

Kreativwirtschaft in der Stadtregion Linz

Eine Maßnahme im Rahmen des INTERREG III B CADSES-Programmes
CITYREGIO (2A038)



Teil A
Studie im Auftrag der
Abteilung Raumordnung, Überörtliche Raumordnung, Amt der OÖ. Landesregierung
und der
OÖ. TMG m.b.H., Abteilung Betriebsansiedlung und Standortentwicklung

David Lechner
Thomas Philipp

vorläufige Endversion, Linz, im Jänner 2006

Impressum

Eigentümerin, Herausgeberin und Verlegerin:

Abteilung Raumordnung, Überörtliche Raumordnung, Amt der OÖ. Landesregierung
Landesdienstleistungszentrum (LDZ)
Bahnhofplatz 1
A-4021 Linz

OÖ. TMG m.b.H., Abteilung Betriebsansiedlung und Standortentwicklung
(Bauteil B, Stockwerk 4)
Hafenstrasse 47 - 51
A-4020 Linz

AutorInnen:

Mag. David Lechner, MMag. Thomas Philipp
unter Mitarbeit von Mag^a Lydia Thanner, Katrin Hasengruber und Kathrin Anzinger
LIQuA - Linzer Institut für qualitative Analysen
Untere Donaulände 10, A-4020 Linz

Erscheinungsjahr:

2006

Layout:

LIQuA - Linzer Institut für qualitative Analysen

Druck:

Wirtschaftsservice der Johannes Kepler Universität Linz

Bestell- bzw. Downloadmöglichkeit:

Abteilung Raumordnung, Überörtliche Raumordnung, Amt der OÖ. Landesregierung
Landesdienstleistungszentrum (LDZ)
Bahnhofplatz 1
A-4021 Linz

Tel.: 0732-7720-12529

Fax: 0732-7720-212789

Web: <http://www.land-oberoesterreich.gv.at>

E-Mail: bauro.post@ooe.gv.at

Inhaltsverzeichnis

1.	Vorwort	6
2.	Einleitung	7
2.1	Inhalt und Aufbau der Studie	8
2.2	Methodik und Vorgehensweise	10
2.2.1	Erhebungsphase.....	10
2.2.2	Analyse- und Interpretationsphase.....	11
2.2.3	Strategie-Workshop und politischer Empfehlungskatalog.....	11
3.	Zusammenfassung	12
3.1	Zum Begriff Kreativwirtschaft	12
3.2	Das empirische Modell für die Kreativwirtschaft in der Stadtregion Linz	13
3.3	Die Stadtregion Linz	15
3.4	Die Kreativwirtschaft in der Stadtregion Linz	18
4.	Zu den Begriffen	24
4.1	Kreativität	24
4.1.1	Kreativer Prozess und kreatives Denken.....	29
4.1.2	Kreative Person.....	31
4.1.3	Kreatives Produkt.....	32
4.1.4	Kreativitätsfaktoren und -techniken.....	33
4.2	Innovation	35
4.2.1	Regionale Dimension von Innovationsprozessen.....	37
4.3	Cultural Industries, Kulturwirtschaft, Creative Industries, Kreativwirtschaft	40
4.3.1	Kulturwirtschaft und Cultural Industries.....	40
4.3.2	Creative Industries und Kreativwirtschaft.....	43
5.	Das empirische Modell	48
5.1	Drei-Sektoren-Theorie	48
5.2	Klassifikationsmöglichkeiten der drei Sektoren	53
5.3	Klassifikationsansätze in einzelnen Studien und Berichten	57
5.3.1	Erster Österreichischer Kreativwirtschaftsbericht.....	58
5.3.2	Wiener Creative-Industries-Studie.....	60
5.3.3	Der Kultursektor im Burgenland.....	61
5.3.4	Tiroler Kreativwirtschaftsbericht.....	62
5.3.5	Kulturwirtschaftsberichte Nordrhein-Westfalen.....	63
5.3.6	Erster Hessischer Kulturwirtschaftsbericht.....	64
5.3.7	Kulturwirtschaft in Aachen.....	65
5.3.8	Kulturwirtschaft in Berlin.....	66
5.3.9	Kulturwirtschaft Schweiz.....	67
5.3.10	Kreativwirtschaft Zürich.....	67
5.4	Die empirisch-statistische Herleitung der Kreativwirtschaft in der Stadtregion Linz	68
5.4.1	Statistische Grundlagen.....	71
5.5	Domänen der Kreativwirtschaft	72
5.5.1	Buch-, Literatur- und Pressemarkt.....	73
5.5.2	Musikwirtschaft und Phonomarkt.....	73
5.5.3	Film-, Video-, Fernseh- und Radiowirtschaft.....	73
5.5.4	Werbung und Werbewirtschaft.....	73
5.5.5	Architektur und kulturelles Erbe.....	74
5.5.6	Informations-, Kommunikations-, Multimedia- und Internetwirtschaft.....	74
5.5.7	Kunstmarkt (Bildende Kunst, Grafik, Mode, Design, Fotografie) und Kunsthandwerk.....	74
5.5.8	Darstellende Kunst und unterhaltungsbezogene Kunst.....	75
5.5.9	Forschung, Entwicklung, Bildung und Beratung.....	75
6.	Die Stadtregion Linz	76
6.1	Der geografische Geltungsbereich: Die Stadtregion Linz	79
6.2	Übersicht über verwendete Indikatoren und Datenquellen	81
6.3	Wohnbevölkerungsentwicklung, Alters- und Bevölkerungsstruktur	81
6.3.1	Wohnbevölkerungsentwicklung.....	82
6.3.2	Entwicklung der Bevölkerungsdichte und Katasterfläche pro km ²	83
6.3.3	Entwicklung der Wanderungsbilanzen.....	84
6.3.4	Wohnbevölkerungsentwicklung nach Alters- und Geschlechterstruktur.....	85
6.4	Struktur und Entwicklung des Bildungsstandes und Qualifikationsniveaus	87
6.4.1	Bildungsstand und Qualifikationsniveau.....	88
6.4.2	Entwicklung des Bildungsstandes und Qualifikationsniveaus.....	90
6.4.3	Bildungsstand und Qualifikationsniveau nach Geschlechterstruktur.....	91
6.5	Arbeitsmarkt und Beschäftigung	92
6.5.1	Entwicklung der Erwerbspersonen nach Geschlechterstruktur.....	93
6.5.2	Entwicklung der Erwerbsquote nach Geschlechterstruktur.....	93
6.5.3	Arbeitsstätten und (unselbständig) Beschäftigte.....	95
6.5.4	Arbeitslosigkeit.....	98

7.	Zur Situation und Entwicklung der Kreativwirtschaft in der Stadtregion Linz	101
7.1	Die Einrichtungen und AkteurInnen.....	101
7.1.1	Governmental Organizations	102
7.1.1.1	<i>Kultur.....</i>	<i>102</i>
7.1.1.2	<i>Wirtschaft.....</i>	<i>109</i>
7.1.1.3	<i>Netzwerke und Interessensvertretungen.....</i>	<i>113</i>
7.1.2	Private Organizations.....	115
7.1.2.1	<i>Kultur.....</i>	<i>115</i>
7.1.2.2	<i>Wirtschaft.....</i>	<i>116</i>
7.1.2.3	<i>Netzwerke.....</i>	<i>119</i>
7.1.3	NGOs/NPOs	120
7.1.3.1	<i>Netzwerke.....</i>	<i>123</i>
7.2	Kulturstatistische Betrachtungen.....	124
7.2.1	Museen und Ausstellungen.....	124
7.2.2	Archive.....	126
7.2.3	Bibliotheken	127
7.2.4	Theater und Musik	129
7.2.5	Festspiele und Festivals.....	133
7.2.6	Kino und Film.....	134
7.2.7	Hörfunk und Fernsehen.....	136
7.2.8	Visuelle Kunst.....	137
7.2.9	Bücher und Presse.....	137
7.2.10	Ausbildung und Weiterbildung	138
7.2.11	Öffentliche Kulturfinanzierung.....	139
7.2.12	Kulturvereine.....	141
7.3	Gesamtbetrachtung der Kreativwirtschaft in der Stadtregion Linz.....	142
7.3.1	Anzahl und Entwicklung der Betriebe der Kreativwirtschaft (i. e. S.).....	143
7.3.2	Anzahl und Entwicklung der Beschäftigten in der Kreativwirtschaft (i. e. S.).....	146
7.3.3	Entwicklung der Kreativwirtschaft (i. e. S.) im Vergleich zur Gesamtwirtschaft.....	149
7.3.4	Arbeitslose in den Bereichen der Kreativwirtschaft (i. e. S.).....	150
7.3.5	Offene Stellen in den Bereichen der Kreativwirtschaft (i. e. S.).....	151
7.4	Darstellung nach Domänen.....	152
7.4.1	Buch-, Literatur- und Pressemarkt	155
7.4.1.1	<i>Anzahl und Entwicklung der Betriebe.....</i>	<i>156</i>
7.4.1.2	<i>Anzahl und Entwicklung der Beschäftigten.....</i>	<i>157</i>
7.4.2	Musikwirtschaft und Phonomarkt	159
7.4.2.1	<i>Anzahl und Entwicklung der Betriebe.....</i>	<i>161</i>
7.4.2.2	<i>Anzahl und Entwicklung der Beschäftigten.....</i>	<i>162</i>
7.4.3	Film-, Video-, Fernseh- und Radiowirtschaft.....	163
7.4.3.1	<i>Anzahl und Entwicklung der Betriebe.....</i>	<i>165</i>
7.4.3.2	<i>Anzahl und Entwicklung der Beschäftigten.....</i>	<i>166</i>
7.4.4	Werbung und Werbewirtschaft.....	168
7.4.4.1	<i>Anzahl und Entwicklung der Betriebe.....</i>	<i>168</i>
7.4.4.2	<i>Anzahl und Entwicklung der Beschäftigten.....</i>	<i>169</i>
7.4.5	Architektur und kulturelles Erbe.....	170
7.4.5.1	<i>Anzahl und Entwicklung der Betriebe.....</i>	<i>170</i>
7.4.5.2	<i>Anzahl und Entwicklung der Beschäftigten.....</i>	<i>171</i>
7.4.6	Informations-, Kommunikations-, Multimedia- und Internetwirtschaft.....	173
7.4.6.1	<i>Anzahl und Entwicklung der Betriebe.....</i>	<i>174</i>
7.4.6.2	<i>Anzahl und Entwicklung der Beschäftigten.....</i>	<i>175</i>
7.4.7	Kunstmarkt (Bildende Kunst, Grafik, Mode, Design, Fotografie) und Kunsthandwerk.....	177
7.4.7.1	<i>Anzahl und Entwicklung der Betriebe.....</i>	<i>180</i>
7.4.7.2	<i>Anzahl und Entwicklung der Beschäftigten.....</i>	<i>181</i>
7.4.8	Darstellende und unterhaltungsbezogene Kunst.....	182
7.4.8.1	<i>Anzahl und Entwicklung der Betriebe.....</i>	<i>183</i>
7.4.8.2	<i>Anzahl und Entwicklung der Beschäftigten.....</i>	<i>184</i>
7.4.9	Forschung, Entwicklung, Bildung und Beratung.....	185
7.4.9.1	<i>Anzahl und Entwicklung der Betriebe.....</i>	<i>186</i>
7.4.9.2	<i>Anzahl und Entwicklung der Beschäftigten.....</i>	<i>187</i>
7.5	Die Kreativwirtschaft in der Stadtregion Linz im Vergleich mit Wien und Tirol.....	188
7.5.1	Anzahl der Betriebe der Kreativwirtschaft im Vergleich mit Wien und Tirol	188
7.5.2	Anzahl der unselbständig Beschäftigten der Kreativwirtschaft im Vergleich mit Wien und Tirol.....	189
7.6	Stärken und Schwächen der Kreativwirtschaft in der Stadtregion Linz	190
7.6.1	Politische, rechtliche und steuerliche Rahmenbedingungen.....	190
7.6.2	Arbeitsmarkt und Beschäftigungssituation	191
7.6.3	Bildung und Wissen.....	192
7.6.4	Stadt- und Regionalplanung und öffentlicher Raum.....	193
7.6.5	Partizipation, Vernetzung und Kooperation.....	194
7.6.6	Kommunikation, Vermittlung und Vermarktung.....	195
7.6.7	Kreatives Umfeld.....	196
7.6.8	Weitere Stärken und Schwächen.....	197

8.	Beispiele für kreativwirtschaftliche Plattformen, Netzwerke und Maßnahmen.....	201
8.1	creativ wirtschaft austria.....	201
8.1.1	Hintergrund und Ziele	201
8.1.2	Tätigkeitsfelder und Maßnahmen.....	201
8.1.3	AkteurInnen	201
8.2	Kreativwirtschaft Salzburg.....	202
8.2.1	Hintergrund und Ziele	202
8.2.2	Tätigkeitsfelder und Maßnahmen.....	202
8.2.2.1	<i>Kreativwirtschaftsakademie.....</i>	202
8.2.2.2	<i>Vortragsreihe.....</i>	203
8.2.2.3	<i>Creative Map.....</i>	203
8.2.2.4	<i>Creative Days Salzburg.....</i>	203
8.2.2.5	<i>Website Kreativwirtschaft in Salzburg.....</i>	203
8.2.2.6	<i>Salzburg Culture Forum.....</i>	203
8.2.2.7	<i>Verein "creative Salzburg".....</i>	203
8.2.3	AkteurInnen	204
8.3	Zentrum für Kreativwirtschaft Burgenland.....	204
8.3.1	Hintergrund und Ziele	204
8.3.2	Tätigkeitsfelder und Maßnahmen.....	204
8.3.3	AkteurInnen	204
8.4	departure: Creative Industries in Wien.....	205
8.4.1	Hintergrund und Ziele	205
8.4.2	Tätigkeitsfelder und Maßnahmen.....	205
8.4.3	AkteurInnen	205
8.5	iP ImpulsProgramm kreativwirtschaft.....	206
8.5.1	Hintergrund und Ziele	206
8.5.2	Tätigkeitsfelder und Maßnahmen.....	206
8.5.3	AkteurInnen	206
8.6	Initiative Kreativwirtschaft Tirol.....	207
8.6.1	Ziele	207
8.6.2	Tätigkeitsfelder und Maßnahmen.....	207
8.6.3	Probleme der Tiroler Kreativwirtschaft.....	207
8.7	FEH Forschungs- und Entwicklungsgesellschaft Hessen mbH.....	208
8.7.1	Hintergrund.....	208
8.7.2	Tätigkeitsfelder und Maßnahmen.....	208
8.7.2.1	<i>Das "e-Volution-Projekt".....</i>	208
8.7.3	AkteurInnen	208
8.8	Essener Erklärung: 10 Leitsätze zur Kulturwirtschaft in Europa.....	209
8.8.1	Hintergrund und Ziele	209
8.9	GründerZentrum Kulturwirtschaft in Aachen.....	210
8.9.1	Hintergrund und Ziele	210
8.9.2	Tätigkeitsfelder und Maßnahmen.....	210
8.9.2.1	<i>Kulturwirtschaftsbericht.....</i>	210
8.9.2.2	<i>KULTURunternehmen, Gründerforum.....</i>	210
8.9.2.3	<i>GründerRegion Aachen.....</i>	210
8.9.3	AkteurInnen	211
8.10	"Projekt Zukunft" Berlin.....	211
8.10.1	Hintergrund und Ziele	211
8.10.2	Tätigkeitsfelder und Maßnahmen.....	211
8.10.2.1	<i>Kopf und Projekt des Monats.....</i>	211
8.10.2.2	<i>Kulturwirtschaftsinitiative des Berliner Senats.....</i>	212
8.10.2.3	<i>Zukunftsgespräche.....</i>	212
8.10.3	AkteurInnen	212
8.11	Kreativwirtschaft Zürich.....	212
8.11.1	Hintergrund und Ziele	212
8.11.2	AkteurInnen	213
8.12	Creative Networks	214
8.12.1	Hintergrund und Ziele	214
8.12.2	Tätigkeitsfelder und Maßnahmen.....	214
8.12.3	AkteurInnen	214
8.13	Creative Clusters.....	215
8.13.1	Hintergrund und Ziele	215
8.13.2	Tätigkeitsfelder und Maßnahmen.....	215
8.13.3	AkteurInnen	215
9.	Schlussbemerkungen.....	216
10.	Anhang	218
10.1	Literaturverzeichnis.....	218
10.2	Tabellenverzeichnis.....	227
10.3	Abbildungsverzeichnis	231
10.4	InterviewpartnerInnen.....	233
10.5	Leitfaden für ExpertInnen-Interviews.....	235

1. Vorwort

Vorwort der AuftraggeberInnen/Steuerungsgruppe

2. Einleitung

Kreativität stellt sich zunehmend als wichtiger Beitrag zur Standortqualität und damit als entscheidender Wirtschaftsfaktor im Wettbewerb der Regionen dar. Neben der Bedeutung von Kreativität für die ökonomische Innovationsfähigkeit besteht auch zu den Komplexen Wissen/Bildung und Kunst/Kultur ein enger Zusammenhang. Kreativität muss deshalb als vielschichtige Querschnittsmaterie aufgefasst werden, die von lokal- und regionalpolitischen, wirtschafts- und arbeitsmarktpolitischen sowie kultur- und bildungspolitischen AkteurlInnen in verschiedener Hinsicht genutzt wird.

Kreativität spielt außerdem eine tragende Rolle in regionalen und lokalen Entwicklungskontexten. Sie gilt als wesentliche Voraussetzung zur (Heraus)Bildung innovativer und inventiver Milieus (Ratti/Bramanti/Gordon 1997), findet sich in den Konzepten der lernenden Region (Florida 1995, Scheff 1999, Sternberg 1999), der regionalen Clusterbildung (Porter 1998) oder der wissensbasierten Stadtpolitik (Matthiesen/Bürkner 2004, Kunzmann 2004) wieder. Die Entwicklung und Förderung kreativer und kreativwirtschaftlicher Milieus ist dabei mit der Schaffung neuartiger Arbeitsplätze, der Gründung innovativer Unternehmungen, der Attraktivierung lokaler Zonen und der Aktivierung inventiver Potenziale in Kunst und Kultur verbunden. Dies setzt die Kenntnisse der kreativen Potenziale vor Ort und die gezielte Verflechtung verschiedener Handlungsebenen (Politik, Ökonomie, Kunst/Kultur, Bildung) voraus. Dadurch wird es ermöglicht, kreative Prozesse auszulösen und gemeinsame Entwicklungsstrategien für die Kreativwirtschaft in einer Region zu erarbeiten.

In den letzten Jahren wurden auf nationaler und regionaler Ebene verstärkt Anstrengungen unternommen, um kreativwirtschaftliche Potenziale zu identifizieren und daran anschließend strategische Programme zur Förderung zu initiieren. Im deutschsprachigen Raum zeugen hiervon unter anderem zahlreiche Studien und Berichte, etwa die Kulturwirtschaftsberichte in Nordrhein-Westfalen (1992 - 2005), Berlin (2005) oder Aachen (2005), der Schweizer Kulturwirtschaftsbericht (2003) oder die Kreativwirtschaftsberichte für Österreich (2003), Wien (2004) und Tirol (2005). Im Bundesland Oberösterreich ging die Initiative zur Erstellung einer Studie zur Kreativwirtschaft vom Amt der Oberösterreichischen Landesregierung (Abteilung Raumordnung - Überörtliche Raumordnung) und der OÖ. TMG m.b.H. (Abteilung Betriebsansiedlung und Standortentwicklung) aus. Als Besonderheit darf hierbei gelten, dass sich die Erhebung und Analyse weder auf die Gesamtheit eines Bundeslands noch auf die Grenzen einer einzelnen Stadt bezieht, sondern als geografischer Geltungsbereich die Stadtregion Linz gewählt wurde. Dies erfolgt vor allem aus einer regionalpolitischen Motivation heraus, um den vielfältigen Wechselbeziehungen zwischen Stadt und zentrumsnaher Peripherie besonderes Augenmerk zu schenken.

2.1 Inhalt und Aufbau der Studie

Die vorliegende Studie stellt eine Bestandsaufnahme zur Situation und Entwicklung der Kreativwirtschaft in der Stadtregion Linz dar. Sie ist Teil des Work-Packages 3.16 im Rahmen des INTERREG III B CADSES-Programmes CITYREGIO (2A038) und wurde von der Abteilung Raumordnung - Überörtliche Raumordnung vom Amt der Oberösterreichischen Landesregierung und der Abteilung Betriebsansiedlung und Standortentwicklung der OÖ. TMG m.b.H. in Auftrag gegeben. Zur Projektsteuerung wurde eine eigene Steuerungsgruppe unter Leitung der beiden AuftraggeberInnen eingerichtet, der folgende Personen angehörten:

- DI OBauR Andreas Mandlbauer (Land Oberösterreich, Abteilung Raumordnung - Überörtliche Raumordnung)
- Ambros Pree (OÖ TMG - Betriebsansiedlung und Standortentwicklung, Bereichsleitung)
- DI (FH) Barbara Pesendorfer (OÖ TMG - Betriebsansiedlung und Standortentwicklung, Projektmanagerin)
- Dr. Thomas Denk (Wirtschaftskammer Oberösterreich, Leiter der Bezirksstelle Linz-Stadt)
- Mag. Siegbert Janko (Büro Linz Kultur, Kulturdirektor)
- Mag^a Gerda Forstner (Büro Linz Kultur, Leiterin der Abteilung Städtische Kulturentwicklung)
- Univ.Prof. Dr. Reinhard Kannonier (Rektor der Kunstuniversität Linz)
- Mag. Christian Denkmaier (Direktor der Musikschule der Stadt Linz)
- Ulrike Böker (Bürgermeisterin der Marktgemeinde Ottensheim)
- Dr. Fritz Bauer (Arbeiterkammer Oberösterreich, Leiter der Abteilung Bildung und Kultur)
- Mag^a Sigrid Prammer (OÖ TMG - Themennetzwerk Design und Medien)

Die Zusammensetzung der Steuerungsgruppe spiegelt die erwähnte Auffassung von Kreativwirtschaft als Querschnittsmaterie, vornehmlich zwischen Kunst/Kultur und Wirtschaft und des weiteren Wissenschaft, Bildung, Arbeit und Regionalplanung wider.

Zu Aufbau und Inhalt der Studie: Nach der im Anschluss folgenden Erläuterung der Methodik und Vorgehensweise und der Zusammenfassung der wichtigsten Ergebnisse in Kapitel 3 wird im daran anschließenden Kapitel auf verschiedene im Zusammenhang mit dem Projekt besonders wichtige Begriffe wie Kreativität, Innovation, Kreativwirtschaft oder Kulturwirtschaft eingegangen. In Kapitel 5 erfolgt eine Erläuterung des empirischen Modells, das als Grundlage für die Beschreibung der Situation und Entwicklung der Kreativwirtschaft in der Stadtregion Linz verwendet wurde. Dabei werden auch Klassifikationsansätze, d. h. empirische Modelle der Gliederung und Strukturierung von Kreativwirtschaft aus anderen Studien und Berichten einer kurzen Betrachtung unterzogen. Im selben Kapitel findet sich auch die Beschreibung der Domänen (Gruppen), die zur Strukturierung der Kreativwirtschaft in der Stadtregion Linz erstellt wurden.

Die Stadtregion Linz selbst wird im Kapitel 6 beschrieben. Neben der grundlegenden Darstellung des geografischen Geltungsbereichs erfolgt dabei eine nähere Betrachtung der Stadtregion anhand ausgewählter sozioökonomischer Kennzahlen wie Fläche, Bevölkerungsentwicklung oder Erwerbsquoten, die auch außenstehenden Personen einen Einblick in die Region verschaffen soll.

In Kapitel 7, dem Hauptteil der Studie, wird auf die Situation und Entwicklung der Kreativwirtschaft in der Stadtregion Linz eingegangen. Nach einer Darstellung der wichtigsten Einrichtungen und Akteu-rlinnen und einigen kulturstatistischen Betrachtungen erfolgt eine Gesamtbetrachtung der Kreativwirtschaft im geografischen Geltungsbereich anhand der Anzahl der Betriebe, der Anzahl der Beschäftigten sowie der Anzahl der Arbeitslosen und offenen Stellen. An die Gesamtbetrachtung schließen sich Darstellungen der Situation und Entwicklung der einzelnen Domänen und in den verschiedenen Regionen der Stadtregion Linz an. Ein weiterer Teil des Kapitels befasst sich mit einem Vergleich der Kreativwirtschaft in der Stadtregion Linz mit Wien und Tirol. Abgeschlossen wird das Kapitel 7 mit Ausführungen zu den Stärken und Schwächen der Kreativwirtschaft in der Stadtregion Linz.

Das Kapitel 8 enthält schließlich Betrachtungen zu Beispielen für kreativwirtschaftlichen Plattformen, Netzwerken und Maßnahmen aus dem österreichischen, deutschen, schweizerischen und englischen Raum. Mit einem kurzen Fazit wird die Studie in Kapitel 9 beschlossen.

Im Anhang finden sich neben Literatur-, Tabellen- und Abbildungsverzeichnis, besonders relevanten Internet-Quellen und dem Glossar auch der Leitfaden für die ExpertInneninterviews sowie die Liste der InterviewpartnerInnen. An die InterviewpartnerInnen ergeht an dieser Stelle ein besonders herzlicher Dank für ihre Teilnahme am Projekt. Besonderer Dank gebührt an dieser Stelle auch folgenden Personen:

- Andreas Bachofner (Bundesministerium für Inneres, Abteilung III/3 - Sicherheitsverwaltung)
- Heidemarie Barettschneider (Kunstuniversität Linz, Büro des Rektors)
- Michael Gschwandtner (Oberösterreichische Gebietskrankenkasse, EDV-E/Statistik)
- Paula Fischer und Helga Steinberger (AMS Oberösterreich, Systemmanagement)
- Heribert Fröhlich (HV der österreichischen Sozialversicherungsträger, Abteilung IT-ORG)
- Ewald Haider (Kunstuniversität Linz, Abteilung für Gebäude und Technik)
- Mag^a Sabine Peternell (Universität für Angewandte Kunst Wien)
- Brigitte Philippi (Zentraler Informatikdienst der JKU Linz, Abteilung Zentrale Systeme)
- Ursula Schuster und Mag. Wolfgang Pauli (Statistik Austria)
- Michael Söndermann (Arbeitskreis Kulturstatistik Bonn)

In der Studie wurde übrigens Wert darauf gelegt durchgängig eine geschlechtsneutrale Schriftform zu verwenden.

2.2 Methodik und Vorgehensweise

Der empirische Zugang der Studie gliederte sich in zwei inhaltlich aufbauende Arbeitsschritte, eine Erhebungs- sowie eine Analyse- und Interpretationsphase. Methodologisch wurde ein Mix aus quantitativen und qualitativen Verfahren eingesetzt. Basierend auf den Erkenntnissen der Studie wurde im Herbst 2005 mit relevanten AkteurInnen aus dem Kreativwirtschaftsbereich ein Strategie-Workshop durchgeführt. Die Ergebnisse der Studie und des Workshops mündeten nach einer Reflexionsphase in einen politischen Empfehlungskatalog mit Vorschlägen für konkrete Entwicklungsstrategien.

2.2.1 Erhebungsphase

In der Erhebungsphase erfolgte die Definition der grundlegenden Begriffe wie Kreativität, Creative Industries, Cultural Industries, Kreativwirtschaft, kreative Milieus oder Innovationsfähigkeit. In einem desk research wurden vorhandene regionale und lokale Studien, Leitbilder und Entwicklungskonzepte (z. B. Kulturentwicklungspläne, Wirtschaftsleitbilder, Lokale Agenda 21, ...) sowie weitere projektrelevante Materialien (z. B. Geschäftsberichte und Jahresdokumentationen, Förderprogramme und -leitlinien, ...) erhoben. Hierbei erfolgte unter anderem eine erste Identifizierung zentraler Themen-, Handlungs- und Problemfelder für die Kreativwirtschaft in der Stadtregion Linz.

Im Zuge der Bestandsaufnahme wurde eine quantitative Erhebung der relevanten Unternehmen bzw. Einrichtungen für den definierten Bereich der Kreativwirtschaft in der Stadtregion Linz durch die Heranziehung von sekundärstatistischem Datenmaterial (Hauptverband der österreichischen Sozialversicherungsträger) durchgeführt. Neben der Anzahl der Unternehmen wurde dabei auch eine Erhebung der Beschäftigten vorgenommen. Um die Vergleichbarkeit mit anderen Studien zu gewährleisten wurden für ausgewählte Bereiche Sonderauswertungen vorgenommen. Darüber hinaus wurde eine Adressliste der Unternehmen bzw. Einrichtungen erstellt, die für weiterführende Zwecke Verwendung finden soll.¹

Ebenfalls in die Erhebungsphase fiel die Erfassung sekundärstatistischer Daten, die für die Beschreibung des geografischen Geltungsbereichs von Bedeutung sind sowie die Erhebung relevanter Einrichtungen und AkteurInnen auf qualitativer Ebene. Zusätzlich wurden mit über 30 "gate keepern" aus dem Kreativwirtschaftsbereich leitfaden-gesteuerte, teil-standardisierte Interviews durchgeführt. Der Fokus der Interviews lag dabei auf der Erfassung der Stärken, Schwächen, Chancen, Risiken und Potenziale der Kreativwirtschaft in der Stadtregion Linz.

¹ Die Adressliste kann beim Auftraggeber bezogen werden.

2.2.2 Analyse- und Interpretationsphase

In der Analyse- und Interpretationsphase, die sich größtenteils an die Erhebungsphase anschloss, erfolgte die Auswertung der erhobenen Indikatoren, die in mehrfacher Hinsicht analysiert, interpretiert und in entsprechender Form dargestellt wurden. Ebenfalls in diese Phase fiel die Auswertung, Analyse und Interpretation der Interviews mittels einfacher Kodierungs- und Kategorisierungsverfahren. Aufbauend auf den Analysen wurden insbesondere die Stärken und Schwächen in einzelnen Handlungsfeldern identifiziert, um die zukünftigen Potenziale für die Kreativwirtschaft in der Stadtregion Linz darstellen zu können. Zusätzlich wurden practice-Darstellungen von Kreativregionen erarbeitet und für einzelne Teilbereiche kreativwirtschaftliche Einrichtungen bzw. Unternehmen in der Stadtregion Linz beschrieben.

2.2.3 Strategie-Workshop und politischer Empfehlungskatalog

Basierend auf den Erkenntnissen der Studie wurde im Oktober 2005 in einem Strategie-Workshop mit dem Titel "creative.future @ stadt.region.linz" an konkreten Entwicklungsstrategien für die Kreativwirtschaft in der Stadtregion Linz gearbeitet. Mit diesem Workshop sollte auch die Grundlage für den Aufbau eines disziplin- und institutionenübergreifenden Netzwerkes geschaffen werden, in dem die gemeinsam definierten Entwicklungsstrategien in einem intensiveren Kooperationszusammenhang weiter bearbeitet werden.

Im Zuge der Reflexion der Ergebnisse des Strategie-Workshops wurde ein handhabbarer Empfehlungskatalog mit Vorschlägen für konkrete Entwicklungsstrategien für lokal- und regionalpolitische, wirtschafts- und arbeitsmarktpolitische sowie kultur- und bildungspolitische AkteurInnen ausgearbeitet. Die Ergebnisse des Strategie-Workshops und der politische Empfehlungskatalog finden sich in eigenständigen Publikationen.

3. Zusammenfassung

In den letzten Jahren wurden verstärkt Anstrengungen unternommen, um kreativwirtschaftliche Potenziale zu identifizieren und daran anschließend strategische Programme zu deren Förderung zu initiieren. Im deutschsprachigen Raum zeugen hiervon unter anderem zahlreiche Studien und Berichte, etwa die Kulturwirtschaftsberichte in Nordrhein-Westfalen (1992 - 2005), Berlin (2005) oder Aachen (2005), der Schweizer Kulturwirtschaftsbericht (2003) oder die Kreativwirtschaftsberichte für Österreich (2003), Wien (2004) und Tirol (2005). In Oberösterreich ging die Initiative zur Erstellung einer Studie zur Kreativwirtschaft Ende 2004 vom Amt der Oberösterreichischen Landesregierung (Abteilung Raumordnung - Überörtliche Raumordnung) und der OÖ. TMG m.b.H. (Abteilung Betriebsansiedlung und Standortentwicklung) aus. In einer umfassenden empirischen Studie erfolgte eine Bestandsaufnahme zur Situation und Entwicklung der Kreativwirtschaft in der Stadtregion Linz. Basierend auf den Erkenntnissen dieser Studie wurde im Herbst 2005 mit relevanten AkteurInnen aus dem Kreativwirtschaftsbereich ein Strategie-Workshop an der Kunstuniversität Linz durchgeführt. Die Ergebnisse der Studie und des Workshops mündeten in Folge in einen Empfehlungskatalog, der im Frühjahr 2006 in Einzelgesprächen mit relevanten politischen AkteurInnen besprochen wurde.

3.1 Zum Begriff Kreativwirtschaft

Um sich dem Begriff Kreativwirtschaft zu nähern, sind zwei Schlüsselbegriffe von besonderer Bedeutung: Kreativität und Innovation. Der Begriff der Kreativität, in den letzten Jahren zur Modeerscheinung geworden, beschreibt prinzipiell die Fähigkeit, Neues zu erfinden, schöpferisch zu handeln Bekanntes in einen neuen Zusammenhang zu stellen oder den Bruch mit althergebrachten Denk- und Handlungsrountinen zu vollziehen. Kreativität gilt somit als wichtige Ressource zur neuartigen und originellen Lösung von Problemen. Unter Innovation kann gemeinhin die neue Kombination von Produktionsfaktoren verstanden werden, d. h. eine Andersverwendung im Gegensatz zum Mehreinsatz der Faktoren. Als Grundvoraussetzung für neue Ideen und neues Wissen spielt Kreativität in der ökonomischen Innovationstheorie eine bedeutende Rolle. Das Ergebnis von Kreativität, das kreative Produkt bzw. die kreative Leistung, muss dabei erst durch die Implementierung am Markt in eine Innovation übergeleitet werden. In regionalen Innovationssystemen haben kreativwirtschaftliche Unternehmen und Einrichtungen einen relevanten Einfluss, da ihre verschiedenen Fähigkeiten den Innovationsprozess erleichtern können. Sie sind PartnerInnen von Unternehmen, deren Wettbewerbsvorteil durch Innovation passiert. Durch spezialisierte Inputs und komplementäre Funktionen können sich durch die Kreativwirtschaft sowohl in vertikaler Richtung, also entlang der Wertschöpfungskette, als auch in horizontaler Richtung, also zwischen den durch Wettbewerb oder Kooperation gekennzeichneten Beziehungen, wechselseitige Innovations- und Wachstumsimpulse herausbilden.

Kreativwirtschaft beschreibt einen relativ komplexen Gegenstand und umfasst verschiedenste Bereiche aus Kunst, Kultur, Wissenschaft und Wirtschaft. Es ist daher nicht verwunderlich, dass keine einheitliche oder zumindest vorherrschende Definition vorliegt. Dafür ausschlaggebend sind vor allem verschiedene historische Entwicklungsbedingungen, unterschiedliche empirische Zugänge und abweichende ideologische Betrachtungsweisen. Basierend auf verschiedenen Definitionsansätzen aus anderen Studien, Berichten und theoretischen Diskussionen wird in der vorliegenden Arbeit der Begriff Kreativwirtschaft wie folgt aufgefasst:

Unter Kreativwirtschaft werden jene Sektoren und Branchen an der Schnittstelle zwischen Kunst/Kultur, Wissenschaft und Wirtschaft zusammengefasst, die an der Kreation, Produktion, Reproduktion und dem Austausch von Gütern oder Leistungen mit hohem symbolischen Wert beteiligt sind. Im Kernbereich handelt es sich dabei um jene Produktionsorte, die durch Kreativität und Innovation Prozesse auslösen, bei denen kulturelle Artefakte, komplexe Informations- und Wissensbestände bzw. geistiges Eigentum von zentraler Bedeutung sind.

3.2 Das empirische Modell für die Kreativwirtschaft in der Stadtregion Linz

Um die Kreativwirtschaft in der Stadtregion Linz zu strukturieren, wurde ein eigenes empirisches Modell entwickelt. Für die Darstellung der relevanten kreativwirtschaftlichen AkteurInnen erfolgte eine Unterteilung nach der Drei-Sektoren-Theorie, d. h. nach öffentlichen Einrichtungen (GOs), privatwirtschaftlichen Einrichtungen (POs) und dem Dritten Sektor (NGOs/NPOs). Bei den empirisch-statistischen Erhebungen und Analysen wurde grundsätzlich auf die Systematik der Wirtschaftszweige für Österreich (ÖNACE 1995) zurückgegriffen. Als Datenbasis zur Erfassung der Kreativwirtschaft in der Stadtregion Linz konnte aufgrund der detaillierten Anforderung an die Ausprägungen nur auf die pensionsversicherungsrechtlich relevanten Daten des Hauptverbandes der österreichischen Sozialversicherungsträger zurückgegriffen werden. Die Daten des Hauptverbandes lieferten die Anzahl der Beschäftigungsverhältnisse und die Anzahl der Betriebe nach ÖNACE-Klassen und auf der Ebene von Bezirken.

Aus den über 514 ÖNACE-Klassen wurden 100 identifiziert, die der Kreativwirtschaft zugerechnet werden können. Um qualitativ hochwertigere Aussagen treffen zu können, wurden diese 100 ÖNACE-Klassen in eine Kreativwirtschaft im engeren Sinne (i. e. S.) und im weiteren Sinne (i. w. S.) unterteilt. Die Kreativwirtschaft im engeren Sinne umfasst dabei jene Bereiche der Wertschöpfungskette, die ein kreatives/künstlerisches Moment beinhalten bzw. zentrale kreative/künstlerische Aktivitäten auslösen. Zu ihr werden 30 Klassen der ÖNACE 1995 gezählt. Zur Kreativwirtschaft im weiteren Sinne wurde die gesamte Wertschöpfungskette inklusive dem Handel und den industriell geprägten Wirtschaftszweigen, ZulieferInnen und AbnehmerInnen von kreativen Leistungen zugerechnet. In einem abschließenden Schritt wurde zur Strukturierung der Kreativwirtschaft in der Stadtregion eine Differenzierung der kreativwirtschaftlichen Wirtschaftszweige nach inhaltlich abgegrenzten Domänen vorgenommen.

Zur weiteren Strukturierung der Kreativwirtschaft in der Stadtregion Linz wurde eine Differenzierung nach inhaltlich abgegrenzten Domänen vorgenommen. Diese Differenzierung orientiert sich dabei an vorhandenen Kreativ- und Kulturwirtschaftsberichten, insbesondere an jenen von Wien und Berlin.

- Buch-, Literatur- und Pressemarkt
- Musikwirtschaft und Phonomarkt
- Film-, Video-, Fernseh- und Radiowirtschaft
- Werbung und Werbewirtschaft
- Architektur und kulturelles Erbe
- Informations-, Kommunikations-, Multimedia- und Internetwirtschaft
- Kunstmarkt (Bildende Kunst, Grafik, Mode, Design, Fotografie) und Kunsthandwerk
- Darstellende Kunst und unterhaltungsbezogene Kunst
- Forschung, Entwicklung, Bildung und Beratung

Die folgende Tabelle liefert einen Überblick über AkteurInnen und Einrichtungen in den einzelnen Domänen sowie entsprechende Beispiele in der Stadtregion Linz.

Domänen der Kreativwirtschaft	Selbständige und FreiberuflerInnen	Unternehmen und Einrichtungen	Beispiele in der Stadtregion Linz
Buch-, Literatur- und Pressemarkt	SchriftstellerInnen, JournalistInnen, PressefotografInnen	Buchverlage, Druckereien, Buchbindereien, Buchhandlungen, Nachrichtenbüros, Bibliotheken, Archive	Thalia.at, ALEX - Eine Buchhandlung, Archiv der Stadt Linz, "der kleine Buchladen" (Ottensheim), OÖ. Landesbibliothek, Stifterhaus
Musikwirtschaft und Phonomarkt	KomponistInnen, DirigentInnen, MusikerInnen, TontechnikerInnen	Musikverlage, Musikinstrumentenhersteller, Musikfachgeschäfte, Discos, Opern- und Konzerthäuser	Brucknerhaus, Posthof, Anton Bruckner Centrum (Ansfelden), Musikhaus Willburger, Con.trust Music
Film-, Video-, Fernseh- und Radiowirtschaft	FilmschauspielerInnen, FilmregisseurInnen, ModeratorInnen	Filmproduktionsfirmen, Kinos, Rundfunk- und TV-Anstalten, Ton- und Filmstudios	Cineplexx, Movimento/City-Kino, Radio FRO, ORF OÖ, LT-1, Life Radio, Filmszene Ottensheim
Werbung und Werbewirtschaft	WerbegrafikerInnen, WerbetexterInnen	Werbeagenturen, Werbemittelverteiler, Außenwerbung	Reichl & Partner, Sery, CREATEAM, UPART, Werbering
Architektur und kulturelles Erbe	ArchitektInnen, RestauratorInnen, StadtplanerInnen, DenkmalschützerInnen	Architekturbüros, Museen	LENTOS, Oö. Landesmuseen, Genesis, Arbeitsgemeinschaft (ARGE) Spittelwiese, RIEPL RIEPL
Informations-, Kommunikations-, Multimedia- und Internetwirtschaft	SystemanalytikerInnen, WebdesignerInnen, ProgrammiererInnen	Hardwareberatung, Softwarehäuser, Datenbankanbieter, Telekommunikationsdienstleister, Internetprovider	LIWEST, NETural Communication, mDesign, FABA Soft
Kunstmarkt (Bildende Kunst, Grafik, Mode, Design, Fotografie) und Kunsthandwerk	MalerInnen, DesignerInnen, FotografInnen	Galerien, Designateliers, Kunstschmieden, Kunstausstellungen, Antiquarier, Fotoateliers, Gold- und Silberschmieden	Galerie Brunnhofer, Galerie Pehböck (Perg), Antikhaus Freller, formquadrat, Acci Selek, Schmuckwerkstätte Design Renate Bauer
Darstellende Kunst und unterhaltungsbezogene Kunst	BühnenkünstlerInnen, ArtistInnen, TänzerInnen	Varietétheater, Zirkusbühnen, Schau-steller, Kabaretttheater, Tanzschulen, Theater, Veranstalter von Freizeitevents	Landestheater, Theater Phönix, Tanzschule Frauendienst, CCL coreographic centre linz
Forschung, Entwicklung, Bildung und Beratung	WissenschaftlerInnen, ForscherInnen, UnternehmensberaterInnen, PR-BeraterInnen	außeruniversitäre Forschungseinrichtungen, Universitäten, Consultingunternehmen, Markt- und Meinungsforschung	Kunstuniversität Linz, Johannes Kepler Universität Linz, FH Hagenberg, IMAS, market, ÖSB Consulting GmbH

Tab.: Beispiele für die Domänen der Kreativwirtschaft in der Stadtregion Linz

3.3 Die Stadtregion Linz

Der Großraum Linz zählt aufgrund seiner guten Standortbedingungen, der attraktiven Verkehrsinfrastruktur (Westautobahn, Westbahnstrecke, Donauwasserweg und Luftfahrt durch den Flughafen Linz-Hörsching) sowie seiner langen wirtschaftlichen Tradition zu den bedeutendsten Wirtschaftsregionen in Österreich. Die Struktur der Wirtschaftsregion Linz ist durch Großunternehmen, aber auch viele kleine und mittlere innovative Unternehmen in produzierendem Gewerbe, Handel und Dienstleistungssektor gekennzeichnet. Besondere Bedeutung kommt dabei der Stahlindustrie, den Industrieanlagen und dem Maschinenbau zu. Die Schlüsseltechnologien der Industrie in der Region bilden Informationstechnologie, Regel- und Steuerungstechnik, Automatisierung und Elektronik. Der Standort Linz ist auch bekannt für Chemie, wobei die Schwerpunkte auf Pharma-, Lebensmittel- und Agrochemie liegen. In den letzten Jahren haben sich zudem produktionsnahe Dienstleistungen in Marketing, Werbung, Neue Medien, Telekommunikation und Informationsverarbeitung stark weiterentwickelt. In den letzten Jahrzehnten hat sich die Stadtregion Linz allerdings auch als Kulturstandort etabliert. "Von der Industrie- zur Kulturstadt" ist ein im Zusammenhang mit der Stadt(region) Linz oft gebrauchter Slogan. Der mit diesem Slogan suggerierte Wandel von der Industrie- zur Kulturstadt bezeichnet allerdings viel mehr den Wandel des Images der Stadt Linz und die Wahrnehmung der Stadt durch die eigene Bevölkerung. Faktisch ist Linz sowohl Industrie- als auch Kulturstadt.

