

8 Kurzdarstellung (Executive Summary)

Die Kulturwirtschaft bzw. die Kreativwirtschaft steht als Querschnittsbranche mit zum Teil ausgeprägter Wachstumsdynamik heute in vielen Ländern Europas im Fokus der Wirtschaftspolitik. Zahlreiche Einzelbranchen wie etwa die Designwirtschaft sind wichtige Innovationsdienstleister für andere Wirtschaftszweige. Darüber hinaus ist die Kulturwirtschaft ein nicht unbedeutender Standortfaktor, insbesondere bei der Ansiedlung von Unternehmen der Wissensindustrien und für ein attraktives Umfeld ihrer dort Beschäftigten („creative industries look sexy“). Die Länder, Regionen und Städte haben diese Bedeutung vielfach erkannt und erarbeiten daher Strategien und Maßnahmen zur Verbesserung der Entwicklungsbedingungen dieser zukunftsbezogenen Wirtschaftsbranche.

Der vorliegende Kulturwirtschaftsbericht für das Land Thüringen untersucht folgende Schwerpunkte:

- die Relevanz der Kulturwirtschaft Thüringens für die Wirtschaft und den Arbeitsmarkt des Landes,
- die wirtschaftliche Bedeutung ausgewählter, vom öffentlichen Sektor getragener Kulturinstitutionen, u.a. unter Berücksichtigung der Wirkungszusammenhänge mit der Kulturwirtschaft,
- die kulturellen Potenziale der Residenzstädte anhand von vier Fallbeispielen für den Kulturtourismus einschließlich der touristisch relevanten komplementären Potenziale der Kulturwirtschaft sowie
- die Entwicklungsmöglichkeiten des „Kindermedienlandes Thüringen“ (www.kindermedienland.de).

Ein Ergebnis der quantitativen Analysen ist, dass im gesamten Kultursektor Thüringens (öffentlicher Sektor, Kulturwirtschaft, intermediärer Sektor) jährlich etwa 1 bis 1,5 Mrd. Euro Finanzmittel „bewegt“ werden (je nach Abgrenzung der Kulturwirtschaft). Rund drei Viertel dieser Mittel werden hierbei als Umsätze von Unternehmen und Selbstständigen der Kulturwirtschaft generiert. Der öffentliche Finanzierungsbeitrag beläuft sich auf rund ein Viertel und die intermediären Quellen (Spenden, Stiftungen, Sponsoring) stellen rund 1 bis 1,5 Prozent. Damit verbunden sind bedeutende Arbeitmarkteffekte. So weist der gesamte Kultursektor im Jahre 2006 rund 28.500 Erwerbstätige auf. Im Vergleich mit Deutschland zeigt sich, dass die Kulturwirtschaft Thüringens auf der Basis ihrer Gesamtumsätze unterdurchschnittlich ausgeprägt ist. Gründe hierfür liegen u.a. im anhaltenden Transformationsprozess und der vergleichsweise geringeren Kaufkraft. Hinzu kommt, dass in Thüringen, wie in allen Flächenländern Deutschlands ohne Metropolen, die Kulturwirtschaft durchgängig schwächer ausgeprägt ist als in Ländern mit Metropolen oder in Stadtstaaten.

Gleichwohl hat die Kulturwirtschaft Thüringens in einzelnen Teilmärkten oder Branchen ein überdurchschnittliches Gewicht und weist positive Entwicklungen auf, allerdings teilweise ausgehend von einem niedrigen Ausgangsniveau. Dies gilt für Segmente des Verlagsgewerbes, für die Werbewirtschaft und hier insbesondere für Unternehmen der Werbegestaltung bzw. des Kommunikationsdesigns, für den Veranstaltungsmarkt, den Kunstmarkt, für Unternehmen aus der Darstellenden Kunst und Unterhaltungskunst, für im Denkmalschutz tätige Unternehmen, Architekturbüros für Orts-, Regional- und Landesplanung sowie für Unternehmen der Garten- und Landschaftsgestaltung. Zudem bildet das Kunsthandwerk in Thüringen einen ausgeprägten Schwerpunkt. In der Film- und TV-Wirtschaft zeigen einige Indikatoren die Etablierung erfolgversprechender Strukturen mit dem Schwerpunkt „Kindermedien“ auf. Dafür sprechen Existenzgründungen, das Vorhandensein entsprechender Qualifizierungseinrichtungen, zahlreiche unterstützende Institutionen bzw. Veranstaltungen wie etwa der TV Kinderkanal KI.KA, das KinderMedienZentrum, das neugegründete Bauhaus Film Institut oder das Kindermedienfestival „Goldener Spatz“.

