitsviereck der Raumentwicklung	57
Abbildung 16:	Regionalwirtschaftliche Effekte von Kultur	65
Abbildung 17:	Interdependenzgeflecht der Kulturwirtschaft	69
Abbildung 18:	Bedeutung der Kulturwirtschaft für die Stadt- und Regionalentwicklung	70
Abbildung 19:	Interdependenzen zwischen Kulturleben und Kulturwirtschaft	75
Abbildung 20:	Regionale Clusterbildung in der deutschen Kulturwirtschaft	79
Abbildung 21:	Cluster der Kulturwirtschaft nach ihrem sektoralen Profil	80
Abbildung 22:	Akteure und ihre Politiken, Strategien und Programme zur Förderung der Kulturwirtschaft	86
Abbildung 23:	Karte des Ruhrgebietes	87
Abbildung 24:	Vielbesuchte Kulturstätten im Ruhrgebiet	89
Abbildung 25:	Route der Industriekultur	93
Abbildung 26:	Herkunft ausgewählter Waren und Dienstleistungen für die "Joseph"-Musical –Produktion GmbH	99
Abbildung 27:	Schnittfelder designbezogener Kulturwirtschaft	104
Abbildung 28:	Designland Nordrhein-Westfalen	105
Abbildung 29:	Designstandorte im Ruhrgebiet	109
Abbildung 30:	Designstandorte in der Stadt Essen	110
Abbildung 31:	Organigramm der Entwicklungsgesellschaft Zollverein	112
Abbildung 32:	Potenziale der Kulturwirtschaft im Ruhrgebiet	115
Abbildung 33:	Hemmnisse der Kulturwirtschaft im Ruhrgebiet	118
Abbildung 34:	Charakteristika der "Creative Industries"	126
Abbildung 35:	Die räumliche Verteilung der "Creative Industries" in Großbritannien	130
Abbildung 36:	Musikwirtschaft in Großbritannien	132
Abbildung 37:	Handlungsempfehlungen für die Entwicklung der "Creative Industries" in den Regionen	134
Abbildung 38:	Karte der Region North West England	138
Abbildung 39:	Sektoren der "Liverpool-Manchester Vision" Studie (SIC Codes)	142

Abbildung 40:	Teilcluster der "Creative Industries" in der Region North West	145
Abbildung 41:	Organigramm "Creative Industries Strategy NWDA"	146
Abbildung 42:	Museen und Gallerien in Liverpool City Centre	152
Abbildung 43:	Tate Gallery Liverpool	153
Abbildung 44:	Standorte der Computerspiele-Industrie in North West	158
Abbildung 45:	"Institutional Setting" in North West	161
Abbildung 46:	Handlungsdreieck	169
Abbildung 47:	Wissenspool der Kulturwirtschaft	177
Abbildung 48:	Rahmen einer Förderung kulturwirtschaftlicher Cluster in einer altindustrialisierten Region	181
Abbildung 49:	Bedeutung einer "kritischen Masse" für die Clusterentwicklung	184

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Beispielhafte Auflistung von Tätigkeitsfeldern der Selbständigen und Betriebe in den Teilmärkten der Kulturwirtschaft	68
Tabelle 2:	Branchen der Kulturwirtschaft in Nordrhein-Westfalen	85
Tabelle 3:	Kategorien der "Creative Industries"	129
Tabelle 4:	Beschäftigtenzahl in den "Cultural Industries" britischer Großstädte	143
Tabelle 5:	Beschäftigung in North West England	144
Tabelle 6:	Kennzeichen ausgewählter Sektoren der Liverpools Cultural Industries bis Mitte der 1990er Jahre	156
Tabelle 7:	SWOT-Analyse Kulturwirtschaft in Liverpool	160
Tabelle 8:	Förderstrategien für kulturwirtschaftliche Cluster in altindustrialisierten Regionen	187

Abkürzungsverzeichnis

ACID	The Arts and Culture Industries Development Fund
ACME	Arts, Creative and Media Enterprise
AVEC	Audio Visual Enterprise Centre
BCDP	Bristol Cultural Development Partnership
bzw.	beziehungsweise
ca.	circa
CES	Cardiff Enterprise Service
CIDS	Cultural Industries Development Service
CITF	Creative Industries Task Force
CIQ	Cultural Industries Quarter
CURDS	Centre for Urban and Regional Develop. Studies, Newcastle
DCMS	Department for Culture, Media and Sport
DETR	Department for Environment, Trade and the Regions
DM	Deutsche Mark
DTI	Department of Trade and Industry
d.h.	das heißt
EFRE	Europäischer Fonds für regionale Entwicklung
EGZ	Entwicklungsgesellschaft Zollverein, Essen
ELA	Emscher-Lippe-Agentur
EWA	Entwicklungsagentur Östliches Ruhrgebiet
etc.	et cetera
FACT	Foundation for Art and Creative Technology
F&E	Forschung & Entwicklung
IBA	Internationale Bauausstellung
ICDC	International Centre of Digital Content
ICT	Information and Communication Technologies
Ifo	Information und Forschung
IHK	Industrie- und Handelskammer
IT	Informationstechnologie
GDP	Gross Domestic Product
GmbH	Gesellschaft mit beschränkter Haftung
GREMI	Groupe de Recherche Européen sur les Milieux Innovateurs
KVR	Kommunalverband Ruhrgebiet
LIPA	Liverpool Institute for the Performing Arts
MCC	Merseyside Co-ordination Committee
MDC	Merseyside Development Corporation
Mio.	Million
MSWKS	Ministeriums für Stadtentwicklung, Wohnen, Kultur und Sport
NMGM	National Museums and Galleries on Merseyside
NRW	Nordrhein-Westfalen
NUTS	Nomenclature des unités territoriales statistiques
NWCC	North West Cultural Consortium
NWDA	North West Development Agency
o.J.	ohne Jahr
OMA	Office for Metropolitan Architecture
RDA	Regional Development Agencies
RKW	Rationalisierungs- und Innovationszentrum NRW
SIC	Standard Industrial Classification
sog.	sogenannte
SRB	Single Regeneration Budget
SVR	Siedlungsverband Ruhrkohlenbezirk

SWA	South West Arts
SWOT	Strengths, Weaknesses, Opportunities & Strengths
TBI	The Bristol Initiative
TV	Television
VDID	Verband Deutscher Industriedesigner
vgl.	vergleiche
WOMEX	World Music Expo