Mittlerweile stehen in der Stadt(region) Linz also Industrie und Kultur relativ ebenbürtig nebeneinander, darüber hinaus gibt es interessante Vernetzungen zwischen Industrie, Wirtschaft sowie Kunst und Kultur. Die Wurzeln der breitenwirksamen Wahrnehmung von Linz als Kulturstadt werden in Verbindung mit unterschiedlichen Ereignissen verortet. Vor allem mit der Eröffnung des Brucknerhauses vor 30 Jahren begann Linz sein Image zu verändern. Als entscheidende Größen für den angesprochenen Imagewandel gelten einerseits das Brucknerfest und die Ars Electronica als international hoch angesehene Festivals, die das kulturelle Bild von Linz seit vielen Jahren prägen, andererseits die Freie Szene. Ein weiteres Indiz kann im Kulturentwicklungsplan Linz gesehen werden, der im März 2000 vom Gemeinderat der Stadt Linz einstimmig beschlossen wurde. Er enthält das Bekenntnis zu Linz als Kulturstadt und formuliert kulturpolitische Schwerpunktsetzungen in den Bereichen Technologie, Neue Medien, Offene Räume und Freie Szene. Einen aktuellen Meilenstein in der Entwicklung der Kulturstadt Linz stellt die Ernennung zur Europäischen Kulturhauptstadt 2009 dar.

Der geografische Geltungsbereich der Studie umfasst die Gemeinden in der erweiterten Stadtregion Linz. Neben der Statutarstadt Linz sind dies alle Gemeinden des Bezirks Linz-Land, ein Großteil der Gemeinden des Bezirks Urfahr-Umgebung (identisch mit dem Gerichtsbezirk Urfahr-Umgebung), ein Teil der Gemeinden des Bezirks Perg (identisch mit dem Gerichtsbezirk Mauthausen) sowie ein kleiner Teil der Gemeinden des Bezirks Freistadt. Neben der Landeshauptstadt Linz sind insgesamt 53 weitere Gemeinden dieser vier politischen Bezirke zum geografischen Geltungsbereich zu zählen:

- Im Bezirk Freistadt: Hagenberg im Mühlkreis, Neumarkt im Mühlkreis, Pregarten, Unterweikersdorf und Wartberg ob der Aist
- Im Bezirk Linz-Land: Allhaming, Ansfelden, Asten, Eggendorf im Traunkreis, Enns, Hargelsberg, Hofkirchen im Traunkreis, Hörsching, Kematen an der Krems, Kirchberg-Thening, Kronstorf, Leonding, Neuhofen an der Krems, Niederneukirchen, Oftering, Pasching, Piberbach, Pucking, Sankt Florian, Sankt Marien, Traun und Wilhering
- Im Bezirk Perg: Katsdorf, Langenstein, Luftenberg an der Donau, Mauthausen, Perg, Ried in der Riedmark, Sankt Georgen an der Gusen und Schwertberg
- Im Bezirk Urfahr-Umgebung: Alberndorf in der Riedmark, Altenberg bei Linz, Eidenberg, Engerwitzdorf, Feldkirchen an der Donau, Gallneukirchen, Goldwörth, Gramastetten, Hellmonsödt, Herzogsdorf, Kirchschlag bei Linz, Lichtenberg, Ottensheim, Puchenu, Sankt Gotthard im Mühlkreis, Sonnberg im Mühlkreis, Steyregg und Walding



Abb.: Geografischer Geltungsbereich

Im Jahr 2001 lebten 423.543 Personen in der Stadtregion Linz, wobei in den fünf einwohnerstärksten Städten der Stadtregion (Linz, Traun, Leonding, Ansfelden und Enns) rund 60 Prozent der Gesamtbevölkerung leben. Gegenüber dem Jahr 1991 kann ein Bevölkerungszuwachs von 2.160 BewohnerInnen (+ 0,5 Prozent) verzeichnet werden. Dieser Anstieg betrifft die Stadtregion Linz in unterschiedlichem Ausmaß. Vom Rückgang der Bevölkerung in absoluten Werten am stärksten betroffen war Linz (-19.540 EinwohnerInnen). Zwischen 1991 und 2001 hat sich auch die Altersstruktur der Bevölkerung in der Stadtregion Linz verschoben. Während die Zahl der Kinder und Jugendlichen unter 15 Jahren nahezu konstant geblieben ist (69.957 Personen bzw. 16,5 Prozent Anteil an der Bevölkerung), haben die zwei anderen Altersgruppen stärkere Veränderungen erfahren. Die Zahl der Personen im Erwerbsalter ist von 273.569 um 2,6 Prozent auf 266.533 Personen gesunken (62,9 Prozent der Bevölkerung). Die Zahl der älteren bzw. alten Menschen über 60 Jahre hat hingegen um 87.053 Personen (20,6 Prozent der Bevölkerung) zugenommen.

Zum Zeitpunkt der Volkszählung 2001 waren 213.715 Erwerbspersonen mit Hauptwohnsitz in der Stadtregion gemeldet. Im Vergleich zu 1991 entspricht dies einer Erhöhung um 5,4 Prozent. Betrachtet man die Erwerbspersonen nach geschlechterspezifischen Aspekten, so zeigt sich, dass die Zahl der weiblichen Erwerbspersonen mit 96.775 Personen (45,3 Prozent) deutlich geringer ist als jene der männlichen (116.940 Personen, 54,7 Prozent). Im Vergleichszeitraum 1991 bis 2001 hat sich die Zahl der männlichen Erwerbspersonen um 1,6 Prozent (- 1.862 Personen) rückläufig entwickelt. Die Erhöhung der Erwerbspersonen ist demnach ausschließlich in der Zunahme der weiblichen Erwerbspersonen um 12.808 Personen (+ 15,3 Prozent) begründet. Die Erwerbsquote hat sich zwischen 1991 und 2001 um 4,1 Prozent auf 80,2 Prozent erhöht, wobei dies hauptsächlich auf die Erhöhung der weiblichen Erwerbsbeteiligung zurückzuführen ist. Diese hat sich zwischen 1991 und 2001 von 62,8 Prozent um mehr als ein Zehntel auf 72,9 Prozent erhöht.

2001 befanden sich 18.706 Arbeitsstätten in der Stadtregion. In diesen wurden insgesamt 236.245 Beschäftigungsverhältnisse begründet, wobei mit 94,3 Prozent der überwiegende Anteil der Beschäftigten (222.875 Personen) diese Tätigkeit unselbständig ausübt. 9.643 aller 18.706 Arbeitsstätten (51,6 Prozent) waren in Linz angesiedelt und beschäftigten 150.658 Personen (66,4 Prozent) aller unselbständig Beschäftigten in der Region. Eine hohe Konzentration von Arbeitsstätten weisen die südlich an Linz angrenzenden Gemeinden Leonding (898 Arbeitsstätten), Traun (892 Arbeitsstätten), gefolgt von Ansfelden (583 Arbeitsstätten), Pasching (451 Arbeitsstätten) sowie Enns (586 Arbeitsstätten) und Perg (449 Arbeitsstätten) auf. An diesen Wirtschaftsstandorten und in Linz sind mit 190.641 Personen 85,5 Prozent aller unselbständig Beschäftigten beschäftigt.

Im Jahr 2004 waren im Jahresdurchschnitt 8.105 Personen in der Stadtregion Linz von Arbeitslosigkeit betroffen. Während die Zahl der arbeitslosen Personen zwischen 1999 und 2001 gesunken ist, ist sie seit 2002 wieder im Steigen begriffen. Im langfristigen Vergleich hat sich die Zahl der Arbeitslosen zwischen 1999 und 2004 um 859 Personen (- 9,6 Prozent) verringert. Die stärkste absolute Reduktion hat dabei Linz um 386 Personen auf 4.174 arbeitslose Personen aufzuweisen.

3.4 Die Kreativwirtschaft in der Stadtregion Linz

Im Jahr 2004 waren in der gesamten Kreativwirtschaft (im weiteren Sinne) in der Stadtregion Linz rund 3.400 Betriebe vom Buch-, Literatur- und Pressemarkt über die Werbung und Werbewirtschaft bis hin zur Forschung, Entwicklung, Bildung und Beratung aktiv. Die Zahl der kreativwirtschaftlichen Betriebe entspricht einem Anteil von beinahe 20 Prozent an der Gesamtwirtschaft in der Region. Insgesamt arbeiteten dabei über 55.000 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte in den verschiedenen Domänen der Kreativwirtschaft. Damit waren in der Region 15 Prozent der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in der Kreativwirtschaft (i. w. S.) tätig.

In der folgenden Tabelle werden die einzelnen Domänen der Kreativwirtschaft nach Anzahl der Betriebe und Beschäftigten, dem jeweiligen Anteil des kreativen Kernbereiches (Kreativwirtschaft im engeren Sinne) und dem jeweiligen Anteil an der regionalen Gesamtwirtschaft aufgeschlüsselt.

Domänen	Betriebe			Beschäftigte		
	Gesamt	Anteil Kernbereich in %	Anteil an den gesamten Betrieben in der Region	Gesamt	Anteil Kernbereich in %	Anteil an den gesamten Beschäftigten in der Region
Buch-, Literatur- und Pressemarkt	362	36,7%	2,1%	6.815	24,6%	1,9%
Musikwirtschaft und Phonomarkt	230	23,0%	1,3%	2.978	30,6%	0,8%
Film-, Video-, Fernseh- und Radiowirtschaft	213	29,4%	1,2%	4.315	29,5%	1,2%
Werbung und Werbewirtschaft	266	100,0%	1,5%	2.156	100,0%	0,6%
Architektur und kulturelles Erbe	390	100,0%	2,2%	3.907	100,0%	1,1%
Informations-, Kommunikations-, Multimedia- und Internetwirtschaft	658	80,1%	3,8%	9.268	90,6%	2,5%
Kunstmarkt und Kunsthandwerk	688	27,8%	4,0%	8.153	25,0%	2,2%
Darstellende und unterhaltungsbezogene Kunst	64	76,3%	0,4%	966	94,4%	0,3%
Forschung, Entwicklung, Bildung und Beratung	547	78,8%	3,2%	16.753	54,4%	4,6%
Gesamt	3.418	61,6%	19,7%	55.311	54,9%	15,0%

Tab.: Kreativwirtschaft (i. w. S.) in der Stadtregion Linz 2004

Betrachtet man den kreativen Kernbereich der Kreativwirtschaft (Kreativwirtschaft im engeren Sinne), so sind von den rund 2.100 Betrieben die meisten in der Domäne der Informations-, Kommunikations-, Multimedia- und Internetwirtschaft (526 Betriebe, d. s. rund 25 Prozent) zu finden, gefolgt von der Domäne Forschung, Entwicklung, Bildung und Beratung (431 Betriebe, d. s. rund 21 Prozent), der Domäne Architektur und kulturelles Erbe (390 Betriebe, d. s. rund 19 Prozent) und der Domäne Werbung und Werbewirtschaft (266 Betriebe, d. s. rund 13 Prozent).

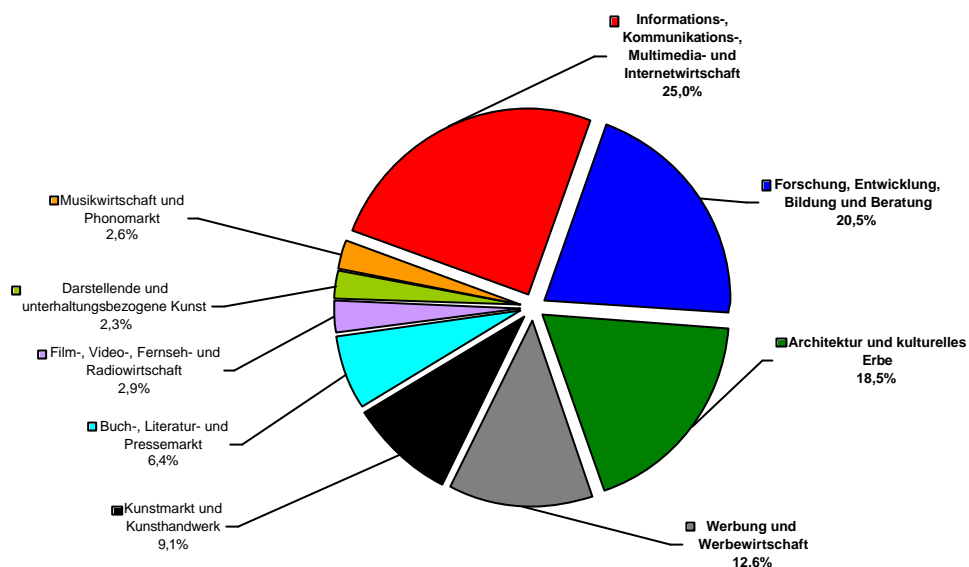


Abb.: Verteilung der Zahl der Betriebe in der Kreativwirtschaft (i. e. S.) in der Stadtregion Linz 2004

Domänen	Anzahl der Betriebe		Anteil an der gesamten Kreativwirtschaft in %	
	Gesamt	davon im geografischen Geltungsbereich	Gesamt	davon im geografischen Geltungsbereich
Buch-, Literatur- und Pressemarkt	134	125	6,4%	6,3%
Musikwirtschaft und Phonomarkt	54	49	2,6%	2,5%
Film-, Video-, Fernseh- und Radiowirtschaft	62	52	2,9%	2,6%
Werbung und Werbewirtschaft	266	256	12,6%	12,9%
Architektur und kulturelles Erbe	390	366	18,5%	18,4%
Informations-, Kommunikations-, Multimedia- und Internetwirtschaft	526	500	25,0%	25,2%
Kunstmärkte und Kunsthandwerk	191	174	9,1%	8,8%
Darstellende und unterhaltungsbezogene Kunst	49	47	2,3%	2,4%
Forschung, Entwicklung, Bildung und Beratung	431	413	20,5%	20,8%
Gesamt	2.103	1.982	100,0%	100,0%

Tab.: Betriebe der Kreativwirtschaft (i. e. S.) in der Stadtregion Linz 2004

In der Betrachtung des Zeitverlaufes von 1995 bis 2004 ist die Zahl der Betriebe von 1.073 auf 2.130 im Jahr 2003 gestiegen. Zwischen 2003 und 2004 sank die Zahl der Betriebe allerdings auf 2.103 ab.

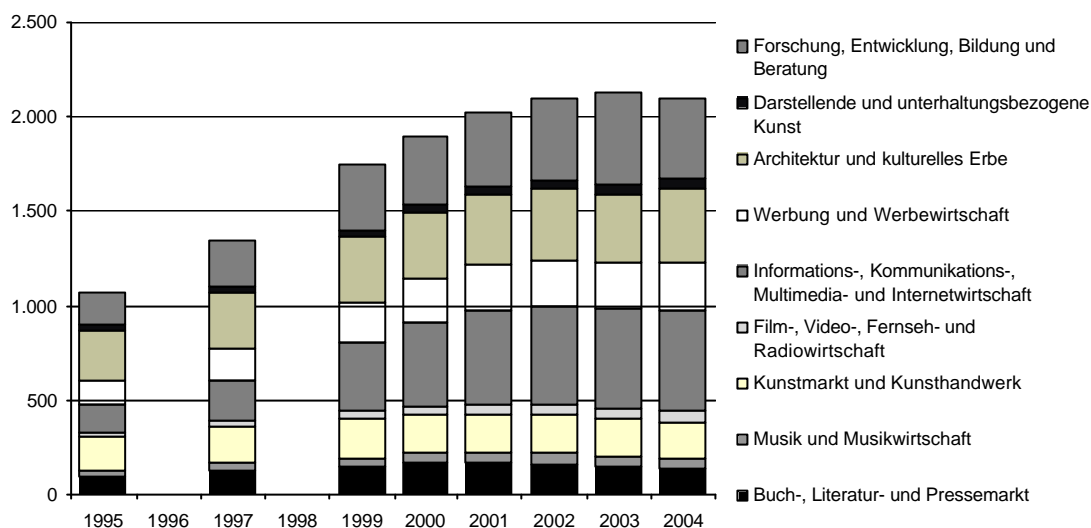


Abb.: Entwicklung der Betriebszahlen der Kreativwirtschaft (i. e. S.) in der Stadtregion Linz von 1995 bis 2004

Im Jahr 2004 waren im Kernbereich der Kreativwirtschaft 29.691 Personen sozialversicherungs-pflichtig beschäftigt. Der Frauenanteil betrug dabei rund 47 Prozent. Hohe Anteile an weiblichen Beschäftigten weisen in diesem Zusammenhang die Domänen Werbung und Werbewirtschaft (rund 63 Prozent) und der Buch-, Literatur- und Pressemarkt (rund 62 Prozent) auf, ein geringer Frauenanteil findet sich hingegen in der Domäne Architektur und kulturelles Erbe (rund 26 Prozent).

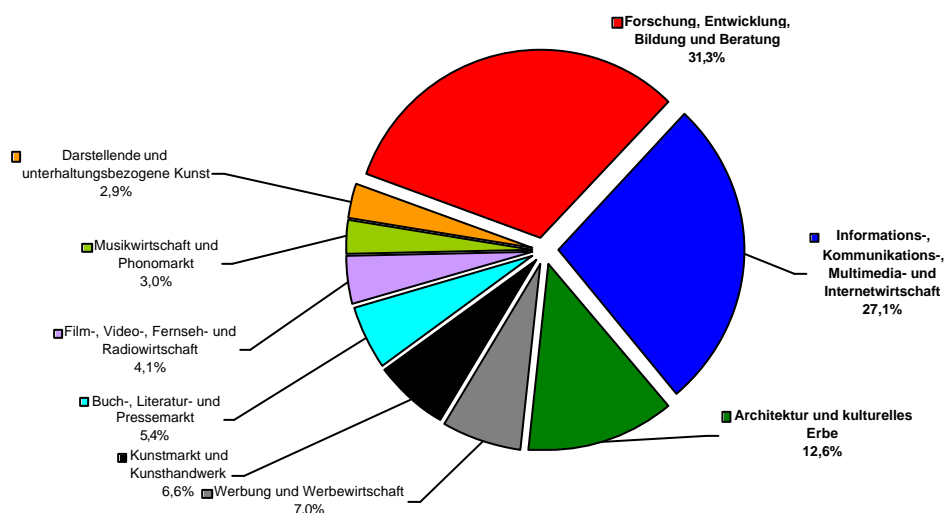


Abb.: Verteilung der Zahl der Beschäftigten in der Kreativwirtschaft (i. e. S.) in der Stadtregion Linz 2004

Domänen	Anzahl der Beschäftigten		Anteil an Frauen in %	Anteil an der gesamten Kreativwirtschaft in %	
	Gesamt	davon im geografischen Geltungsbereich		Gesamt	davon im geografischen Geltungsbereich
Buch-, Literatur- und Pressemarkt	1.676	1.650	62,2%	5,4%	5,5%
Musik und Musikwirtschaft	915	900	44,6%	3,0%	3,0%
Film-, Video-, Fernseh- und Radiowirtschaft	1.274	1.119	47,7%	4,1%	3,7%
Werbung und Werbewirtschaft	2.156	2.128	62,7%	7,0%	7,0%
Architektur und kulturelles Erbe	3.907	3.791	26,3%	12,6%	12,5%
Informations-, Kommunikations-, Multimedia- und Internetwirtschaft	8.394	8.337	44,8%	27,1%	27,6%
Kunstmarkt und Kunsthandwerk	2.040	1.845	50,1%	6,6%	6,1%
Darstellende und unterhaltungsbezogene Kunst	912	903	48,7%	2,9%	3,0%
Forschung, Entwicklung, Bildung und Beratung	9.684	9.580	50,0%	31,3%	31,7%
Gesamt	30.958	30.253	46,7%	100,0%	100,0%

Tab.: Beschäftigte in der Kreativwirtschaft (i. e. S.) 2004

Mit einem Anteil von 31,3 bzw. 27,1 Prozent an den sozialversicherungspflichtig Beschäftigten nehmen die Domänen Forschung, Entwicklung, Bildung und Beratung sowie Informations-, Kommunikations-, Multimedia- und Internetwirtschaft die bedeutendsten Beschäftigungsfelder ein. In diesen Domänen sind rund 9.700 bzw. rund 8.400 Personen beschäftigt. Dem Bereich Architektur und kulturelles Erbe standen im Jahr 2004 etwas mehr als 3.900 Arbeitsplätze zur Verfügung. Dies entspricht einem Anteil von rund 13 Prozent der Beschäftigten in der Kreativwirtschaft (i. e. S.). In den anderen Domänen liegt der Anteil an den Gesamtbeschäftigten in der Kreativwirtschaft jeweils unter 7 Prozent.

Im Zeitverlauf von 1995 bis 2004 stieg die Zahl der Beschäftigten von 19.949 auf 31.098 im Jahr 2001. Zwischen 2001 und 2003 sank diese Zahl auf einen Wert von 29.624 ab und stieg im Folgejahr wieder leicht auf 30.957 Beschäftigte an. Betrachtet man die letzten fünf Jahre (1999 bis 2004), so stieg die Anzahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in der Kreativwirtschaft (i. e. S.) um 11,4 Prozent an. Insbesondere in den Betrieben der Domänen Forschung, Entwicklung, Bildung und Beratung (+ 1.630 Beschäftigte), Informations-, Kommunikations-, Multimedia- und Internetwirtschaft (+ 929 Beschäftigte), Architektur und kulturelles Erbe (+ 528 Beschäftigte), Werbung und Werbewirtschaft (+ 406 Beschäftigte) und Film-, Video-, Fernseh- und Radiowirtschaft (+ 165 Beschäftigte) wurden zahlreiche Arbeitsplätze geschaffen. Hingegen wurden in den Domänen Kunstmarkt und Kunsthandwerk (- 444 Beschäftigte) und Musikwirtschaft und Phonomarkt (- 75 Beschäftigte) Arbeitsplätze abgebaut.

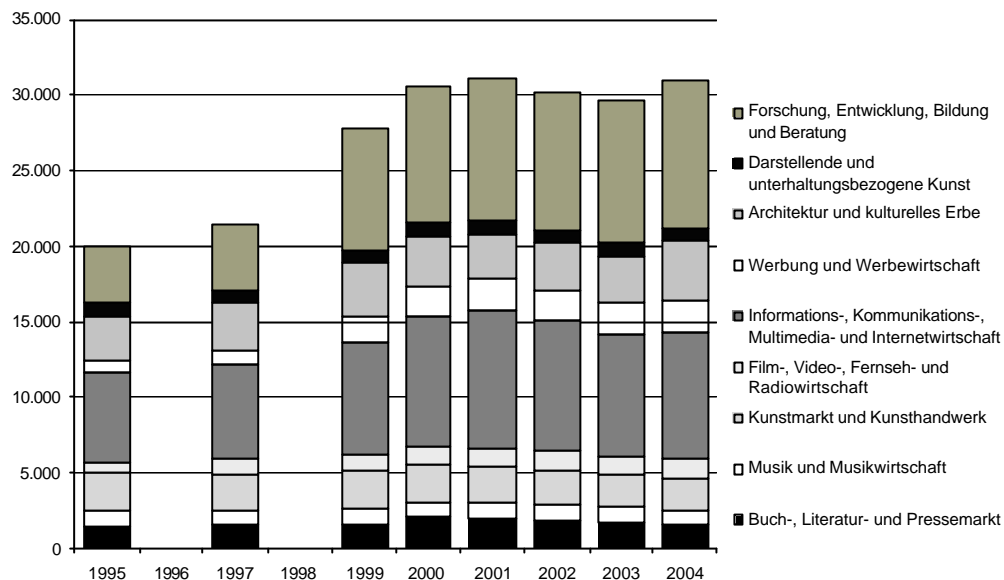


Abb.: Entwicklung der Beschäftigtenzahlen der Kreativwirtschaft (i. e. S.) in der Stadtregion Linz von 1995 bis 2004

Die Entwicklung der Betriebe und Beschäftigten der Kreativwirtschaft (i. e. S.) weist eine wesentlich höherer Dynamik als die Gesamtwirtschaft in der Stadtregion Linz bzw. in Oberösterreich auf. Zwischen 1999 und 2004 stieg die Zahl der kreativwirtschaftlichen Betriebe (i. e. S.) in der Stadtregion Linz um rund 20 Prozent, die der unselbständig Beschäftigten um rund 11 Prozent. In der Stadtregion Linz wuchs im gleichen Zeitraum die Zahl der Betriebe um rund 9 Prozent, in der oberösterreichischen Gesamtwirtschaft um rund 7 Prozent. Die Zahl der Beschäftigten in der Gesamtwirtschaft stieg dabei in der Stadtregion Linz um rund 8 Prozent, in Oberösterreich um rund 3 Prozent.

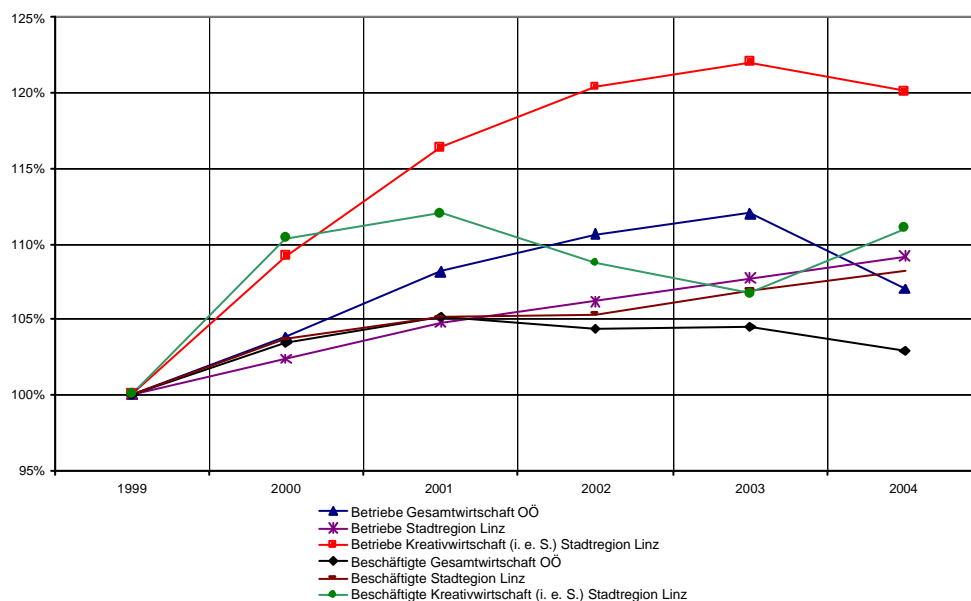


Abb.: Entwicklung der Kreativwirtschaft (i. e. S.) in der Stadtregion Linz im Vergleich zur Gesamtwirtschaft OÖ (1999 = 100 %)

Ziel der vorliegenden Studie war es, die empirischen Ausprägungen und die Potenziale der Kreativwirtschaft in der Stadtregion Linz zu erfassen. Die Bedeutung der Kreativwirtschaft lässt sich vor allem durch die dynamische Entwicklung in den letzten Jahren aufzeigen, die über dem Durchschnitt der oberösterreichischen Gesamtwirtschaft und der regionalen Wirtschaft lag. In der Stadtregion Linz wird das Potenzial und die dynamische Entwicklung der Kreativwirtschaft vor allem durch folgende Domänen getragen:

- Informations-, Kommunikations-, Multimedia- und Internetwirtschaft (SystemanalytikerInnen, WebdesignerInnen, ProgrammiererInnen, Hardwareberatung, Softwarehäuser, Datenbankanbieter, Telekommunikationsdienstleister, Internetprovider, ...)
- Architektur und kulturelles Erbe (ArchitektInnen, RestauratorInnen, StadtplanerInnen, DenkmalschützerInnen, Architekturbüros, Museen, ...)
- Werbung und Werbewirtschaft (WerbegrafikerInnen, WerbetexterInnen, Werbeagenturen, Werbemittelverteiler, Außenwerbung, ...)
- Forschung, Entwicklung, Bildung und Beratung (WissenschaftlerInnen, ForscherInnen, UnternehmensberaterInnen, PR-BeraterInnen, außeruniversitäre Forschungseinrichtungen, Universitäten, Consultingunternehmen, Markt- und Meinungsforschung, ...)

Diese Bereiche der Kreativwirtschaft zeigen in den letzten Jahren einen stetigen Zuwachs von Betrieben und Beschäftigten. Ihre Entwicklung war vor allem durch den rasanten Zuwachs und einer anschließenden Stabilisierungs- bzw. Konsolidierungsphase auf hohem Niveau gekennzeichnet. Insbesondere durch die Entwicklungsdynamik der Beschäftigungsverhältnisse, die ein geringeres Volumen aufweisen als jenes der Betriebe, wird die Klein- und Kleinstunternehmensstruktur der Kreativwirtschaft in der Stadtregion Linz augenscheinlich.

Das privatwirtschaftliche Potenzial der Kreativwirtschaft in der Stadtregion Linz wird durch eine Vielzahl von gemeinnützigen bzw. freien und öffentlichen TrägerInnen ergänzt und verstärkt, die das Kulturleben in der Stadtregion Linz prägen. Diese stellen den fruchtbaren Humus dar, aus dem qualitativ hochwertige Kreativ- und Kulturangebote erwachsen und bedeutsame Sekundäreffekte erzielt werden, die insbesondere dem Hotel- und Gastgewerbe, touristischen Einrichtungen und den Verkehrsunternehmen zugute kommen. Die Kreativwirtschaft in der Stadtregion Linz zeigt sich in der konkreten Ausprägung somit als sehr heterogen und ist durch enge Verflechtungen und kapillare Austauschbeziehungen, allerdings auch durch Berührungsgänge zwischen den einzelnen Bereichen, gekennzeichnet.

Durch die vorliegende Studie wurde eine erste regionale Informationsgrundlage geschaffen, auf der aufbauend kreativwirtschaftliche Initiativen auf den Weg gebracht werden können, die vor allem auf die Qualifizierung, Beratung, Begleitung und Vernetzung von Kreativen, Kulturschaffenden, GründerInnen und UnternehmerInnen abzielen. In der Folge gilt es, die kreativwirtschaftlichen und kulturellen Strukturen und Prozesse kontinuierlich zu beobachten, zu analysieren und weiter zu entwickeln. Ansatzpunkte hierzu liefert der im Rahmen des Projekts erstellte Empfehlungskatalog.

4. Zu den Begriffen

Zur Einführung in das komplexe Themengebiet Kreativwirtschaft wird in diesem Kapitel eine Erklärung von in diesem Zusammenhang wichtigen Begrifflichkeiten vorgenommen. Zuerst erfolgt eine Annäherung an den Begriff der Kreativität und die mit ihm verbundenen Begriffskonstruktionen Kreativer Prozess und Kreatives Denken, Kreative Person, Kreatives Produkt sowie Kreativitätsfaktoren und -techniken. Damit soll der Kerngehalt, der sich mit dem Begriff Kreativwirtschaft verbindet, herausgearbeitet werden und eine mögliche Subsumierung jedweder Tätigkeiten und Leistungen unter diesen Begriff wenn schon nicht verhindert, so zumindest erschwert werden. Im Anschluss werden verschiedene Begriffskonzepte, die im Kontext von Innovationspolitik stehen, näher beleuchtet: Innovation und Invention, Innovationsprozesse, innovative Milieus, lernende Region, regionale Clusterbildung, industrielle Distrikte und regionale Innovationssysteme.

Diese Herangehensweise soll auch die Grundlage für die Eingrenzungen der zentralen Begriffe Cultural Industries, Kulturwirtschaft, Creative Industries und Kreativwirtschaft liefern, die im dritten Unterkapitel vorgenommen werden. Nicht zuletzt soll hiermit verdeutlicht werden, dass diese zentralen Begriffe, anhand derer sich in letzter Zeit hoffnungsvolle, aber ebenso kritische politische Diskussionen entzünden, schwer greifbare Konstrukte sind, die auch im wissenschaftlichen Diskurs einer konkreteren Definition und empirischen Eingrenzung bedürfen.

4.1 Kreativität

Der Begriff der Kreativität ist in den letzten Jahrzehnten eine Modeerscheinung geworden. Kreativität wird als Allheilmittel in Managementtheorien, in bildungspolitischen Zusammenhängen, bei der Entfaltung innovativer Wirtschaftsbranchen, in der Lösung sozialpolitischer Problemstellungen oder in entwicklungs- und lernpsychologischen Denkansätzen gesehen. Während früher kreative Prozesse dem künstlerischen Feld vorenthalten blieben (der schöpferische Akt), kann seit der Mitte des 20. Jahrhunderts eine zunehmende Aneignung von kreativen Leistungen durch ökonomische Felder beobachtet werden. In diesem Zusammenhang wird der Begriff der Kreativität immer öfter mit Begriffen wie Innovationsfähigkeit, Wissensmanagement oder Standortvorteil genannt. Richard Florida schreibt etwa in seinem 2004 erschienen Buch "The Rise of the Creative Class", die menschliche Kreativität sei "[...] the ultimate economic resource. The ability to come up with new ideas and better ways of doing things is ultimately what raises productivity and thus living standards."² und verbindet somit Kreativität mit erhöhter Produktivität und der dadurch folgenden Erhöhung von Lebensstandards.

² Florida 2004, S. XII

Seine etymologischen Wurzeln findet der Begriff Kreativität im lateinischen "creare" (erschaffen, hervorbringen, kreieren) bzw. "creatio" (Schöpfung)³. Mit ihm wird gemeinhin die Fähigkeit, Neues zu erfinden, schöpferisch zu handeln, Bekanntes in einen neuen Zusammenhang zu stellen oder der Bruch mit althergebrachten Denk- und Handlungsrouninen in Verbindung gebracht.

In den Interviews, die im Rahmen der Studie mit kreativwirtschaftlichen AkteurInnen in der Stadtregion Linz durchgeführt wurden, wurde die Frage gestellt, was die InterviewpartneInnen mit dem Begriff Kreativität in Verbindung bringen. Die folgende Auflistung gibt einen Einblick in Teile der Antworten auf diese Frage:

- "Die Tätigkeit, auf konstruktive Weise ohne Vernachlässigung einer gewissen Rationalität Ideen entstehen zu lassen und diese auch umzusetzen [...] Ich verbinde Kreativität mit Ästhetik und auch Rationalität [...]"
- "Es geht da auch in Richtung Ideenfindung, dass man alle Ideen zulassen soll und dass Kreativität nicht immer auf den ersten Blick erkennbar ist, dass man sich dafür Zeit nehmen muss. Dass das Potenzial nicht immer ganz klar vor einem liegt."
- "[...] diese Kombination aus Sinnvollem, die aber nicht notwendigerweise üblich ist. Das man eben auch üblichen, sehr konventionellen Regeln widerspricht und somit etwas schafft. Kreativität als Schöpfung gefällt mir nicht so gut, sondern eher das Innovative daran. Etwas zu erneuern. Es nicht neu zu schaffen, sondern es aus anderen Perspektiven, Blickwinkeln zu sehen und somit die Möglichkeit zu haben etwas zu brechen oder Grenzen zu überschreiten."
- "Ich verbinde damit Innovation, Fantasie, Ästhetik. Die Wirtschaft fällt mir dazu nicht ein. Originalität beispielsweise, solche Begriffe fallen mir dazu ein. Lust und Laune gehören für mich auch dazu."
- "Für mich ist Kreativität alles das was nicht Standard ist. Der Tod der Kreativität sind standardisierte Prozesse, innerhalb derer man sich mit Scheuklappentechnik weiterbewegt. Die Kreativität ist notwendig um marktmäßig präsent zu bleiben. Ich muss immer wieder diese Möglichkeiten nutzen, um Reizschwellen bei den Kunden zu durchbrechen. Um mich so von anderen Produkten abheben zu können und somit Nachfrage erzeugen zu können. Dabei ist die Kreativität ein wichtiger Bestandteil."
- "Mit Kreativität verbinde ich nicht nur, eine Idee für irgendwas zu haben. [...] Kreativität heißt, eine Idee auch soweit zu bringen, dass sie Wirklichkeit werden kann. Das heißt, wirkliche Kreativität zeigt sich auch daran, dass ich in der Lage bin, auch Wege zu finden, das umsetzen. Dort zeigt sich für mich der Kernpunkt am Schluss von Kreativität. Ideen zu haben, mir etwas vorzustellen, ist ein Leichtes. Die Schwierigkeit beginnt dann, die Dinge so zu verhandeln, dass ich Menschen oder Institutionen gewinne oder überzeugen kann, dass ich sie ein Stück ins Leben schaffe."

³ vgl. Carstensen/Busse/Schmude 1994, S. 796 f.

- "[...] Instrumentarium, mit dem man in der Lage ist, kreativ mit Problemen umzugehen, ist das was die Wirtschaft braucht und fordert. Das kann bedingt auch von Kunst- und KulturproduzentInnen gebracht werden. Anderer Bereich von Kreativität ist/soll/darf/muss nicht für Wirtschaft verwendbar sein. Er ist widerborstiger, hat eigene Parameter, die nicht mit wirtschaftlichen Kategorien messbar sind, aber die Trennungslinie ist schwierig."
- "Permanent neue Dinge, wie das ganze läuft. Wie erreiche ich KundInnen, wie kann eine Reklamation kreativ gelöst werden. Wie kann das Produkt immer wieder neues bringen und neue Kreise ansprechen bzw. neue Kreise finden."
- "Traditioneller Begriff ergibt Tätigkeiten nahe dem künstlerischen Bereich. Kreativität ist mehr, die brauche ich für jede gestalterische Leistung. Egal ob ein Plan für ein Zimmer bis hin zu Designelementen für Autos."
- "[...] egal ob Projekte oder Untersuchungen: unorthodoxer, anderer, neuer Zugang zu einem Thema. Das kann münden in Open Airs, aber auch in Untersuchungen."
- "[...] neue, unübliche Zugänge zu Dingen. Ohne Muster und Wiederholungen. Es braucht was Neues, einen neuen Blick um neue Möglichkeiten, Darstellungsformen und Lösungsansätze zu erhalten."
- "[...] das einem spontan was einfällt. Kunst."
- "[...] geistiges Schaffen, Innovation und Veränderung im geistigen Schaffen."
- "[...] Die Kreativität ist für mich in eigentlich jedem Bereich des Unternehmens sehr wichtig. Eingefallene Strukturen neu zu überdenken, sie erst gar nicht zur Stagnation zu bringen, sondern immer wieder neu aus sich heraus lebendig zu machen. Die Leute immer fit zu halten, das heißt ihre Situation zu reflektieren. Beste Zugänge, best practices zu schaffen im Unternehmen mit Methoden, die hin und wieder unkonventionell sind, die gewisse Interventionen von außen zulassen. [...] Dass diese Netzwerkstruktur wie ein Organismus mit Blut erfüllt wird. Dass es pulsiert, dass es lebendig ist, dass es aus sich selbst erneuernd ist. Das ist für mich der umfassende Begriff für Kreativität in einem Unternehmen, wie wir es sind."
- "Ich verbinde die Auseinandersetzung mit einer Thematik - muss nicht gerade eine Problemstellung sein. Bleiben wir bei dem Wort Thematik, die sich mit ästhetischen Fragen auseinandersetzt bis hin zu gesellschaftspolitischen Zugängen, die sich in einer Form nicht konventionell sondern experimentell, innovativ, neue Lösungsansätze suchend auseinandersetzt. Das ist für mich Kreativität."
- "Mit Kreativität verbinde ich Kunst, Kultur, Werbung, Leistungen, die dem Geist entspringen, die über das normale Maß ein bisschen hinausgehen, eigenschöpferische Leistungen, die von innen heraus entstehen."
- "Für mich ist Kreativität, die Fähigkeit Originelles zu schaffen oder Originelles zu tun, das heißt, originelle Artefakte herzustellen. Das kann in der Kunst, Wissenschaft, Technologie oder Wirtschaft sein. Oder originäre Problemlösungen zu finden, das kann im Dienstleistungssektor genauso sein, wie in jedem anderen Bereich."

- "[...] Kreativität als eine Gabe des Menschen, dass er aus Vorhandenem Neues entstehen lässt."
- "Kreativ heißt, für Neues aufgeschlossen zu sein. [...] ist etwas Eigenständiges, Schönes und was nicht für jedermann am Markt erreichbar sondern individuell ist."
- "[...] mit geistiger Leistung."
- "Kreativ ist für mich jemand, der Ideen entwickelt und diese umsetzt, die nicht alltäglich sind. [...] Wenn sich Leute die Umsetzung auch ansehen, sofern sie das interessiert."
- "Kreativität ist alles, was ich aus Interesse, aus Neugierde heraus schaffe. Egal ob es etwas Schöpferisches, Handwerkliches ist oder in Form von Veranstaltungen auftritt. Es muss auch ein gewisser Spaßfaktor dabei sein."
- "In dem Bereich in dem ich arbeite, ist Kreativität der Versuch sich auf wechselnde gesellschaftliche, kulturelle Änderungen immer wieder neu einzustellen, neue Lösungsmöglichkeiten anzubieten, neue Konzepte zu erarbeiten."
- "[...] derzeit gern benützter Begriff, sogar bei der Stellenausschreibung für Sekretariat sucht man heute Kreativität und Innovation. Es ist genau jener Schritt aus dem Standardverständnis, das einem die Schule und familiäre Sozialisation mitgibt, immer wieder herauszutreten, um sich im analytischen Feld selbst anzuschauen und da heraus Neues zu entwickeln. Sehen, den Mut haben zu sehen, Feedback einzuholen. [...] Kreativität besitzt jeder Mensch, hat sie latent in sich, er hat es nur aufgrund der formalen Systeme vergraben."
- "Kreativ ist all jenes, was ein bisschen außerhalb des Herkömmlichen ist. Wo der Output mehr ist als die Summe der Einzelteile."
- "Grundsätzlich hat man Kreativität oder nicht, es ist angeboren. Wo ein bestimmtes Potenzial da ist, kann man durch Techniken und Methoden Kreativität fördern. Es ist etwas zutiefst Persönliches."
- "Alles das, was über den rein standardisierten Werkzeuggebrauch hinausgeht. Um Kreativität gut durchführen und ausleben zu können, muss ich einerseits mein Werkzeug kennen, andererseits gehören Ideen und Intuition und Umsetzungsvermögen dazu."
- "[...] ist für mich geistige Schöpfungskraft, Neues zu entwickeln, flexibel zu sein, damit auch zu verbinden, Analogien herzustellen."
- "Kreativität ist das, was über die Routine hinausgeht und irgendetwas neues Gegenständliches oder Nichtgegenständliches erzeugt. Das ist etwas, bei dem irgendetwas 'Aha' sagt."

Die Antworten verdeutlichen das breite Spektrum, das mit Kreativität in Verbindung gebracht wird. Zwar existiert ein häufig genannter Kerngehalt, der mit Kreativität in Verbindung gebracht wird (Neues entwickeln, unkonventionell, schöpferisches Tätigsein, originell, ...), je nach dem eigenen Tätigkeitsfeld werden allerdings auch unterschiedliche Merkmale damit verbunden (z. B. ob mit Kreativität nur die Ideenfindung verbunden ist oder auch die effektive Umsetzung dieser Ideen).