Zu den positiven Entwicklungen der Kulturwirtschaft in Thüringen trägt im Bereich der öffentlichen Kulturausgaben das überdurchschnittliche Engagement des Landes und der Kommunen bei. Dies erklärt sich historisch aus der Vielfalt der kulturellen Landschaft, die zu einem Großteil aus der „Residenzkultur“ heraus entstanden ist und zeigt sich u.a. darin, dass Thüringen bei einem Bevölkerungsanteil von 2,8 Prozent 3,4 Prozent der Kulturausgaben aller Länder tätigt.

In Fallstudien und Einzeluntersuchungen zu ausgewählten Kultureinrichtungen werden deren Funktionen für die lokale, regionale und landesweite Wirtschaft, den Arbeitsmarkt und insbesondere die Kulturwirtschaft deutlich, wobei sich diese Wirkungen nach Einrichtungstypen unterscheiden. So generieren die besucherbezogenen Einrichtungen wie etwa die Museen der Klassik Stiftung Weimar oder das Panorama-Museum beachtliche Einnahmen durch Nebenausgaben von Tourist/innen. Sie erzielen des Weiteren nicht-monetäre Wirkungen, beispielsweise positive Standort- und Imageeffekte. Darüber hinaus beeinflussen sie direkt und indirekt die Entwicklungsbedingungen der Kulturwirtschaft des Landes: Die Museen (z.B. Lindenau-Museum oder zahlreiche Einrichtungen der Klassik Stiftung Weimar) wecken durch ihre Aktivitäten gezielt das Interesse an Kunst und Kultur, mit positiven Effekten für die Nachfrage nach Produkten der Kulturwirtschaft oder sie sind für andere Branchen (z.B. über Ausstellungen) Vermittler von Ideen und Innovationen, wie etwa für die Designbranche. Temporäre Veranstaltungen, wie das Tanz- und Folkfestival Rudolstadt erzielen neben monetären Effekten auch eine Reihe nicht-monetärer Wirkungen (z.B. hohe Aufmerksamkeitseffekte über Medienberichterstattung im In- und Ausland). Qualifizierungseinrichtungen wie die Bauhaus-Universität Weimar bilden nicht nur für Tätigkeiten in der Kulturwirtschaft aus, sondern leisten mit ihren angeschlossenen Einrichtungen und Initiativen einen erheblichen Beitrag zum Innovationssystem des Landes, fungieren als Kristallisationskerne für Existenzgründungen und stärken auf diese Weise die lokale bzw. regionale Wirtschaft.

Weite Teile der touristisch relevanten Kulturangebote werden vom öffentlichen Sektor getragen, einschließlich des baulich-kulturellen Erbes der Residenzstädte. Die Untersuchung der vier Residenzstädte Gera, Gotha, Sondershausen und Weimar zeigt, dass deren Kulturangebote zugleich wichtige Frequenzerzeuger im Kultur- und Städtetourismus sind und als solche eigenständig Touristen anziehen (z.B. Schloss Friedenstein in Gotha). Allerdings sind die kulturtouristischen Potenziale dieser Städte - mit Ausnahme von Weimar - außerhalb des Landes eher wenig bekannt. Das gilt insbesondere für die Residenzkultur des Landes, die aufgrund historischer Besonderheiten bundesweit ein touristisches Alleinstellungsmerkmal besitzt.

Vor dem Hintergrund dieser Befunde empfehlen sich zur Optimierung der Entwicklungsbedingungen der Kulturwirtschaft und des Kulturtourismus folgende Initiativen und Maßnahmen:

- *Konzentration der Initiativen auf Entwicklungsfelder der Kulturwirtschaft:* Strategien zur Stärkung der Kulturwirtschaft des Landes sollten zunächst auf die sich positiv entwickelnden Teilmärkte bzw. Branchen konzentriert werden, insbesondere auf jene, die „kreative Dienstleistungen“ für andere Branchen erbringen. Dazu zählen etwa Kommunikationsdesign/Werbung, Medien (insbesondere im Segment „Kindermedien“), Design u.a. in Verknüpfung mit dem in Thüringen ansässigen produzierenden Gewerbe und mit dem Kunsthandwerk oder dem Live-Veranstaltungsmarkt mit seinen Kleinunternehmen.
- *Talente anziehen und an den Standort Thüringen binden:* Da die Kulturwirtschaft in ihren Märkten und Wertschöpfungsnetzwerken vor allem von der Innovationsfähigkeit der „Kreativen“ abhängt, haben Regionen und Städte mit einem hohen Besatz an „Kreativen“ einen Wettbewerbsvorteil. In diesem Kontext spielen renommierte Aus- und Weiterbildungseinrichtungen wie etwa die Bauhaus-Universität Weimar eine wichtige Rolle für die weitere Entwicklung der Kulturwirtschaft des Landes. Die Unterstützung attraktiver Studienbedingungen ist ein zentrales Instrument, um Talente von außerhalb des Landes anzuziehen und durch geeignete Fördermaßnahmen (u.a. durch Bereitstellung von Mikrokrediten) einschließlich der Schaffung infrastruktureller Voraussetzungen an den Standort Thüringen zu binden („jobs follow people“).
- *Ausbau der Initiativen zur Unterstützung von Existenzgründungen in der Kulturwirtschaft:* Die bestehenden positiven Ansätze zur Unterstützung und Begleitung von Existenzgründungen in der Kulturwirtschaft sollten weiter intensiviert werden. Dies umfasst sowohl die Gruppe der wissenschaftlich-künstlerisch ausgebildeten Absolventen der relevanten Aus- und Weiterbildungseinrichtungen des Landes, als auch die Quereinsteiger/innen und handwerklich-gewerbliche Ausgründungen aus bislang öffentlich finanzierten Bereichen (z.B. denkmalpflegerischer Aktivitäten). Erfahrungen aus anderen Ländern (z.B. Nordrhein-Westfalen, Berlin) können hierbei ebenso hilfreich sein wie Erkenntnisse aus den aktuell für das Bundeswirtschaftsministerium erarbeiteten Befunden im Rahmen der Kulturwirtschaftsinitiative.

- *Fortsetzung und Weiterentwicklung der auf Kindermedien bezogenen Aktivitäten:* Die Strategie „Kindermedienland Thüringen“ ist als anschlussfähige und sinnvolle Strategie beizubehalten und unter Berücksichtigung der unterschiedlichen Distributionsformen für den „Content“ sowohl hinsichtlich der traditionellen als auch der neuen Medien zu modifizieren. Neben Initiativen zur weiteren Verbesserung der Entwicklungsbedingungen in den Medienswerpunkten des Landes empfiehlt sich eine Erschließung des europäischen Marktes für Kindermedien mit dem Ziel sich als Kindermedienstandort Europas zu profilieren.
- *Unterstützung von Initiativen zur weiteren Erschließung des Marktsegments Kultur- und Städtetourismus:* Das Land Thüringen kann auf ein breites kulturelles Angebot verweisen, einschließlich des baulich kulturellen Erbes, das zur zielgruppenspezifischen Vermarktung und Gewinnung weiterer Gäste genutzt werden kann. Ansatzpunkte hierfür bestehen u.a. auch in einer stärkeren Verzahnung des Natur- mit dem Kulturtourismus, ergänzt durch die Entwicklung eines schärferen kulturtouristischen Profils. Ein wichtiger Baustein sind dabei die Residenzstädte. In Verbindung mit einer Strategie zur Bindung von Talenten und „Kreativen“ der Kulturwirtschaft an den Standort Thüringen (s.o.) bietet sich in diesem Zusammenhang eine zeitgemäße Aktualisierung des Residenzgedankens an (wie z.B. in Sondershausen durch die Einbindung junger Talente von außerhalb in die Schlossfestspiele).
- *Beibehaltung der bestehenden Kulturförderung als Instrument zur Förderung der Kulturwirtschaft des Landes:* Der Kulturwirtschaftsbericht des Landes zeigt, dass die Förderung von Kulturangeboten auch eine wesentliche Rolle bei der Entwicklung der Kulturwirtschaft in Thüringen spielt. Angesichts dessen sollte die Kulturförderung in angemessenem Umfang beibehalten werden. Darüber hinaus ist jedoch im Detail zu prüfen, welche zusätzlichen Möglichkeiten bestehen über die damit verbundenen Ausgaben auch indirekt die Entwicklung der Kulturwirtschaft und des vorhandenen kreativen Potenzials des Landes zu stärken.

Die Umsetzung dieser Strategien, sowie entsprechender Initiativen und Maßnahmen bedarf eines gemeinsamen Handelns der für Wirtschaft, Kultur, Bildung und Wissenschaft, Medien und Stadtentwicklung/Städtebau zuständigen Ministerien. Entsprechende integrierte Entwicklungsstrategien sind hierbei sowohl auf der Ebene des Landes als auch in und zwischen Städten als im besonderen Maße erfolgversprechend anzusehen.