Im deutschen Brockhaus wird Kreativität als

"schöpferisches Vermögen, das sich im menschlichen Handeln oder Denken realisiert und einerseits durch Neuartigkeit oder Originalität gekennzeichnet ist, andererseits aber auch einen sinnvollen und erkennbaren Bezug zur Lösung technischer, menschlicher oder sozialpolitischer Probleme aufweist"⁴

definiert. Eine vergleichbare Definition liefert die populäre, freie Internet-Enzyklopädie wikipedia:

"Kreativität [...] ist die Fähigkeit intelligenter Lebewesen, neue und unübliche Kombinationen für bestehende und neue Aufgabenstellungen zu finden. Das Patentrecht bietet die international standardisiersten Verfahren zur Beurteilung von Kreativität und setzt voraus, dass Kreationen 'sinnvoll' seien. In anderen Bereichen, z. B. in der Kunst, ist dagegen der Zweck kein Maßstab zur Beurteilung der schöpferischen Leistung."⁵

Beide Definitionen zeigen als Gemeinsamkeit zum einen den Einsatz von Kreativität zur neuartigen und originellen Lösung von Problemen, zum anderen die unterschiedliche Bewertung von Kreativität zwischen dem künstlerischen Feld, also jenem Feld, dem Kreativität als schöpferischer Akt originär zugerechnet wird und in dem üblicher Weise wertrationales Verhalten dominiert, und anderen Feldern, bei denen es eher um die zweckrationale Verwertung von eingesetzten (Produktions)mitteln geht.⁶

Das deutsche Abstraktum Kreativität steht den amerikanisch-englischen Begriffen des "creative" bzw. der "creativity" sehr nahe, die im Zuge der Kreativitätsforschung in den 1950er-Jahren in wissenschaftlichen Diskursen verankert wurden. Die Kreativitätsforschung wurde vor allem aufgrund des damaligen Sputnik-Schocks⁷ in den USA forciert und etabliert. Den entscheidenden Impuls aus dem wissenschaftlichen Feld lieferten dabei die Forschungsarbeiten von Guilford (1950). Er differenziert Kreativität von Intelligenz, indem er der Kreativität das divergente Denken und der Intelligenz das konvergente Denken zuordnet. Konvergentes Denken ist ein auf eine bestimmte Lösung eines gegebenen Problems hinsteuernes Denken. Divergentes Denken kommt hingegen in Problemsituationen zum Tragen, die relativ unstrukturiert sind, in denen das Problem noch gar nicht deutlich erkennbar ist und vielleicht sogar erst noch gefunden und formuliert werden muss. Divergentes Denken prüft verschiedene Einfälle, ist also nicht zielgerichtet, sondern an möglichst vielen und recht unterschiedlichen Einfällen interessiert.⁸

⁴ FA Brockhaus AG 1996, S. 476

⁵ wikipedia 2005a

⁶ Zur Unterscheidung von wert- und zweckrationalem Verhalten vgl. Weber 1922, Erster Teil, Kapitel I, § 2

⁷ Als Sputnik-Schock wird die politisch-gesellschaftliche Reaktion in den USA und Westeuropa nach dem Start des ersten Erdsatelliten Sputnik am 4. Oktober 1957 durch die Sowjetunion bezeichnet. In der Ursachenforschung über den Verlust des bis dahin bestehenden Überlegenheitsanspruchs der westlichen Länder wurden vor allem Defizite im Bildungssystem identifiziert. Hieraus resultierte die Initiierung vielfältiger Programme zur Förderung von vernachlässigten Bevölkerungsgruppen (Maßnahmen der Frühpädagogik, Einrichtung neuer Schultypen, Entwicklung des Bildungsfernsehens, ...) und zur Nutzbarmachung von Begabung und der Erschließung kreativer Potenziale.

⁸ Dass Divergenz Voraussetzung für Kreativität ist, wurde allerdings auch von Kreativitätsforschern wie Weisberg (1986) kritisiert. Kreative Leistungen würden vielmehr ein fundiertes und intelligent verwaltetes Wissen benötigen, d. h. Intelligenz spielt durchaus eine wichtige Rolle bei der Aneignung von Wissen, das die Grundlage für Kreativität bildet. Weisberg meint auch, dass Kreativität einfach zunehmendes und anhäufendes Denken darstellt, dass auf früherem Lernen und Intelligenz beruhe.

In der Psychologie werden der Kreativität, Guilford folgend, mehrere Haupteigenschaften zugeordnet:

- Originalität: Dinge oder Beziehungen neu erkennen
- Flexibilität: ungewöhnlicher, aber sinnvoller Gebrauch von Gegenständen
- Sensitivität: Probleme bzw. bisher missachtete Zusammenhänge erkennen
- Flüssigkeit: Abweichen von gewohnten Denkschemata
- Nonkonformismus: auch gegen gesellschaftlichen Widerstand sinnvolle Ideen entwickeln

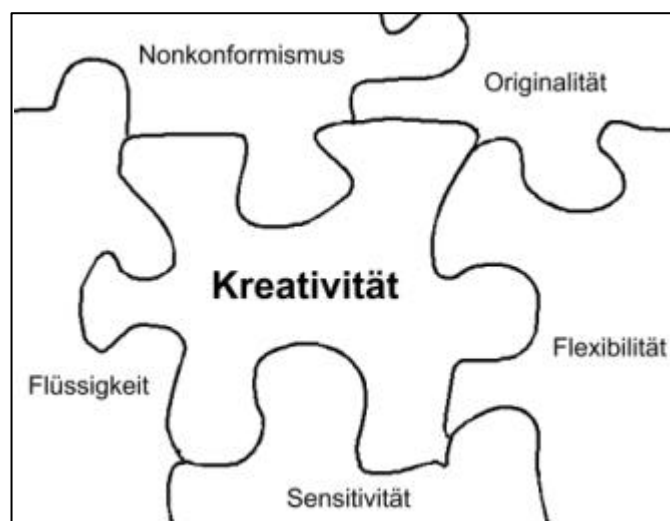


Abb. 1: Eigenschaften von Kreativität

Klassischer Weise werden verschiedene Perspektiven in der Kreativitätsforschung unterschieden: der kreative Prozess und das kreative Denken, das kreative Produkt und die kreative Person. Ergänzt werden die im Anschluss folgenden kurzen Erläuterungen zu diesen Begriffen um Ausführungen zu Kreativitätsfaktoren und -techniken.

4.1.1 Kreativer Prozess und kreatives Denken

Kreative Prozesse und kreatives Denken unterscheiden sich wesentlich von sonstigen Problemlösungstechniken. Sie sind nur wenig von der Intelligenz eines Menschen abhängig.

Kreatives Denken verlangt

"die Lösung von Fixationen, den Mut sich vom Bekannten, vom Stand der Technik zu lösen, es verlangt ein flexibles, spielerisch-ausschweifendes Denken, einen Wechsel von Betrachtungsweisen, eine Durchforstung neuer Erfahrungsfelder. Es kann hypothetische und spekulative Elemente enthalten und wird immer durch Versuch und Irrtum gekennzeichnet."⁹

De Bono (1967) hat als ähnliches Konstrukt den Begriff laterales Denken eingeführt. Dieses laterale Denken provoziert, um eine Neuordnung von Mustern zu bewirken. Im Gegensatz zum vertikalen Denken werden dabei durch intuitive Auswahl von Informationen auf natürliche Weise Muster gebildet und ausgewählt. De Bono nennt folgende Charakteristika, die für laterales Denken konstitutiv sind¹⁰:

- generativ
- setzt sich in Bewegung, um eine Richtung zu finden
- Prinzipien: Assoziation, Abstraktion, Analogie
- nicht jeder Schritt muss Richtig sein
- sprunghaft, provokativ
- was sich zufällig aufdrängt wird aufgenommen
- keine Regeln und Festlegungen
- erforscht den unwahrscheinlichsten Weg

Innerhalb eines kreativen Prozesses können folgende Phasen unterschieden werden:¹¹

1. Auseinandersetzungen mit der Umwelt
2. Problemwahrnehmung und -analyse
3. Informationssammlung
4. Systematische oder unbewusste Hypothesenbildung
5. Einfall, Gedankenblitz, Idee, Erleuchtung
6. Überprüfung und Ausarbeitung
7. Mitteilung, Kommunikation
8. Durchsetzung, Realisierung

⁹ Schlicksupp 1993, S. 65

¹⁰ vgl. De Bono 1967

¹¹ vgl. FA Brockhaus AG 1996, S. 476

Vor allem die Phasen vier und fünf verdeutlichen, dass es sich bei kreativen Prozessen um eine bestimmte Form von Wissensgenerierung oder -kombination handelt, die am ehesten der abduktiven Logik entsprechen. Die abduktive Logik ist eine logische Schlussfolgerungsweise, die von Peirce (1955) ergänzend zur deduktiven und induktiven Logik in die Wissenschaftstheorie eingeführt wurde. Sie schließt von einem vorliegenden Resultat und einer möglichen oder spontan gebildeten Regel auf einen Fall.¹² Diese Bildung einer spontanen Regel, die mit einem - mehr oder weniger - vorliegenden Resultat logisch in Beziehung gesetzt wird, kann durchaus mit dem Begriff des kreativen Prozesses in Verbindung gebracht werden. Für Peirce stellt die Abduktion übrigens die einzige Schlussweise dar, die neue Ideen zulässt.¹³

4.1.2 Kreative Person

Kreative Personen zeichnen sich durch ihre Fähigkeit aus, nicht zueinander gehörende Zusammenhänge zu verbinden, sich von Konventionen freizumachen und bestehenden Druck (durch die Gruppe, durch die Gesellschaft, ...) zu ignorieren. Folgende Persönlichkeitsmerkmale werden kreativen Personen zugeschrieben:

- **Problemsensitivität:** Fähigkeit, der materiellen und sozialen Umwelt mit offener und kritischer Haltung gegenüber zu treten
- **Geläufigkeit (Flüssigkeit):** Fähigkeit, zu einem Problem in kürzester Zeit viele Gedanken, Ideen oder Assoziationen zu produzieren (Brainstorming)
- **Flexibilität:** Fähigkeit, in verschiedene Richtungen denken zu können, mit Leichtigkeit von einer zur anderen Denkkategorie überwechseln zu können und Probleme von verschiedenen Seiten zu betrachten
- **Originalität:** Fähigkeit, ungewöhnliche Lösungsansätze und Ideen zu produzieren
- **De- und Rekonstruktion:** Fähigkeit, Objekte oder deren Elemente in völlig neuer und ungewohnter Weise zu gebrauchen und Wahrnehmungs- und Denkinhalte in Richtung auf neue Ordnungszusammenhänge umzugestalten; damit verbunden sind analytische und synektische Fähigkeiten
- **Realisierungswillen:** Fähigkeit, vom Konzept zu einem konkreten, verwirklichtbaren Plan überzugehen
- **Penetranz:** Fähigkeit, nicht nur an der Oberfläche zu kratzen, sondern gründlich und nachhaltig ein Problemgebiet zu erörtern und zu durchdringen

¹² vgl. wikipedia 2005b

¹³ Überdies bedeutet Abduktion wörtlich das Wegbewegen oder Wegführen von einer "normalen" Position.

Als weitere Persönlichkeitsmerkmale können gelten:

- Intuition und visionäre Gedankenkraft (in Verbindung mit Originalität und Geläufigkeit zu sehen)
- Mannigfaltigkeit: Denken sucht in vielen Richtungen nach Ansätzen (in Verbindung mit Flexibilität zu sehen)
- Hohes Energie- oder Aktivitätspotenzial auf der einen Seite, Ruhe und Muße auf der anderen Seite
- Neugier (in Verbindung mit Problemsensitivität und Penetranz zu sehen)
- Konflikt- und Frustrationstoleranz
- Eigenständigkeit und Unabhängigkeit (in Verbindung mit Originalität und Flexibilität zu sehen)
- Nonkonformismus und Kritikfähigkeit (in Verbindung mit Originalität, De- und Rekonstruktion und Flexibilität zu sehen)

4.1.3 Kreatives Produkt

Welche Merkmale muss ein (Denk)Produkt eigentlich aufweisen, um als kreativ klassifiziert zu werden? Eine - zugegebenermaßen - einfache Antwort wäre, dass ein kreatives Produkt von einer oder mehreren kreativen Personen in einem kreativen Prozess erschaffen worden ist. Eine hinreichendere Erklärung liefern Jackson/Messick (1973), indem sie verschiedene Bewertungskriterien für ein kreatives Produkt aufzählen:

- Ungewöhnlichkeit (Neuigkeit oder Seltenheit, bezogen auf eine Normgruppe): kann durch statistische Normen gemessen werden, als ästhetische Reaktion der beurteilenden Person ergibt sich Überraschung. Hiermit verbunden sind Neuheit und Originalität des kreativen Produkts (Wie sehr ist es neu? In welchen Komponenten ist es neu?).
- Angemessenheit (logisch auf die Erfordernisse einer Situation bezogen): als Maßstab gilt der Kontext, reagiert wird mit Befriedigung. Angemessenheit steht auch im Zusammenhang mit der Wirksamkeit, d. h. der Frage, wozu das kreative Produkt nützlich ist, und dem Wert des kreativen Produkts, d. h. der Frage, was es bringt.
- Transformation (radikale Verschiebung des Standpunktes, Überwindung von Zwängen): gemessen an den überwundenen Zwängen und Beschränkungen, hervorgerufen wird dadurch Stimulation und Anregung
- Verdichtung (Verschmelzung von Bedeutungen, Vielfalt an Interpretationen und Übertragungsmöglichkeiten): als Maßstab dient die Summierungspotenz, die ästhetische Reaktion der beurteilenden Personen ist Genießen und Auskosten

Lubart (1994) führt - neben Neuigkeit und Angemessenheit - noch drei weitere Kriterien für kreative Produkte an: Qualität (qualitativ hochwertige neue Produkte oder Leistungen), Bedeutung (Reichweite im Sinne von gesellschaftlicher Relevanz) und Entstehungsgeschichte (mühevoller, langjähriger Entwicklungsarbeit vs. rein zufälliger Entdeckung).¹⁴

Zentrale Bedeutung erlangte der Begriff des kreativen Produkts im Zusammenhang mit den Creative Industries durch Howkins (2001), der es als ein ökonomisches Gut oder eine ökonomische Dienstleistung definiert, die aus Kreativität entspringt und ökonomischen Wert besitzt.¹⁵ Er geht dabei auch auf die Schwierigkeit der Quantifizierung und Bewertung von kreativen Produkten (z. B. von Patenten) ein.¹⁶

4.1.4 Kreativitätsfaktoren und -techniken

Kreativität ist keine angeborene Eigenschaft, sondern kann durchaus bis zu einem gewissen Grad entwickelt werden, sei es im Rahmen von Kreativitäts-Erziehung oder durch den Einsatz verschiedenster Kreativitätsmethoden und -techniken. Zur Entwicklung von Kreativität gilt es, kreativitätshemmende Faktoren zu vermeiden und kreativitätsfördernde Faktoren zu entwickeln. Sellnow (1997) nennt eine Reihe an externen kreativitätshemmenden Faktoren:¹⁷

- Orthodoxe und konservative Strukturen (z. B. hierarchische Arbeitsstrukturen, konservative Familienstrukturen mit ausgeprägtem Gehorsamkeitsanspruch, einseitig zweckrational orientierte Bildungssysteme, ...)
- Killerphrasen (Halte Dich an die Regeln! Sei vernünftig und kein Narr! Das ist ja viel zu teuer!)
- Selbstverständlichkeit (Scheinbar Selbstverständliches wird nicht mehr hinterfragt)
- Intransparente oder vage Ziel- und Anforderungsstrukturen
- Mangelhafte Instruktionsqualität (mit Fakten überhäufen anstatt zu fragendem Nachdenken und Problemlösen bewegen)
- Fehlendes Zutrauen und mangelnde Kompetenzunterstützung
- Fehlender personeller und sozialer Einbezug
- Ansteckende Langeweile

¹⁴ vgl. Funke 2000, S. 293

¹⁵ vgl. Howkins 2001, S. x

¹⁶ ebd., S. 84 ff.

¹⁷ vgl. Sellnow 1997, S. 14 f., ferner Eipper 1998, S. 26 und Prenzel 1997, S. 32 ff.

Neben diesen externen können auch eine Reihe an internen kreativitätshemmenden Faktoren angegeben werden:¹⁸

- Pessimismus (die ständige Erwartung negativer Entwicklungen und schlechter Erfahrung macht wenig Mut zu kreativen Experimenten)
- Konformismus (der Wunsch nach Übereinstimmung mit den Werten anderer kann notwendige Erneuerungen verhindern)
- Angst ("vor Angst gelähmt sein" oder "wie ein Angsthase flüchten")
- Vorurteile (vorschnelle Urteile und Lösungen klammern bestimmte Aspekte aus und führen zu Ergebnissen, die Personen bzw. Situationen nicht angemessen sind)
- Routine (Gewohnheitshandeln ist bequem, wird verändernden Situationen allerdings nicht gerecht)
- Fehlendes Fachwissen und mangelnde Methodenkenntnis

Die Sensibilisierung für interne und externe Hemmfaktoren stellt einen wichtigen Grundstein zur Förderung von Kreativität dar. Als weitere kreativitätsfördernde Faktoren können angeführt werden:

- Stärkung von kognitiven Faktoren (Vermehrung und Vertiefung von Wissen, Nutzung von Erfahrung, Aneignung von technischen Fertigkeiten in einem Wissensbereich)
- Persönlichkeitsfaktoren: individuelle Stärkung von kreativen Eigenschaften (nonkonform, unkonventionell, risikobereit, ...)
- Berücksichtigung von Kontextfaktoren: Analyse des sozialen Umfelds und Abbau von kreativitätshemmenden sowie Einbau von für das Umfeld passenden kreativitätsfördernden Faktoren, verstärkter Einsatz von intrinsischer Motivation (z. B. Interesse, Neugier, Selbststärkung) und Vermeidung von extrinsischer Motivation (z. B. Anreiz durch Geld), Abbau von externer Kontrolle, Förderung von teamorientierten Eigenschaften (Kooperation, Kommunikation, ...)

¹⁸ vgl. Sellnow 1997, S. 15 f.

Zur Entwicklung von Kreativität existieren eine Reihe an Techniken und Methoden, z. B. das bekannte Produktives-Denken-Programm (Covington/Crutchfield/Davies 1966), verschiedenste synektische Methoden, kognitive Fähigkeitstests, morphologische Methoden, Brainstorming und Brainwriting, Semantische Intuition, Kreativitätsratings oder Selbstberichte kreativer Leistungen.¹⁹ Bei allen Möglichkeiten, die diese Kreativitätstechniken und -methoden bieten, wäre es illusorisch, zu glauben, dass ein allgemein gültiges Programm zur Entwicklung und Stärkung von Kreativität entworfen werden kann. Zum einen hängt Kreativität mit einer Vielzahl an externen Faktoren zusammen, die nur sehr schwer plan- und steuerbar sind, zum anderen stellt sie ein in hohem Maße individualisiertes Konzept dar. Für kreatives Verhalten lassen sich keine Handlungsanweisungen im Sinne von Rezepten geben.²⁰

Nichts desto trotz können - zumindest partiell - Umfeldler und Situationen geschaffen werden, die für die Entwicklung von kreativen Prozessen und kreativem Denken, förderlich sind. Funke (2000) führt dazu, bezug nehmend auf verschiedene Studien (Simonton 1984 und 1994, Martindale 1990), aus, dass für die Konstitution eines kreativen Umfelds Faktoren wie etwa herausfordernde Erfahrungen, die Möglichkeit der Referenzierung auf andere kreative Personen im Feld oder die Schaffung eines heterogenen "Zeitgeistes" von Bedeutung sind.²¹

4.2 Innovation

Der Begriff "Innovation" (etymologisch "Erneuerung") wird sehr unterschiedlich definiert. Die weithin gebräuchlichste Definition gab Joseph Schumpeter (1911) der unter Innovation im Allgemeinen die neue Kombination von Produktionsfaktoren verstand, d. h. eine Andersverwendung im Gegensatz zum Mehreinsatz der Faktoren. Dies kann die folgenden Teilbereiche umfassen.²²

- Produktinnovation: Entwicklung, Herstellung und/oder Vermarktung eines neuen oder verbesserten Produktes
- Prozess- oder Verfahrensinnovation: Entwicklung, Anwendung und/oder Vermarktung neuer bzw. verbesserter Produktionsverfahren einschließlich neuer Management- oder Organisationsmethoden
- Absatz- bzw. Marketinginnovation: Erschließung neuer Absatzmärkte und/oder Anwendung neuer Absatzmethoden
- Beschaffungsinnovation: Erschließung neuer Bezugsquellen und/oder Anwendung neuer Bezugsmethoden

¹⁹ Für einen Überblick vgl. Schlicksupp 1993, S. 70 f.

²⁰ vgl. Hentig 1998, S. 71 f.

²¹ vgl. Funke 2000, S. 292

²² vgl. Akademie für Raumforschung und Landesplanung 2005, S. 476

Das einfachste Modell zur Beschreibung und Analyse von Innovationsprozessen stellt das lineare Modell dar. Das lineare Modell beschreibt den Innovationsprozess durch unterschiedliche Phasen (Forschung - Entwicklung - Produktion - Vermarktung/Diffusion - Anwendung), die ohne Rückkopplung nacheinander durchlaufen werden. Im Verständnis dieses Modells sind Wissenschaft und Wirtschaft durch einen direkten Pfad verbunden, der von Grundlagenforschung (Invention) zur angewandten Forschung (Innovation) bis zum breiten Einsatz von neuen Technologien und Produkten führt.

Dieses Modell geht auf die Einführung des Patentrechts in den italienischen Stadtstaaten des 15. Jahrhunderts zurück, indem zum ersten Mal dem Umstand Rechnung getragen wurde, dass Forschung durch ökonomische Interessen inspiriert werden kann. Francis Bacon formulierte zu Beginn des 17. Jahrhunderts diesen konkreten Zusammenhang zwischen Grundlagenforschung, angewandter Forschung und Wirtschaftswachstum, der bis heute unter dem linearen oder Kaskadenmodell bekannt ist.²³ Das Modell stimmt insofern nicht (mehr) mit der Realität überein, da eigentlich alle Stufen des linearen Modells Ausgangspunkte von Innovationsaktivitäten darstellen können. Darüber hinaus sind reale Innovationsprozesse häufig dadurch gekennzeichnet, dass einzelne Phasen übersprungen bzw. mehrmals durchlaufen werden und nicht nur wissenschaftliche Forschung als Quelle von Ideen und neuen Produkten eine Rolle spielt, sondern auch noch andere, weniger wissenschaftliche Zugänge.²⁴

Als Grundvoraussetzung für neue Ideen und neues Wissen spielt in der ökonomischen Innovationstheorie vermehrt auch Kreativität eine bedeutende Rolle. Kreativität als schöpferische Kraft (Kreation) dient zur Bewältigung komplexer Herausforderungen im unternehmerischen Alltag und erst durch sie sind die durch die dynamisch veränderten Umwelten entstehenden Innovationsaufgaben zu bewältigen. Das Ergebnis von Kreativität, das kreative Produkt bzw. die kreative Leistung, muss in der ökonomischen Innovationstheorie erst durch die Implementierung am Markt in eine Innovation übergeleitet werden. Im innovativen Kontext wird somit die kreative Vorleistung (Kreation) gleichbedeutend mit der Erfindung (Invention) verwendet.²⁵

Betrachtet man die Innovationstätigkeit nun im Kern als die Anwendung von vorhandenem und die Generierung von neuem Wissen, ist arbeitsteiliges Innovieren und der Transfer von Wissen zwischen den AkteurlInnen erforderlich. Die Übertragung von Wissen²⁶ und die Interaktion zwischen den verschiedenen AkteurlInnen können als wesentliche Bestandteile von Innovationsprozessen verstanden werden. In den vergangenen Jahren hat sich dadurch ein wesentlich breiteres Verständnis von Wissen und Innovation als einem komplexen sozial, politisch, ökonomisch und technologisch beeinflussten Interaktionsfeld herausgebildet.²⁷ In der aktuellen Innovationsforschung erfolgt dementsprechend eine Gesamtbetrachtung von Innovationssystemen, die alle wesentlichen AkteurlInnen und deren Beziehungen zueinander umfasst.

²³ vgl. Franz 1998, S. 6

²⁴ vgl. Schleich 2005, S. 4

²⁵ ebd. 2005, S. 7

²⁶ Die Übertragung von Wissen wird in der einschlägigen Literatur allgemein als Wissens-Spillover bezeichnet. (vgl. Akademie für Raumforschung und Landesplanung 2005, S. 476)

²⁷ vgl. Sternberg/Thomi 2001, S. 137

4.2.1 Regionale Dimension von Innovationsprozessen

Im Spannungsverhältnis von Globalisierung und Regionalisierung wird auf der einen Seite von der räumlich entankerten Informationsgesellschaft, auf der anderen Seite von einer regional verankerten Wissensgesellschaft gesprochen. In den Thesen, welche die Herausbildung einer globalisierten Informationsgesellschaft beschwören, wird durch den weltweiten Fluss von Informationen die konkrete Raumbindung von wissensintensiven Aktivitätszweigen aufgelöst. Wissen und Information sind aus Sicht dieser Position heraus im Prinzip ubiquitär, d. h. an beliebigen Orten in potenziell beliebigem Umfang verfügbar.²⁸

In den Gegenpositionen wird vor allem auf die Unterscheidung von Information und Wissen, genauer die Unterscheidung zwischen standardisierten Informationen und kontextabhängigem Wissen hingewiesen.²⁹ Informationen wie zum Beispiel Aktienkurse, Umsätze oder Arbeitslosenzahlen haben eine eindeutige Bedeutung und lassen sich demnach auch kontextunabhängig von jedem Netzzugang aus suchen, interpretieren und verstehen. Gleichzeitig gewinnt jedoch das kontextgebundene Wissen, das so genannte "tactic knowledge" oder "sticky knowledge" an Bedeutung.³⁰ Dieses spezifische bzw. implizite Wissen steckt in den Köpfen von Menschen und der Austausch und die Vermittlung ist damit stark abhängig vom kognitiven, kulturellen und sozialen Kontext. Durch die Kontextabhängigkeit von nicht-kodifiziertem Wissen kann es nur in Form von praktischen Erfahrungswissen in persönlichen (face-to-face) Kontakten sowie durch die zwischenbetriebliche Mobilität von Arbeitskräften vermittelt werden.³¹

Da der Austausch von Wissen, ebenso wie Situation des Lernens und Entscheidens, auf der Voraussetzung direkter persönlicher Kommunikation beruht, spielen die regionsspezifischen Wissensbestände trotz globalisierter Informationsflut eine zentrale Bedeutung für die regionale Entwicklung. Demzufolge hängt die wirtschaftliche Entwicklung einer Stadt oder Region gerade unter den Bedingungen der Globalisierung von ihren regionsspezifischen Potenzialen ab und zwar von der Qualität ihrer regionalwirtschaftlichen Organisationsformen und des institutionellen Gefüges der Regionalwirtschaft. Dieser Trend hin zu endogenen, an den Kompetenzen der Region orientierten Strategien gewann an Popularität, als in den 1990er-Jahren infolge von Globalisierung und Regionalisierung die Grenzen zwischen endogener und exogener Regionalentwicklung verschwammen.³² Die Wiederentdeckung der Region als Handlungsebene kann somit aus mehreren Gründen als notwendige Seite des Globalen beschrieben werden.

Im Wesentlichen lassen sich in der Regionalwissenschaft drei Ansätze zur Analyse regionaler Innovationsbedingungen finden, die trotz unterschiedlicher Analyseperspektiven und Gewichtungen stellenweise deutliche Überschneidungen zeigen:

²⁸ vgl. Krätke 2004, S. 94

²⁹ ebd.

³⁰ vgl. Läßle 2004, S. 70

³¹ vgl. Krätke 2004, S. 94, Läßle 2004, S. 70

³² vgl. Krätke 2004, S. 94

- Theorie der innovativen bzw. kreativen Milieus:

Diese Ansätze stellen den Innovationsprozess in den Mittelpunkt der Analysen und konzentrieren sich auf die institutionellen Bedingungen der Wissensgenerierung und des Lernens in regionalen Produktionssystemen.³³ Innovation wird als Ausdruck eines interaktiven und kollektiven Lernprozesses verstanden. Mit diesem Ansatz arbeiten verschiedene Konzepte der regionalen Innovationstheorie. Zum einen ist dies das Konzept der innovativen Milieus, das die Verknüpfung von Wissensarten auf verschiedenen räumlichen Maßstabebenen in den Vordergrund stellt.³⁴ Der Transfer von Erfahrungswissen erfolgt zwischen Unternehmen durch Vernetzung im regionalen Milieu oder auch durch Mobilität von Personen zwischen den Unternehmen.³⁵ Die Innovationsfähigkeit eines regionalen Milieus resultiert aus dem mehr oder weniger synergieerzeugenden Zusammenspiel von Unternehmen, politischen EntscheidungsträgerInnen, Arbeitskräften und den sonstigen vorhandenen Institutionen. Die Existenz eines innovativen Milieus ist eine wichtige Voraussetzung für die Bildung und das Wachstum innovativer Firmen sowie die Dynamik kreativer Regionen. Das Konzept der lernenden Region thematisiert darüber hinaus kollektive Lernfähigkeit der AkteurInnen einer Region. Darunter werden vor allem die Handlungsbedingungen in einem sozialen Raum verstanden, die es den unterschiedlichen AkteurInnen, Individuen wie Organisationen, erlauben, sich verändernden Bedingungen über innovative und kreative Lernprozesse flexibel und optionenreich anzupassen.³⁶

- Theorie der Regionalen Clusterbildung:

Die Theorie der Produktionscluster behandelt die räumliche und institutionelle Ordnung bzw. Konzentration von spezifischen Produktions- und Wertschöpfungsketten. Bestimmungsfaktor für eine regionale Clusterbildung ist der Vorteil geographischer Nähe von Unternehmen in jenen Aktivitätszweigen, deren Entwicklung in besonderem Maße von spezifischen Wissensressourcen, spezifischen Qualifikationen/Kompetenzen, vielseitigen Interaktionserfordernissen bei der Erstellung von Produkten und Dienstleistungen sowie spezifischen institutionellen Infrastrukturen abhängig ist.³⁷

³³ vgl. Krätke 2002, S. 26

³⁴ Der Milieuansatz ist inhaltlich eng mit dem Netzwerkansatz verbunden. Die Unterschiede liegen u. a. in der Verbindlichkeit der Akteursbeziehungen, da diese im Netzwerk oft langfristige und vertraglich gesichert sind, der Milieubegriff hingegen eher lockere Verbindungen meint.

³⁵ vgl. Krätke 2002, S. 27

³⁶ vgl. Matthiesen/Reuter 2003, S. 7

³⁷ vgl. Krätke 2004, S. 96

- Theorie der industriellen Distrikte:

Industrielle Distrikte repräsentieren einen spezifischen Typus der institutionellen Ordnung von regionalen Produktionssystemen, der sich durch die intensive Vernetzung einer Vielzahl, durch flexible Produktion und Spezialisierung gekennzeichnete, kleinerer und mittlerer Unternehmen in einem lokalen und regionalen Interaktionsraum auszeichnet. Hochmoderne Technologien, Produktspezialisierung und Flexibilität sind weitere bedeutende Charakteristika. Solchen territorial konzentrierten Ensembles von spezialisierten Unternehmen wird eine kollektive Effizienz zugeschrieben. Das gemeinsame kulturelle Milieu hat in der Theorie der industriellen Distrikten eine besondere Bedeutung, da die formellen und informellen Kooperationen aller regionalen AkteurInnen (UnternehmerInnen, PolitikerInnen, ForscherInnen, KundInnen, ...) auf großem Vertrauen und gegenseitigen Vorteilen basieren. Das kulturelle Milieu schafft zusammen mit der flexiblen Produktion und den Lokalisationsvorteilen interregionale Wettbewerbsfähigkeit.³⁸

Diese skizzierende Beschreibung zur Erklärung von regionalen Innovationsaktivitäten lässt sich im wesentlichen im Rahmen des Konzepts von regionalen Innovationssystemen subsumieren. Als regionale Innovationssysteme können räumliche (lokale und regionale) Systeme kollektiver Ordnung verstanden werden, die durch die gegenseitigen Interaktionen ihrer ökonomischen Elemente sowie Verflechtungen mit anderen Innovationssystemen geprägt sind. Als zentrale Elemente eines Innovationssystems können Unternehmen, Hochschulen, außeruniversitäre Forschungseinrichtungen, Technologietransferagenturen, BeraterInnen, Weiterbildungseinrichtungen, öffentliche und private Finanzierungseinrichtungen sowie andere Einrichtungen, die in den Innovationsprozess eingebunden sind genannt werden.³⁹ Vor allem hat hierbei die räumliche Nähe zwischen den AkteurInnen einer Produktions- bzw. Wertschöpfungskette eine wesentliche Bedeutung.

In regionalen Innovationssystemen haben Creative Industries relevanten Einfluss, da ihre verschiedenen Fähigkeiten den Innovationsprozess erleichtern können. Sie sind PartnerInnen von Unternehmen, deren Wettbewerbsvorteil durch Innovation passiert. Durch spezialisierte Inputs und komplementäre Funktionen können sich durch die Creative Industries sowohl in vertikaler, also entlang der Wertschöpfungskette, als auch in horizontaler Richtung, also zwischen den durch Wettbewerb oder Kooperation gekennzeichneten Beziehungen, wechselseitige Innovations- und Wachstumsimpulse herausbilden.⁴⁰ Vor allem die ihnen zurechenbaren Wissens- und technologiebasierten Dienstleistungsunternehmen nehmen im Informationstransfer und in der Wissensgenerierung innerhalb von regionalen Innovationssystemen eine zunehmend bedeutendere Stellung ein. Diese "Informationsdienstleister" (Knowledge Intensive Business Services = KIBS) treten seit Mitte der 1990er-Jahre vermehrt als so genannte Culturepreneurs, als wissens- und informationsbasierte Vermittler zwischen dem Bereich der unternehmensbezogenen Dienstleistungen und der "Kreativszene" auf.⁴¹

³⁸ vgl. Freundt, S: 22

³⁹ vgl. Fraunhofer-Institut für Systemtechnik und Innovationsforschung 2000, S. 45

⁴⁰ vgl. Schleich 2005, S. 10

⁴¹ vgl. Lange 2001

4.3 Cultural Industries, Kulturwirtschaft, Creative Industries, Kreativwirtschaft

Es ist nicht untypisch, dass für neuere Erscheinungen, die einen komplexen Bereich beschreiben, keine einheitliche oder zumindest vorherrschende Definition vorliegt. Dies gilt auch für den Begriff der Kreativwirtschaft. Dafür ausschlaggebend sind vor allem verschiedene historische Entwicklungsbedingungen, unterschiedliche empirische Zugänge und abweichende ideologische Betrachtungsweisen. In Zusammenhang mit dem Untersuchungsgegenstand der vorliegenden Studie sind einige Begriffe von besonderem Interesse, die im folgenden näher betrachtet werden sollen. Zentrale Stellung nehmen im deutschsprachigen Raum die beiden Begriffe Kulturwirtschaft und Kreativwirtschaft ein. In einigen deutschsprachigen Studien werden in diesem Kontext auch die im englischsprachigen Raum verwendeten Begriffe Cultural Industries und Creative Industries verwendet. Im US-amerikanischen Kontext werden darüber hinaus die Begriffe Cultural Economy, Creative Economy, Content Economy oder Cultural-Products Industries gebraucht.⁴²

4.3.1 Kulturwirtschaft und Cultural Industries

Der Begriff der Cultural Industries wurde in den 1980er-Jahren vom Greater London Council (GLC) eingeführt, um den Bereich zwischen Kultur und Wirtschaft und die mit ihm verbundenen erhofften ökonomischen Potenziale und Beschäftigungseffekte in der politischen Diskussion zu etablieren.⁴³ Garnham (1987) definiert Cultural Industries als

"[...] those institutions in our society which employ the characteristic modes of production and organisation of industrial corporations to produce and to disseminate symbols in the form of cultural goods and services, generally, though not exclusively, as commodities."⁴⁴

In diesem Definitionsversuch stehen der erwerbswirtschaftliche Charakter und das Erbringen und Verbreiten kulturbezogener Güter im Vordergrund des Verständnisses.

Im deutschsprachigen Raum wurden Anfang der 1990er-Jahre umfangreiche Studien über den Wirtschaftsfaktor Kultur durchgeführt. Im vierten Kulturwirtschaftsbericht des Landes Nordrhein-Westfalen wird als zentrales Kriterium für die Unternehmen, Betriebe und Tätigkeiten der Kulturwirtschaft definiert, "[...] dass sie erwerbswirtschaftlichen Zielen nachgehen. Der Output der Kulturwirtschaft umfasst die Vorbereitung, Schaffung, Vermittlung, Verbreitung und Erhaltung von künstlerischen, kulturellen und medialen Produkten, Waren und Dienstleistungen."⁴⁵

⁴² vgl. Scott 2000, S. 11

⁴³ Die Ursprünge des Begriffs werden von einigen Kreativwirtschafts- und KulturwirtschaftsforscherInnen auch im Begriff der Kulturindustrie gesehen, der ab den 1940er-Jahren von den kritischen TheoretikerInnen der Frankfurter Schule (Adorno, Horkheimer, ...) verwendet wurde, wenngleich natürlich in einem differenten Bedeutungszusammenhang als der Begriff Cultural Industries in den 1980er-Jahren. (vgl. etwa Hesmondhalgh 2002, S. 15)

⁴⁴ Garnham 1987, S. 55

⁴⁵ Arbeitsgemeinschaft Kulturwirtschaft NRW 2001, S. 9 ff.

Diese Definition beinhaltet somit weder den öffentlichen Sektor noch den sogenannten Dritten Sektor, also den Bereich der gemeinnützigen Kultureinrichtungen. Dies ist auch in neueren Berichten der Fall. Im Ersten Kulturwirtschaftsbericht Schweiz (2003) werden unter Kulturwirtschaft

"[...] diejenigen Teile des Kultursektors [gefasst], die als Kulturbetriebe im privatwirtschaftlichen Sektor existieren und folglich nicht oder nur bedingt von staatlichen Fördergeldern profitieren. Es sind dies Unternehmen, die sich auf erwerbswirtschaftlicher Basis mit der künstlerischen Produktion, kulturellen Vermittlung und/oder medialen Verbreitung von Gütern und Dienstleistungen befassen."⁴⁶

Auch der Aachener Kulturwirtschaftsbericht (2005) verweist auf diese Definition von Kulturwirtschaft.⁴⁷ Im Berliner Kulturwirtschaftsbericht (2005) werden unter dem Begriff der Kulturwirtschaft

"[...] alle Selbständigen und erwerbswirtschaftlich ausgerichteten Unternehmen, die kulturelle Güter und Dienstleistungen erstellen, vermarkten, verbreiten, damit handeln sowie Kulturgüter bewahren, zusammengefasst. [...] Gemeinsam ist diesen sehr heterogenen Akteuren, dass Kreativität ein wesentliches Element bei der Erstellung ihrer Produkte und Dienstleistungen ist."⁴⁸

Diese Begriffsein- und -abgrenzungen fassen erstens allesamt nur den privatwirtschaftlichen Sektor als Kulturwirtschaft und gehen zweites von einem bewusst eng gefassten Begriff des "Kulturellen" aus, bei der die künstlerische Produktion und die kulturellen Dienstleistungen der künstlerischen Berufe von zentraler Stellung sind und bestimmte Branchen wie die Informations- und Kommunikationstechnologie oder die Medienwirtschaft, die in kreativwirtschaftlichen Berichten und Studien beinhaltet sind, ausklammert.

Nach Landry et al. (1996) umfassen die 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 [...]."⁴⁹

⁴⁶ Söndermann/Weckerle 2003, S. 9

⁴⁷ vgl. Backes/Holzer/Söndermann 2005, S. 10 f.

⁴⁸ Senatsverwaltung für Wirtschaft, Arbeit und Frauen in Berlin et al. 2005, S. 8. Die Verwendung des Begriffs der Kreativität verweist hier darauf, dass in kulturwirtschaftlichen Studien und Berichten zunehmend zentrale Konzepte aus der kreativwirtschaftlichen Diskussion Eingang finden.

⁴⁹ Landry et al. 1996, S. 25

Pratt (1997) beginnt bei seiner Definition der Cultural Industries bei den hergestellten Produkten. Als Teil des Sektors fasst er

"[...] performance, fine art and literature; their reproduction, books, journal magazines, newspapers, film, radio, television, recordings 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".⁵⁰

Diese Definition von "Cultural Industries" wurde von Pratt in Form einer einfachen Wertschöpfungskette (Cultural Industries Production System) operationalisiert, die vier Elemente umfasst:⁵¹

- Original production, commissioning and directing
- Production of the means of production/infrastructure
- Reproduction, and mass distribution
- Sites of exchange of rights to consume

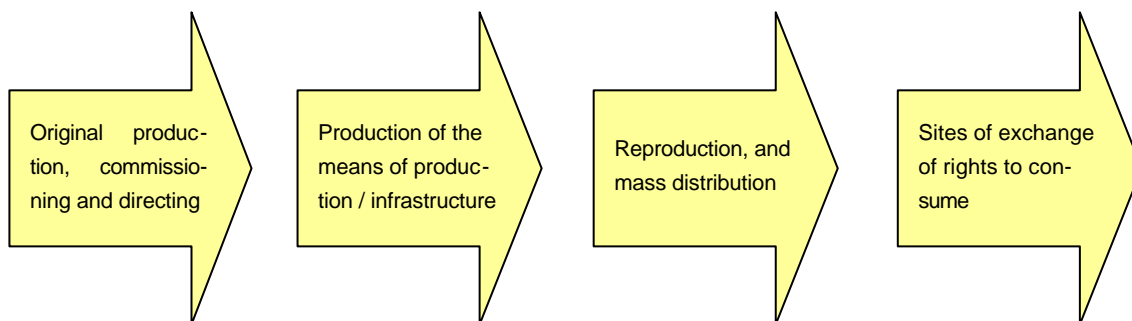


Abb. 2: Vierteilige Wertschöpfungskette der Cultural Industries von Pratt (Quelle: Pratt 1997)

Im Gegensatz zu den vorgestellten Ansätzen, die eher mit künstlerischer Kreation und kulturellen Dienstleistungen verbunden sind, wird etwa von Hesmondhalgh (2003) der industrielle Faktor der Cultural Industries hervorgehoben. Er bezeichnet den Kern der Cultural Industries als jene Industrien, die für die industrielle Produktion und Verteilung von kulturellen Artefakten (texts) zuständig sind: "Advertising and marketing [...] Broadcasting [...] Film industries [...] The internet industry [...] The music industries [...] Print and electronic publishing [...] Video and computer games."⁵² Im Gegensatz dazu stehen die sogenannten peripheren Cultural Industries, die ebenfalls mit der Reproduktion von kulturellen Artefakten beschäftigt sind, die jedoch semi-industrielle oder nicht-industrielle Methoden verwendet. Hierzu zählen etwa Theater oder Erzeugung, Ausstellung und Verkauf von Kunstwerken.

⁵⁰ Pratt 1997, S. 1961

⁵¹ ebd., S. 1970. Diese vier Elemente werden alternativ auch als Content origination, Manufacturing inputs, Reproduction and Exchange bezeichnet.

⁵² Hesmondhalgh 2002, S. 12

Einen wichtigen Beitrag zur begrifflichen Diskussion lieferte auch O'Connor (1998), der die Cultural Industries als "[...] group of activities concerned with the production and distribution of symbolic goods [...]"⁵³ beschreibt. Die Cultural Industries beschäftigen sich demnach primär mit der Herstellung, Distribution und Konsumtion von Produkten mit hohem Symbolcharakter. Der ökonomische Wert dieser Produkte leitet sich von deren kulturellem (abstraktem) Wert ab. Durch diese Verbindung des kulturellen (und künstlerischen) Feldes mit Produkten von hohem symbolischen Wert erfolgt eine Annäherung an - vor allem neuere - ökonomische Felder, bei denen es ebenfalls um die Kreation von derartigen Produkten geht. In erster Linie sind dies entweder kunstnahe Felder wie Webdesign oder Multimedia oder Bereiche, in denen Information und Wissen einen hohen Stellenwert einnehmen, etwa Werbung und Marketing oder Consulting. Mit diesen Überlegungen rückten auch Fragen nach dem verbindenden Element und dem zentralen Produktions- und Produktivitätsfaktor stärker in den Blickwinkel. Als jener zentrale Faktor wurde Kreativität bestimmt, wodurch es Ende der 1990er-Jahre zur Begriffsbildung der "Creative Industries" kam.

4.3.2 Creative Industries und Kreativwirtschaft

Wie lassen sich die Begriffe Creative Industries und Cultural Industries bzw. Kreativwirtschaft und Kulturwirtschaft voneinander unterscheiden? Das Department of Culture, Media and Sport (DCMS) verwendet seit Ende der 1990er-Jahre nur noch den Begriff der Creative Industries. Die Gründe hierfür liegen nach O'Connor (2000) zum einen darin, dass der Begriff "Creative" in Großbritannien über eine größere Popularität verfüge als der Begriff "Cultural", zum anderen in der zuvor beschriebenen Identifizierung von Kreativität als verbindender Produktions- und Produktivitätsfaktor zwischen Kunst/Kultur und neueren Wirtschaftsbereichen:

"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 [Anm.: Greater London Council] distinction of cultural industries as 'artist centred' and the creative industries as based on technological reproduction and aimed at a mass market."⁵⁴

Die Creative Industries Task Force des DCMS definierte im Mapping Document 1998 Creative Industries als "[...] those industries which have their origin in individual creativity, skill and talent and which have a Potenzial for wealth and job creation through the generation and exploitation of intellectual property."⁵⁵

⁵³ O'Connor 1998, S. 5

⁵⁴ O'Connor 1999, S. 4

⁵⁵ Department for Culture, Media and Sport 1998, S. 3

Dabei werden unter Creative Industries Werbung, Architektur, der Kunst- und Antiquitätenmarkt, Kunsthandwerk, Design, Designermode, Film, Interaktive Freizeit-Software, Musik, Darstellende Kunst, das Verlagswesen, Software, TV und Radio subsumiert. Es geht hier, wie bereits erläutert, um eine Mischung von traditionellen Branchen der Cultural Industries mit Teilen des Telekommunikationssektors, d. h. um die Integration von neuen Formen der Produktion und Distribution, die als Resultat der digitalen Revolution in der New Economy Fuß gefasst haben. Wechselseitige Abhängigkeiten zu Sektoren wie Tourismus, Museen, Galerien oder kulturelles Erbe werden zwar angesprochen, das Attribut "Kreativität" wird ihnen allerdings nur in einer untergeordneten Rolle zugesprochen.⁵⁶

Für vergleichende empirisch-statistische Analysen bietet sich die zuvor beschriebene vierteilige Wertschöpfungskette von Pratt an, die von Scottish Enterprise in ihrem Dokument "Creativity and Enterprise: Scotland's Creative Industries" unter seiner Mitarbeit modifiziert und adaptiert wurde.⁵⁷ Diese Klassifizierung wird als Creative Industries Production System (CIPS) bezeichnet, das die gesamte Wertschöpfungskette der Creative Industries, und nicht nur jene von KünstlerInnen, enthält. Das CIPS kann als vierteilige Produktionskette gesehen werden, deren Gliedern einzelne Wirtschaftsklassen (z. B. aus der Standard Industrial Classification SIC) zugeordnet werden können:⁵⁸

- "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 kreativwirtschaftlichen Produkten wie Multimediatiteln, Software oder Computerspielen.
- "IPR Commercialisation" bezieht sich auf die AkteurInnen innerhalb der Creative Industries, welche die ErzeugerInnen bzw. HerstellerInnen der Inhalte und die DistributeurInnen miteinander vernetzen. Typisch sind VerlegerInnen, FilmvertrieberInnen, Fernseh- und RadiomanagerInnen, Plattenfirmen, Werbeagenturen etc.
- "Distribution" umfasst die Kanäle, durch welche die kreativen Produkte und Dienstleistungen für EndverbraucherInnen nutzbar gemacht werden. Verkaufsläden, Fernseh- und Radiostationen, Galerien, Museen und Buchhandlungen bis hin zum Internet sind hier zu nennen.
- "Markets" umschreibt die Gruppierungen an EndverbraucherInnen der kreativen Produkte und Dienstleistungen. Diese Gruppen haben zunehmenden Einfluss auf den Cluster, nicht nur durch die zunehmende Kommerzialisierung der Nachfrage nach kreativen Produkten, sondern auch durch die Formulierung neuer kreativer Ideen.

⁵⁶ In der Definition des DCMS wurde auch der Forschungs- und Entwicklungsbereich bzw. die Wissenschaften aus den Creative Industries ausgeschlossen. Neuere Ansätze kritisieren diese Auffassung und räumen diesen Bereichen einen wichtigen Stellenwert innerhalb der Creative Industries ein (vgl. Howkins 2001, S. xiii und S. 106 f., Hartley 2005, S. 24). In der vorliegenden Studie ist dies ebenso der Fall: Forschung und Entwicklung werden ebenso wie bestimmte Bereiche der Bildung als integraler Bestandteil der Kreativwirtschaft angesehen.

⁵⁷ vgl. CURDS 2001, S. 6

⁵⁸ vgl. Freundt 2003, S. 37

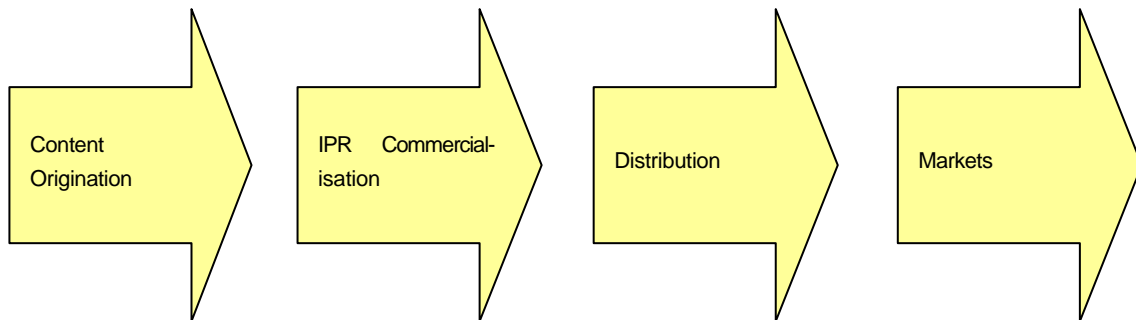


Abb. 3: Vierteilige Wertschöpfungskette der Creative Industries von Scottish Enterprise (Quelle: Freundt 2003, S. 37)

Einen wichtigen Beitrag zur begrifflichen Definition von Creative Industries liefert auch Hartley (2005), der die zuvor beschriebene Verbindung des kulturellen (und künstlerischen) Feldes mit Produkten von hohem symbolischen Wert, die von O'Connor vorgenommen wurde, aufgreift:

"Certainly the 'creative industries' combines - but then radically transforms - two older terms: the *creative arts* and the *cultural industries*. [Anm.: Hervorhebungen im Original] This change is important for it brings the arts (i. e. culture) into direct contact with large-scale industries such as media entertainment (i. e. the market). It suggests the possibility of moving beyond the elite/mass, art/entertainment, sponsored/commercial, high/trivial distinctions that have bedevilled thinking about creativity in policy as well as intellectual circles, especially in countries with European traditions of public culture."⁵⁹

Besonders hilfreich zur begrifflichen Fassung sind die von Cunningham et al. (2003) beschriebenen vier charakteristischen Merkmale der Creative Industries:⁶⁰

- die Involvierung von Aktivitäten, die ihren Ursprung in individueller Kreativität, Geschicklichkeit und Talent haben
- das Potenzial zur Schaffung von Wohlstand und Jobs durch Generierung und Ausnutzung von geistigem Eigentum
- das Vorhandensein von kreativen, greifbaren Investitionen, die mehr ökonomischen und sozialen Wert hinzufügen als dies durch normale Herstellung der Fall wäre
- das Umfassen und Verbinden der traditionellen Cultural Industries (wie z. B. die darstellende Kunst) mit den informationsintensiven Communication und Cultural Industries der New Economy (wie z. B. Computerspieleledesign)

⁵⁹ Hartley 2005, S. 6

⁶⁰ vgl. Cunningham et al. 2003, S. 6

Howkins (2001) führte neben dem Begriff Creative Industries jenen der Creative Economy in die Diskussion ein. Diese wird durch vier miteinander verbundene Industrien konstituiert:

- copyright industries: "[...] create copyright or related works as their primary products: advertising, computer software, design, photography, film, video, performing arts, music (publishing, recording and performing), publishing, radio and TV, and video games."⁶¹
- patent industries: "[...] consist of all industries that produce or deal in patents. The dominant ones are pharmaceuticals, electronics, information technology, industrial design, materials, chemicals, engineering, space and vehicles. [...] scientific research and development [...]"⁶²
- trademark industries: "[A Trademark is] a mark or symbol that represents an organization or trade. [...] to cover trademarks that are registered, which means they have to be actively traded and to pass tests of type and uniqueness."⁶³
- design industries: "A design is a shape or symbol that, like a trademark, has the character of being distinctive and unusual."⁶⁴

Die Creative Economy besteht aus den Transaktionen kreativer Produkte und umfasst insgesamt 15 Branchen.⁶⁵ Werbung, Architektur, Kunstmarkt, Kunsthandwerk, Design, Mode, Film, Musik, Darstellende Kunst (Theater/Oper/Tanz/Ballett), Verlagswesen, Forschung und Entwicklung, Software, Spiele und Spielzeug (ohne Videospiele), TV und Radio sowie Videospiele.⁶⁶

Im deutschsprachigen Raum hat sich mittlerweile der Begriff Kreativwirtschaft etabliert.⁶⁷ Im Kreativwirtschaftsbericht Zürich (2005) wird in Weiterführung des kulturwirtschaftlichen Konzepts auf

"[...] die Kultur-/Kreativbetriebe im privatwirtschaftlichen Sektor [fokussiert]. Es sind dies Unternehmen/r, die sich auf erwerbswirtschaftlicher Basis mit der künstlerischen/kreativen Produktion, ihrer Vermittlung und/oder medialen Verbreitung von entsprechenden Gütern und Dienstleistungen befassen."⁶⁸

⁶¹ Howkins 2001, S. xii ff.

⁶² ebd., S. xiii

⁶³ ebd., S. xii

⁶⁴ ebd.

⁶⁵ ebd., S. 88 f.

⁶⁶ Florida (2002), der ebenfalls den Begriff der Creative Economy verwendet, fokussiert bei seinem Ansatz keine Differenzierung nach Branchen sondern nach Beschäftigungsaspekten. (vgl. Florida 2002, S. 44 f.)

⁶⁷ Vor allem aus dem kulturwissenschaftlichen und künstlerischen Bereich wird in den letzten Jahren am Begriff der Kreativwirtschaft auch zunehmend Kritik laut. KritikerInnen sehen "[...] in der Kreativwirtschaft eine Instrumentalisierung von Kunst und Kultur, die die sozialen Folgen eines Arbeits- und Gesellschaftswandels außer Acht lässt bzw. schön redet, und den Ökonomisierungsdruck für Kunst und Kultur erhöht." (Rothauer 2005, S. 13) Unter dem Schlagwort der Ökonomisierung der Kultur wird davor gewarnt, dass Kunst oftmals gegenläufig zur kommerziellen Logik funktioniert (und auch funktionieren muss) und kreativwirtschaftliche Konzepte kulturpolitische Strategien nicht ersetzen können. (vgl. Mayerhofer 2002, S. 22) Gewarnt wird auch davor, die herrschenden Gesetze des kapitalwirtschaftlichen Marktes möglichst effektiv einfach auf die Kunstproduktion und -vermittlung überzustülpen. (vgl. Reichert 2000) Vielmehr sollte es also darum gehen, vorsichtige Ergänzungen und Synergien zwischen wirtschafts- und kulturpolitischen Konzepten zu finden und den inhärenten Mechanismen in den beiden Feldern gerecht zu werden.

⁶⁸ Söndermann/Weckerle 2005, S. 3

Im Ersten Österreichischen Kreativwirtschaftsbericht (2003) erfolgt zwar keine Definition des Kreativwirtschaftsbegriffs, allerdings wird aufbauend auf anderen Studien eine Ein- und Abgrenzung der Kreativwirtschaft vorgenommen. Der verwendete Begriff umfasst dabei die privatwirtschaftliche Kulturwirtschaft in der Abgrenzung nach Nordrhein-Westfalen, die kreativen Bereiche des Mapping Documents sowie - im Gegensatz zur Zürcher Definition - den öffentlichen und den gemeinnützigen Sektor.⁶⁹

In der Wiener Creative-Industries-Studie (2004) erfolgt eine interessante Abhandlung zur Geschichte und Entwicklung des Begriffs, auf eine eigene begriffliche Definition wird allerdings verzichtet: "Da es weder eine einheitliche Definition noch eine eindeutige Strategie zur Festlegung von Definitionen aus der historischen Entwicklung dieses Begriffes gibt, sind die Creative Industries immer nur im spezifischen lokalen, regionalen und nationalen Kontext interpretier- und nachvollziehbar."⁷⁰ Eine Beschreibung der Creative Industries erfolgt hierbei implizit durch die Nennung der zugehörigen Sektoren und Wirtschaftsklassen. Der Tiroler Kreativwirtschaftsbericht (2005) wählt ebenfalls einen pragmatischen Zugang und spricht im Zusammenhang mit dem Begriff Kreativwirtschaft von einem besonderen Typ der ökonomischen Wertschöpfung, der sich vor allem durch spezifische Wettbewerbsbedingungen auszeichnet: Gestaltungsphantasien, Gedankenexperimente und paradoxe Lösungen setzen sich dabei vor Unkonventionellem durch. Durch den Hinweis auf die ökonomische Wertschöpfung wird hier eine zarte Verbindung zu der von Pratt (1997) beschriebenen Wertschöpfungskette in den Cultural Industries hergestellt.

Ein interessanter Definitionsversuch findet sich in wu-memo, der hausinternen Zeitung der Wirtschaftsuniversität Wien, der sich offenkundig an die Definition des DCMS im Creative Mapping Document anlehnt:

"Unter Kreativwirtschaft sind alle Branchen und Felder an der Schnittstelle zwischen Kunst/Kultur und wirtschaftlicher Verwertung zu verstehen, also jene (häufig kulturnahen) wissensintensiven Unternehmensfelder, die ihre Herkunft in der individuellen Kreativität und Qualifikation sowie dem individuellen Erfindungsgeist haben und das Potenzial für wirtschaftlichen Wohlstand und Arbeitsplatzschaffung durch die Nutzung geistigen Eigentums in sich tragen."⁷¹

Basierend auf den vorangegangenen Definitionen wird in der vorliegenden Studie der Begriff Kreativwirtschaft wie folgt aufgefasst. Unter Kreativwirtschaft werden jene Sektoren und Branchen an der Schnittstelle zwischen Kunst/Kultur, Wissenschaft und Wirtschaft zusammengefasst, die an der Kreation, Produktion, Reproduktion und dem Austausch von Gütern oder Leistungen mit hohem symbolischen Wert beteiligt sind. Im Kernbereich handelt es sich dabei um jene Produktionsorte, die durch Kreativität und Innovation Prozesse auslösen, bei denen kulturelle Artefakte, komplexe Informations- und Wissensbestände bzw. geistiges Eigentum von zentraler Bedeutung sind.

⁶⁹ vgl. Institut für Kulturmanagement und Kulturwissenschaft/KMU Forschung Austria 2003, S. 23

⁷⁰ Kulturdokumentation/Mediacult/Wifo 2004, S. 21

⁷¹ w u-memo 2003, S. 36

5. Das empirische Modell

5.1 Drei-Sektoren-Theorie

Eine strukturell-operationale Unterteilung des ökonomischen Feldes wird üblicher Weise anhand der Drei-Sektoren-Theorie vorgenommen. Neben einem öffentlichen (GOs = governmental organizations) und privaten (POs = private organizations) Sektor besteht dabei auch ein sogenannter Dritter Sektor (NGOs/NPOs = non-governmental organizations/non-profit-organizations).



Abb. 4: Sektoren der Ökonomie
(Quelle: Birkhölzer 2000, S. 74)

Erweiterte Ansätze wie etwa das United Nations System of National Accounts (SNA) gehen von einem mehrschichtigeren Modell aus, bei dem fünf Hauptsektoren und eine Reihe an Subsektoren unterschieden werden. So werden im SNA-Modell auch der Haushaltssektor und Non-Profit- Institutionen, die Produkte oder Dienstleistungen nur für Haushalte erstellen oder anbieten, erfasst.⁷²

⁷² vgl. Inter-Secretariat Working Group on National Accounts 1993, Anheier/Salamon 1996, S. 2

Während beim Drei-Sektoren-Modell der öffentliche und der private Sektor, nicht zuletzt aufgrund ihrer langen Tradition relativ klar umgrenzt und vertraut sind, ist dies beim Dritten Sektor nicht der Fall. Der erste Sektor (GOs = governmental organizations) ist in diesem Zusammenhang durch eine hoheitliche Trägerschaft von Bund, Land oder Gemeinde gekennzeichnet bzw. durch die Konstitution als öffentlich-rechtliche Körperschaft mit entsprechend ausgestatteter Hoheitsgewalt. Als verwandte Begriffe kommen demnach auch staatlicher Sektor oder öffentlich-rechtlicher Sektor in Betracht. Der zweite Sektor (POs = private organizations) umfasst hingegen alle marktwirtschaftlichen Unternehmen. Synonym werden hierfür Begriffe wie erwerbswirtschaftlicher Sektor, gewinnorientierte Unternehmen oder privatwirtschaftliche Unternehmen verwendet.

Für den Dritten Sektor existiert eine Reihe an synonymen Bezeichnungen, die in etwa das gleiche meinen, sich jedoch in einigen Punkten unterscheiden: NGOs/NPOs, gemeinnütziger Sektor, Verbändewesen, Not-for-Profit-Organisationen, Intermediärer Bereich, Sozialökonomie, genossenschaftlicher Sektor, Vereinswesen, Sozialwirtschaft, Gemeinwesen oder Zivilgesellschaftlicher Bereich, um hier die wichtigsten zu nennen. Der Begriff "Dritter Sektor" wird bereits von Etzioni (1973) verwendet. Er beschreibt ihn als Ort zwischen Staat (Zweiter Sektor) und Markt (Erster Sektor), der die Fähigkeit hat, die Effizienz der marktwirtschaftlichen Unternehmen mit der Gemeinwohlorientierung des Staates zu verbinden und zugleich im Rahmen von privaten Organisationen im öffentlichen Interesse tätig zu sein.⁷³ Verstärkte Aufmerksamkeit erfuhr der Dritte Sektor jedoch erst ab Mitte der 1980er-Jahre.⁷⁴

Bei der empirischen Grenzziehung zwischen den drei Sektoren treten nicht selten Probleme auf. Grenzfälle zwischen dem Dritten und dem öffentlichen Sektor (insbesondere die öffentlich-rechtlichen Körperschaften, die ein geringes Ausmaß an Hoheitsgewalt ausüben⁷⁵ wie z. B. das Arbeitsmarktservice, der Österreichische Rundfunk, die gesetzlichen Interessensvertretungen, die öffentlichen Wirtschaftsbetriebe unter Trägerschaft der Gebietskörperschaften oder private Organisationen wie der Verein für Konsumenteninformation, der als Mitglieder nur öffentliche Institutionen aufweist) sind ebenso wie Grenzfälle zwischen dem Dritten und dem erwerbswirtschaftlichen Sektor (z. B. Genossenschaften, die eine eingeschränkte Ausschüttung von Dividenden an ihre Mitglieder vornehmen) sowie Grenzfälle zwischen dem Dritten und dem informellen Sektor (z. B. kleine lokale Gruppen, die nur sehr lose organisiert sind) vorzufinden.⁷⁶

Als zentrales Merkmal zur Unterscheidung zwischen öffentlichem und Drittem Sektor dient die rechtliche Organisationsform. Grundsätzlich ist die Trennung zwischen privaten und öffentlichen juristischen Personen einfach. Gebietskörperschaften sind auf jeden Fall dem öffentlichen Bereich zuzuordnen. Das Problem liegt bei den sonstigen juristischen Personen des öffentlichen Rechts wie etwa Kirchen, Öffentlich-Rechtlichem Rundfunk oder Kammern.

⁷³ vgl. Etzioni 1973, S. 314

⁷⁴ vgl. Salamon 1987, Evers/Olk 1996, Zimmer 1996, Anheier/Priller/Seibel/Zimmer 1997, Badelt 1997, Birkhölzer 2000, Birkhölzer/Klein/Priller/Zimmer 2005

⁷⁵ Für Körperschaften öffentlichen Rechts mit eigener Finanzhoheit wird hierfür der Begriff Parafisci verwendet (z. B. die Sozialversicherungen, der Erblastentilgungsfonds, ...).

⁷⁶ vgl. Heitzmann 2001, S. 37 f.

Badelt (2002) schlägt eine Trennung bei sonstigen juristischen Personen des öffentlichen Rechts anhand der ausgeübten Hoheitsgewalt vor. Übt die Organisation keine oder nur sehr geringe Hoheitsgewalt aus, etwa weniger als fünf Prozent, so zählt sie zum NGO/NPO-Bereich.⁷⁷ Bei einem größeren Anteil zählt die Organisation zum öffentlichen Sektor.

Zur weiterführenden Abgrenzung des Dritten Sektors, sowohl vom öffentlichen als auch vom erwerbswirtschaftlichen Sektor, eignet sich die strukturell-operationale Definition nach Anheier und Salamon (1992). Diese umfasst fünf Kriterien:⁷⁸

- organisiert: Ein Minimum an formaler Struktur ist vorhanden (keine ad-hoc-Versammlungen oder temporäre Initiativen).
- privat: Die Organisation ist nicht Teil der staatlichen Verwaltung oder steht unter staatlicher Einflussnahme.
- Gewinnausschüttungsverbot: Gewinne dürfen zwar gemacht werden (als nicht-primäres Ziel der Organisation), aber nicht an die GründerInnen, EigentümerInnen, Mitglieder oder den Vorstand ausgeschüttet werden (not-for-profit, Gemeinnützigkeitsstatus).
- selbstverwaltet: Die Organisation ist keine Teilorganisation. Juristische oder organisatorische Selbständigkeit ist notwendig, d. h. eine relativ autonome Existenz muss gegeben sein.
- Freiwilligkeit: Freiwillige Arbeitsleistungen beim Betrieb bzw. der Verwaltung der Organisation und ein gewisses Ausmaß an "freiwilligen Einkommen" (Spendeneinnahmen) kommen in der Regel vor. Mitglieder gehören der Organisation freiwillig an (keine Zwangsverbände).

Eine differenzierte Darstellung von empirischem Datenmaterial nach den drei genannten Sektoren findet auch in verschiedenen kultur- und kreativwirtschaftlichen Studien statt. Im Ersten Österreichischen Kreativwirtschaftsbericht aus dem Jahr 2003 erfolgt beispielsweise eine Unterteilung in öffentliche Kulturbetriebe, gemeinnützige Kulturbetriebe und privatwirtschaftliche Kulturbetriebe.⁷⁹ Für den öffentlichen Bereich (Staat) wird dessen besondere Bedeutung für die österreichische Kreativwirtschaft herausgestrichen:

"Die exponierte Positionierung des öffentlichen Bereichs innerhalb der Kreativwirtschaft stellt ein so entscheidendes Merkmal der Kreativwirtschaft in Österreich dar, dass ohne dessen explizite Einbindung die für die Kreativwirtschaft gebotenen Definitions- und Analyseerfordernisse nicht lösbar sind."⁸⁰

⁷⁷ Die Trennung anhand einer Prozentgrenze wurde willkürlich gewählt (vgl. Badelt 2002, S. 11).

⁷⁸ vgl. Anheier/Salamon 1992, S. 2 ff., Heitzmann 2001, S. 33 ff.

⁷⁹ vgl. Institut für Kulturmanagement und Kulturwissenschaft/KMU Forschung Austria 2003, S. 6

⁸⁰ Institut für Kulturmanagement und Kulturwissenschaft/KMU Forschung Austria 2003, S. 27

Die Wichtigkeit des öffentlichen Sektors ergibt sich hierbei auch daraus, dass der kreativwirtschaftliche Ansatz im ersten österreichischen Kreativwirtschaftsbericht sehr eng am künstlerischen und kulturellen Feld orientiert ist, in dem öffentlich-rechtliche Einrichtungen in der Tat eine herausragende Rolle einnehmen (wissenschaftliche Bibliotheken und Spezialbibliotheken, öffentliche Büchereien, Archive, Museen, Groß- und Mittelbühnen, ...). Der privatwirtschaftliche Bereich (Markt) der Kreativwirtschaft wird in diesem Bericht mit dem Begriff der Kulturwirtschaft verknüpft, mehr noch: gleichgesetzt. Hierunter fallen also Architekturbüros genauso wie die Werbemittelgestaltung, die Herstellung von Individualsoftware oder die Ateliers für Textil-, Schmuck-, Möbel- und ähnliches Design. Der Dritte Sektor wird als intermediärer Bereich (gemeinnützig) bezeichnet und mit Non-Profit-Organisationen in Verbindung gesetzt. In der empirischen Bestandsaufnahme wird allerdings eine Reduktion auf Kulturvereine vorgenommen und nur deren Entwicklung in den Jahren 1995 bis 2000 dargestellt.

Ausdrücklich wird im ersten österreichischen Kreativwirtschaftsbericht auf die Einzigartigkeit und die Verflechtung dieser drei Sektoren hingewiesen:

"Vor allem unter Bedachtnahme auf die kritischen Stimmen gegenüber der Beschäftigung mit Kreativwirtschaft muss darauf hingewiesen werden, dass keiner der drei Bereiche ersetzbar ist. Jeder erfüllt eine andere Aufgabe und Funktion. Darüber hinaus stehen die drei Sektoren in konstantem Austausch und in Abhängigkeit voneinander."⁸¹

Auf die wechselseitige Beeinflussung der drei Sektoren wird auch im Kulturwirtschaftsbericht der Schweiz gesondert hingewiesen.⁸² Im dabei verwendeten Drei-Sektoren-Modell wird der öffentliche Sektor mit dem öffentlichen Kulturbetrieb und dem Staat in Verbindung gebracht (Oper, Theater, Museen, ...). Der private Sektor wird in die Kulturwirtschaft im engeren Sinne (Musikwirtschaft, Buch- und Literaturmarkt, Kunstmarkt, Filmwirtschaft, Darstellende Kunst), in die Kulturwirtschaft im weiteren Sinne (Kultur- und Medienwirtschaft) sowie in den Medien-, Informations- und Kommunikationssektor unterteilt und allgemein der Wirtschaft zugerechnet. Der intermediäre Sektor wird hingegen mit gemeinnützigen Organisationen/Dritter Sektor (Vereine, Stiftungen, ...) und der Zivilgesellschaft in Zusammenhang gebracht.⁸³

⁸¹ Institut für Kulturmanagement und Kulturwissenschaft, KMU Forschung Austria 2003, S. 6

⁸² vgl. Söndermann/Weckerle 2003

⁸³ vgl. Söndermann/Weckerle 2003; auf die Unterschiede, die mit den jeweils synonym verwendeten Begriffen verbunden sind, wird dabei nicht eingegangen.

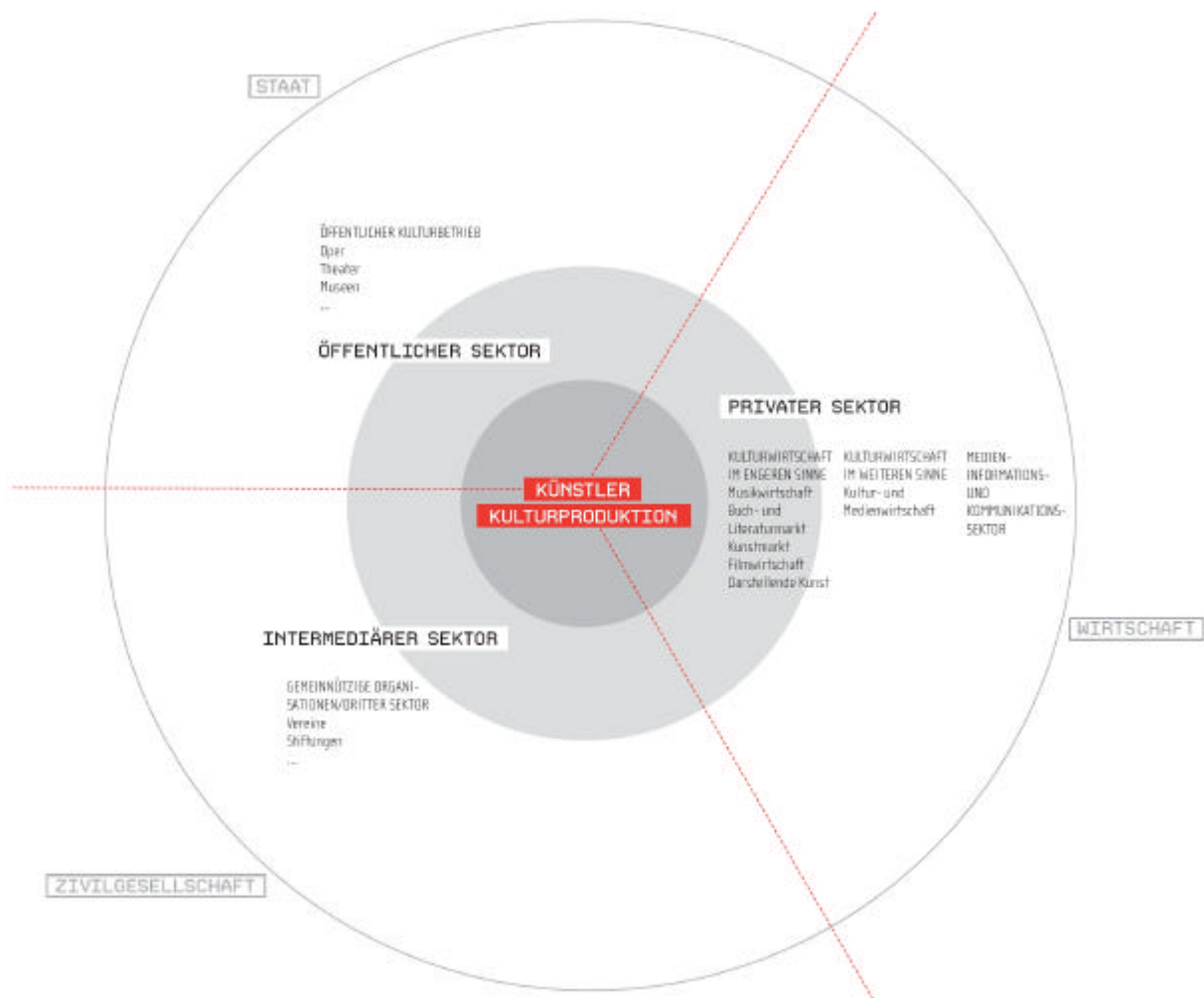


Abb. 5: *Drei-Sektoren-Modell im Kulturwirtschaftsbericht der Schweiz*
(Quelle: Weckerle, Söndermann 2003)

Im Zusammenhang mit kultur- und kreativwirtschaftlichen Modellen scheint eine Erweiterung des Drei-Sektoren-Modells um Einzelpersonen und lose organisierte Gruppen sinnvoll. Dies betrifft konkret die Einbeziehung von freischaffenden KünstlerInnen und von Kollektiven oder Initiativen, die rechtlich nicht als juristische Personen konstituiert sind.⁸⁴ Die Erfassung dieses Sektors gestaltet sich allerdings schwierig, da hier Datenbestände in den seltensten Fällen vollständig und auf dem aktuellsten Stand vorliegen.

⁸⁴ Hier ergäbe sich dann auch ein Anknüpfungspunkt für eine Debatte über ehrenamtlich arbeitende Personen im kultur- bzw. kreativwirtschaftlichen Bereich.

5.2 Klassifikationsmöglichkeiten der drei Sektoren

Für die Erhebung und Analyse der erwerbswirtschaftlichen Unternehmen der Kreativwirtschaft wird prinzipiell auf geläufige Wirtschaftsklassifikationen zurückgegriffen. Grundlegend ist hierbei die International Standard Industrial Classification of all Economic Activities, Revision 3.1 (ISIC Rev.3.1) der Vereinten Nationen, die adaptiert in der durch EU-Verordnungen verbindlich eingeführten statistischen Systematik der Wirtschaftszweige in der Europäischen Union, der NACE⁸⁵ Revision 1.1 übernommen wurde.⁸⁶ In den einzelnen europäischen Staaten existieren hiervon abgeleitet nationale Klassifikationssysteme, die sich weitgehend an die NACE Rev.1.1 anlehnen. Die österreichische Version der NACE Rev.1.1 lautet ÖNACE 2003.⁸⁷ Sie gliedert sich in mehrere Ebenen: Abschnitte, Unterabschnitte, Abteilungen, Gruppen, Klassen und Unterklassen.⁸⁸ Durch die ÖNACE 2003 erfolgt eine Zuordnung aller österreichischen Unternehmen zu einem Wirtschaftszweig gemäß der gültigen Klassifikationsregeln.⁸⁹

Mit 1. Jänner 2003 wurde die bisher angewandte Systematik der Wirtschaftstätigkeiten (ÖNACE 1995) durch die aktualisierte Systematik der Wirtschaftstätigkeiten (ÖNACE 2003) ersetzt. In der vorliegenden Studie wurde zur Klassifikation die ÖNACE 1995 herangezogen, da die erhobenen Daten beinahe ausschließlich in dieser Systematik vorlagen. Die Unterschiede zwischen der ÖNACE 1995 und der ÖNACE 2003 sind jedoch für den kreativwirtschaftlichen Bereich gering. Im konkreten betrifft dies die Wirtschaftsklasse 5164 (Großhandel mit Büromaschinen und Einrichtungen)⁹⁰, die Wirtschaftsklasse 7220 (Softwarehäuser)⁹¹, die Wirtschaftsklasse 7483 (Schreib- und Übersetzungsbüros)⁹² und die Wirtschaftsklasse 7484 (Erbringung von Dienstleistungen überwiegend für Unternehmen a.n.g.)⁹³.

In der nachfolgenden Darstellung der ÖNACE 1995 sind jene Abteilungen mit einer Schattierung hinterlegt, in denen sich kreativwirtschaftliche Branchen nach dem in dieser Studie gewählten Ansatz befinden. Einen detaillierten Überblick über nur diese Branchen liefert Kapitel 5.4.

⁸⁵ NACE steht für "Nomenclature générale des activités économiques dans les Communautés européennes".

⁸⁶ Konkret wurde vor allem die dritte und vierte Ebene (Gruppen und Klassen) den europäischen Erfordernissen angepasst.

⁸⁷ In Deutschland existiert hierfür die Klassifikation der Wirtschaftszweige, Ausgabe 2003 (WZ 2003), in der Schweiz die Allgemeine Systematik der Wirtschaftszweige 2002 (NOGA 2002 = Nomenclature Générale des Activités économiques 2002).

⁸⁸ vgl. Statistik Austria 2003a

⁸⁹ vgl. Statistik Austria 2003b

⁹⁰ Aufgeteilt in die ÖNACE-Klassen 5184 (Großhandel mit Datenverarbeitungsgeräten, peripheren Einheiten und Software) und 5185 (Großhandel mit sonstigen Büromaschinen und Büromöbeln). (vgl. Statistik Austria 2003, S. 18)

⁹¹ Aufgeteilt in die ÖNACE-Klassen 7221 (Verlegen von Software) und 7222 (Softwareberatung und -entwicklung). (vgl. Statistik Austria 2003, S. 18)

⁹² Aufgeteilt in die ÖNACE-Klassen 7485 (Sekretariats-, Schreib- und Übersetzungsdienste; Copy-Shops) und 7486 (Call Center). (vgl. Statistik Austria 2003, S. 18)

⁹³ Geändert in die ÖNACE-Klasse 7487 (Erbringung von Dienstleistungen überwiegend für Unternehmen a.n.g.). (vgl. Statistik Austria 2003, S. 18)

(Unter)-abschnitt	Abteilung	Bezeichnung
A		Land- und Forstwirtschaft
AA	1	Landwirtschaft, Jagd
	2	Forstwirtschaft
B		Fischerei und Fischzucht
BA	5	Fischerei und Fischzucht
C		Bergbau und Gewinnung von Steinen und Erden
CA	10	Kohlenbergbau, Torfgewinnung
	11	Erdöl- und Erdgasbergbau
	12	Bergbau auf Uran- und Thoriumerze
CB	13	Erzbergbau
	14	Gew.v.Steinen u.Erden, sonstiger Bergbau
D		Sachgütererzeugung
DA	15	H.v.Nahrungs- u.Genußmitteln u.Getränken
	16	Tabakverarbeitung
DB	17	H.v.Textilien u.Textilwaren (ohne Bekl.)
	18	H.v.Bekleidung
DC	19	Ledererzeugung und -verarbeitung
DD	20	Be- u. Verarb.v.Holz (ohne H.v.Möbeln)
DE	21	H.u.Verarbeitung v.Papier und Pappe
	22	Verlagswesen, Druckerei, Vervielfältigung
DF	23	Kokerei, Mineralölverarbeitung
DG	24	H.v.Chemikalien u.chem. Erzeugnissen
DH	25	H.v.Gummi- und Kunststoffwaren
DI	26	H.u.Bearb.v.Glas,H.v.W.a.Steinen u.Erden
DJ	27	Metallerzeugung und -bearbeitung
	28	H.v.Metallerzeugnissen
DK	29	Maschinenbau
DL	30	H.v.Büromasch.,Datenverarbeitungsgeräten
	31	H.v.Geräten d.Elektrizitätserz.,-verteilt
	32	Rundfunk-, Fernseh- u.Nachrichtentechnik
	33	Medizin-, Mess-u.Regelungstechnik; Optik
DM	34	H.v.Kraftwagen und Kraftwagenteilen
	35	Sonstiger Fahrzeugbau
	36	H.v.Möbeln, Schmuck, Musikinstrumenten, Sportgeräten, Spielwaren und sonst.Erz.
DN	37	Rückgewinnung (Recycling)
E		Energie- und Wasserversorgung
EA	40	Energieversorgung
	41	Wasserversorgung

Tab. 1: ÖNACE 1995: Unterabschnitte, Abschnitte und Abteilungen

(Unter)- abschnitt	Abteilung	Bezeichnung
F		Bauwesen
FA	45	Bauwesen
G		Handel; Instandhaltung und Reparatur von Kfz u. Gebrauchsgütern
GA	50	Kfz-Handel; Reparatur v.Kfz; Tankstellen
	51	Handelsvermittlung u.GH (o.Handel m.Kfz)
	52	EH (o.Kfz, o.Tankst.); Rep.v.Gebrauchsg.
H		Beherbergungs- und Gaststättenwesen
HA	55	Beherbergungs- u.Gaststättenwesen
I		Verkehr und Nachrichtenübermittlung
IA	60	Landverkehr; Transp.in Rohrfernleitungen
	61	Schifffahrt
	62	Flugverkehr
	63	Hilfs- u.Nebentät.f.d.Verkehr; Reisebüros
	64	Nachrichtenübermittlung
J		Kredit- und Versicherungswesen
JA	65	Kreditwesen
	66	Versicherungswesen
	67	Mit dem Kredit- u.Vers.w.verbund.Tätigk.
K		Realitätenwesen, Vermietung beweglicher Sachen, Erbringung von unternehmensbezogenen Dienstleistungen
KA	70	Realitätenwesen
	71	Vermietung bewegl. Sachen o.Bed.personal
	72	Datenverarbeitung und Datenbanken
	73	Forschung und Entwicklung
	74	Erbring.v.unternehmensbezogenen Dienstleistungen
L		Öffentliche Verwaltung, Landesverteidigung, Sozialversicherung
LA	75	Öffentl. Verwaltung, Sozialversicherung
M		Unterrichtswesen
MA	80	Unterrichtswesen
N		Gesundheits-, Veterinär- u. Sozialwesen
NA	85	Gesundheits-, Veterinär- u. Sozialwesen
O		Erbringung von sonstigen öffentlichen und persönlichen Dienstleistungen
OA	90	Abwasser-u.Abfallbeseit.u.sonst.Entsorg.
	91	Interessenvertretungen, Vereine
	92	Kultur, Sport und Unterhaltung
	93	Erbringung v.sonstigen Dienstleistungen
P		Private Haushalte
PA	95	Private Haushalte
Q		Exterritoriale Organisationen und Körperschaften
QA	99	Exterritoriale Organisationen

Tab. 2: ÖNACE 1995: Unterabschnitte, Abschnitte und Abteilungen (Fortsetzung)

Für eine differenzierte Betrachtung, vor allem im Zusammenhang mit kulturellen bzw. künstlerischen Einrichtungen sowie mit Organisationen des ersten und des dritten Sektors, ist die ÖNACE-Klassifikation allerdings wenig brauchbar.

Differenzierte Klassifikationen für den ersten Sektor kommen je nach Anwendungsgebiet bzw. dem notwendigen Strukturierungsmerkmal zum Einsatz, so etwa die sektorale Betrachtung nach dem Europäischen System der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnungen (ESVG 95) in der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung oder die revidierte COFOG-Klassifikation (Classification of Functions of Government) bei den Staatsausgaben nach Aufgabenbereichen. Für den Bereich der Kulturförderung wurde in Österreich Mitte der 1990er-Jahre ein eigenes Klassifikationssystem entwickelt, das sogenannte LIKUS-Schema (vgl. Kapitel 5.3.1), welches eine inhaltliche Unterteilung des Kunst- und Kulturfeldes ermöglicht.⁹⁴

Kunst- und Kultureinrichtungen des dritten Sektors können hinsichtlich ihrer Aufgabenbereiche klassifiziert werden, wie etwa in der bekannten internationalen Studie des John Hopkins Institutes for Policy Studies.⁹⁵ In der ICNPO-Gruppe 1 (Culture and Recreation) werden dabei in der Untergruppe Kultur und Kunst folgende Organisationen und Dienste unterschieden:

- Medien und Kommunikation: Produktion und Verbreitung von Information und Kommunikation; umfasst Radio- und TV-Stationen, Verlage von Büchern, Journalen, Zeitungen und Rundbriefen, Filmproduktionsfirmen und Bibliotheken.
- Bildende Kunst, Architektur, künstlerische Keramik: Produktion, Verbreitung und Ausstellung von Bildender Kunst und Architektur; beinhaltet Bildhauerei, fotografische Vereinigungen, Malerei, Zeichnung, Designzentren und architektonische Vereinigungen.
- Darstellende Kunst: Zentren, Unternehmen und Vereinigungen der darstellenden Kunst; umfasst Theater, Tanz, Ballett, Oper, Orchester, Chöre und Musikensembles.
- Geschichtliche, literarische und humanistische Vereinigungen: Förderung und Würdigung der Geisteswissenschaften, Erhaltung von historischen und kulturellen Werken, Erinnerung an geschichtliche Ereignisse; enthält geschichtliche Vereinigungen, poetische und literarische Vereinigungen, Sprachenverbände, Förderung von Lesen, Kriegsdenkmäler und Gedenkfonds.
- Museen: allgemeine und spezialisierte Museen für Kunst, Geschichte, Wissenschaft, Technologie und Kultur.
- Zoos und Aquarien

⁹⁴ Auch für den zweiten und dritten Sektor, so ferne die entsprechenden Organisationen von Kulturförderung betroffen sind.

⁹⁵ vgl. Anheier/Salamon 1996, S. 11

Für die empirisch-statistische Analyse nach den drei Sektoren stellt sich in diesem Zusammenhang eine unlösbare Aufgabe, da vorhandene Datenbestände nicht in der gewünschten Differenzierung vorliegen, insbesondere nicht auf kleinräumiger Ebene wie etwa der Gemeindeebene. Wünschenswert wäre hier eine differenziertere Klassifizierungsmöglichkeit von Betriebsstätten bei der ÖNACE-Klassifizierung und zwar hinsichtlich der Klassifikation nach Trägerschaft, wodurch eine Unterteilung in öffentliche, erwerbswirtschaftliche und gemeinnützige Einrichtungen, zumindest im Ansatz, möglich werden würde.

5.3 Klassifikationsansätze in einzelnen Studien und Berichten

Der vielseitigen Diskussionen, die über die begriffliche Definition der zentralen Begriffe wie jenen der Kreativwirtschaft geführt wird (vgl. Kapitel 4.3), entspricht die empirisch-statistische Eingrenzung und Strukturierung des kreativwirtschaftlichen Feldes. In zahlreichen Studien und Berichten wurden verschiedene Ansätze erarbeitet, um vorhandenes statistisches Datenmaterial für kreativwirtschaftliche Analysen nutzbar zu machen. Dabei geht es zum einen immer um die Frage, welche vorhandenen Daten (z. B. Unternehmen einzelner Branchen) zur Kreativwirtschaft gezählt werden und welche nicht, zum anderen wie die in Folge eingegrenzten Daten strukturiert werden können (z. B. nach Teilmärkten bzw. Domänen).

Um einen Überblick über diese Klassifikationsproblematik zu geben, werden im folgenden verschiedene Ansätze von relevanten Studien und Berichten zur Kultur- oder Kreativwirtschaft im deutschsprachigen Raum kurz dargestellt. Konkret sind dies der Erste Österreichische Kreativwirtschaftsbericht, die Wiener Creative-Industries-Studie, die Burgenländer Kultursektorstudie, der Tiroler Kreativwirtschaftsbericht, die Kulturwirtschaftsberichte von Nordrhein-Westfalen, Hessen, Aachen und Berlin, der Erste Schweizer Kulturwirtschaftsbericht sowie die Studie zur Kreativwirtschaft in Zürich.⁹⁶

⁹⁶ In Salzburg erfolgten am International Centre for Culture & Management (ICCM) 2005 "interne" kollegiale Beratungen verschiedener kreativwirtschaftlicher AkteurInnen. Eine anschließende wissenschaftliche Studie wurde ins Auge gefasst, bis dato allerdings noch nicht realisiert. Dafür wurden bereits verschiedene konkrete Impulse gesetzt. In Vorarlberg befindet sich derzeit eine Kreativwirtschaftsstudie in Vorbereitung. Außerdem soll der Erste Österreichische Kreativwirtschaftsbericht 2006 in einer aktualisierten Variante erscheinen.

5.3.1 Erster Österreichischer Kreativwirtschaftsbericht

Im Ersten Österreichischen Kreativwirtschaftsbericht erfolgt eine grundsätzliche Unterteilung der Kreativwirtschaft nach dem Drei-Sektoren-Modell. Zusätzlich zur sektoralen Betrachtung öffentlich, privatwirtschaftlich und intermediär wird ein eigens entwickeltes Schema, das sogenannte LIKUS*aktiv*-Schema, quer gelagert. LIKUS*aktiv* geht dabei auf das LIKUS-Schema (LänderInitiativeKulturStatistik) zurück, das die Basis für alle in Österreich erstellten Kultur- und Kunstförderungsberichte darstellt.⁹⁷



Abb. 6: LIKUS-Gliederung der Kulturstatistik in Österreich
(Quelle: Hofecker, Tschmuck 2003, S. 57)

⁹⁷ vgl. Institut für Kulturmanagement und Kulturwissenschaft, KMU Forschung Austria 2003, S. 8 ff.

Das LIKUS-Schema wurde im Jahr 1995 in den Kulturförderungsberichten von vier Bundesländern eingeführt. Hauptziel des Schemas stellt die Harmonisierung der Kulturpolitikdokumentation und die Schaffung einer einheitlichen Sichtweise zu den Hauptkategorien der Kulturpolitik dar. Mit LIKUS wurde zum ersten Mal eine systematisch entwickelte, Österreichweit gültige Definition zum Kulturbudget, insbesondere zur Kulturfinanzierungsstatistik und Kulturförderungsdokumentation vorgelegt.⁹⁸ Die Zuordnung von einzelnen Wirtschaftsbranchen erfolgt über eine eigene Tabelle, die einzelne ÖNACE-Klassen den jeweiligen LIKUS *aktiv*-Hauptkategorien zuweist. Diese insgesamt 20 Hauptkategorien werden zu sechs LIKUS *aktiv*-Domänen verdichtet:

LIKUSaktiv® Domäne	LIKUSaktiv® Hauptkategorie	Ausgewählte Branchen der Gesamtwirtschaft
1 Kulturelles Erbe	1.1 Museen, Archive, Wissenschaft 1.2 Baukulturelles Erbe 1.3 Volkskultur, Heimat- und Brauchtumpflege 1.4 Bibliothekswesen	Architekten Planende Baumeister Restaurator Denkmalpflege Bildhauer Kunstsammlung Bibliothek Museum
2 Darstellende Kunst	2.1 Musik 2.2 Theater, Musiktheater, Tanz	Buch- und Musikverlag Musikinstrumentenerzeuger Elektrohandel Sänger Schauspielergruppe Puppentheater
3 Audiovisueller Bereich	3.1 Film, Kino, Video 3.2 Hörfunk, Fernsehen 3.3 Neue Medien	Filmerstellung Filmkopieranstalt Videoaufnahmenvervielfältigung Videothek und Kino Softwareherstellung Softwarevervielfältigung Elektrogroß- und -einzelhandel Computer- und Softwarehandel
4 Visuelle Kunst	4.1 Bildende Kunst, Foto 4.2 Architektur 4.3 Angewandte Kunst, Grafik, Design	Verlag Handel mit Kunstgegenständen Handel mit Sammlerwaren Fotohandel und Fotoateliers Architekten Werbemittelgestalter Textil-, Schmuck-, Möbeldesign
5 Buch und Presse	5.1 Literatur 5.2 Zeitungen, Zeitschriften	Verlag Druckerei Buchbinderei Buch Einzel- und -großhandel Werbemittelverbreitung Schreibbüros Journalisten Schriftsteller
6 Transversale Bereiche	6.1 Kulturinitiativen, Zentren 6.2 Ausbildung, Weiterbildung 6.3 Erwachsenenbildung 6.4 Internationaler Kulturaustausch 6.5 Großveranstaltungen 6.6 Kulturverwaltung	Künstleragentur Pflichtschule Hochschule Volkshochschule Tanzschule Öffentliche Verwaltung

Abb. 7: Domänen, Hauptkategorien und ausgewählte Branchen der Gesamtwirtschaft von LIKUSaktiv (Quelle: Institut für Kulturmanagement und Kulturwissenschaft 2003, KMU Forschung Austria, S. 24)

⁹⁸ Mittlerweile befindet sich das LIKUS-Schema in seiner nächsten "Ausbaustufe", bei der vor allem Anforderungen und Vorgaben einer europäischen Kulturstatistik eine gewichtige Rolle spielen. (vgl. Hofecker, Tschmuck 2003, S. 23 und European Commission 2000) Interessant sind in diesem Zusammenhang auch Überlegungen, die Kulturstatistik sowohl nach Sparten (LIKUS-Schema) als auch nach ökonomischen Gesichtspunkten (COFOG-Schema) zu gliedern (vgl. Hofecker, Tschmuck 2003, S. 45), eine analytische Vorgehensweise, die bei verschiedenen kreativwirtschaftlichen Ansätzen durch die Gliederung nach Bereichen/Domänen/Disziplinen/Teilmärkten und ökonomischen Wertschöpfungsketten in ähnlicher Weise angewandt wird.

5.3.2 Wiener Creative-Industries-Studie

In der Untersuchung des ökonomischen Potenzials der Creative Industries in Wien (2004) wurde ein eigener Klassifikationsansatz erarbeitet, der auf einer Sichtung verschiedener Klassifikationsansätze aus kultur- und kreativwirtschaftlichen Studien in anderen Ländern basiert (englische Creative-Industries-Studien, Kulturwirtschaftsberichte Nordrhein-Westfalen und Sachsen-Anhalt, Studien aus Australien, Neuseeland und Hong Kong sowie statistische Listen aus Kanada). Mit Rückgriff auf den Klassifikationsansatz einer australischen Creative-Industries-Studie (Cunningham/Hearn et al. 2003) wurden einzelne ÖNACE-1995-Klassen bestimmt, die den Creative Industries zuzuordnen sind. Diese ÖNACE-Klassen wurden zu folgenden Inhaltsbereichen zusammengefasst:

- Architektur
- Audiovisueller Bereich (Film, Video, Fernsehen, Radio)
- Bildende Kunst
- Darstellende und Unterhaltungskunst
- Grafik/Mode/Design/Fotografie
- Literatur/Verlagswesen/Printmedien
- Musik
- Museen/Bibliotheken
- Software/Multimedia/Internet
- Werbung

Parallel zu diesen Inhaltsbereichen wurde der wertschöpfungskettenbezogene Ansatz von Pratt (1997) einbezogen, in dem die beiden Kategorien Manufacturing Inputs und Reproduction zusammengefasst wurden. (vgl. Kapitel 4.3.1) ÖNACE-Klassen, die mehrere Inhaltsbereiche gleichzeitig betrafen, wurden unter Heranziehung empirisch-statistischer Quellen prozentuell auf die jeweiligen Inhaltsbereiche aufgeteilt.⁹⁹

⁹⁹ vgl. Kulturdokumentation/Mediacult/Wifo 2004, S. 298 f.

5.3.3 Der Kultursektor im Burgenland

In der Studie "Der Kultursektor im Burgenland" (2002) erfolgt eine Gleichsetzung der Bereiche Kultursektor, Kulturwirtschaft und Kreativwirtschaft.¹⁰⁰ Für den Kultursektor wurde eine Matrix zur Klassifikation einzelner Organisationen und Betriebe erarbeitet, die nach drei Kriterien differenziert:¹⁰¹

- innerhalb der Standarddefinition für den Kultursektor vs. innerhalb der erweiterten Definition für den Kultursektor vs. nicht im Kultursektor enthalten
- Ausübung einer kulturellen Beschäftigung (z. B. Kunstfotograf) vs. keine kulturelle Beschäftigung (z. B. Portier beim ORF)
- privater vs. öffentlicher Sektor

Für die Zuordnung zum privaten Sektor kommt der Begriff der Kulturwirtschaft zur Anwendung, wobei darunter alle KünstlerInnen und Kreativen bzw. alle privaten Unternehmen im Kultursektor verstanden werden, die über einen Eigenwirtschaftlichkeitsanteil von über 50 Prozent verfügen. KünstlerInnen bzw. Kreative sowie private Unternehmen im Kultursektor, die unter dieser Prozentmarke liegen, werden als CI-Nomaden (Cultural-Industries-Nomaden) bezeichnet.¹⁰² Für den privaten und öffentlichen Kultursektor wurden zehn Hauptkategorien entwickelt, die sich in über 100 Unterkategorien untergliedern:¹⁰³

- Kreation und Erstellung von kulturellen und künstlerischen Produkten
- Anbieter von verwandten Dienstleistungen im Bereich der Kreation und Produktion
- Produktion und Publikation fertiger Produkte im Bereich der Print-Medien
- Produktion und Publikation fertiger Produkte im Bereich der AudioVisuellen Medien
- Vertrieb, Handel von kulturellen Produkten/Dienstleistungen
- Marketing und Kommunikation
- Veranstalter/Veranstaltungsorte im Bereich der Kunst und Unterhaltung
- Aus- und Weiterbildung im Bereich Kunst und Kultur
- Vereine, Verbände, Institutionen im Bereich der Kultur
- Kulturelles Erbe

Abgegrenzt von diesen beiden Sektoren wurde eine eigene Erhebung für die burgenländischen Kulturvereine durchgeführt. Hierbei erfolgte allerdings keine Klassifikation nach Tätigkeitsfeldern bzw. Leistungsangeboten.

¹⁰⁰ vgl. Instinct Domain 2002, S. 6

¹⁰¹ vgl. Instinct Domain 2002, S. 9 ff.

¹⁰² Der Begriff der CI-Nomaden geht auf die kulturwirtschaftlichen Studien der fünfköpfigen Frauengruppe Agendum aus Jämtland/Schweden zurück (vgl. Göransson 2000, S. 11).

¹⁰³ vgl. Instinct Domain 2002, S. 18 ff. und S. 54 f.

5.3.4 Tiroler Kreativwirtschaftsbericht

Im Tiroler Kreativwirtschaftsbericht (2005) wird, in Anlehnung an die Wiener Creative-Industries-Studie, eine Unterteilung der Kreativwirtschaft in zehn Teilmärkte vorgenommen. Die zehn Teilmärkte wurden jedoch zu fünf "kreativ benannten" Bereichen zusammengefasst.¹⁰⁴

- Frei entworfen: Grafik/Mode/Design/Fotografie sowie Werbung
- Durchdacht gestaltet: Architektur
- Lebhaft vorgeführt: Musik, Darstellende Kunst/Unterhaltungskunst sowie Audiovisueller Bereich
- Smart verknüpft: Software/Multimedia/Internet
- Präzise dokumentiert: Literatur/Verlagswesen/Printmedien, Museen/Bibliotheken sowie Bildende Kunst

Diese fünf Bereiche stellen eine teilweise Zusammenfassung der Inhaltsbereiche der Wiener Creative-Industries-Studie dar. Die dahinter stehende Zuordnung der ÖNACE-Klassen wurde dabei ebenfalls übernommen. Die analysierten Daten beziehen sich dabei auf einen bereinigten Datenbestand, der alle pensionsversicherungsrechtlich relevanten Informationen des Hauptverbandes der österreichischen Sozialversicherungsträger seit 1. Jänner 1972 beinhaltet ("Synthesis-Erwerb").¹⁰⁵ In diesem Datenbestand sind also Organisationen oder Initiativen ohne pensionsversicherungsrechtlich relevante ArbeitnehmerInnenverhältnisse nicht enthalten, etwa ehrenamtlich arbeitende Kunst- und Kulturinitiativen, Unternehmen mit nur geringfügig beschäftigten freien DienstnehmerInnen oder nicht-sozialversicherte freischaffende KünstlerInnen. Die Zuordnung der einzelnen ÖNACE-Klassen zu den jeweiligen Teilmärkten erfolgt nach einem eigenen Schema, bei dem einzelne Klassen auch mehreren Teilmärkten zugeordnet werden können.¹⁰⁶

¹⁰⁴ vgl. Zukunftszentrum Tirol 2005, S. 11 f.

¹⁰⁵ vgl. Zukunftszentrum Tirol 2005, S. 52

¹⁰⁶ vgl. Zukunftszentrum Tirol 2005, S. 48 f.

5.3.5 Kulturwirtschaftsberichte Nordrhein-Westfalen

Seit Anfang der 1990er-Jahre ist in Nordrhein-Westfalen die Kulturwirtschaft das Thema zahlreicher Untersuchungen und Diskussionen. Mit der Herausgabe von bisher vier Kulturwirtschaftsberichten hat die Arbeitsgemeinschaft Kulturwirtschaftsbericht NRW (im Auftrag der Landesregierung NRW) einen wesentlichen Beitrag zur empirischen Fundierung des Branchen-Mix der Kulturwirtschaft geleistet. Der 1992 vorgelegte 1. Kulturwirtschaftsbericht (Dynamik der Kulturwirtschaft. Nordrhein-Westfalen im Vergleich) stellte in einer ersten umfassenden Bestandsaufnahme die wirtschafts- und arbeitsmarktpolitische Bedeutung der kulturwirtschaftlichen Branchen dar.¹⁰⁷ Im Mittelpunkt des 2. Kulturwirtschaftsberichtes (Kultur- und Medienwirtschaft in den Regionen Nordrhein-Westfalens) stand die Analyse des wirtschaftlichen Stellenwertes der Kulturwirtschaft anhand der Indikatoren Beschäftigte und Unternehmen in der Region des Landes Nordrhein-Westfalen.¹⁰⁸

Der 1998 erschienene 3. Kulturwirtschaftsbericht (Kultureller Arbeitsmarkt und Verflechtungen) widmete sich neben der Fortschreibung der Bestandsdaten der Bedeutung der Kulturwirtschaft für den Arbeitsmarkt in den einzelnen Teilmärkten. Es wurden die Qualifikationsanforderungen an den kulturellen und kulturwirtschaftlichen Arbeitsmarkt seitens der Unternehmen dargestellt. Erstmals untersucht wurde die "Kulturbauwirtschaft" des Landes mit ihren vielfältigen Tätigkeitsbereichen (Erhalt, Um- und Neubau von Kulturbauten sowie Installation kulturbezogener und technischer Ausstattung). Ein wichtiges Untersuchungsfeld war zudem die Analyse der "Interdependenzen" zwischen öffentlich gefördertem Kultursektor und Kulturwirtschaft, ebenso die Darstellung der regionalen Produktions-, Dienstleistungs- und Distributionszusammenhänge (Wertschöpfungsnetzwerke).¹⁰⁹ Im aktuellen 4. Kulturwirtschaftsbericht (Kulturwirtschaft im Netz der Branchen) wurden unter anderem die Themenfelder (Kultur)Tourismus, designabhängige Branchen (Mode, Möbel) und Immobilienwirtschaft untersucht.¹¹⁰

In den vorliegenden Berichten wird unter Kulturwirtschaft eine ausdifferenzierte Gruppe von oft miteinander verflochtenen Wirtschaftsbranchen verstanden. Sie umfasst alle Wirtschaftsbetriebe, selbständigen 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.¹¹¹ Je nach Nähe zum "kulturellen Kernprodukt" wird in den Berichten zwischen Kulturwirtschaft "im engeren Sinne" (z. B. selbständige Künstler) und "im weiteren Sinne" (z. B. Antiquitätenhandel) sowie nach "ergänzenden Branchen" (z. B. Kunsthandwerk) unterschieden. In einzelnen Berichten wird nach den fünf Teilmärkten Musikwirtschaft/Phonemarkt, Buch-, Literatur und Pressemarkt, Kunst- und Designmarkt (mit ergänzenden Branchen Architektur und Werbung), Film-, Rundfunk- und TV-Markt (AV-Medien) und Darstellende Kunst und Unterhaltungskunst unterschieden.

¹⁰⁷ vgl. Arbeitsgemeinschaft Kulturwirtschaft NRW 1992

¹⁰⁸ vgl. Arbeitsgemeinschaft Kulturwirtschaft NRW 1995

¹⁰⁹ vgl. Arbeitsgemeinschaft Kulturwirtschaft NRW 1998

¹¹⁰ vgl. Arbeitsgemeinschaft Kulturwirtschaft NRW 2001

¹¹¹ vgl. Arbeitsgemeinschaft Kulturwirtschaft NRW 1995

5.3.6 Erster Hessischer Kulturwirtschaftsbericht

Im Ersten Hessischen Kulturwirtschaftsbericht (2003) wurden zur Kulturwirtschaft der marktorientierte Bereich, der öffentliche Kulturbetrieb und die Freie Kulturszene zusammengefasst. In der Untersuchung der marktorientierten Bereiche erfolgt eine inhaltliche Differenzierung in Teilmärkte, die in Anlehnung an die Kulturwirtschaftsberichte Nordrhein-Westfalen vorgenommen wurde. Es werden folgende sechs Teilbereiche unterschieden:¹¹²

1. Musikwirtschaft
2. Literatur-, Buch- und Pressemarkt
3. Kunstmarkt
4. Film-, TV- und Videowirtschaft
5. Darstellende und unterhaltende Kunst
6. Kulturelles Erbe

Zusätzlich zur Gliederung in die genannten Teilmärkte wird zwischen "Kulturwirtschaft im engen Sinne" und "Kulturwirtschaft im weiten Sinne" unterschieden. Erstere umfasst die Beschäftigten und Unternehmen, die sich im Wesentlichen im ersten Abschnitt der Wertschöpfungskette bewegen, d. h. all jene Tätigkeiten, die ein kreatives Moment beinhalten, ihren Schwerpunkt aber nicht in der kommerziellen und massenmedialen Vermarktung großen Stils haben. Ihre Betätigungsschwerpunkte liegen in der Herstellung, Veredelung und Verbreitung von Kulturgütern oder Leistungen bzw. tagen sie zur Verbreitungsfähigkeit und zur Vermittlung von künstlerischen und kulturellen Produkten und Dienstleistungen unmittelbar bei.

Zur "Kulturwirtschaft im weiten Sinne" werden zusätzlich der Vertrieb von Kulturgütern durch den Großhandel, die Vervielfältigung von Kulturgütern im Sinne der Massenproduktion, der Pressemarkt und große Teile des Kunstgewerbes sowie Architekturbüros und die öffentliche Verwaltung im Bereich der Kultur gezählt. Auch Tätigkeiten, die inhaltlich weiter vom Kulturbegriff entfernt sind oder mit kulturfremden Leistungen durchmischt sind, z. B. Übersetzungsbüros und DolmetscherInnen oder die Reparatur von Rundfunk-, Fernseh- und phonotechnischen Geräten zählen zur Kulturwirtschaft im weiten Sinn.

¹¹² vgl. Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung et al. 2003, S. 30

5.3.7 Kulturwirtschaft in Aachen

Der Kulturwirtschaftsbericht Aachen (2005) nimmt im Wesentlichen auf den grundsätzlichen Orientierungsrahmen des Ersten Schweizer Kulturwirtschaftsberichts (2003) Bezug, der die künstlerische Produktion ins Zentrum rückt und die drei Sektoren gemeinnütziger, privater und öffentlicher Sektor unterscheidet. Im Mittelpunkt des Aachener Berichts steht die Analyse des privatwirtschaftlichen Sektors der Kulturwirtschaft mit dem Ziel, die Potenziale, Qualifizierung und Professionalisierung auf einer statistischen Grundlage voranzutreiben. Es werden explizit keine Aussagen über die wirtschaftliche Bedeutung des öffentlichen Sektors und die ökonomischen und sozialen Effekte des gemeinnützigen Bereiches getätigt. Die Kulturwirtschaft umfasst demzufolge alle privatwirtschaftlichen Kulturbetriebe und freiberuflichen Aktivitäten. Im Bericht wird jedoch angemerkt, dass immer mehr Mischformen in öffentlichen Kulturbetrieben mit steuerpflichtigen Betriebsteilen (Museumshops, Kunstverlage, ...) entstehen. Um diese zu erfassen, wurden für einzelne Wirtschaftszweige Schätzanteile für die privatwirtschaftlichen Betriebsteile eingeführt.¹¹³ Die statistische Abgrenzung wird in Anlehnung an die Systematik der NRW-Kulturwirtschaftsberichte vorgenommen. Jedoch wurden die ursprünglichen fünf Teilmärkte um Design, Architektur und Werbung erweitert und zusammengefasst:¹¹⁴

1. Musikwirtschaft/Phonomarkt
2. Buch-/Literatur-/Pressemarkt
3. Film/TV-Wirtschaft/Phonomarkt
4. Kunstmarkt/Kunsthandwerk
5. Darstellende und unterhaltende Kunst
6. Designwirtschaft
7. Architektur
8. Werbung/Sonstige

Zusätzlich erfolgt eine funktionale Unterteilung der einzelnen Teilmärkte in Kulturwirtschaft "im engeren Sinn" und "im weiteren Sinn". Unter Kulturwirtschaft "im engeren Sinn" werden dabei jene Wirtschaftszweige zusammengefasst, welche zentrale künstlerische/kreative und/oder kulturelle Aktivitäten auslösen. Gemeint sind vor allem die Berufe, durch deren Produkte und Leistungen eine kulturelle/kreative Wertschöpfungskette in Gang kommt. Darüber hinaus werden kulturelle Produktions-, Handels- und Dienstleistungsunternehmen hinzugezählt, die manuell, industriell oder durch direkte Dienstleistungen die Produkte und Dienstleistungen in den Markt einführen oder vertreiben. Zur Kulturwirtschaft "im weiteren Sinn" zählen die verwandten Märkte v. a. aus der Medienbranche, die mit den kulturwirtschaftlichen Märkten verzahnt sind. Die statistische Untersuchung des privatwirtschaftlichen Sektors wurde um eine grobe Landkarte der freien und öffentlichen Kulturszene ergänzt.

¹¹³ vgl. Backes/Holzer/Söndermann 2005, S. 14

¹¹⁴ vgl. ebd., S. 13

5.3.8 Kulturwirtschaft in Berlin

Der Erste Berliner Kulturwirtschaftsbericht (2005) wurde im Auftrag der Senatsverwaltung für Wirtschaft, Arbeit und Frauen und der Senatsverwaltung für Wissenschaft, Forschung und Kultur im Jahr 2004 in Auftrag gegeben. Als allgemeines Ziel wurde die umfassende Information über Umsatz- und Beschäftigungsvolumen sowie über Fördervolumina definiert, um das öffentliche Bewusstsein für die Potenziale dieses Wirtschaftsbereichs zu schärfen und erste wirtschafts- und kulturpolitische Handlungsfelder aufzuzeigen.

Im Berliner Kulturwirtschaftsbericht werden unter Kulturwirtschaft alle Selbständigen und die erwerbswirtschaftlich ausgerichteten Unternehmen zusammengefasst und Teilmärkten zugeordnet, die kulturelle Güter und Dienstleistungen erstellen, vermarkten, verbreiten, damit handeln sowie Kulturgüter bewahren. Die Teilmärkte orientieren sich weitgehend an den bereits in Deutschland vorliegenden Kulturwirtschaftsberichten. Im Einklang mit den kultur- und kreativwirtschaftlichen Erhebungen von Wien und London und der europäischen Diskussion, aber in Unterschied zu Nordrhein-Westfalen, wurden die Teilmärkte Softwareentwicklung und Werbebranche der Kreativwirtschaft zugeordnet.

Konkret werden acht Teilmärkte unterschieden:¹¹⁵

1. Buch- und Pressemarkt
2. Film- und Fernsehwirtschaft
3. Kunstmarkt
4. Softwareentwicklung/Datenbankanbieter/Telekommunikation
5. Musikwirtschaft
6. Werbung
7. Architektur und Kulturelles Erbe
8. Darstellende Kunst

Diese acht Teilmärkte werden jeweils unter zwei Perspektiven betrachtet, zuerst die gesamte Wertschöpfungskette (Teilmarkt im weiteren Sinne), danach mit Fokus auf die kreativen Kernbereiche (Teilmarkt im engeren Sinne).

¹¹⁵ Senatsverwaltung für Wirtschaft, Arbeit und Frauen in Berlin 2005, S. 8

5.3.9 Kulturwirtschaft Schweiz

Der Erste Kulturwirtschaftsbericht der Schweiz (2003) wurde an der Hochschule für Gestaltung und Kunst in Zürich mit Unterstützung der Förderagentur für Innovation des Bundes und des Bundesamtes für Kultur realisiert. Im Schweizer Bericht werden zur Kulturwirtschaft diejenigen Kulturunternehmen gerechnet, die überwiegend erwerbswirtschaftlich orientiert sind und sich mit der Schaffung, Produktion, Verteilung und/oder medialen Verbreitung von kulturellen Gütern und Dienstleistungen befassen. In der Betrachtung des kulturellen Sektors findet die im "Drei-Sektoren-Modell" vorgegebene Dreiteilung in "Staat", "Zivilgesellschaft" und "Wirtschaft/Markt" Berücksichtigung. (vgl. Kapitel 5.1) Ziel des Berichts war es, eine Gesamtschau des privatwirtschaftlichen Kultursektors zu ermöglichen, die kapillaren Austauschbeziehungen zwischen den drei Sektoren zu thematisieren und erste Themen und unbetretene Handlungsfelder zwischen Kultur- und Wirtschaftspolitik abzustecken.

Im Bericht werden kulturbezogene Wirtschaftszweige zu den Branchengruppen Musikwirtschaft, Literatur-/Buchmarkt, Kunstmarkt, Filmwirtschaft und Darstellende Kunst zur "Kulturwirtschaft im engeren Sinne" zusammengefasst. Zur "Kulturwirtschaft im weiteren Sinne" werden solche Kulturbetriebe und Branchen gezählt, die teilweise kulturell relevante Wirtschaftsaktivitäten erbringen bzw. die für die kulturelle und mediale Verbreitung stehen.¹¹⁶

5.3.10 Kreativwirtschaft Zürich

Im Ersten Zürcher Kreativwirtschaftsbericht (2005) werden unter dem Begriff Kreativwirtschaft Unternehmen zusammengefasst, die sich auf erwerbswirtschaftlicher Basis mit der künstlerischen und kreativen Produktion, ihrer Vermittlung und/oder der medialen Verbreitung der entsprechenden Dienstleistungen und Güter befassen. In einer Auswahl von kulturbezogenen Wirtschaftszweigen werden die Branchengruppen Musikwirtschaft, Literatur-/ Buchmarkt, Kunstmarkt, Filmwirtschaft, Darstellende Kunst, Designwirtschaft und Architektur zur Kreativwirtschaft im engeren Sinne zusammengefasst. Diese Kernbereiche werden durch die Kreativwirtschaft im weiteren Sinne ergänzt. Dazu werden einerseits verwandte Märkte gerechnet, so etwa die Werbewirtschaft, andererseits werden die Medienbranchen mit ausgewählten Wirtschaftszweigen einbezogen.¹¹⁷

Der Zürcher Kreativwirtschaftsbericht setzt sich aus zwei Teilen zusammen. Zum einen aus den Resultaten einer empirisch-quantitativen Analyse, zum anderen aus den Ergebnissen einer interaktiv-qualitativen Untersuchung.

¹¹⁶ vgl. Söndermann/Weckerle 2003, S. 7

¹¹⁷ vgl. Söndermann/Weckerle 2005, S. 3

5.4 Die empirisch-statistische Herleitung der Kreativwirtschaft in der Stadtregion Linz

Um Aussagen über verschiedene Kenngrößen zu treffen, bedurfte es in der vorliegenden Arbeit einer empirisch-statistischen Abgrenzung der Kreativwirtschaft in der Stadtregion Linz. Der konkrete Rahmen für diese Abgrenzung folgt im wesentlichen der statistischen Systematik der ÖNACE 1995 (vgl. Kapitel 5.2). Problematisch ist hierbei die unklare Trennschärfe der Erfassung und Klassifizierung von kulturellen bzw. kulturnahen, kreativen und künstlerischen Unternehmen sowie die regionale Verfügbarkeit der Daten in der nötigen Ausprägung (ÖNACE-4-Steller). Da auch in vorhandenen Studien und Berichten zur Kreativwirtschaft keine einheitliche Vorgehensweise zur Einbeziehung der Wirtschaftszweige besteht, wurden einzelne Klassifikationsansätze einer näheren Betrachtung unterzogen. Als Ausgangspunkte für den eigenen Klassifikationsansatz wurden die aktuelle Abgrenzungsdiskussionen der Europäischen Kommission, die Kultur- und Kreativwirtschaftsberichte von Österreich, Wien, Tirol, Nordrhein-Westfalen, Hessen, der Schweiz und Zürich sowie die Diskussion um die britischen "Mapping Documents" gewählt.

Während etwa in der Studie zur Kreativwirtschaft in Zürich nur der privatwirtschaftliche Sektor der Kreativwirtschaft zugerechnet wird, wurden in der vorliegenden Studie auch öffentliche Einrichtungen und der Dritte Sektor in die Analyse miteinbezogen. Dies wird u. a. dadurch begründet, dass:

- kreative Produktion in allen drei Sektoren statt findet und kreative und innovative Lösungen nicht selten bei künstlerischen Initiativen aus dem Ersten oder Dritten Sektor ihren Ausgangspunkt finden
- die Zugehörigkeit zur Kreativwirtschaft sich nicht nur am Merkmal einer bloßen Profitorientierung orientieren sollte
- öffentliche Förderungen kein Ausschließungsgrund für die Zurechnung sein sollen, zumal der privatwirtschaftliche Sektor auch nicht unwesentlich von öffentlicher Hand subventioniert wird
- kapillare Austauschbeziehungen zwischen den einzelnen Sektoren bestehen und die Grenzen in vielen Fällen schwimmend sind
- es durchaus innerhalb der Einrichtungen Verflechtungen zwischen den Merkmalen der verschiedenen Sektoren gibt, etwa wenn in öffentlichen Einrichtungen privatwirtschaftliche orientierte Unternehmungen integriert sind (z. B. Museumsshops)

Im Zuge einer intensiven Diskussion und Analyse vorhandener Studien und Berichten wurde für die vorliegende Studie folgendes Kreativwirtschaftsschema entwickelt.

ÖNACE 1995	Bezeichnung	Stadtregion Linz		Österreich (LIKUS- kreativ)	Wien Tirol	Berlin	Schweiz	Hessen NRW
		im engeren Sinne	im weiteren Sinne					
1771	Herstellung von Strumpfwaren		x					
1772	Herstellung von Pullovern, Strickjacken u.Ä.		x					
1810	Herstellung von Lederbekleidung		x		x	x		
1821	Herstellung von Arbeits- und Berufsbekleidung		x			x		
1822	Herstellung von sonstiger Oberbekleidung		x		x			
1823	Herstellung von Wäsche		x					
1824	Herstellung von sonstiger Bekleidung und Bekleidungszubehör		x		x			
1830	Zurichtung und Färben von Fellen, Herstellung von Pelzwaren		x					
1930	Herstellung von Schuhen		x		x	x		
2051	Herstellung von Holzwaren a.n.g., Veredlung von Holzwaren		x					
2052	Herstellung von Kork-, Flecht- und Korbwaren		x					
2211	Buchverlag	x		x	x	x	x	x
2212	Zeitungsverlag		x	x	x	x	x	x
2213	Zeitschriftenverlag		x	x	x	x	x	x
2214	Verlag von bespielten Tonträgern	x		x	x	x	x	x
2215	Sonstiges Verlagswesen		x	x	x		x	x
2221	Zeitungsdruckerei		x	x	x	x	x	x
2222	Druckerei (ohne Zeitungsdruckerei), Herstellung von Heften, Registern u. ä. Waren aus Papier und Pappe		x	x	x	x	x	x
2223	Buchbinderei und andere Druckweiterverarbeitung		x	x	x	x	x	x
2224	Erbringung von druckvorbereitenden Dienstleistungen		x	x	x	x	x	x
2225	Erbringung von sonstigen druckbezogenen Dienstleistungen		x		x		x	x
2231	Vervielfältigung von bespielten Tonträgern		x	x	x	x	x	x
2232	Vervielfältigung von bespielten Bildträgern		x	x	x	x	x	x
2233	Vervielfältigung von bespielten Datenträgern		x	x	x	x		x
2464	Herstellung von fotochemischen Erzeugnissen		x				x	x
2465	Herstellung von unbespielten Ton-, Bild- und Datenträgern		x		x	x		x
2513	Herstellung von sonstigen Gummiwaren		x					
2524	Herstellung von sonstigen Kunststoffwaren		x					
2615	Herstellung, Veredlung und Bearbeitung von sonstigem Glas einschließlich technischen Glaswaren		x					
2621	Herstellung von keramischen Haushaltswaren und Ziergegenständen		x		x	x		x
2625	Herstellung von keramischen Erzeugnissen a.n.g.						x	
2670	Be- und Verarbeitung von Natursteinen a.n.g.		x			x		x
2682	Herstellung von Mineralerzeugnissen a.n.g.		x					
2852	Beschlag- und Kunstschmieden					x		x
3220	Herstellung von nachrichtentechnischen Geräten und Einrichtungen		x		x		x	
3230	Herstellung von Rundfunk-, Fernseh- und phonotechnischen Geräten		x		x	x		x
3340	Herstellung von optischen und fotografischen Geräten		x		x	x	x	x
3622	Herstellung von Schmuck, Gold- und Silberschmiedewaren (ohne Fantasieschmuck)	x			x	x	x	x
3630	Herstellung von Musikinstrumenten	x		x	x	x	x	x
3650	Herstellung von Spielwaren		x		x			
3661	Herstellung von Phantasieschmuck	x			x	x		x
3663	Herstellung von Erzeugnissen a.n.g.		x					x
5114	Handelsvermittlung von Maschinen, technischem Bedarf, Wasser- und Luftfahrzeugen		x					x
5116	Handelsvermittlung von Textilien, Bekleidung, Schuhen und Lederwaren		x					
5118	Handelsvermittlung von Waren a.n.g.		x					x
5142	Großhandel mit Bekleidung und Schuhen		x					
5143	Großhandel mit elektrischen Haushaltsgeräten, Rundfunk- und Fernsehgeräten		x	x				x
5147	Großhandel mit sonstigen Gebrauchs- und Verbrauchsgütern		x	x				x
5164	Großhandel mit Büromaschinen und -einrichtungen		x					
[5184]	Großhandel mit Datenverarbeitungsgeräten, peripheren Einheiten und Software		x	x				

Tab. 3: Klassifikation der Kreativwirtschaft in der Stadtregion Linz

ÖNACE 1995	Bezeichnung	Stadtregion Linz		Österreich (LIKUS- kreativ)	Wien Tirol	Berlin	Schweiz	Hessen NRW
		im engeren Sinne	im weiteren Sinne					
5242	Einzelhandel mit Bekleidung		x		x	x		
5243	Einzelhandel mit Schuhen und Lederwaren		x		x	x		
5244	Einzelhandel mit Möbeln, Einrichtungsgegenständen und Hausrat a.n.g.		x		x			
5245	Einzelhandel mit elektrischen Haushalts-, Rundfunk- und Fernsehgeräten sowie Musikinstrumenten		x	x	x	x	x	x
5247	Einzelhandel mit Büchern, Zeitschriften, Zeitungen, Schreibwaren und Bürobedarf		x	x	x	x	x	x
5248	Einzelhandel a.n.g. (in Verkaufsräumen)		x	x	x	x	x	x
5250	Einzelhandel mit Antiquitäten und Gebrauchtwaren (in Verkaufsräumen)		x	x	x	x	x	x
5261	Versandhandel		x			x		
5262	Einzelhandel an Verkaufsständen und auf Märkten		x					
5263	Sonstiger Einzelhandel nicht in Verkaufsräumen		x		x			
5271	Reparatur von Schuhen und Lederwaren		x					
5272	Reparatur von elektrischen Haushaltsgeräten		x					x
5273	Reparatur von Uhren und Schmuck		x					x
5274	Reparatur von sonstigen Gebrauchsgütern		x					
5540	Sonstiges Gaststättenwesen		x		x	x	x	x
6420	Fernmeldedienste		x		x	x		
7140	Vermietung von Verbrauchsgütern a.n.g.		x	x	x	x	x	x
7210	Hardwareberatung	x						
7220	Softwarehäuser	x						
7221	Verlag und Herstellung von Standardsoftware	x		x	x	x		
7222	Softwareberatung und -entwicklung	x				x		
7230	Datenverarbeitungsdienste	x						
7240	Datenbanken	x			x	x		
7250	Instandhaltung und Reparatur von Büromaschinen, Datenverarbeitungsgeräten und -einrichtungen		x					
7260	Sonstige mit der Datenverarbeitung verbundene Tätigkeiten		x		x	x		
7310	Forschung und Entwicklung im Bereich Natur-, Ingenieur-, Agrarwissenschaften und Medizin	x		x				
7320	Forschung und Entwicklung im Bereich Rechts-, Wirtschafts- und Sozialwissenschaften sowie im Bereich Sprach-, Kultur- und Kunstwissenschaften	x		x				x
7413	Markt- und Meinungsforschung		x					
7414	Unternehmens- und Public-Relations-Beratung	x						
7420	Architektur- und Ingenieurbüros	x		x	x	x	x	x
7440	Werbung	x		x	x	x	x	x
7481	Fototaliers und Fotolabors	x		x	x	x		x
7483	Übersetzungsbüros und Dolmetscher	x		x				x
7484	Erbringung von unternehmensbezogenen Dienstleistungen a.n.g.	x		x		x		x
7485	Sekretariats-, Schreib- und Übersetzungsdienste; Copy-Shops	x				x		
7487	Erbringung von unternehmensbezogenen Dienstleistungen a.n.g.	x			x		x	x
8021	Allgemein bildende weiterführende Schulen		x	x				
8022	Berufsbildende weiterführende Schulen		x	x				
8030	Hochschulen und hochschulverwandte Lehranstalten	x		x				x
8042	Erwachsenenbildung und Unterricht a.n.g.		x	x			x	x
9211	Film- und Videoherstellung	x		x	x	x	x	x
9212	Filmverleih u. Videoprogrammanbieter	x		x	x	x	x	x
9213	Lichtspieltheater (Kinos)	x		x	x	x	x	x
9220	Hörfunk- und Fernsehanstalten, Herstellung von Hörfunk- und Fernsehprogrammen	x		x	x	x	x	x
9231	Künstlerische und schriftstellerische Tätigkeiten und Darbietungen	x		x	x	x	x	x
9232	Betrieb und technische Hilfsdienste für kulturelle und unterhaltende Leistungen	x		x	x	x	x	x
9233	Schaustellergewerbe und Vergnügungsparks		x		x	x		x
9234	Erbringung von kulturellen und unterhaltenden Leistungen a.n.g.	x		x	x	x	x	x
9240	Korrespondenz- und Nachrichtenbüros sowie selbständige Journalisten	x		x	x	x	x	x
9251	Bibliotheken und Archive	x		x	x	x	x	x
9252	Museen und Denkmalschutz	x		x	x	x	x	x
9272	Erbringung von sonstigen Dienstleistungen für Unterhaltung, Erholung und Freizeit a.n.g.	x		x	x	x		x

Tab. 4: Klassifikation der Kreativwirtschaft in der Stadtregion Linz (Fortsetzung)

Ausgehend von dieser vierstelligen Darstellung erfolgte eine Einteilung in die Kreativwirtschaft im engeren und im weiteren Sinne¹¹⁸. Die Kreativwirtschaft im engeren Sinne umfasst dabei jene Bereiche der Wertschöpfungskette, die ein kreatives/künstlerisches Moment beinhalten bzw. zentrale kreative/künstlerische Aktivitäten auslösen. Zu ihr werden 30 Klassen der ÖNACE 1995 gezählt. Zur Kreativwirtschaft im weiteren Sinne wurde die gesamte Wertschöpfungskette inklusive dem Handel und den industriell geprägten Wirtschaftszweigen, ZulieferInnen und AbnehmerInnen von kreativen Leistungen zugerechnet. Insgesamt sind dies 100 Klassen der ÖNACE 1995.¹¹⁹ In einem abschließenden Schritt wurde zur Strukturierung der Kreativwirtschaft in der Stadtregion eine Differenzierung der kreativwirtschaftlichen Wirtschaftszweige nach inhaltlich abgegrenzten Domänen vorgenommen. (vgl. Kapitel 5.5)

5.4.1 Statistische Grundlagen

Als Datenbasis zur Erfassung der Kreativwirtschaft in der Stadtregion Linz konnte aufgrund der detaillierten Anforderung an die Ausprägungen (ÖNACE-4-Steller auf Gemeindeebene) nur auf die pensionsversicherungsrechtlich relevanten Daten des Hauptverbandes der österreichischen Sozialversicherungsträger zurückgegriffen werden. Die Daten liegen in Form von anonymisierten Beschäftigungs- und Versicherungsverhältnissen von Personen in Betrieben ab dem Jahr 1995 vor.

Die Daten des Hauptverbandes lieferten die Anzahl der Beschäftigten¹²⁰ und die Anzahl der Betriebe¹²¹ nach ÖNACE-4-Stellern und auf der Ebene von Bezirken. Durch die Nichtverfügbarkeit von Daten¹²² auf der Ebene der Gemeinden wurde für die näherungsweise Berechnung des festgelegten geografischen Geltungsbereiches (vgl. Kapitel 6) ein Berechnungsmodell¹²³ entwickelt, das sich auf eine gesonderte Auswertung der Arbeitstättenzählung 2001 und die Daten des Hauptverbandes der Sozialversicherungsträger stützt. Die Daten für den geografischen Geltungsbereich werden in den Tabellen für die Kreativwirtschaft (i. e. S.) gesondert ausgewiesen.

¹¹⁸ i. e. S. = im engeren Sinne, i. w. S. = im weiteren Sinne

¹¹⁹ Die ÖNACE-Klassen in eckiger Klammer beziehen sich auf die aktuelle Wirtschaftstätigkeitenklassifikation ÖNACE 2003, die seit 1. Jänner 2003 Gültigkeit hat.

¹²⁰ Im Hauptverband der österreichischen Sozialversicherungsträger werden nicht beschäftigte Personen sondern Beschäftigungsverhältnisse registriert. Arbeitet jemand beispielsweise bei zwei ArbeitgeberInnen, wird er bzw. sie im Rahmen der Sozialversicherung doppelt erfasst. Damit kommt es zwangsläufig zu Doppelzählungen.

¹²¹ Als Betrieb gelten im Sinne des Hauptverbandes alle natürlichen und juristischen Personen sowie alle anderen Institutionen, die bei den Sozialversicherungsträgern ArbeitnehmerInnen gemeldet haben. Demnach sind unter dem Begriff "Betrieb" nicht nur Produktionsstätten und Dienstleistungsbetriebe im herkömmlich verstandenen Sinne zu subsumieren, auch Haushalte, die sozialversicherungspflichtige Personen beschäftigen oder andere Institutionen die eineN ArbeitnehmerIn gemeldet haben (also auch Einrichtungen des ersten und dritten Sektors), gehen in die Statistik ein. Die Anzahl der Betriebe entspricht der im Hauptverband der österreichischen Sozialversicherungsträger registrierten Anzahl der Dienstgeber-Kontonummern. Sind im Hauptverband der österreichischen Sozialversicherungsträger einem Unternehmen mehrere Dienstgeber-Kontonummern zugeordnet, so gehen die Unternehmen mit einer dementsprechenden Anzahl an Betrieben in die Statistik ein.

¹²² In der Leistungs- und Strukturstatistik (Statistik Austria 2004) liegen die Zahlen der Betriebserlöse nur nach Bundesländern (NUT 2) und Abteilungen (2-Stellern, nur D-K) der Systematik der Wirtschaftstätigkeiten (ÖNACE 1995) vor. (vgl. Statistik Austria 2004)

¹²³ Das Berechnungsmodell setzt sich zum einen aus einem territorialen Gewichtungsfaktor, berechnet aus der Arbeitstättenzählung 2001, zum anderen aus einem Wirtschaftsklassenverteilungsfaktor, berechnet aus den Daten des Hauptverbandes, zusammen.

5.5 Domänen der Kreativwirtschaft

Zur Strukturierung der Kreativwirtschaft in der Stadtregion Linz wurde eine Differenzierung nach inhaltlich abgegrenzten Domänen vorgenommen. Diese Differenzierung orientiert sich dabei an vorhandenen Kreativ- und Kulturwirtschaftsberichten, insbesondere an jenen von Wien und Berlin.

Folgende Domänen der Kreativwirtschaft werden in der vorliegenden Studie unterschieden:

- Buch-, Literatur- und Pressemarkt
- Musikwirtschaft und Phonomarkt
- Film-, Video-, Fernseh- und Radiowirtschaft
- Werbung und Werbewirtschaft
- Architektur und kulturelles Erbe
- Informations-, Kommunikations-, Multimedia- und Internetwirtschaft
- Kunstmarkt (Bildende Kunst, Grafik, Mode, Design, Fotografie) und Kunsthandwerk
- Darstellende Kunst und unterhaltungsbezogene Kunst
- Forschung, Entwicklung, Bildung und Beratung¹²⁴

Innerhalb der Domänen der Kreativwirtschaft wird jeweils zwischen dem kreativen Kernbereich (Kreativwirtschaft im engeren Sinne) und der gesamten Wertschöpfungskette inklusive der industriell geprägten Wirtschaftszweige (Kreativwirtschaft im weiteren Sinne) unterschieden. (vgl. Kapitel 5.4) Im folgenden werden die einzelnen Domänen überblicksmäßig beschrieben. Eine detaillierte Übersicht über die in den einzelnen Domänen enthaltenen ÖNACE-Klassen befindet sich jeweils zu Beginn der in Kapitel 7.4 folgenden Darstellungen der Domänen.

¹²⁴ Für die Domäne Forschung, Entwicklung, Bildung und Beratung finden sich in anderen kultur- und kreativwirtschaftlichen Studien und Berichten keine vergleichbaren Beispiele. Die AutorInnen der vorliegenden Studie vertreten allerdings die Meinung, dass diese Bereiche durchaus der Kreativwirtschaft zugeordnet werden sollten, da neben der künstlerischen Produktion vor allem wissenschaftliche Leistungen als originär kreative Akte gefasst werden können, d. h. als jene Akte, denen besondere Kreativität zugeschrieben wird. Dies gilt auch, in geringerem Maße, für die Bereiche Bildung und Beratung, bei denen es immer um eine besondere Art der Verwertung von Wissen geht. Prominente AutorInnen betonen ebenfalls die Wichtigkeit des Bildungsbereichs für die Kreativwirtschaft. (vgl. Hartley 2005, S. 24 f., Howkins 2001, S. xiii ff., Florida 2002, S. 191 f.)

5.5.1 Buch-, Literatur- und Pressemarkt

Der Buch-, Literatur- und Pressemarkt umfasst in der gewählten Abgrenzung im Kernbereich das Verlagswesen, die selbständigen JournalistInnen, schriftstellerische Tätigkeiten, Korrespondenz- und Nachrichtenbüros, Übersetzungsdienste und DolmetscherInnen sowie die Bibliotheken und Archive. Das eher industriell geprägte Druckgewerbe, die Buchbinderei und sonstige druckvorbereitende Dienstleistungen sowie der Handel mit Büchern, Zeitschriften, Zeitungen, Schreibwaren und Bürobedarf (geringer kreativer Anteil) vervollständigen die Wertschöpfungskette dieser Domäne.

5.5.2 Musikwirtschaft und Phonomarkt

Die Domäne Musikwirtschaft und Phonomarkt enthält die Herstellung von Musikinstrumenten, den Verlag und die Vervielfältigung von bespielten Tonträgern, KomponistInnen, DirigentInnen und MusikerInnen, Orchester, Kapellen und Chöre, Musikverlage und -labels sowie Opern und Konzerthallen. Für den Überblick über die gesamte Wertschöpfungskette wurden auch (teilweise anteilig) die Herstellung von unbespielten Ton-, Bild- und Datenträgern, die Vervielfältigung von bespielten Bild- und Datenträgern, die Herstellung von nachrichtentechnischen Geräten und Einrichtungen, die Herstellung von Rundfunk-, Fernseh- und phonotechnischen Geräten, der Handel mit Musikinstrumenten und mit den zuvor genannten Geräten sowie deren Reparatur, außerdem Bars, Nachtclubs und Diskotheken berücksichtigt, die aufgrund der geringeren kreativen Leistung nur zur Kreativwirtschaft im weiteren Sinne gezählt werden können.

5.5.3 Film-, Video-, Fernseh- und Radiowirtschaft

Die Film-, Video-, Fernseh- und Radiowirtschaft schließt die Produktion und Postproduktion sowie den Vertrieb und Verleih von Filmen und Videos (außer an die Allgemeinheit), des weiteren alle Kinos und die Hörfunk- und Fernsehanstalten sowie die Hersteller von Hörfunk- und Fernsehprogrammen ein. Zur Film-, Video-, Fernseh- und Radiowirtschaft im weiteren Sinne gehören (teilweise anteilig) die Vervielfältigung von bespielten Bildträgern, die Herstellung von unbespielten Ton-, Bild- und Datenträgern, die Herstellung von nachrichtentechnischen Geräten und Einrichtungen, von Rundfunk-, Fernseh- und phonotechnischen Geräten sowie von optischen und fotografischen Geräten, darüber hinaus der Handel, die Reparatur und die Vermietung dieser Geräte und Einrichtungen.

5.5.4 Werbung und Werbewirtschaft

Die Domäne Werbung und Werbewirtschaft beinhaltet die Planung und Durchführung von Werbekampagnen, die Werbeberatung, das Werbedesign und die Werbegrafik, die Gestaltung von Schaufenstern und Ausstellungsräumen, die Außenwerbung, die Verbreitung durch die Medien (Verkauf von Sendezeiten und Anzeigeflächen für verschiedene Werbezwecke) den Verkauf von Sendezeiten, die Luftwerbung, die Verteilung und Zustellung von Werbematerial und Mustern, die Bereitstellung von Werbeflächen sowie die Vermittlung von Anzeigenaufträgen.

5.5.5 Architektur und kulturelles Erbe

Unter der Domäne Architektur und kulturelles Erbe werden die Architektur- und Ingenieurbüros, der Betrieb von Museen aller Art, der Betrieb von historischen Stätten und Gebäuden, Kunstausstellungen sowie der Denkmalschutz zusammengefasst.

5.5.6 Informations-, Kommunikations-, Multimedia- und Internetwirtschaft

Die Informations-, Kommunikations-, Multimedia- und Internetwirtschaft umfasst die Fernmeldedienste (inkl. Übertragung von Fernseh- und Radioprogrammen, Internet-Provider, ...), die Hardwareberatung, die Softwarehäuser, den Verlag und die Herstellung von Standardsoftware, die Herstellung von Videospiele, die Softwareberatung und -entwicklung, die Datenverarbeitungsdienste und die Anbieter von Datenbanken sowie sonstige mit der Datenverarbeitung verbundene Tätigkeiten. Im weiteren Sinne zählen zu dieser Domäne auch (anteilig) die Herstellung von bespielten Datenträgern und die Herstellung von unbespielten Ton-, Bild- und Datenträgern, der Handel mit Datenverarbeitungsgeräten, peripheren Einheiten und Software sowie die Instandhaltung und Reparatur von Datenverarbeitungsgeräten und -einrichtungen.

5.5.7 Kunstmarkt (Bildende Kunst, Grafik, Mode, Design, Fotografie) und Kunsthandwerk

Die Domäne Kunstmarkt und Kunsthandwerk umfasst die selbständigen Bildenden KünstlerInnen (MalerInnen, ZeichnerInnen, BildhauerInnen, ...), die Be- und Verarbeitung von Natursteinen, die Be- und Verarbeitungs- und Kunstschmieden, die Herstellung von Schmuck, Gold- und Silberschmiedewaren, von Fantasieschmuck sowie von diversen Erzeugnissen (Kerzen, künstliche Blumen, Christbaumschmuck, wissenschaftliche Demonstrationsbehelfe, ...), (anteilig) den Einzelhandel mit Antiquitäten und Gebrauchsgütern (in Verkaufsräumen), die Fotoateliers und Fotolabors sowie die Erbringung verschiedener unternehmensbezogener Dienstleistungen (Modedesign für Textilien, Kleidung, Schuhe, Schmuck oder Möbel, Kommunikations- und Industrial Design, Tätigkeit von KünstlerInnenagenturen, Verwaltung von Patenten, ...). Im weiteren Sinne zählen hierzu auch die Herstellung von Bekleidung, Lederbekleidung und Schuhen, die Herstellung und Veredlung von Holzwaren, die Herstellung von Korb-, Flecht- und Korbwaren, von fotochemischen Erzeugnissen, von sonstigen Gummi-, Kunststoff und Glaswaren, von keramischen Haushaltswaren und von Ziergegenständen, Mineralerzeugnissen und von fotografischen Geräten sowie der Handel und die Reparatur von diesen Gütern.¹²⁵

¹²⁵ Hier zeigt sich die Problematik bei der Eingrenzung der Kreativwirtschaft sehr deutlich. Vor allem im Bereich von Mode und Design sind die Grenzen zwischen künstlerischer Betätigung (z. B. Designateliers für Mode), Kunsthandwerk (z. B. Hersteller von Puppenbekleidung) und der Produktion in diesem Kontext (z. B. Schuhmacher, Herstellung von Lederbekleidung, ...) fließend. Formale Kriterien wie etwa die Berechtigung, als KünstlerIn tätig zu sein oder ein Kunsthandwerks-gewerbe auszuüben, existieren zwar in manchen Bereichen, in den vorhandenen Datenbeständen und somit bei der empirisch-statistischen Ein- und Abgrenzung sind diese Kriterien allerdings nur in den seltensten Fällen greifbar.

5.5.8 Darstellende Kunst und unterhaltungsbezogene Kunst

Die Darstellende Kunst und unterhaltungsbezogene Kunst umfasst Theater- und Schauspielgruppenensembles, Varietés und Kleinkunsthäuser, Ballettgruppen, Schauspielhäuser, Theaterveranstalter und -kassen, KünstlerInnenagenturen, Tanzschulen, die selbständigen BühnenkünstlerInnen und ArtistInnen sowie die Erbringung von sonstigen Dienstleistungen für Unterhaltung, Erholung und Freizeit wie Zirkusbetriebe, Schausteller oder Puppentheater. Im weiteren Sinne zählen hierzu auch das Schaustellergewerbe und die Vergnügungsparks.

5.5.9 Forschung, Entwicklung, Bildung und Beratung

Der Domäne Forschung, Entwicklung, Bildung und Beratung werden Hochschulen und hochschulverwandte Lehranstalten, die außeruniversitäre Forschung und Entwicklung im Bereich Natur-, Ingenieur-, Agrarwissenschaften und Medizin, im Bereich Rechts-, Wirtschafts- und Sozialwissenschaften sowie im Bereich Sprach-, Kultur- und Kunstwissenschaften, die Markt- und Meinungsforschung und die Unternehmens- und Public-Relations-Beratung zugezählt. Im weiteren Sinne werden dieser Domäne Allgemein bildende weiterführende Schulen, berufsbildende weiterführende Schulen und Erwachsenenbildung und Unterricht zugerechnet.

Domänen der Kreativwirtschaft	Selbständige und FreiberuflerInnen	Unternehmen und Einrichtungen	Beispiele in der Stadtregion Linz
Buch-, Literatur- und Pressemarkt	SchriftstellerInnen, JournalistInnen, PressefotografInnen	Buchverlage, Druckereien, Buchbinde-reien, Buchhandlungen, Nachrichtenbüros, Bibliotheken, Archive	Thalia.at, ALEX - Eine Buchhandlung, Archiv der Stadt Linz, "der kleine Buchladen" (Ottensheim), OÖ. Landesbibliothek, Stifterhaus
Musikwirtschaft und Phonomarkt	KomponistInnen, DirigentInnen, MusikerInnen, TontechnikerInnen	Musikverlage, Musikinstrumentenhersteller, Musikfachgeschäfte, Discos, Opern- und Konzerthäuser	Brucknerhaus, Posthof, Anton Bruckner Centrum (Ansfelden), Musikhaus Willburger, Con.trust Music
Film-, Video-, Fernseh- und Radiowirtschaft	FilmschauspielerInnen, FilmregisseurInnen, ModeratorInnen	Filmproduktionsfirmen, Kinos, Rundfunk- und TV-Anstalten, Ton- und Filmstudios	Cineplexx, Movimento/City-Kino, Radio FRO, ORF OÖ, LT-1, Life Radio, Filmszene Ottensheim
Werbung und Werbewirtschaft	WerbegrafikerInnen, WerbetexterInnen	Werbeagenturen, Werbemittelverteiler, Außenwerbung	Reichl & Partner, Sery, CREATEAM, UPART, Werbering
Architektur und kulturelles Erbe	ArchitektInnen, RestauratorInnen, StadtplanerInnen, DenkmalschützerInnen	Architekturbüros, Museen	LENTOS, Oö. Landesmuseen, Genesis, Arbeitsgemeinschaft (ARGE) Spittelwiese, RIEPL RIEPL
Informations-, Kommunikations-, Multimedia- und Internetwirtschaft	SystemanalytikerInnen, WebdesignerInnen, ProgrammiererInnen	Hardwareberatung, Softwarehäuser, Datenbankanbieter, Telekommunikationsdienstleister, Internetprovider	LIWEST, NETural Communication, mDesign, FABA Soft
Kunstmarkt (Bildende Kunst, Grafik, Mode, Design, Fotografie) und Kunsthandwerk	MalerInnen, DesignerInnen, FotografInnen	Galerien, Designateliers, Kunstschmieden, Kunstausstellungen, Antiquariaten, Fotoateliers, Gold- und Silberschmieden	Galerie Brunnhofer, Galerie Pehböck (Perg), Antikhaus Freller, formquadrat, Acci Selek, Schmuckwerkstätte Design Renate Bauer
Darstellende Kunst und unterhaltungsbezogene Kunst	BühnenkünstlerInnen, ArtistInnen, TänzerInnen	Varietétheater, Zirkusbühnen, Schau-steller, Kabaretttheater, Tanzschulen, Theater, Veranstalter von Freizeitevents	Landestheater, Theater Phönix, Tanzschule Frauendienst, CCL coreographic centre linz
Forschung, Entwicklung, Bildung und Beratung	WissenschaftlerInnen, ForscherInnen, UnternehmensberaterInnen, PR-BeraterInnen	außeruniversitäre Forschungseinrich-tungen, Universitäten, Consultingunter-nehmen, Markt- und Meinungsforschung	Kunsthochschule Linz, Johannes Kepler Universität Linz, FH Hagenberg, IMAS, market, ÖSB Consulting GmbH

Tab. 5: Beispiele für die Domänen der Kreativwirtschaft in der Stadtregion Linz

6. Die Stadtregion Linz

Als Stadtregion wird gemeinhin der Kern eines Ballungsraums, bestehend aus einer Kernstadt und ihren suburbanen Vorortgemeinden bezeichnet. Als entscheidendes Bestimmungsmerkmal einer derartigen sozioökonomischen Raumeinheit gilt "[...] neben einer erheblichen Größe und Verdichtung eine besonders enge soziale und wirtschaftliche Verbundenheit zwischen der Stadt und ihrem Umland [...]"¹²⁶ Da der Begriff der Stadtregion grundsätzlich nur die unmittelbare, dicht bebaute Umgebung der Kernstadt und nicht die ländlich geprägten peripheren Teilräume beinhaltet, müsste in der vorliegenden Studie eigentlich von der erweiterten Stadtregion Linz gesprochen werden. Aus Vereinfachungsgründen wird hierauf allerdings verzichtet. Die Miteinbeziehung der peripheren Teilräume erscheint im Zusammenhang mit dem verfolgten Forschungsinteresses durchaus als sinnvoll, da ansonsten kreativwirtschaftlich besonders interessante Gemeinden wie Hagenberg oder Ottensheim nicht in die Forschung miteinbezogen hätten werden können.

Im folgenden Kapitel erfolgt eine nähere Betrachtung des geografischen Geltungsbereichs, dies nicht zuletzt, um außenstehenden Personen einen Einblick in die Stadtregion Linz zu verschaffen. Anhand einer Reihe von sozioökonomischen Indikatoren wie Fläche und Bevölkerungsdichte, Bevölkerungsentwicklung, Erwerbsquoten oder aus- und einpendelnden Erwerbstätigen wird ein Bild der Stadtregion Linz vermittelt, das die Grundlage für die im darauf folgenden Kapitel erfolgende Darstellung der Situation und Entwicklung der Kreativwirtschaft liefern soll.

Der Großraum Linz zählt aufgrund seiner guten Standortbedingungen, der attraktiven Verkehrsinfrastruktur (Westautobahn, Westbahnstrecke, Donauwasserweg und Luftfahrt durch den Flughafen Linz-Hörsching) sowie seiner langen wirtschaftlichen Tradition zu den bedeutendsten Wirtschaftsregionen in Österreich. Ihre Bedeutung wird immer wieder in internationalen Rankings von Standorten hervorgehoben. In einer aktuellen Studie, die im Auftrag des deutschen Manager-Magazins von einem ExpertInnenteam der Wissenschaftlichen Hochschule für Unternehmensführung Vallendar und der Standortberatung Contor durchgeführt wurde, belegt die Region Linz-Wels den ersten Platz unter 35 analysierten österreichischen Regionen (vor Steyr-Kirchdorf, dem Rheintal-Bodenseegebiet, Graz und dem Mühlviertel). Im EU-weiten Ranking von 1.207 Regionen nach EU-Kategorie NUTS-3 ist dies der hervorragende 44. Platz, für 2010 wird sogar der 29. Platz prognostiziert.¹²⁷

¹²⁶ Jähne/Wolke 2000, Abs. 3

¹²⁷ vgl. manager magazin ONLINE GmbH 2005. Als bester Standort in Deutschland wird übrigens Bremen auf dem 368. Platz ausgewiesen.

Die Stärke der oberösterreichischen Wirtschaft wird außerdem in seiner Innovationskraft und der Flexibilität der Unternehmen sowie in der hohen beruflichen Qualifikation und der Förderung von Forschung und neuen Technologien gesehen. Laut oberösterreichischem Standort- und Technologiebericht 2004 wurden im Zeitraum von 1998 bis 2003 für die Umsetzung des Strategischen Programms OÖ 2000+ über 80 Millionen Euro für die Technologiepolitik zur Verfügung gestellt und damit Forschungs- und Entwicklungseinrichtungen, Technologiezentren und Netzwerke unterstützt.¹²⁸

Die regionale Wirtschaftskraft kann anhand des Bruttoregionalprodukts (BRP = die regionale Entsprechung zum Bruttoinlandsprodukt) dargestellt werden. Im Jahr 2001 betrug das BRP in Oberösterreich 35 Milliarden Euro. Damit befand sich Oberösterreich an zweiter Stelle nach Wien. Das Bruttoregionalprodukt je EinwohnerIn lag im Jahr 2001 in Oberösterreich 10 Prozent über dem EU 15-Durchschnitt, Oberösterreich damit an 51. Stelle von 220 EU-Regionen. Das Wachstum der Bruttowertschöpfung in Oberösterreich war mit 2,2 Prozent das höchste aller Bundesländer. Überdies hat Oberösterreich die niedrigste Arbeitslosenquote aller Bundesländer (diese lag 2003 beispielsweise mit einem Jahresdurchschnitt von 4,5 Prozent um 2,5 Prozentpunkte unter dem Österreichschnitt). Ein weiterer Indikator für die Wirtschaftskraft ist der materielle Lebensstandard und die Kaufkraft¹²⁹ je EinwohnerIn. Der Wert für Oberösterreich liegt hier unter dem österreichischen Durchschnitt und Oberösterreich nimmt österreichweit nur Platz sechs ein. Innerhalb von Oberösterreich ist die Kaufkraft je EinwohnerIn in Linz-Stadt am höchsten.

Im European Innovation Scoreboard (EIS), einem von der Europäischen Kommission entwickelten Innovationsanzeiger, nimmt Oberösterreich im EU-weiten Vergleich im Jahr 2003 von 173 Regionen die 61. Stelle ein. In der Gegenüberstellung der österreichischen Bundesländer liegt Oberösterreich in der regionalen Innovationskraft hinter Wien und Vorarlberg an der dritten Stelle. Der regionale Vergleich im EIS wurde auf der Basis von 13 Indikatoren entwickelt. Ein bedeutender Innovationsindikator ist dabei die Anzahl der Patente. Oberösterreichische Firmen sind hierbei in Österreich Spitzenreiter und belegen den 49. Platz unter den 210 EU-NUTS-2-Regionen. Bei den Unternehmensneugründungen liegt Oberösterreich gleich hinter Wien an zweiter Stelle in Österreich. Außerdem ist Oberösterreich mit Exporten von 13,82 Milliarden Euro, das sind 26,3 Prozent der gesamtösterreichischen Exporte, das wichtigste Exportbundesland Österreichs.

Die Struktur der Wirtschaftsregion Linz ist durch Großunternehmen, aber auch viele kleine und mittlere innovative Unternehmen in produzierendem Gewerbe, Handel und Dienstleistungssektor gekennzeichnet. Besondere Bedeutung kommt dabei der Stahlindustrie, den Industrieanlagen und dem Maschinenbau zu. Die Schlüsseltechnologien der Industrie in der Region bilden Informationstechnologie, Regel- und Steuerungstechnik, Automatisierung und Elektronik. Der Standort Linz ist auch bekannt für Chemie, wobei die Schwerpunkte auf Pharma-, Lebensmittel- und Agrochemie liegen. In den letzten Jahren haben sich zudem produktionsnahe Dienstleistungen in Marketing, Werbung, Neue Medien, Telekommunikation und Informationsverarbeitung stark weiterentwickelt.

¹²⁸ vgl. OÖ. Technologie- und Marketinggesellschaft m. b. H. 2005

¹²⁹ Unter Kaufkraft wird die Fähigkeit einer Person/eines Haushaltes verstanden, mit verfügbarem Geld in einem bestimmten Zeitraum Güter, Dienstleistungen und Rechte erwerben zu können.

In den letzten Jahrzehnten hat sich die Stadtregion Linz allerdings auch als Kulturstandort etabliert. "Von der Industrie- zur Kulturstadt" ist ein im Zusammenhang mit der Stadt(region) Linz oft gebrauchter Slogan. Der mit diesem Slogan suggerierte Wandel von der Industrie- zur Kulturstadt bezeichnet allerdings viel mehr den Wandel des Images der Stadt Linz und die Wahrnehmung der Stadt durch die eigene Bevölkerung. Dies zeichnet sich etwa in einer Kulturumfrage des Meinungsforschungsinstituts Spectra aus dem Jahr 2002 ab. Es wurde unter anderem nach dem Image von Linz gefragt. Während 1993 noch 75 Prozent der Befragten Linz gedanklich mit Industriestadt verbanden, waren es 2001 nur noch 66 Prozent. 2002 stieg der Anteil jener, die in Linz vor allem einen Industriestandort sehen, wieder auf 68 Prozent an. 1993 assoziierten 22 Prozent der Befragten Linz mit Kulturstadt. Bis 1999 hat sich der Anteil mit 46 Prozent mehr als verdoppelt. Seither ist die Wahrnehmung von Linz als Kulturstadt wieder leicht gesunken (2002 waren es 42 Prozent). Faktisch ist Linz sowohl Industrie- als auch Kulturstadt.

Auch der Anteil jener, die Linz als Universitätsstadt erleben, ist zwischen 1993 und 1999 gewachsen (von 38 Prozent auf 49 Prozent). 2001 ist der Prozentsatz jener, die Linz aufgrund der Bildungsmöglichkeiten schätzen, auf 44 Prozent gesunken, seither wieder um 3 Prozent gestiegen. Außerdem spiegelt die Einschätzung und die Nutzung des Kulturangebots der Linzer Bevölkerung die Bedeutung von Linz als Kulturstadt wider. 56 Prozent empfanden das Veranstaltungsangebot als groß bis sehr groß und 16 Prozent nutzten es intensiv bis sehr intensiv. 30 Prozent der Befragten hielten das Kulturangebot für besser als in anderen Landeshauptstädten. 54 Prozent der interviewten LinzerInnen sahen in der Errichtung des Kunstmuseum Lentos eine Bereicherung für Linz als Kulturstadt und 72 Prozent hatten das Gefühl, dass sie als LinzerInnen stolz auf das Angebot an Kunst-Ausstellungen sein können.

Mittlerweile stehen in der Stadt(region) Linz also Industrie und Kultur relativ ebenbürtig nebeneinander, darüber hinaus gibt es interessante Vernetzungen zwischen Industrie, Wirtschaft sowie Kunst und Kultur. Die Wurzeln der breitenwirksamen Wahrnehmung von Linz als Kulturstadt werden in Verbindung mit unterschiedlichen Ereignissen verortet. Vor allem mit der Eröffnung des Brucknerhauses vor 30 Jahren begann Linz sein Image zu verändern. Als entscheidende Größen für den angesprochenen Imagewandel gelten einerseits das Brucknerfest und die Ars Electronica als international hoch angesehene Festivals, die das kulturelle Bild von Linz seit vielen Jahren prägen, andererseits die Freie Szene. Ein weiteres Indiz kann im Kulturentwicklungsplan Linz gesehen werden, der im März 2000 vom Gemeinderat der Stadt Linz einstimmig beschlossen wurde. Er enthält das Bekenntnis zu Linz als Kulturstadt und formuliert kulturpolitische Schwerpunktsetzungen in den Bereichen Technologie, Neue Medien, Offene Räume und Freie Szene. Einen aktuellen Meilenstein in der Entwicklung der Kulturstadt Linz stellt die Ernennung zur Europäischen Kulturhauptstadt 2009 dar.

6.1 Der geografische Geltungsbereich: Die Stadtregion Linz

Der geografische Geltungsbereich der Studie umfasst die Gemeinden in der erweiterten Stadtregion Linz. Neben der Statutarstadt Linz sind dies alle Gemeinden des Bezirks Linz-Land, ein Großteil der Gemeinden des Bezirks Urfahr-Umgebung (identisch mit dem Gerichtsbezirk Urfahr-Umgebung), ein Teil der Gemeinden des Bezirks Perg (identisch mit dem Gerichtsbezirk Mauthausen) sowie ein kleiner Teil der Gemeinden des Bezirks Freistadt. Neben der Landeshauptstadt Linz sind 53 weitere Gemeinden dieser vier politischen Bezirke zum geografischen Geltungsbereich zu zählen.

Politische Bezirke	Gemeinden
Linz-Stadt	Linz
Freistadt	Hagenberg im Mühlkreis
Freistadt	Neumarkt im Mühlkreis
Freistadt	Pregarten
Freistadt	Unterweikersdorf
Freistadt	Wartberg ob der Aist
Linz-Land	Allhaming
Linz-Land	Ansfelden
Linz-Land	Asten
Linz-Land	Eggendorf im Traunkreis
Linz-Land	Enns
Linz-Land	Hargelsberg
Linz-Land	Hofkirchen im Traunkreis
Linz-Land	Hörsching
Linz-Land	Kematen an der Krems
Linz-Land	Kirchberg-Thening
Linz-Land	Kronstorf
Linz-Land	Leonding
Linz-Land	Neuhofen an der Krems
Linz-Land	Niederneukirchen
Linz-Land	Offering
Linz-Land	Pasching
Linz-Land	Piberbach
Linz-Land	Pucking
Linz-Land	Sankt Florian
Linz-Land	Sankt Marien
Linz-Land	Traun
Linz-Land	Wilhering
Perg	Katsdorf
Perg	Langenstein
Perg	Luftenberg an der Donau
Perg	Mauthausen
Perg	Perg
Perg	Ried in der Riedmark
Perg	Sankt Georgen an der Gusen
Perg	Schwertberg
Urfahr-Umgebung	Alberndorf in der Riedmark
Urfahr-Umgebung	Altenberg bei Linz
Urfahr-Umgebung	Eidenberg
Urfahr-Umgebung	Engerwitzdorf
Urfahr-Umgebung	Feldkirchen an der Donau
Urfahr-Umgebung	Gallneukirchen
Urfahr-Umgebung	Goldwörth
Urfahr-Umgebung	Gramastetten
Urfahr-Umgebung	Helmonsödt
Urfahr-Umgebung	Herzogsdorf
Urfahr-Umgebung	Kirchschlag bei Linz
Urfahr-Umgebung	Lichtenberg
Urfahr-Umgebung	Ottensheim
Urfahr-Umgebung	Puchenu
Urfahr-Umgebung	Sankt Gotthard im Mühlkreis
Urfahr-Umgebung	Sonnberg im Mühlkreis
Urfahr-Umgebung	Steyregg
Urfahr-Umgebung	Walding

Tab. 6: Gemeinden der Stadtregion Linz nach politischen Bezirken

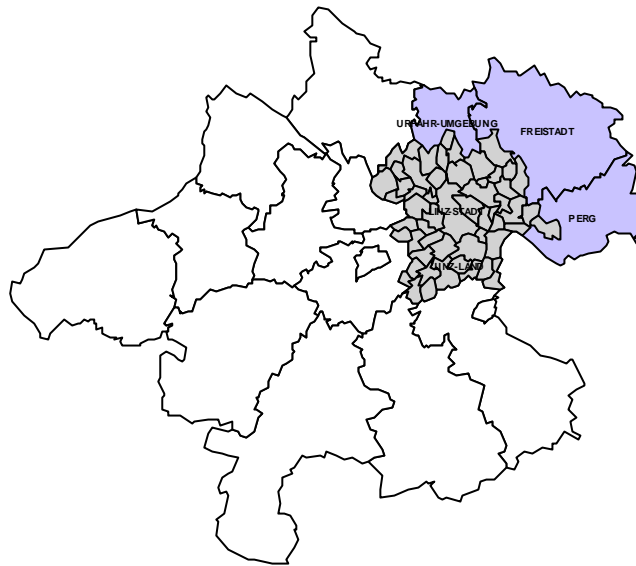


Abb. 8: Oberösterreich und die Stadtregion Linz



Abb. 9: Die Stadtregion Linz

6.2 Übersicht über verwendete Indikatoren und Datenquellen

Zur Abbildung der Situation und Entwicklung des geografischen Geltungsbereichs wurde eine Auswahl sozioökonomischer Indikatoren erhoben. Neben der Wohnbevölkerungsstruktur und -entwicklung handelt es sich bei diesen Indikatoren vor allem um Kennzahlen zur Bildungsstruktur und zum Themenfeld Arbeitsmarkt und Beschäftigung. Die Strukturanalyse wurde dabei auf der Ebene der Stadtregion Linz durchgeführt und beinhaltet nach Möglichkeit innerregionale Vergleiche sowie die getrennte Betrachtung nach Alters- und Geschlechterstruktur.

Datenbereich	Indikatoren	Datenbestand		Quellen
		1991	2001	
Bevölkerungsstruktur	Wohnbevölkerung	x	x	Statistik Austria, Amt der Oö. Landesregierung - Abteilung Statistik
	Bevölkerungsdichte und Fläche in km ² Katasterfläche	x	x	Statistik Austria, Amt der Oö. Landesregierung - Abteilung Statistik
	Wanderungsbilanz	x	x	Statistik Austria, Amt der Oö. Landesregierung - Abteilung Statistik
Bildungsstruktur	Bildungsstand und Qualifikationsniveau	x	x	Statistik Austria, Amt der Oö. Landesregierung - Abteilung Statistik
Arbeitsmarkt und Beschäftigung	Erwerbspersonen	x	x	Statistik Austria, Amt der Oö. Landesregierung - Abteilung Statistik
	Erwerbsquote	x	x	Statistik Austria, Amt der Oö. Landesregierung - Abteilung Statistik
	PendlerInnen	x	x	Statistik Austria, Amt der Oö. Landesregierung - Abteilung Statistik
	Arbeitsstätten und (unselbständig) Beschäftigte		x	Statistik Austria
	Arbeitslosigkeit (Jahresdurchschnitt)	1999 - 2004		Arbeitsmarktservice Oberösterreich (AMS)

Tab. 7: Übersicht über verwendete Indikatoren und Datenquellen

6.3 Wohnbevölkerungsentwicklung, Alters- und Bevölkerungsstruktur

Im folgenden werden zentrale demografische Entwicklungen in der Stadtregion Linz dargestellt: die Entwicklung der Wohnbevölkerung, der Bevölkerungsdichte sowie der Katasterfläche pro km². Die Entwicklung der Wohnbevölkerung wird überdies nach Alters- und Geschlechterstruktur beschrieben, die im Rahmen der Volkszählung erhoben wird. Als Basis dieses Abschnitts dienen die Ergebnisse der Volkszählung 2001. Entwicklungen beziehen sich jeweils auf den Zeitraum 1991 bis 2001 und werden durch die Vergleichswerte der Volkszählung 1991 erzielt.¹³⁰

¹³⁰ Auf die Darstellung der Wohnbevölkerungsprognose bis zum Jahr 2031 wurde verzichtet. Diese basiert auf der Bevölkerungsvorausschätzung (Hauptvariante) und ist laut Auskunft des Amtes der Oö. Landesregierung - Abteilung Statistik lediglich für das Bundesland Oberösterreich und nicht auf Gemeindeebene verfügbar.

6.3.1 Wohnbevölkerungsentwicklung

Die Ergebnisse der Volkszählung 2001 (Stichtag 15. Mai 2001) weisen für die Stadtregion Linz eine Wohnbevölkerung¹³¹ von 423.543 Personen aus. Im Vergleichszeitraum 1991 bis 2001 ergibt sich ein Bevölkerungszuwachs um 2.160 BewohnerInnen (+ 0,5 Prozent). Dieser geringe Anstieg betrifft die Stadtregion Linz in unterschiedlichem Ausmaß.

	2001	1991	Veränderungen 1991-2001	
	absolut	absolut	absolut	in %
Linz	183.504	203.044	-19.540	-9,6%
Eidenberg	1.811	2.168	-357	-16,5%
Feldkirchen a. d. Donau	5.061	5.141	-80	-1,6%
Puchenau	4.674	4.718	-44	-0,9%
	195.050	215.071	-20.021	-9,3%
...
...
...
gesamt	423.543	421.383	2.160	0,5%

Tab. 8: Gemeinden mit Bevölkerungsrückgängen in der Stadtregion Linz zwischen 1991 und 2001
(Datenquellen: Statistik Austria, Amt der Oö. Landesregierung - Abteilung Statistik, eigene Berechnungen)

Vom Rückgang der Bevölkerung ist Linz in absoluten Werten am stärksten betroffen (19.540 EinwohnerInnen). Verluste verbuchen auch Eidenberg, Feldkirchen an der Donau und Puchenau. Alle anderen Gemeinden im geografischen Geltungsbereich weisen Bevölkerungszuwächse um insgesamt 22.181 Personen auf. Zehn dieser Gemeinden haben zwischen 1991 und 2001 einen relativen Bevölkerungszuwachs von 20 Prozent oder mehr erzielt. Die höchste prozentuelle Veränderung ist in Pucking mit einer Zunahme von 33 Prozent erfolgt. In absoluten Zahlen verzeichnen die Gemeinden Engerwitzdorf, Traun, Perg, Leonding und Asten die höchsten Zuwächse.

	Veränderungen 1991-2001	
	absolut	in %
Engerwitzdorf	1.502	25,0%
Traun	1.210	5,4%
Perg	1.171	19,7%
Leonding	994	4,7%
Asten	878	17,1%
gesamt	5.755	9,5%

Tab. 9: Gemeinden mit den höchsten absoluten Bevölkerungszuwächsen in der Stadtregion Linz zwischen 1991 und 2001
(Datenquellen: Statistik Austria, Amt der Oö. Landesregierung - Abteilung Statistik, eigene Berechnungen)

¹³¹ Der Begriff Wohnbevölkerung umfasst alle Personen, die zum Zeitpunkt der Volkszählung ihren ordentlichen Wohnsitz in der Stadtregion Linz hatten. Als Hauptwohnsitz wird der Mittelpunkt der Lebensbeziehungen verstanden.

Im Jahr 2001 beheimaten die fünf einwohnerstärksten Städte der Stadtregion rund 60 Prozent der Gesamtbevölkerung im geografischen Geltungsbereich.

	2001		1991		Veränderungen 1991-2001	
	absolut	in %	absolut	in %	absolut	in %
Linz	183.504	43,3%	203.044	48,2%	-19.540	-9,6%
Traun	23.470	5,5%	22.260	5,3%	1.210	5,4%
Leonding	22.203	5,2%	21.209	5,0%	994	4,7%
Ansfelden	14.789	3,5%	14.636	3,5%	153	1,0%
Enns	10.611	2,5%	10.192	2,4%	419	4,1%
gesamt	254.577	60,1%	271.341	64,4%	-16.764	-6,2%

Tab. 10: Die einwohnerstärksten Gemeinden der Stadtregion Linz 2001 und deren Entwicklung zwischen 1991 und 2001 (Datenquellen: Statistik Austria, Amt der Oö. Landesregierung - Abteilung Statistik, eigene Berechnungen)

6.3.2 Entwicklung der Bevölkerungsdichte und Katasterfläche pro km²

Laut den Daten der Volkszählung 2001 leben in der Stadtregion Linz auf 1.243,7 km² durchschnittlich 341 BewohnerInnen pro km² Katasterfläche¹³².

Die höchste Bevölkerungsdichte¹³³ weist Linz mit 1.912 EinwohnerInnen pro km² Katasterfläche auf. Alle anderen 53 Gemeinden der Stadtregion sind weniger dicht besiedelt. Nimmt man Linz und dessen Fläche aus der Berechnung, reduziert sich die Bevölkerungsdichte der verbleibenden Gemeinden. Auf einer Fläche von 1.147,7 km² Katasterfläche leben dann im Mittel 209 Personen. Die Spannweite der Bevölkerungsdichte der Gemeinden reicht von 60 (Hargelsberg) bzw. 62 (Eidenberg) Personen bis zu 1.142 (Gallneukirchen) bzw. 1.519 (Traun) Personen pro km² Katasterfläche.

Betrachtet man die Entwicklung der Bevölkerungsdichte pro km² Katasterfläche im Vergleichszeitraum 1991 bis 2001 im geografischen Geltungsbereich, so ergibt sich eine Erhöhung der Bevölkerungsdichte pro km² von 336 auf 341 Personen (+ 1,5 Prozent) und eine Verringerung der Katasterfläche um 0,9 Prozent oder 11,9 km².

	Bevölkerungsdichte				Fläche in km ² Katasterfläche			
	2001	1991	Veränderungen 1991-2001		2001	1991	Veränderungen 1991-2001	
			absolut	in %			absolut	in %
gesamt	341	336	5	1,5%	1243,7	1255,6	-11,9	-0,9%

Tab. 11: Entwicklung der Bevölkerungsdichte und Fläche in km² in der Stadtregion Linz zwischen 1991 und 2001 (Datenquellen: Statistik Austria, Amt der Oö. Landesregierung - Abteilung Statistik, eigene Berechnungen)

¹³² Katasterfläche bezeichnet jene Flächenangabe, die von der Vermessungsbehörde als Teil des Grundstücksverzeichnisses geführt und in der Grundstücksdatenbank gespeichert ist. Erstmals bei der Anlegung des Grundsteuerkatasters im 19. Jahrhundert ermittelt, dient sie zur Bemessung der Grundsteuer und ist durch Aktualisierungen und Neubestimmungen (z. B. bei Grundstückseinteilungen) Veränderungen unterworfen.

¹³³ Die Bevölkerungsdichte wird als Maß für die mittlere Anzahl der EinwohnerInnen pro km² Fläche herangezogen.

Vergleicht man die Ergebnisse der Volkszählungen 1991 und 2001 der Stadt Linz, so ist die Reduktion der Bevölkerungsdichte um 9,7 Prozent von 2.116 auf 1.912 Personen pro km² Katasterfläche allein auf die negative Bevölkerungsentwicklung zurückzuführen. Die Katasterfläche der Stadt Linz ist unverändert bei 96 km² geblieben. Auch Puchenuau hat einen einprozentigen Rückgang auf 571 Personen bei gleichbleibender Katasterfläche zu verzeichnen. In allen anderen Gemeinden hat sich die Bevölkerungsdichte zwischen 1991 und 2001 positiv entwickelt. Die höchste Zunahme um 151 Personen auf 1.142 Personen pro km² hat Gallneukirchen erfahren.

Die Veränderung der Katasterfläche hat in den meisten Gemeinden zwischen \pm 1 Prozent variiert. Den größten Verlust an Fläche hat Eidenberg auf 29,3 km² (- 9,4 km²) erfahren, gefolgt von Feldkirchen an der Donau auf 39,4 km² (- 4,9 km²) und Enns auf 33,3 km² (- 1 km²). Mehr als einprozentige Zuwächse haben Steyregg auf 33,1 km² (+ 8,7 Prozent) und Langenstein auf 12,4 km² (+ 9,7 Prozent) verzeichnet.

6.3.3 Entwicklung der Wanderungsbilanzen

Im Vergleich zur Wohnbevölkerungsentwicklung im geografischen Geltungsbereich sind in der Wanderungsbilanz¹³⁴ die natürlichen Faktoren von Geburten und Sterbefällen nicht enthalten.

Insgesamt weisen sieben Gemeinden in der Stadtregion Linz 2001 negative Wanderungsbilanzen auf. In einem starken Ausmaß ist davon Linz betroffen, da um 17.149 mehr Personen aus der Stadt weg- als zugezogen sind. Von einer derartigen Reduktion der Wohnbevölkerung sind auch Ansfelden (- 549 Personen), Puchenuau (- 242 Personen), Unterweikersdorf (- 231 Personen), Hörsching (- 103 Personen), Pasching (- 55 Personen) und Eidenberg (- 1 Person) betroffen.

Alle anderen Gemeinden können 2001 Bevölkerungszuwächse verbuchen. Die stärkste Ausprägung ist in Engerwitzdorf vorzufinden. In diese Gemeinde sind um 1.073 Personen mehr ein- als ausgesiedelt. Die höchsten Zuwächse verzeichnen neben Engerwitzdorf die Gemeinden Perg (+ 866 Personen), Pucking (+ 671 Personen) und Traun (+ 634 Personen). Der geringste Überhang an Zuzügen betrifft die Gemeinden Steyregg (+ 20 Personen) und Sonnberg im Mühlkreis (+ 26 Personen).

Auf der Ebene der Stadtregion Linz hat die Wanderungsbilanz 1991 mit 4.835 Personen einen positiven Wert aufgewiesen, 2001 hingegen ist die Wanderungsbilanz mit 16.048 Personen negativ. Die Interpretation dieser Entwicklung kann lediglich als negative Tendenz gewertet werden. Vor allem deswegen, weil Wanderungsbilanzen nur über Zuzüge, nicht aber über die jeweiligen Herkunftsorte informieren. Auch ist nicht ersichtlich, ob die Personen innerhalb des geografischen Geltungsbereichs übersiedeln oder diesen verlassen.

¹³⁴ Wanderungsbilanzen berechnen das Saldo von Zu- und Wegzügen aus einzelnen Gebietseinheiten wie z. B. Gemeinden oder Regionen.

6.3.4 Wohnbevölkerungsentwicklung nach Alters- und Geschlechterstruktur

Zum Stichtag der Volkszählung 2001 sind 266.533 Personen oder 60 Prozent der Wohnbevölkerung im Erwerbsalter (15 bis 59 Jahre). BewohnerInnen von 60 Jahren oder älter stellen mit 87.053 Personen 20,6 Prozent der Bevölkerung. Im Gegenzug dazu beträgt der Anteil der Kinder und Jugendlichen unter 15 Jahren 69.957 Personen bzw. 16,5 Prozent.

Zwischen 1991 und 2001 hat sich die Altersstruktur der Bevölkerung verschoben. Während die Zahl der Kinder und Jugendlichen unter 15 Jahren nahezu konstant geblieben ist und sich geringfügig um 435 Personen erhöht hat, haben die zwei anderen Altersgruppen stärkere Veränderungen erfahren.

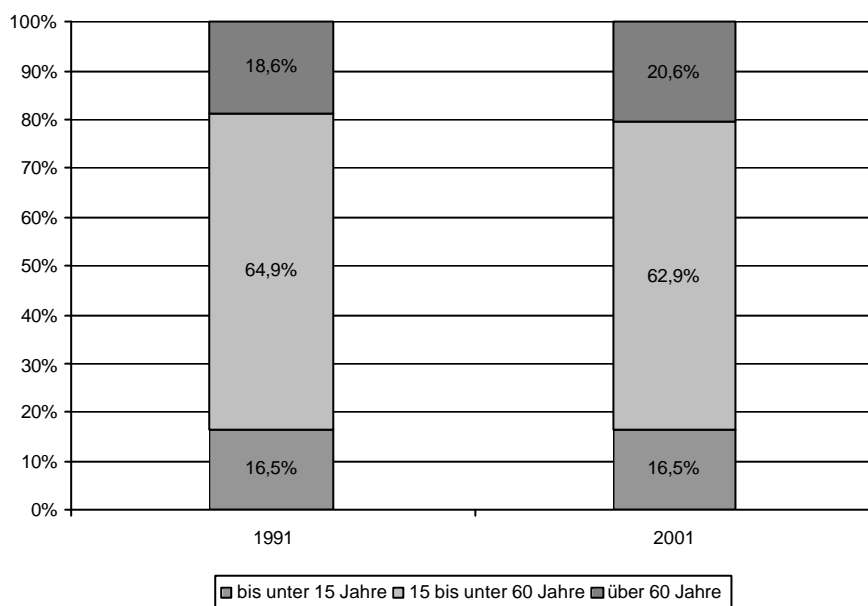


Abb. 10: Entwicklung der Wohnbevölkerung nach Altersgruppen in der Stadtregion Linz zwischen 1991 und 2001 (Datenquellen: Statistik Austria, Amt der Oö. Landesregierung - Abteilung Statistik, eigene Berechnungen)

Die Zahl der Personen im Erwerbsalter ist von 273.569 um 2,6 Prozent auf 266.533 Personen gesunken, der Anteil an der Bevölkerung ist auf 62,9 Prozent gesunken. Die Zahl der älteren bzw. alten Menschen über 60 Jahre hat hingegen um 87.053 Personen (20,6 Prozent der Bevölkerung) zugenommen.

Der innerregionale Vergleich zeigt, dass im städtischen Zentrum die Zahl der Menschen im Pensionsalter (60 Jahre oder älter) höher als im übrigen geografischen Geltungsbereich ist. In Linz (23,9 Prozent) oder Pasching (24,9 Prozent) ist beinahe jede vierte Person dieser Altersgruppe zuzuordnen. Die Zahl der Unter-15-Jährigen hingegen beläuft sich in Linz auf nur 13,9 Prozent und in Pasching auf nur 15,3 Prozent. Über dem Mittel von 16,5 Prozent liegt der Anteil von Kindern und Jugendlichen v. a. in folgenden Gemeinden: Eidenberg (22,6 Prozent), Sonnberg im Mühlkreis (22,5 Prozent), Katsdorf und Goldwörth (je 21,3 Prozent).

In Hinblick auf die Geschlechterstruktur der Bevölkerung im geografischen Geltungsbereich zeigt sich, dass Frauen mit 51,6 Prozent (218.338 Personen) die Mehrheit der Bevölkerung stellen. Zum Stichtag der Volkszählung 2001 sind 205.205 Männer in der Stadtregion Linz ansässig. Zwischen 1991 und 2001 hat sich der Frauenanteil an der regionalen Bevölkerung weiter erhöht. Die Zunahme der Gesamtbevölkerung um 0,5 Prozent oder 2.160 Personen hat im wesentlichen aus dem weiblichen Bevölkerungswachstum von 1 Prozent (2.136 Personen) resultiert. Im Zeitverlauf hat sich die Zahl der männlichen Bevölkerung kaum erhöht bzw. ist mit 24 Personen gering ausgeprägt.

Trotz dem geringen Bevölkerungswachstum hat sich die Altersstruktur bei Männern stärker verändert als bei Frauen. So gründet die Erhöhung des Anteils der Über-60-Jährigen an der Bevölkerung zwischen 1991 und 2001 um 2 Prozent (+ 8.761 Personen) im wesentlichen in der Zunahme von Männern dieser Altersgruppe um 5.599 Personen oder 18,7 Prozent.

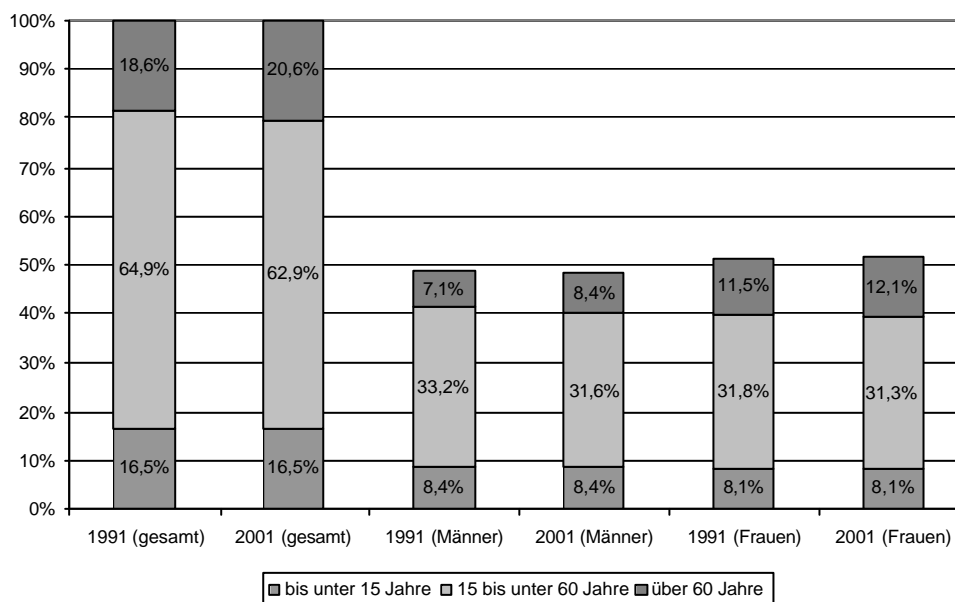


Abb. 11: Entwicklung der Wohnbevölkerung nach Altersgruppen und Geschlechterstruktur in der Stadtregion Linz zwischen 1991 und 2001
(Datenquellen: Statistik Austria, Amt der Oö. Landesregierung - Abteilung Statistik, eigene Berechnungen)

Eine zusammenfassende Darstellung der Wohnbevölkerung nach Alters- und Geschlechtsstruktur für die Stadtregion Linz bietet nachfolgende Tabelle. Diese enthält neben Ergebnissen der Volkszählungen 1991 und 2001 die Entwicklung der einzelnen Bevölkerungsgruppen für diesen Zeitraum.

	2001		1991		Veränderungen 1991-2001	
	absolut	in %	absolut	in %	absolut	in %
Wohnbevölkerung gesamt	423.543	100,0%	421.383	100,0%	2.160	0,5%
Frauen gesamt	218.338	51,6%	216.202	51,3%	2.136	1,0%
Männer gesamt	205.205	48,4%	205.181	48,7%	24	0,0%
Wohnbevölkerung bis unter 15 Jahre	69.957	16,5%	69.522	16,5%	435	0,6%
Unter-15-jährige Männer	35.770	8,4%	35.397	8,4%	373	1,1%
Unter-15-jährige Frauen	34.187	8,1%	34.125	8,1%	62	0,2%
Wohnbevölkerung 15 bis unter 60 Jahre	266.533	62,9%	273.569	64,9%	-7.036	-2,6%
15- bis unter-60-jährige Männer	133.825	31,6%	139.773	33,2%	-5.948	-4,3%
15- bis unter-60-jährige Frauen	132.708	31,3%	133.796	31,8%	-1.088	-0,8%
Wohnbevölkerung über 60 Jahre	87.053	20,6%	78.292	18,6%	8.761	11,2%
Über-60-jährige Männer	35.610	8,4%	30.011	7,1%	5.599	18,7%
Über-60-jährige Frauen	51.443	12,1%	48.281	11,5%	3.162	6,5%

Tab. 12: Wohnbevölkerungsentwicklung in der Stadtregion Linz nach Alters- und Geschlechterstruktur zwischen 1991 und 2001 (Datenquellen: Statistik Austria, Amt der Oö. Landesregierung - Abteilung Statistik, eigene Berechnungen)

6.4 Struktur und Entwicklung des Bildungsstandes und Qualifikationsniveaus

Das Wachstums- und Wirtschaftspotenzial der Stadtregion ist unter anderem vom Vorhandensein qualifizierter Fachkräfte und dem Bildungsstand der Bevölkerung abhängig. Bildungsstand und Qualifikationsniveau besitzen aber auch sozialen Charakter und nehmen beispielsweise Einfluss auf Einkommen und sozialen Status.

Dieser Abschnitt beinhaltet die Beschreibung des Bildungsstandes und Qualifikationsniveaus der Wohnbevölkerung und deren Entwicklung. Wie die Wohnbevölkerungsentwicklung wird der Bildungsstand bzw. das Qualifikationsniveau im Rahmen von Volkszählungen für die höchst abgeschlossene Ausbildung der Wohnbevölkerung von 15 Jahren oder älter erhoben. Die Grundlage der nachfolgenden Darstellungen stellt die Volkszählung 2001 dar, Entwicklungen basieren auf dem Vergleich zur Volkszählung 1991.

6.4.1 Bildungsstand und Qualifikationsniveau

Das Qualifikationsniveau der Wohnbevölkerung des geographischen Geltungsbereichs ergibt folgendes Bild.

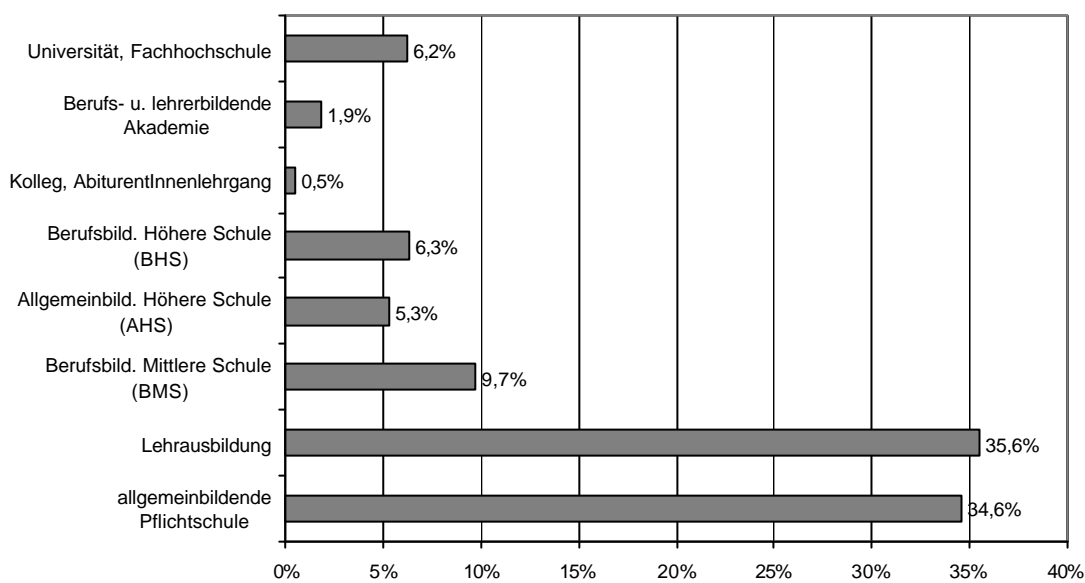


Abb. 12: Bildungsstand und Qualifikationsniveau der Wohnbevölkerung (15 Jahre oder älter) nach höchst abgeschlossener Ausbildung in der Stadtregion Linz 2001
(Datenquellen: Statistik Austria, Amt der Oö. Landesregierung - Abteilung Statistik, eigene Berechnungen)

Zum Stichtag der Volkszählung 2001 verfügt rund ein Drittel der Bevölkerung über einen Pflichtschulabschluss als höchsten Bildungsstand. Dieser Gruppe sind 122.413 Personen zugehörig. Um einen Prozentpunkt höher ist der Anteil jener, welche eine fach- und berufsspezifische Lehrausbildung absolviert haben. Mit 125.799 Personen besitzt über ein Drittel der Wohnbevölkerung im geografischen Geltungsbereich einen Lehrabschluss.

Knapp jede fünfte Person in der Stadtregion Linz hat eine mittlere oder höhere schulische Ausbildung abgeschlossen. Den höchsten Anteil erreicht der Schultyp der Berufsbildenden Mittleren Schule (BMS) mit 34.284 Personen, gefolgt von Berufsbildenden Höheren Schulen (BHS) mit 22.271 Personen und Allgemeinbildenden höheren Schulen (AHS) mit 18.738 Personen. Die Bedeutung von Kollegs und AbiturentInnenlehrgängen als Qualifikation ist mit 1.607 Personen (0,5 Prozent) vergleichsweise gering.

Mit 21.979 Personen sind 6,2 Prozent der Personen den AkademikerInnen zuzuordnen. Berufs- und lehrerbildende Akademien gelten laut Statistik Austria zwar auch als Teil des tertiären Bildungswesens¹³⁵, diese sind jedoch nur von 6.561 Personen (1,9 Prozent) als höchstes Qualifikationsniveau deklariert worden.

Innerhalb des geografischen Geltungsbereiches zeigt der Vergleich des Bildungsstandes und Qualifikationsniveaus dessen unterschiedliche Ausprägungen. Zwar lebt mit 12.601 Personen die Mehrheit aller AkademikerInnen am Hochschulstandort Linz, einzelne Gemeinden weisen jedoch höhere Anteile in Relation zur übrigen Wohnbevölkerung von 15 Jahren oder älter auf. Es sind dies mit 13,8 Prozent Puchenu, gefolgt von Leonding (9 Prozent) und Lichtenberg (8,8 Prozent). Über den geringsten Anteil von HochschulabsolventInnen verfügen Herzogsdorf (1,6 Prozent), Langenstein (1,8 Prozent) und Piberbach (1,9 Prozent).

Eine ähnliche Ausprägung erfährt das höchst abgeschlossene Bildungsniveau der mittleren oder höheren weiterbildenden Schulen (BMS, BHS, AHS). Die Mehrheit der SchulabsolventInnen lebt in Linz (34.807 Personen), gefolgt von Leonding (4.489 Personen), Traun (3.207 Personen) und Ansfelden (2.019 Personen). Bezogen auf die Gesamtbevölkerung mit 15 Jahren oder älter leben die meisten Personen dieses Qualifikationsniveaus mit 27,4 Prozent in Puchenu und Sankt Florian (21,5 Prozent), gefolgt von Ottensheim (21,0 Prozent) und Wilhering (20,8 Prozent). Die niedrigsten Werte in Relation zur Gesamtbevölkerung weisen Herzogsdorf mit 11,9 Prozent sowie Langenstein (13,0 Prozent) und Piberbach (13,1 Prozent) auf.

Neun von zehn Personen mit Lehrausbildung als höchstem Bildungsstand sind in Linz (51.789 Personen), Traun (7.411 Personen) und Leonding (6.134 Personen) beheimatet. Bezogen auf die über-15-jährige Wohnbevölkerung ist der Anteil in Pucking (44,4 Prozent), Asten (44,1 Prozent) und Oftering (43,9 Prozent) am höchsten und in Puchenu (27,6 Prozent), Gramastetten (32,5 Prozent) und Linz (27,7 Prozent) am geringsten.

Jede zweite Person mit der höchsten Ausbildungsstufe Pflichtschule lebt in Linz (55.146 von 122.412 Personen). Diese Gruppe stellt 34,9 Prozent der Linzer Bevölkerung über 15 Jahren. Einen hohen Bevölkerungsanteil von PflichtschulabsolventInnen verzeichnen Herzogsdorf (41,1 Prozent), Traun (41,0 Prozent), Kematen an der Krems (40,5 Prozent) und Ansfelden (40,4 Prozent). Niedrig ist dieser Anteil in Puchenu (22,0 Prozent), Ottensheim (26,5 Prozent), Kirchberg-Thening (28,1 Prozent), Oftering (29,2 Prozent) und Gallneukirchen (29,8 Prozent).

¹³⁵ vgl. Statistik Austria 2005, S. 4

6.4.2 Entwicklung des Bildungsstandes und Qualifikationsniveaus

Die Analyse der Entwicklung des Bildungsstandes und Qualifikationsniveaus basiert auf der Gegenüberstellung der Ergebnisse der Volkszählungen 1991 und 2001. Aufgrund von Änderungen in den Erhebungs- und Darstellungsmodalitäten durch die Statistik Austria sind bei der Auswertung zwei Ausbildungsniveaus zusammengefasst worden.¹³⁶

In der Stadtregion Linz hat eine Erhöhung des Bildungsstandes und Qualifikationsniveaus stattgefunden. Im speziellen haben universitäre Ausbildungen, Berufsbildende Höhere Schulen sowie Lehrausbildungen einen Bedeutungsgewinn erzielt, während sich die Zahl der Personen, die Pflichtschulen sowie Berufsbildende Mittlere und Allgemeinbildende Höhere Schulen als höchstes Qualifikationsniveau anführen, rückläufig entwickelt hat.

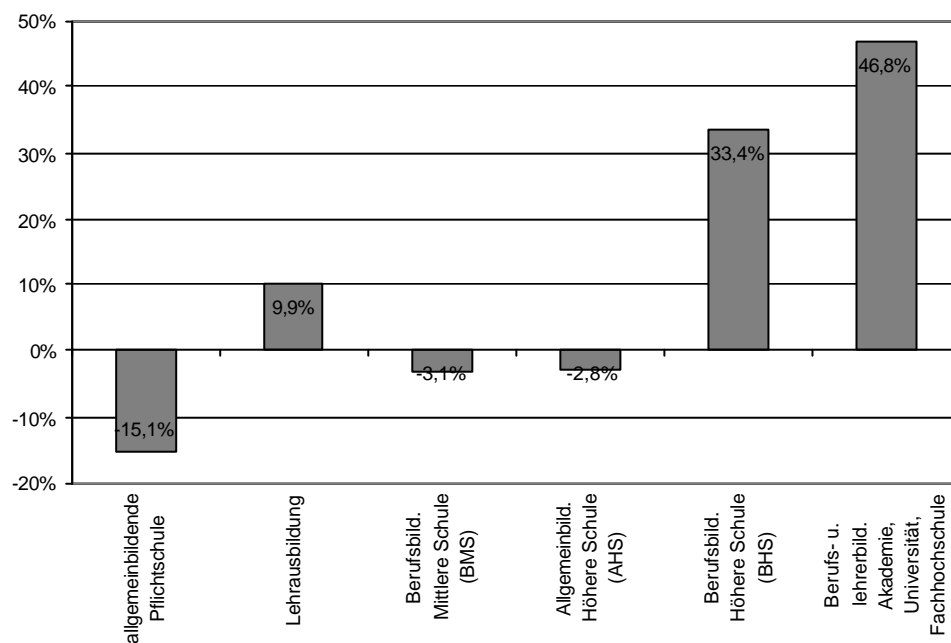


Abb. 13: Entwicklung des Bildungsstandes und Qualifikationsniveaus in der Stadtregion Linz zwischen 1991 und 2001 (Datenquellen: Statistik Austria, Amt der Oö. Landesregierung - Abteilung Statistik, eigene Berechnungen)

¹³⁶ Die bei der Volkszählung 2001 eingeführte Kategorie "Kolleg und AbiturientInnenlehrgang" wurde (wie bei der Volkszählung 1991) zu den "Berufsbildenden Höheren Schulen (BHS)" bzw. "Berufs- und lehrerbildende Akademien" als Teil des tertiären Bildungssystems zu den Universitäten und Fachhochschulen gezählt.

Die innerregionale Betrachtung zeigt unterschiedliche Entwicklungen im geografischen Geltungsbe- reich. Die rückläufige Entwicklung der Pflichtschule ist in Linz (- 22,0 Prozent) und Herzogsdorf (- 20,8 Prozent) am stärksten ausgeprägt. Entgegen der allgemeinen Reduktion um 15,1 Prozent in der Stadtregion erfährt die Pflichtschule als höchstes Qualifikationsniveau in Hargelsberg (+ 14,0 Pro- zent), Asten (+ 5,5 Prozent) sowie Hofkirchen (+ 2,5 Prozent), Perg (+ 1,4 Prozent) und Allhaming (+ 1 Prozent) eine Bedeutungserhöhung. Eine positive Entwicklung der Lehrabschlüsse hat mit Ausnahme von Linz (- 938 Personen bzw. - 1,8 Prozent) in allen Gemeinden stattgefunden. Die stärkste Wachstumsrate verzeichnet Eggendorf im Traunkreis mit 56,6 Prozent (+ 56 Personen). Die höchsten Wachstumsraten bei der Entwicklung des universitären Qualifikationsniveaus verzeichnen Goldwörth (+ 37 Personen bzw. + 336 Prozent) und Eggendorf im Traunkreis (+ 19 Personen bzw. + 190 Pro- zent). Geringere prozentuelle Veränderungen weisen Puchenuau (+ 132 Personen bzw. + 24,3 Pro- zent), Linz (+ 3.767 Personen bzw. + 32,4 Prozent) und Ansfelden (+ 125 Personen bzw. + 36 Pro- zent) auf.

6.4.3 Bildungsstand und Qualifikationsniveau nach Geschlechterstruktur

Die Ergebnisse der Volkszählung 2001 manifestieren geschlechtsspezifische Unterschiede des Bil- dungsstandes und Qualifikationsniveaus zwischen Männern und Frauen in der Stadtregion Linz.

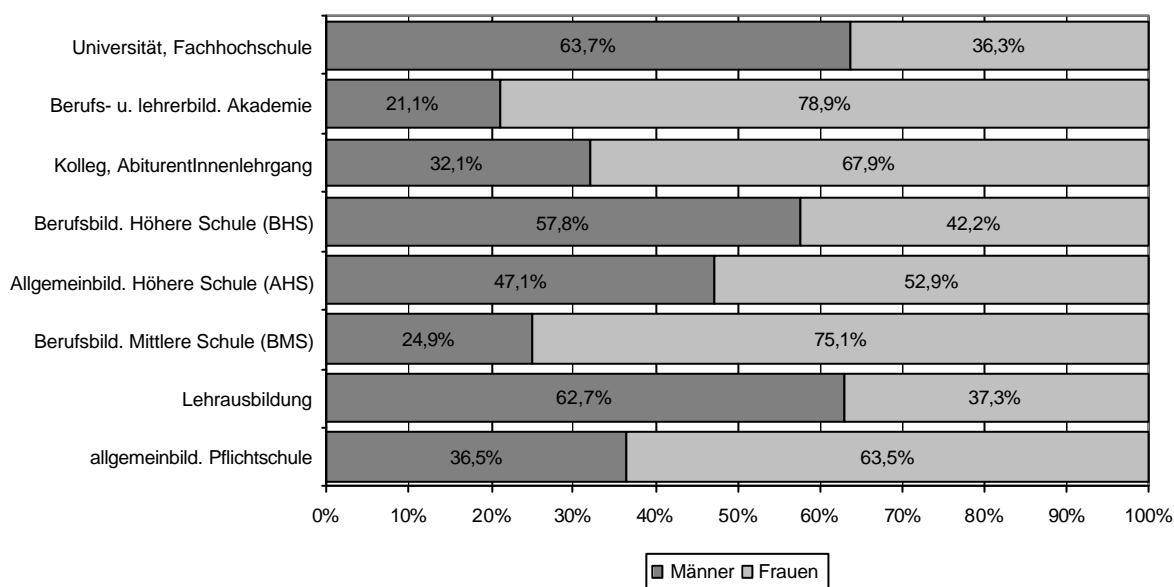


Abb. 14: Bildungsstand und Qualifikationsniveau nach Geschlechterstruktur in der Stadtregion Linz 2001 (Datenquellen: Statistik Austria, Amt der Oö. Landesregierung - Abteilung Statistik, eigene Berechnungen)

Mit 77.768 Personen sind knapp zwei Drittel (63,5 Prozent) aller Personen mit dem höchsten Ausbil- dungsstand Pflichtschule Frauen. Lehrausbildungen sind hingegen häufiger von Männern (78.914 Personen, 62,7 Prozent) als von Frauen (46.885 Personen, 37,3 Prozent) absolviert worden.

Mehr Frauen als Männer haben als höchstes Qualifikationsniveau eine Berufsbildende Mittlere Schule (BMS) oder eine Allgemeinbildende Höhere Schule (AHS) (25.731 bzw. 9.904 Schulabsolventinnen) vorzuweisen. Auch Kollegs bzw. AbiturientInnenlehrgänge sowie Berufs- und lehrerbildende Akademien sind von einem hohen Frauenanteil geprägt (1.091 bzw. 5.177 Absolventinnen). Berufsbildende Höhere Schulen (BHS) und universitäre Ausbildungen sind gegensätzlich strukturiert. Während 9.401 Frauen eine BHS absolviert haben, verfügen 12.870 Männer über den höchsten Bildungsstand der BHS. Mit 14.001 Akademikern sind knapp zwei Drittel aller universitär Ausgebildeten männlichen Geschlechts (Frauen: 7.978 Personen).

	allg. Pflichtschule	Lehrausbildung	Berufsbild. Mittlere Schule (BMS)	Allgemeinbild. Höhere Schule (AHS)	Berufsbild. Höhere Schule (BHS)	Kolleg, AbiturentInnen- lehrgang	Berufs- u. lehrerbild. Akademie	Universität, Fachhoch- schule
Frauen	77.768	46.885	25.731	9.904	9.401	1.091	5.177	7.978
Männer	44.645	78.914	8.553	8.834	12.870	516	1.384	14.001
gesamt	122.413	125.799	34.284	18.738	22.271	1.607	6.561	21.979

Tab. 13: *Bildungsstand nach höchst abgeschlossener Ausbildung (Wohnbevölkerung 15 Jahre oder älter) und Geschlechterstruktur in der Stadtregion Linz 2001*
(Datenquellen: Statistik Austria, Amt der Oö. Landesregierung - Abteilung Statistik, eigene Berechnungen)

6.5 Arbeitsmarkt und Beschäftigung

Die soziale und ökonomische Situation der Wohnbevölkerung ist im geografischen Geltungsbereich maßgeblich von der Arbeitsmarkt- und Beschäftigungssituation bestimmt. Im nachfolgenden Abschnitt ist demnach die Entwicklung der Erwerbspersonen und -quoten nach Geschlechterstruktur einer näheren Betrachtung unterzogen worden. In einem weiteren Abschnitt wird der Wirtschaftsstandort mittels Arbeitsstätten, Wirtschaftssektoren und den darin (unselbständig) Beschäftigten analysiert. Eine weitere Kennzahl bildet die Zahl der Arbeitslosen im geografischen Geltungsbereich. Die Datenbasen dieses Abschnitts stellen die Volkszählungen 1991 und 2001, die Arbeitsstättenzählung 2001 sowie die vom Arbeitsmarktservice Oberösterreich (AMS) zur Verfügung gestellte Arbeitslosenstatistik für die Stadtregion Linz dar.

6.5.1 Entwicklung der Erwerbspersonen nach Geschlechterstruktur

Zum Zeitpunkt der Volkszählung 2001 sind 213.715 Erwerbspersonen¹³⁷ mit Hauptwohnsitz in der Stadtregion gemeldet. Im Vergleich zu 1991 entspricht dies einer Erhöhung um 5,4 Prozent. Betrachtet man die Erwerbspersonen nach geschlechterspezifischen Aspekten, so zeigt sich, dass die Zahl der weiblichen Erwerbspersonen mit 96.775 Personen (45,3 Prozent) deutlich geringer ist als jene der männlichen (116.940 Personen, 54,7 Prozent).

	2001					Veränderungen 1991-2001					
	gesamt	Männer		Frauen		absolut			in %		
		absolut	in %	absolut	in %	gesamt	Männer	Frauen	gesamt	Männer	Frauen
gesamt	213.715	116.940	54,7%	96.775	45,3%	10.946	-1.862	12.808	5,4%	-1,6%	15,3%

Tab. 14: Entwicklung der Erwerbspersonen nach Geschlechterstruktur in der Stadtregion Linz zwischen 1991 und 2001 (Datenquellen: Statistik Austria, Amt der Oö. Landesregierung - Abteilung Statistik, eigene Berechnungen)

Im Vergleichszeitraum 1991 bis 2001 hat sich die Zahl der männlichen Erwerbspersonen um 1,6 Prozent (- 1.862 Personen) rückläufig entwickelt. Die Erhöhung der Erwerbspersonen ist demnach ausschließlich in der Zunahme der weiblichen Erwerbspersonen um 12.808 Personen (+ 15,3 Prozent) begründet.

Die zuvor skizzierten demografischen Entwicklungen in der Stadtregion Linz führten dazu, dass mit Ausnahme der Statutarstadt Linz alle Gemeinden eine positive Entwicklung der Erwerbspersonen erfahren haben. Obwohl in Linz im Jahr 2001 knapp die Hälfte aller Erwerbspersonen (92.298 von 213.715 Personen) ansässig ist, hat sich ihre Anzahl zwischen 1991 und 2001 um 10 Prozent (- 10.253 Personen) verringert. Die quantitativ ausgeprägtesten Erhöhungen der Erwerbspersonen haben Traun (+ 1.685 Personen), Leonding (+ 1.469 Personen) und Engerwitzdorf (+ 1.013 Personen) erfahren. Die höchsten prozentuellen Veränderungen haben Eggendorf im Traunkreis mit 50,8 Prozent, Pucking mit 50,5 Prozent und Katsdorf mit 44,3 Prozent verzeichnet.

6.5.2 Entwicklung der Erwerbsquote nach Geschlechterstruktur

Die Entwicklung der Erwerbsbeteiligung im geografischen Geltungsbereich wird anhand der Erwerbsquote¹³⁸ ermittelt. Zum Stichtag der Volkszählung 2001 beträgt die Erwerbsquote 80,2 Prozent und hat sich zwischen 1991 und 2001 um 4,1 Prozent erhöht. Wie bereits angeführt, ist die Erhöhung der Erwerbsquote wesentlich auf die Erhöhung der weiblichen Erwerbsbeteiligung zurückzuführen. Die weibliche Erwerbsquote hat sich zwischen 1991 und 2001 von 62,8 Prozent um mehr als ein Zehntel auf 72,9 Prozent erhöht. Die männliche Erwerbsquote hat sich ebenfalls positiv entwickelt, die Zunahme ist jedoch in geringerem Ausmaß von 85,0 Prozent auf 87,4 Prozent erfolgt.

¹³⁷ Der Begriff der Erwerbspersonen umfasst alle Personen, die im erwerbsfähigen Alter von über 15 Jahren sind sowie eine mittel- oder unmittelbar auf Erwerb ausgerichtete Tätigkeit ausüben (Erwerbstätige) oder suchen (Erwerbs- bzw. Arbeitslose). Zu den Erwerbstätigen zählen alle Personen über 15 Jahren, die einer bezahlten Tätigkeit von mindestens einer Woche nachgehen. Selbständige und mithelfende Familienangehörige, Präsenz- und Zivildienstler sowie Karenzurlaubende sind hierbei eingeschlossen.

¹³⁸ Die Erwerbsquote berechnet sich aus der Anzahl der Erwerbspersonen bezogen auf die Bevölkerung im erwerbsfähigen Alter (15 bis 60 Jahre) und wird in Prozent angegeben.

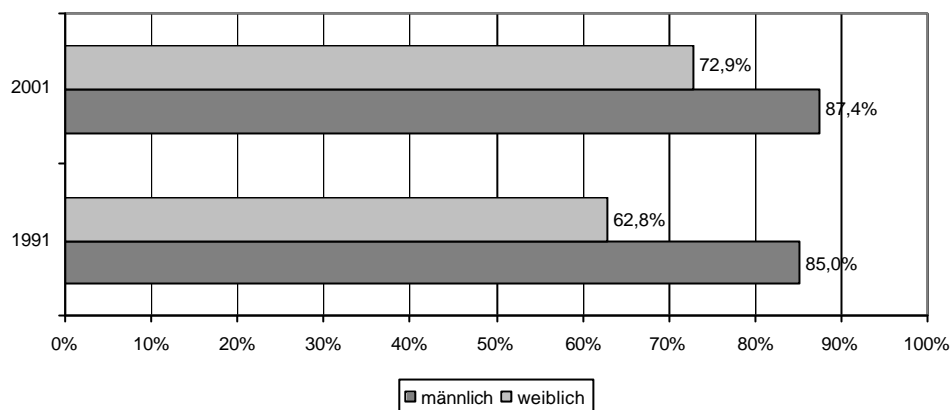


Abb. 15: Entwicklung der Erwerbsquote nach Geschlechterstruktur in der Stadtregion Linz zwischen 1991 und 2001 (Datenquellen: Statistik Austria, Amt der Oö. Landesregierung - Abteilung Statistik, eigene Berechnungen)

Innerhalb der Stadtregion variiert die Erwerbsquote zum Stichtag 2001. Nachfolgende Tabelle beschreibt die Struktur und Entwicklung der Erwerbsquote in jenen sieben Gemeinden, die 2001 die höchsten Werte aufweisen.

	2001			1991		
	gesamt	Männer	Frauen	gesamt	Männer	Frauen
Sankt Gotthard i. Mühlkreis	83,5%	91,6%	75,5%	70,1%	84,2%	55,3%
Traun	82,8%	90,5%	74,5%	72,8%	84,6%	60,1%
Katsdorf	82,7%	88,2%	77,0%	71,7%	86,9%	56,3%
Allhaming	82,6%	90,1%	74,9%	75,9%	86,9%	63,2%
Sonnberg i. Mühlkreis	82,6%	90,5%	74,1%	73,8%	85,1%	60,5%
Eggendorf i. Traunkreis	82,3%	89,5%	74,8%	70,5%	81,5%	58,2%
Eidenberg	82,3%	91,9%	71,7%	53,9%	46,5%	69,8%
gesamt	82,7%	90,3%	74,6%	69,8%	79,4%	60,5%

Tab. 15: Entwicklung der Erwerbsquote nach Geschlechterstruktur in den Gemeinden mit den höchsten Werten in der Stadtregion Linz zwischen 1991 und 2001 (Datenquellen: Statistik Austria, Amt der Oö. Landesregierung - Abteilung Statistik, eigene Berechnungen)

Im Vergleich zum geografischen Geltungsbereich zeigt sich, dass die Erwerbsquote dieser sieben Gemeinden mit 82,7 Prozent (Frauen: 74,6 Prozent, Männer: 90,3 Prozent) um 2,5 Prozentpunkte über dem Durchschnitt der Stadtregion Linz liegt. Die höchste Zunahme zwischen 1991 und 2001 hat Eidenberg mit einer Veränderung von plus 28,4 Prozent (von 53,9 auf 82,3 Prozent) verzeichnet.

Im Vergleich dazu weisen einzelne Gemeinden geringe Erwerbsquoten auf. Die niedrigste findet sich in Puchenuau mit 75,4 Prozent. Die Erwerbsquote der sieben Gemeinden mit den niedrigsten Werten zum Stichtag der Volkszählung 2001 liegt mit 76,7 Prozent unter dem Mittelwert des geografischen Geltungsbereichs.

	2001			1991		
	gesamt	Männer	Frauen	gesamt	Männer	Frauen
Puchenuau	75,4%	84,0%	67,8%	69,8%	84,9%	55,4%
Gallneukirchen	76,6%	83,5%	69,7%	69,4%	82,4%	56,3%
Lichtenberg	76,8%	84,4%	69,0%	74,0%	87,7%	60,5%
Ottensheim	76,9%	86,2%	67,8%	69,2%	85,6%	52,8%
Hagenberg i. Mühlkreis	77,0%	86,4%	66,9%	71,4%	86,8%	55,0%
Ried i. d. Riedmark	77,0%	87,1%	65,8%	71,2%	86,0%	54,9%
Gramastetten	77,1%	83,8%	70,1%	71,8%	85,2%	57,7%
gesamt	76,7%	85,1%	68,2%	71,0%	85,5%	56,1%

Tab. 16: Entwicklung der Erwerbsquote nach Geschlechterstruktur in den Gemeinden mit den geringsten Werten in der Stadtregion Linz zwischen 1991 und 2001
(Datenquellen: Statistik Austria, Amt der Oö. Landesregierung - Abteilung Statistik, eigene Berechnungen)

6.5.3 Arbeitsstätten und (unselbständig) Beschäftigte

Die Zuordnung von Arbeitsstätten¹³⁹ und Beschäftigungsverhältnissen gründet auf der Arbeitsstättenzählung 2001 und basiert auf der europaweit vereinheitlichten ÖNACE-1995-Klassifizierung¹⁴⁰.

2001 befinden sich 18.706 Arbeitsstätten in der Stadtregion. In diesen werden insgesamt 236.245 Beschäftigungsverhältnisse begründet, wobei mit 94,3 Prozent der überwiegende Anteil der Beschäftigten (222.875 Personen) diese Tätigkeit unselbständig¹⁴¹ ausübt. 9.643 aller 18.706 Arbeitsstätten (51,6 Prozent) sind in Linz angesiedelt und beschäftigten 150.658 Personen (66,4 Prozent) aller unselbständig Beschäftigten in der Region. Eine hohe Konzentration von Arbeitsstätten weisen die südlich an Linz angrenzenden Gemeinden Leonding (898 Arbeitsstätten), Traun (892 Arbeitsstätten), gefolgt von Ansfelden (583 Arbeitsstätten), Pasching (451 Arbeitsstätten) sowie Enns (586 Arbeitsstätten) und Perg (449 Arbeitsstätten) auf. An diesen Wirtschaftsstandorten und in Linz sind mit 190.641 Personen 85,5 Prozent aller unselbständig Beschäftigten beschäftigt.

¹³⁹ Als Arbeitsstätte gilt jede auf Dauer eingerichtete und örtlich und durch Namen oder Bezeichnung und Anschrift gekennzeichnete Einheit, in der in der Regel mindestens eine Person erwerbstätig ist.

¹⁴⁰ Diese wurde 1995 anstelle der vorher angewandten Betriebssystematik 1968 eingeführt. Aufgrund von Umschichtungen innerhalb der Gruppen ist seither ein Vergleich mit früheren Jahren nur mehr eingeschränkt möglich, sodass auf die Analyse im Zeitverlauf (Arbeitsstättenzählung 1991) verzichtet wurde.

¹⁴¹ Die Zahl der unselbständig Beschäftigten gründet sich auf dem Versichertenstand der OÖ Gebietskrankenkasse und beinhaltet Beschäftigungsverhältnisse (inklusive Teilzeit) über der Geringfügigkeitsgrenze. Nicht enthalten sind andere Personengruppen wie z. B. Zivil- und Präsenzdienner, KarenzgeldbezieherInnen sowie BeamtInnen. Im Vergleich zu den Daten des Hauptverbandes der Sozialversicherungsträger werden damit 91 Prozent aller unselbständig Beschäftigten berücksichtigt. Größere Abweichungen gibt es im Dienstleistungssektor, wo BeamtInnen der Wirtschaftsklassen Verkehr, Unterricht und öffentliche Einrichtungen nicht erfasst sind.

	Arbeitsstätten		Beschäftigte		davon unselbständig Beschäftigte	
	absolut	in %	absolut	in %	absolut	in %
Linz	9.643	51,6%	156.867	66,4%	150.658	67,6%
Leonding	898	4,8%	9.889	4,2%	9.235	4,1%
Traun	892	4,8%	10.029	4,2%	9.354	4,2%
Enns	586	3,1%	6.054	2,6%	5.605	2,5%
Ansfelden	583	3,1%	6.699	2,8%	6.257	2,8%
Pasching	451	2,4%	5.002	2,1%	4.741	2,1%
Perg	449	2,4%	5.126	2,2%	4.791	2,1%
gesamt	13.502	72,2%	199.666	84,5%	190.641	85,5%

Tab. 17: Gemeinden mit mehr als 400 Arbeitsstätten in der Stadtregion Linz 2001
(Datenquelle: Statistik Austria, eigene Berechnungen)

Im Mittel werden in den Arbeitsstätten des geografischen Geltungsbereichs 13 Personen unselbständig beschäftigt. Durch die Konzentration von Großunternehmen auf Linz und die in der obigen Tabelle angeführten Städte und Gemeinden ist die durchschnittliche Betriebsgröße dieser Arbeitsstätten höher als in ländlichen Regionen. Linzer Arbeitsstätten beschäftigen im Durchschnitt 16 MitarbeiterInnen, Betriebe in ländlichen Regionen sind mit drei bis sechs MitarbeiterInnen kleiner strukturiert.

Betrachtet man die Arbeitsstätten und (unselbständigen) Beschäftigungsverhältnisse nach Wirtschaftssektoren, so ist die herausragende Bedeutung des Dienstleistungssektors (Tertiärer Sektor) gegenüber der Produktion (Sekundärer Sektor) ersichtlich.

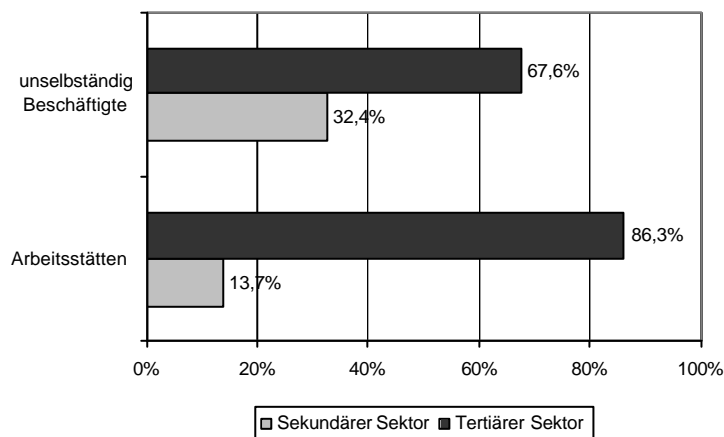


Abb. 16: Arbeitsstätten und unselbständig Beschäftigte nach Wirtschaftssektoren in der Stadtregion Linz 2001
(Datenquelle: Statistik Austria, eigene Berechnungen)

Mit 16.146 Betrieben sind im Jahr 2001 86,8 Prozent aller Arbeitsstätten dem Dienstleistungssektor zuzuordnen. Die Zahl der in diesem Sektor tätigen unselbständig Beschäftigten beläuft sich mit 150.748 Personen auf knapp zwei Drittel aller Beschäftigten. Im Produktionssektor sind hingegen 2.560 Arbeitsstätten (13,7 Prozent) angesiedelt. Insgesamt finden sich in diesem Sektor mit 72.127 Personen 32,4 Prozent aller unselbständig Beschäftigten.

	Arbeitsstätten		Beschäftigte		davon unselbständig Beschäftigte	
	absolut	in %	absolut	in %	absolut	in %
Sekundärer Sektor	2.560	13,7%	74.137	31,4%	72.127	32,4%
Tertiärer Sektor	16.146	86,3%	162.108	68,6%	150.758	67,6%
gesamt	18.706	100,0%	236.245	100,0%	222.885	100,0%

Tab. 18: Arbeitsstätten und (unselbständig) Beschäftigte nach Wirtschaftssektoren in der Stadtregion Linz 2001 (Datenquelle: Statistik Austria, eigene Berechnungen)

Die Zuteilung der Wirtschaftssektoren erfolgt auf Basis nachfolgender Wirtschaftsabschnitte.¹⁴²

		Arbeitsstätten		Beschäftigte		davon unselbständig Beschäftigte	
		absolut	in %	absolut	in %	absolut	in %
Sekundärer Sektor							
C	Bergbau; Gewinnung von Steinen und Erden	18	0,1%	181	0,1%	176	0,1%
D	Sachgütererzeugung	1.525	8,2%	51.552	21,8%	50.359	22,6%
E	Energie- und Wasserversorgung	55	0,3%	2.959	1,3%	2.955	1,3%
F	Bauwesen	962	5,1%	19.445	8,2%	18.637	8,4%
G	Handel, Reparatur von Kfz und Gebrauchsgütern	5.121	27,4%	40.311	17,1%	36.732	16,5%
Tertiärer Sektor							
H	Beherbergungs- und Gaststättenwesen	1.581	8,5%	8.198	3,5%	6.715	3,0%
I	Verkehr und Nachrichtenübermittlung	955	5,1%	18.632	7,9%	18.097	8,1%
J	Kredit- und Versicherungswesen	657	3,5%	8.313	3,5%	8.034	3,6%
K	Realitätenwesen, Unternehmensdienstleistungen	3.689	19,7%	29.296	12,4%	26.148	11,7%
L	Öffentl. Verwaltung, Sozialversicherung	286	1,5%	15.219	6,4%	15.219	6,8%
M	Unterrichtswesen	749	4,0%	13.519	5,7%	13.376	6,0%
N	Gesundheits-, Veterinär- und Sozialwesen	1.441	7,7%	18.584	7,9%	17.498	7,9%
O	Erbring. v. sonst. öffentl. u. pers. Dienstleistungen	1.667	8,9%	10.036	4,2%	8.929	4,0%
	gesamt	18.706	100,0%	236.245	100,0%	222.875	100,0%

Tab. 19: Arbeitsstätten und (unselbständig) Beschäftigte nach Wirtschaftsabschnitten in der Stadtregion Linz 2001 (Datenquelle: Statistik Austria, eigene Berechnungen)

¹⁴² Die Wirtschaftsabschnitte C bis F bilden den Sekundären Sektor, G bis O werden hingegen dem Tertiären Sektor zugeordnet.

Demnach gründen mehr als die Hälfte aller unselbständigen Beschäftigungsverhältnisse in der "Sachgütererzeugung" (50.359 Personen), in "Handel, Reparatur von Kfz und Gebrauchsgütern" (36.732 Personen) und in "Realitätenwesen, Unternehmensdienstleistungen" (26.148 Personen). Jeder achte unselbständig Beschäftigte ist in der Wirtschaftsgruppe "Bauwesen" (18.637 Personen), "Verkehr und Nachrichtenübermittlung" (18.097 Personen) oder "Gesundheits-, Veterinär- und Sozialwesen" (17.498 Personen) tätig.¹⁴³

6.5.4 Arbeitslosigkeit

Im Jahr 2004 sind im Jahresdurchschnitt 8.105 Personen in der Stadtregion Linz von Arbeitslosigkeit betroffen.¹⁴⁴ Während die Zahl der arbeitslosen Personen zwischen 1999 und 2001 gesunken ist, ist sie seit 2002 wieder im Steigen begriffen.

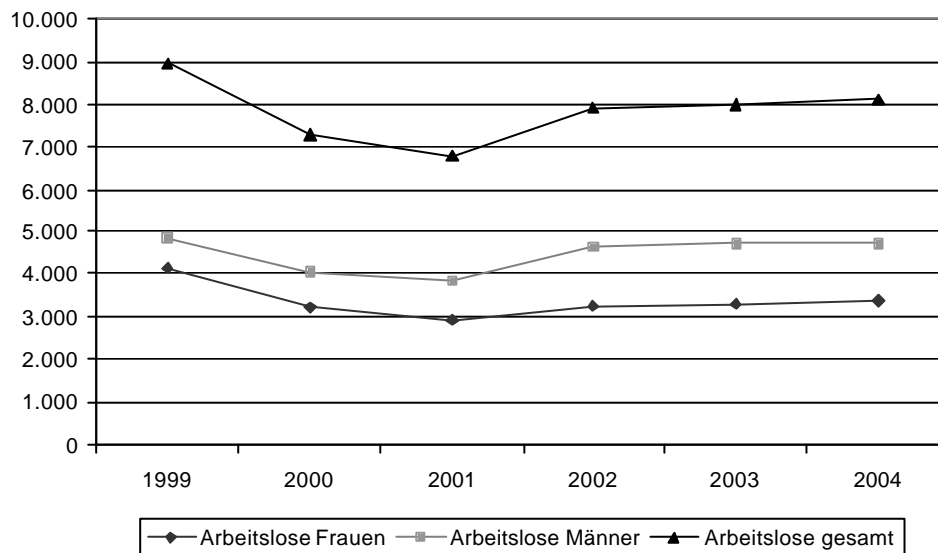


Abb. 17: Entwicklung der Arbeitslosigkeit (Jahresdurchschnittswerte) in der Stadtregion Linz zwischen 1999 und 2004 (Datenquelle: Arbeitsmarktservice Oberösterreich, eigene Berechnungen)

¹⁴³ Aufgrund der Einführung der europaweit vereinheitlichten ÖNACE-1995-Klassifizierung bei der Arbeitsstättenzählung 2001 sind Vergleiche zur Arbeitsstättenzählung 1991 nur mehr eingeschränkt möglich. Auf eine Analyse im Zeitverlauf wurde daher verzichtet.

¹⁴⁴ Als arbeitslos gilt, wer beim zuständigen Arbeitsmarktservice im Kalenderjahr zumindest einen Tag als arbeitslos registriert wurde und nicht in Beschäftigung oder Ausbildung steht. Die regionale Zuordnung erfolgt nach dem Wohnort der von Arbeitslosigkeit betroffenen Person. Zudem resultieren aus den Erhebungsmodalitäten und dem statistischen Datenmaterial quantitative Schwankungen. Die Jahresdurchschnittswerte der Arbeitslosen (gesamt) können derart geringfügig von der Summe arbeitsloser Frauen und Männer divergieren.

Im langfristigen Vergleich hat sich die Zahl der Arbeitslosen zwischen 1999 und 2004 um 859 Personen (- 9,6 Prozent) auf 8.105 Personen verringert. Die stärkste Reduktion hat Linz um 386 Personen auf 4.174 arbeitslose Personen aufzuweisen, während sich die Zahl in Gallneukirchen um 51 Personen und in Traun um 42 Personen senkte. Eine Erhöhung um insgesamt 72 arbeitslose Personen haben zwischen 1999 und 2004 lediglich 13 Gemeinden erfahren. Die stärksten Zunahmen haben die Gemeinden Enns (+ 17 Personen), Asten (+ 12 Personen), Neuhofen an der Krems und Horsching (je + 8 Personen) sowie Leonding (+ 6 Personen) zu verbuchen.

Die stärksten prozentuellen Veränderungen bei den vorgemerkten Arbeitslosen zwischen 1999 und 2004 haben Hellmonsödt mit einem Rückgang um 50 Prozent (- 18 Personen) und Piberbach mit einer Zunahme um 27,8 Prozent (+ 5 Personen) aufzuweisen.

	1999		2004		Veränderungen 1999-2004	
	absolut	in %	absolut	in %	absolut	in %
Hellmonsödt	36	0,4%	18	0,2%	-18	-50,0%
Gallneukirchen	120	1,3%	69	0,9%	-51	-42,5%
Sankt Gotthard i. Mühlkreis	19	0,2%	11	0,1%	-8	-42,1%
Kirchberg-Thening	35	0,4%	21	0,3%	-14	-40,0%
Sankt Georgen a. d. Gusen	71	0,8%	44	0,5%	-27	-38,0%
Walding	54	0,6%	34	0,4%	-20	-37,0%
...
...
...
Neuhofen a. d. Krems	91	1,0%	99	1,2%	8	8,8%
Kronstorf	42	0,5%	46	0,6%	4	9,5%
Asten	115	1,3%	127	1,6%	12	10,4%
Goldwörth	7	0,1%	8	0,1%	1	14,3%
Hargelsberg	13	0,1%	15	0,2%	2	15,4%
Piberbach	18	0,2%	23	0,3%	5	27,8%
gesamt	8.964	100,0%	8.105	100,0%	-859	-9,6%

Tab. 20: Entwicklung der vorgemerkten Arbeitslosen (Jahresdurchschnittswerte) in der Stadtregion Linz zwischen 1999 und 2004 (Datenquelle: Arbeitsmarktservice Oberösterreich, eigene Berechnungen)

Insgesamt sind 2004 drei Viertel aller arbeitslosen Personen in fünf Gemeinden der Stadtregion Linz beheimatet. Mehr als 200 arbeitslose Personen wohnen demnach in Linz (4.174 Personen), Traun (723 Personen), Ansfelden (431 Personen), Leonding (408 Personen) bzw. Enns (213 Personen).

Die Betrachtung des verkürzten Vergleichszeitraums 2003 zu 2004 ergibt, dass eine Erhöhung der arbeitslosen Personen um 1,3 Prozent (+ 101 Personen) zu konstatieren ist. Dies ist ausschließlich durch die Zunahme arbeitsloser Frauen um 3,1 Prozent (+ 102 Personen) erfolgt. Die Zahl der arbeitslosen Männer hat sich um eine Person reduziert.

	Arbeitslose gesamt	Differenz zum Vorjahr	Wachstumsrate zum Vorjahr	1999=100
1999	8.964			100,0%
2000	7.292	-1.672	-18,7%	81,4%
2001	6.793	-499	-6,8%	75,8%
2002	7.927	1.134	16,7%	88,4%
2003	8.004	77	1,0%	89,3%
2004	8.105	101	1,3%	90,4%
	Arbeitslose Männer	Differenz zum Vorjahr	Wachstumsrate zum Vorjahr	1999=100
1999	4.839			100,0%
2000	4.075	-764	-15,8%	84,2%
2001	3.859	-216	-5,3%	79,8%
2002	4.646	787	20,4%	96,0%
2003	4.715	69	1,5%	97,4%
2004	4.714	-1	0,0%	97,4%
	Arbeitslose Frauen	Differenz zum Vorjahr	Wachstumsrate zum Vorjahr	1999=100
1999	4.129			100,0%
2000	3.213	-916	-22,2%	77,8%
2001	2.929	-284	-8,8%	70,9%
2002	3.280	351	12,0%	79,4%
2003	3.289	9	0,3%	79,7%
2004	3.391	102	3,1%	82,1%

Tab. 21: Entwicklung der vorgemerkten Arbeitslosen (Jahresdurchschnittswerte) nach Geschlechterstruktur in der Stadtregion Linz zwischen 1999 und 2004
(Datenquelle: Arbeitsmarktservice Oberösterreich, eigene Berechnungen)

Während vor allem Linz und Gallneukirchen einen Rückgang von 65 bzw. 14 arbeitslosen Personen zu verzeichnen haben, ist der Zuwachs der arbeitslosen Personen in Traun (+ 54 Personen), Ansfelden (+ 42 Personen) und Leonding (+ 30 Personen) am stärksten ausgeprägt gewesen.

	2003		2004		Veränderungen 2003-2004	
	absolut	in %	absolut	in %	absolut	in %
Eidenberg	9	0,1%	13	0,2%	4	44,4%
Schwertberg	84	1,0%	104	1,3%	20	23,8%
Eggendorf i. Traunkreis	9	0,1%	11	0,1%	2	22,2%
Oftring	23	0,3%	28	0,3%	5	21,7%
Kirchschlag b. Linz	14	0,2%	17	0,2%	3	21,4%
Neumarkt i. Mühlkreis	42	0,5%	48	0,6%	6	14,3%
...
...
...
Gallneukirchen	83	1,0%	69	0,9%	-14	-16,9%
Hagenberg i. Mühlkreis	29	0,4%	24	0,3%	-5	-17,2%
Puchenau	34	0,4%	28	0,3%	-6	-17,6%
Alberndorf i. d. Riedmark	31	0,4%	25	0,3%	-6	-19,4%
Lichtenberg	13	0,2%	10	0,1%	-3	-23,1%
Sankt Gotthard i. Mühlkreis	15	0,2%	11	0,1%	-4	-26,7%
gesamt	8.004	100,0%	8.105	100,0%	101	1,3%

Tab. 22: Entwicklung der vorgemerkten Arbeitslosen (Jahresdurchschnittswerte) in der Stadtregion Linz zwischen 2003 und 2004
(Datenquelle: Arbeitsmarktservice Oberösterreich, eigene Berechnungen)

Zwischen 2003 und 2004 hat sich die relative Zahl der arbeitslosen Personen in Eidenberg um 44,4 Prozent (4 Personen) und Schwertberg um 23,8 Prozent (20 Personen) am stärksten erhöht, während sich in Sankt Gotthard im Mühlkreis die Zahl der Arbeitslosen um 26,7 Prozent auf 11 Personen und in Lichtenberg um 23,1 Prozent auf 10 Personen am rückläufigsten entwickelt hat.

7. Zur Situation und Entwicklung der Kreativwirtschaft in der Stadtregion Linz

Zu Beginn dieses Kapitels wird versucht, einen Einblick in das dichte Netzwerk an relevanten Einrichtungen und AkteurInnen in der Kreativwirtschaft in der Stadtregion Linz zu liefern. Die - natürlich nicht erschöpfende - Darstellung dieser Einrichtungen und AkteurInnen wurde dabei nach der Drei-Sektoren-Theorie (vgl. Kapitel 5.1) gegliedert. Innerhalb dieser Gliederung wurde eine Unterteilung in Kultur, Wirtschaft und Netzwerke vorgenommen, wissend, dass zwischen den einzelnen Einrichtungen und AkteurInnen dieser Bereiche oftmals Verknüpfungen vorhanden sind und eine Zuordnung zu bloß einem dieser drei Unterteilungsmerkmale in manchen Fällen schwierig ist.

Im Anschluss an diese Ausführungen werden die für den geografischen Geltungsbereich erhobenen Indikatoren dargestellt, die einen Überblick über die Situation und Entwicklung der Kreativwirtschaft in der Stadtregion Linz liefern. Nach einer Gesamtbetrachtung des kreativwirtschaftlichen Feldes folgen die Beschreibungen der einzelnen Domänen. Abgerundet werden die Ausführungen zur Kreativwirtschaft in der Stadtregion Linz durch eine komparative Analyse mit den Ergebnissen aus den Kreativwirtschaftsberichten von Wien und Tirol. Ergänzt werden diese quantitativen Darstellungen um qualitative Erkenntnisse aus den Interviews, aus dem Strategie-Workshop sowie aus der Analyse relevanter Studien, Berichte und Dokumente durch eine kurze Beschreibung der Stärken und Schwächen der Kreativwirtschaft in der Stadtregion Linz.

7.1 Die Einrichtungen und AkteurInnen

Zur Beschreibung der relevantesten Einrichtungen und AkteurInnen in der Stadtregion Linz wurde, basierend auf eigenen Erfahrungen, eine umfangreiche Recherche durchgeführt. Die Darstellung erhebt dabei keinen Anspruch auf Vollständigkeit und darf nicht als statischer Zustand betrachtet werden. Das Kunst- und Kulturfeld ist durch eine Vielzahl kleiner Einrichtungen und Initiativen gekennzeichnet, deren (Weiter-)Entwicklung von Zusammenschlüssen, Umformierungen und personellem Einsatz geprägt ist.

7.1.1 Governmental Organizations

7.1.1.1 Kultur

Die Verwaltung der kulturellen Agenden erfolgt durch die Landeskulturdirektion des Amtes der Oberösterreichischen Landesregierung bzw. dem Kulturamt der Stadt Linz (Büro Linz Kultur) und den jeweiligen Gemeinde- und Stadtämtern der Region. Grundlegende Ziele und Aufgaben stellen dabei die öffentliche Kulturförderung, die Organisation von Kulturveranstaltungen und der Betrieb von kulturellen Einrichtungen dar.

Die Nominierung von Linz zur Europäischen Kulturhauptstadt 2009 steht im Mittelpunkt zahlreicher Aktivitäten und Maßnahmen zur kulturellen Profilierung der gesamten Stadtregion Linz. Das Ziel der Kulturhauptstadt 2009 in Linz ist die Verknüpfung der künftigen Schlüsselbereiche zu einem innovativen Gesamtkonzept. Die wichtigsten Bereiche sind Medien, Kunst im offenen Raum, Vernetzung, Kommunikation, Partizipation, Integration und offene Grenzen.¹⁴⁵ Im März 2005 wurde durch die Gründung der "Linz 2009 - Kulturhauptstadt Europas OrganisationsGmbH" die organisatorische Basis und im Juli 2005 mit der Bestellung der Intendanz die personelle Basis für das Großprojekt geschaffen. Mit Martin Heller wurde ein "Experte in der Kunst- und Kulturvermittlung" mit fundiertem Kunst- und Kulturwissen für die künstlerische und mit Walter Putschögl der kaufmännische Direktor des "OÖ Tourismus" für die kaufmännische Intendanz bestellt.¹⁴⁶ Diese einzigartige Chance wird dabei in intensiver Zusammenarbeit mit dem Land Oberösterreich wahrgenommen und durch die Unterzeichnung der Kulturvereinbarung zwischen Land Oberösterreich und der Stadt Linz im März 2005 besiegelt. Diese beinhaltet die gemeinsame Finanzierung des Baus und Betriebes öffentlicher Kultureinrichtungen zwischen 2005 und 2012 sowie die finanzielle und organisatorische Beteiligung des Landes Oberösterreich an der Europäischen Kulturhauptstadt 2009.¹⁴⁷ Von der Kulturhauptstadt 2009 beziehungsweise der Vorbereitungsphase profitiert auch die Wirtschaft, im Vorfeld vor allem die Bauwirtschaft und unternehmensbezogene Dienstleistungen, im Kulturhauptstadtjahr 2009 vor allem die Tourismus- und Freizeitwirtschaft sowie der Einzelhandel. Wesentlich bei der Planung und Umsetzung ist, dass die anlässlich der Kulturhauptstadt geschaffene Infrastruktur auch nach 2009 genützt werden kann und insgesamt auf eine nachhaltige Entwicklung der Region geachtet wird.

Im Vorfeld zur Bewerbung als Europäische Kulturhauptstadt 2009 stand ein Profilierungs- und Positionierungsprozess der Stadt Linz. Als "Probelauf" wurde im Jahr 1998 im Rahmen des Europäischen Kulturmonats durch ein vielfältiges Kunst- und Kulturprogramm internationale Aufmerksamkeit erregt. Besondere kulturpolitische Relevanz erlangte der Kulturentwicklungsplan (KEP), mit dem ein kulturpolitisches Instrument etabliert wurde, in dem Leitlinien, Prioritäten und Rahmenbedingungen für die zukünftige kulturelle Entwicklung der Stadt Linz festgelegt sind.

¹⁴⁵ vgl. Magistrat der Stadt Linz 2005a

¹⁴⁶ Martin Heller war u. a. als künstlerischer Leiter der Bremer Bewerbung zur "Kulturhauptstadt Europas 2010"

¹⁴⁷ Im Rahmen der Kulturvereinbarung vom März 2005 werden Kultureinrichtungen wie das Landestheater, das AEC und das Brucknerhaus berücksichtigt. Des Weiteren finden die Musikschule der Stadt Linz, das AEC-Festival, der Prix Ars Electronica und der Neubau der Trainingshalle für den Eislauksport Erwähnung. Nicht in diesem Dokument enthalten sind andere für die Kulturhauptstadt 2009 relevante Einrichtungen wie das Musiktheater oder der Wissensturm. (vgl. Magistrat der Stadt Linz 2005b)

Um die Kontinuität der kulturellen Entwicklung und die Umsetzung des Kulturentwicklungsplans sicherzustellen, vereint seit 2001 der Stadtkulturbeirat KünstlerInnen, Kulturschaffende und WissenschaftlerInnen zu einem Gremium mit beratender Funktion in künstlerischen und kulturpolitischen Fragen.¹⁴⁸ Mit dem Landeskulturausschuss verfügt die oberösterreichische Landesregierung über ein ähnliches kulturpolitisches Instrument. Zu den Aufgaben zählen die Beratung der oberösterreichischen Landesregierung in Fragen der Kulturpolitik, die Intensivierung des Kontaktes zur kulturinteressierten Bevölkerung und die Beurteilung von Kulturförderungsmaßnahmen auf Landesebene. Der Landeskulturausschuss arbeitet in einem Plenum sowie in sechs Fachbeiräten und bündelt die Ergebnisse in jährliche Vorschlagspakete, die kurz-, mittel- und langfristige Projektideen beinhalten.

Die bedeutendsten öffentlichen Kunst- und Kultureinrichtungen¹⁴⁹ innerhalb des geografischen Geltungsbereichs finden sich erwartungsgemäß im städtischen Bereich von Linz. Als Aushängeschilder müssen dabei das Ars Electronica Center¹⁵⁰, das LENTOS - Kunstmuseum Linz für moderne Kunst sowie das offene Kulturhaus des Landes Oberösterreich (OK Centrum für Gegenwartskunst) genannt werden. Neben den weiteren Linzer Museen (Linz Genesis, Nordico) tragen die oberösterreichischen Landesmuseen als Dachverband von 13 Ausstellungsstätten, davon acht in der Stadtregion Linz¹⁵¹, zur Belebung der Museumslandschaft sowie zur Pflege und Vermittlung des kulturellen Erbes bei.¹⁵² Gegenwärtig gibt es auch Bemühungen, durch Digitalisierung den Zugang zu und die Erhaltung von kulturellen und wissenschaftlichen Ressourcen zu fördern.¹⁵³

¹⁴⁸ Zum Inhalt des Kulturentwicklungsplans vgl. Magistrat der Stadt Linz 2005c

¹⁴⁹ In der bereits weiter oben angeführten Kulturumfrage des Meinungsforschungsinstituts Spectra (vgl. Kapitel 6) aus dem Jahr 2002 wurde die Linzer Bevölkerung auch nach der Bekanntheit und Nutzung von Kulturangeboten und -einrichtungen befragt. Als bekannteste Veranstaltungen und kulturelle Ereignisse wurden von 45 Prozent der Befragten spontan das Pflasterspektakel und von 43 Prozent die Linzer Klangwolke angeführt. Danach folgen das Linz-Fest (29 Prozent), das Festival Ars Electronica (14 Prozent) und das Brucknerfest (10 Prozent). Die am häufigsten genannten Veranstaltungsorte waren das Brucknerhaus (41 Prozent), das Landestheater (32 Prozent) und der Posthof (23 Prozent).

¹⁵⁰ Die ARS Electronica umfasst das Ars Electronica Center als "museum of the future", das Futurelab, den Prix Ars Electronica International Competition for CyberArts und das Festival Ars Electronica.

¹⁵¹ Zu den oberösterreichischen Landesmuseen im geographischen Geltungsbereich zählen das Oberösterreichische Landesmuseum als Stammhaus, die Landesgalerie Oberösterreich, das Schlossmuseum, das Biologiezentrum, die Zoll- und finanzgeschichtliche Sammlung (alle in Linz), die Anton-Bruckner-Gedenkstätte in Ansfelden, das Freilichtmuseum Sumerauerhof in St. Florian und die Waffensammlung im Schloss Ebelsberg. Weitere Landeseinrichtungen zur Pflege und Vermittlung des kulturellen Erbes sind beispielsweise das OÖ Landesarchiv, die OÖ Landesbibliothek, der OÖ Museumsverband und der Verband der OÖ Freilichtmuseen. Außerdem zählen die oberösterreichischen Landesausstellungen zu den wichtigsten kulturellen Großveranstaltungen Österreichs.

¹⁵² Als museumsverwandte Einrichtung im geografischen Geltungsbereich ist die KZ-Gedenkstätte Mauthausen im gleichnamigen Ort zu nennen, die als bedeutende (zeit-)historische Stätte den verantwortungsvollen Umgang mit der lokalen nationalsozialistischen Vergangenheit forciert.

¹⁵³ Im April 2001 startete die "Lund Initiative" europäischer Staaten in Zusammenarbeit mit der Europäischen Kommission zur Abstimmung und Koordination von Digitalisierungsstrategien und -programmen im Kultursektor. Die österreichische Initiative für digitales Kulturerbe existiert seit November 2003 und wird im Auftrag des Bundesministeriums für Bildung, Wissenschaft und Kultur von Salzburg Research betreut. Auf regionaler Ebene ist das Amt der Oberösterreichischen Landesregierung für die Digitalisierung verantwortlich. Aktuelle Strategien, um den Zugang zu und die Erhaltung von kulturellen und wissenschaftlichen Ressourcen zu fördern, sind beispielsweise die "eFit Austria-Initiative", die "Austrian Digital Heritage Initiative", "eCulture" oder "eContentplus".

Auf musikalischer Ebene wird das Brucknerhaus mit dem Bruckner Orchester Linz als sinfonisches und Konzert-Orchester¹⁵⁴ des Landes Oberösterreich als Institution mit weltweitem Bekanntheitsgrad wahrgenommen. Die Organisation des Brucknerhauses erfolgt durch die Linzer VeranstaltungsGmbH (LIVA), welchem auch die Geschäftsführung des Posthofs und des Linzer Kinderkulturzentrum Kudelmuddel obliegt.¹⁵⁵ Der Posthof bedient mit Tanz, Kabarett, Pop- und Rockmusik die Zeitkultur und realisiert Veranstaltungsreihen zu verschiedenen Schwerpunktthemen ("TanzTage", "Linzer Kleinkunstfestival"). Das Kudelmuddel widmet sich hingegen der Kinderkultur (Kindertheater, Kinderklangwolke, ...). Die von öffentlicher Hand geführten Kulturzentren fungieren dabei nicht nur als Veranstaltungsorte, sondern dienen auch der Unterstützung von MusikerInnen (z. B. durch Proberäume im Posthof) oder der musikalischen Nachwuchsförderung (z. B. im Rahmen der Reihe "Heimspiel" zur Förderung lokaler und regionaler MusikerInnen im Posthof). Als Veranstaltungsort und öffentliche Plattform für Kulturarbeit agiert das Landeskulturzentrum Ursulinenhof, indem es 33 Kunst- und Kulturvereine sowie Institutionen (u. a. die Berufsvereinigung Bildender Künstler OÖ oder den OÖ Presseclub) beherbergt.

Als Zentrum für Literatur und Sprache definiert sich das Adalbert-Stifter-Institut des Landes Oberösterreich. Es pflegt als Literaturhaus - auch außerhalb des Stifterjahres 2005 - den aktuellen Diskurs zu Gegenwartsliteratur, Sprachwissenschaft und Stifter-Forschung. Mit vier Standorten (Großes Haus, den Kammerspielen, uhof: und Eisenhand) bespielt das Linzer Landestheater die Genres Oper, Schauspiel und Ballett. Im uhof: wird speziell junges Publikum angesprochen und es werden neuartige Formen der Darstellung angeboten. Das umfangreiche Repertoire und der Mix aus traditionellem und zeitgenössischem Theater bekräftigen den Stellenwert des Hauses. (vgl. Kapitel 7.2.4)

Das Landesstudio des Österreichischen Rundfunks Oberösterreich (ORF OÖ) ist das einzige Radio- und Fernsehunternehmen in der Stadtregion, das zum öffentlichen Sektor gezählt werden kann. (vgl. Kapitel 7.2.7) Im Linzer Studio werden Radio- und Fernsehbeiträge produziert und auf der eigenen Radiofrequenz oder auf einem eigenen Sendeplatz im ORF ausgestrahlt. Im Medienbereich zu erwähnen ist auch die Medienwerkstatt Linz. Als Bildungseinrichtung, die von der Stadt Linz und der Arbeiterkammer Oberösterreich getragen wird, bietet diese ihren Mitgliedern die Chance, selbst Fernseh- oder Radiobeiträge zu gestalten. Die Ausstrahlung erfolgt je nach Medium über Kabel-TV oder über die Radio-Sendeanstalten des Freien Radio Oberösterreich (FRO) und des ORF.

Linz ist um ein breit gefächertes Kulturangebot, um "Kultur für alle" bemüht. Gerade Kultur im öffentlichen Raum und Open-Air-Veranstaltungen werden als Möglichkeit verstanden, Barrieren und Schwellenängste abzubauen und dazu beizutragen neue KulturinteressentInnen zu gewinnen. Im Veranstaltungsbereich finden insbesondere das Festival Ars Electronica und das Brucknerfest internationale Beachtung. Sie tragen wesentlich zur Positionierung und Profilierung von Linz als

¹⁵⁴ z. B. durch die Mitwirkung beim Brucknerfest, dem Festival Ars Electronica, der Linzer Klangwolke und dem voestival

¹⁵⁵ Das Linzer Stadion, das ebenfalls zur LIVA-Gruppe gehört, dient als Austragungsort für Sport-, aber auch Rock- und Pop-Ereignisse wie Open-Airs.

Kulturstadt bei.¹⁵⁶ Alleine die Linzer Klangwolke lockt jährlich zwischen 40.000 und 100.000 BesucherInnen nach Linz. Auch mittlerweile etablierte jährliche Großveranstaltungen des Kulturamts der Stadt wie das LinzFest oder das Pflasterspektakel ziehen ein breites Publikum an.¹⁵⁷ Neben der Weiterentwicklung dieser bewährten Formate wird vom öffentlichen Sektor auch Mut zu Neuartigem bewiesen, so etwa durch das seit 2002 alle zwei Jahre stattfindende Theaterfestival Schächpir, bei dem die Landeskulturdirektion internationale Theaterkunst unter dem Motto "Junge Kunst - Junges Publikum" darbietet.

Außerhalb des Stadtgebietes von Linz findet ebenfalls engagierte Kunst und Kultur, von öffentlicher Hand getragen oder zumindest initiiert, statt. Mit dem biennalen Kunstfestival leonart, der ab Oktober 2005 statt findenden Leondinger Akademie für Literatur¹⁵⁸, dem Sommertheater oder dem Jugend-Literaturwettbewerb "sprichcode³:dílna slov" ist die Kulturpolitik der Stadtgemeinde Leonding besonders hervorzuheben. Auch in Ottensheim ist das Jahr 2005 durch besondere Kulturinitiativen gekennzeichnet. Anlässlich des Jubiläums 777 Jahre Markt Ottensheim wurde der "Arbeitskreis 777" gegründet. Vereine, Wirtschaftstreibende, GastronomInnen, Schulen und die Gemeinde erarbeiteten ein Konzept für die Gestaltung dieses besonderen Jahres. Das Resultat dieser Zusammenarbeit sind monatliche kulturelle Veranstaltungen im Jahr 2005. Mit seinem reichhaltigen kulturellen Programm konnte sich auch das Anton Bruckner Centrum in Ansfelden als fester Bestandteil der regionalen Kulturszene etablieren. Sowohl KünstlerInnen als auch Publikum schätzen das breite Programm aus allen Sparten von Kunst und Kultur (Tanz, Theater, Klassik, Rock, Pop, ...) und die Atmosphäre des Hauses.¹⁵⁹ Und mit GIGA, der Galerie im Gemeindeamt und dem Foyer des ABC, stehen in Ansfelden nicht nur der lokalen Bevölkerung zwei Ausstellungsflächen zur Verfügung. Unter dem Titel "PERG liest" wurden in der Stadtgemeinde Perg im April 2005 erstmalig und zeitgleich an verschiedenen Orten öffentliche Lesungen veranstaltet und damit der erste Schritt zum ambitionierten Ziel der "Bücherstadt Perg" gesetzt. Zudem ist Perg Austragungsort der größten oberösterreichischen Kinderkulturspiele, den Mükis (Mühlviertler Kinderspielen) der Pfarre Perg, und des "PERGfests". Letzteres verwandelt den Perger Hauptplatz im Spätsommer kurzfristig in eine große Freiluftbühne und zieht zahlreiche BesucherInnen an. Zwei Kulturhäuser mit geschichtsträchtigen Flair sind in Traun vorzufinden. Fabriksambiente, rote Säulen aber auch individuelle Kulturveranstaltungen von internationalem Rang mit den Schwerpunkten Kabarett, Blues, Rock und Weltmusik prägen die spinnerei, die in einem alten

¹⁵⁶ In Verbindung mit der 1974 erfolgten Gründung des Brucknerhauses wollte man ein Musikfest ins Leben rufen. Orientierung boten dafür die Wiener Festwochen und die Salzburger Festspiele. Das Internationale Brucknerfest war ursprünglich ein Musikfestival ausschließlich mit Werken Anton Bruckners. 1979 wurde das Brucknerfest von Horst Stadlmayr und Hannes Leopoldseder durch die Ars Electronica und die Klangwolke erweitert, was dem Brucknerfest und Linz schließlich zu einem unverwechselbaren Image verhalf.

¹⁵⁷ Das Kulturangebot trägt wesentlich dazu bei, dass sich Österreich im Kongress- und Kulturtourismus international behaupten kann. Das Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit und das Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur finanzieren etwa das zweijährige Schwerpunktprogramm "Culture Tour Austria" zur Weiterentwicklung des österreichischen Kulturtourismus. "Culture Tour Austria" ist als Innovations- und Internationalisierungsprogramm angelegt und will ein kreatives Miteinander und echten Austausch zwischen Kultur und Tourismus fördern. (vgl. Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit, Bundesministerium für Bildung Wissenschaft und Kultur o. J.)

¹⁵⁸ Dieser Lehrgang soll in acht Wochenend-Workshops mit renommierten AutorInnen (als GastautorInnen agieren u. a. Antonio Fian, Erich Hackl, Gert Jonke, Kathrin Röggla, Robert Schindel, Daniela Strigl und Josef Winkler) Sprachbewusstsein und -sensibilität fördern und die TeilnehmerInnen befähigen, eigenständig und professionell zu arbeiten.

¹⁵⁹ Das Anton Bruckner Centrum zeigt überdies eine kleine, informative Ausstellung über das Leben von Anton Bruckner in Ansfelden.

Fabriksgebäude aus dem 19. Jahrhundert untergebracht ist. Das rege Trauner Kulturleben wird seit der Renovierung und Adaptierung des alten Schlosses Traun bereichert, wo primär klassische Musikveranstaltungen dargeboten werden.¹⁶⁰ Im Frühsommer finden zudem die "Trauner Kulturtage" statt und in den Sommermonaten wird freitags die Veranstaltungspalette durch eine Reihe von Open-Air-Konzerten am Trauner Hauptplatz unter der klingenden Bezeichnung "FR.I.Z" erweitert. Laufende und ständig wechselnde Ausstellungen sind überdies in der Galerie der Stadt Traun zu sehen. Die kulturelle Entwicklung der Gemeinden, aber auch der Stadtteile von Linz wird darüber hinaus durch besondere Veranstaltungszentren, sogenannte Volkshäuser gefördert, die als kulturelle und soziale Schaltstellen dienen.

Ein besonderes Profil gewinnt die Stadtregion durch ihre Universitäten, Hochschulen und Fachhochschulen.¹⁶¹ An der kleineren der beiden Universitäten im künstlerischen Bereich, der Anton Bruckner Privatuniversität, wird Darstellende Kunst in Form von zwölf Studienrichtungen und drei Universitätslehrgängen in den Bereichen Klassische Musik, Jazz, Schauspiel und Zeitgenössischer Tanz gelehrt. Die Kunstuniversität Linz ermöglicht ihren rund 770 Studierenden einerseits das Diplomstudium Bildende Kunst, welches die Bereiche Malerei und Grafik, Bildhauerei, Experimentelle Gestaltung und Kulturwissenschaften umfasst sowie die Studienrichtungen Bildnerische Erziehung, Keramik, Textil, Kunst und Design, Textiles Gestalten, Werkerziehung, Mediengestaltung, Interface Cultures, Architektur und Industrial Design. (vgl. Kapitel 7.2.10) Durch vielfältige Kooperationen und die Einbindung in Netzwerke ist die Ausbildung sehr praxisorientiert. Die Änderung der Studienpläne in den vorangegangenen Jahren führte zu Neuausrichtungen und -positionierungen sowie der Einrichtung neuer Studienrichtungen. Die Kunstuniversität Linz nimmt in den letzten Jahren auch verstärkt ihre tragende Rolle im künstlerischen Feld innerhalb der Stadtregion wahr, vor allem durch die verstärkte Zusammenarbeit mit etablierten Kulturinstitutionen und ihre Einbindung in Großereignisse.¹⁶² Im Bereich der Neuen Medien ist das Institut für Medien an der Kunstuniversität besonders hervorzuheben, da hier den Studierenden ein kreativer und reflektierter Umgang mit Medienkultur und digitaler Kultur eröffnet wird. Durch den interdisziplinären Ansatz und der mehrdimensionalen Ausbildung wird ein besonderer Schwerpunkt auf die Verbindung "traditioneller" und Neuer Medien gelegt (Bild und Ton, Interaktivität, Interface-Technologien, Grafik-Design, Medienkunst, ...).

¹⁶⁰ Die Organisation und Programmgestaltung obliegt seit der Eröffnung der spinnerei im Oktober 1997 der Veranstaltungsservice Traun GmbH (VEST), welcher seit 2003 zudem die Kulturtagenden im Schloss übertragen wurden.

¹⁶¹ Laut oberösterreichischem Standort- und Technologiebericht 2004 studierten im Studienjahr 2002/03 11.475 Studierende in Linz. Seit die Studiengebühren im Wintersemester 2001/02 eingeführt wurden ist in Linz einerseits ein Rückgang der Studierendenzahlen, andererseits eine Erhöhung der Studienabschlüsse feststellbar (jeweils ca. acht Prozent). Von den 25.946 oberösterreichischen Studierenden studieren nur etwa 35,6 Prozent in ihrem Heimatbundesland. Das Studienangebot der oberösterreichischen Universitäten kann offensichtlich die lokale Nachfrage nach universitärer Bildung nicht decken. Das Wachstum des Fachhochschulsektors liegt in Oberösterreich im Studienjahr 2003/04 über dem Bundesdurchschnitt. Mittlerweile gibt es 26 Fachhochschul-Studiengänge in Oberösterreich und seit 1998/99 hat die Anzahl der Fachhochschulabschlüsse in Oberösterreich um 66 Prozent zugenommen.

¹⁶² Genannt seien an dieser Stelle nur die Beteiligung am Festival Ars Electronica (im Jahr 2005 durch die Einladung der Srishti School of Art Design and Technology aus Bangalore, Indien zu Ausstellungen an der Kunstuniversität Linz und durch die Präsentation der Werke von Studierenden aus der Studienrichtung Interface Cultures), das im Juni 2005 durchgeführte Kunstprojekt "Zwischen Drinnen und Draußen", das zur lebendigen Nutzung der öffentlichen Zonen rund ums LENTOS beitragen sollte oder das Ausstellungsprojekt "lesewald" mit seinen 13 Arbeiten zur sprachlich-bildnerischen Auseinandersetzung mit Adalbert Stifter in Kirchschlag bei Linz.

Die beiden anderen Linzer Universitäten verfügen ebenfalls über Institute mit Kunst- und Kulturbezug. Es handelt sich hierbei um das Kulturinstitut an der Katholisch-Theologischen Privatuniversität und das Institut für Kulturwirtschaft und Kulturforschung an der Johannes Kepler Universität. Beide Institute betreiben Lehre und Forschung. Darüber hinaus verfügt die Johannes Kepler Universität über ein angehängtes Kulturinstitut, das in Kooperation mit anderen AkteurlInnen wie dem Universitätsorchester zahlreiche Veranstaltungen, Vernissagen, Konzerte oder Literaturtage realisiert. Außerdem bilden einzelne höhere Lehranstalten SchülerInnen im künstlerisch-kreativen Bereich aus. Exemplarisch können hier die Höhere Bundeslehranstalt (HBLA) für künstlerische Gestaltung oder die Höhere Technische Lehranstalt (HTL) Bau und Design in Linz genannt werden.

Die Fachhochschule Hagenberg bietet einerseits Diplomstudiengänge (Bioinformatik, Engineering für Computerbasiertes Lernen, Hardware/Software Systems Engineering, Software Engineering für Business und Finanz oder für Medizin), andererseits Bakkalaureatsstudiengänge (Computer- und Mediensicherheit, Medientechnik und -design, Mobile Computing). Seit dem Studienjahr 2004/2005 werden allmählich alle FH-Diplomstudiengänge in entsprechende Bakkalaureatsprogramme umgewandelt und weiterführende Magisterstudiengänge angeboten.

Während in der Landeshauptstadt Linz ein verhältnismäßig dichtes Netz an musikalischen, außerschulischen Bildungseinrichtungen existiert, erfolgt diese in den umliegenden Gemeinden der Stadtregion beinahe ausschließlich über die 23 Landesmusikschulen im geographischen Geltungsbereich. In Verbindung mit den Zielen, (Jung-) Talente optimal auf weiterbildende Ausbildungseinrichtungen vorzubereiten und das Gemeinschaftsmusizieren zu fördern, liegt die hohe kulturelle Relevanz der einzelnen Landesmusikschulen vor allem darin, dass die musikalische Infrastruktur auch außerhalb des urbanen Raumes optimiert wird, breiten Kreisen der Bevölkerung eine musikalische Ausbildung zu geringen Preisen ermöglicht wird und in den Gemeinden musikalische und kulturelle Impulse gesetzt werden.

Die institutionalisierte Wahrung des kulturellen Erbes durch die öffentliche Hand erfolgt indes ausschließlich über zwei Linzer Archive. Es handelt sich hierbei um das an das Neue Rathaus in Linz-Urfahr angeschlossene Archiv der Stadt Linz und um das Oberösterreichische Landesarchiv, kurz OÖLA. Ein drittes Archiv ist mit dem Kirchenarchiv der Diözese Linz in der Statutarstadt verortet. (vgl. Kapitel 7.2.2) An wissenschaftlichen Bibliotheken sind u. a. die Bibliothek der Katholisch-Theologischen Privatuniversität, jene der Kunstuniversität Linz und die Universitätsbibliothek der Johannes Kepler Universität in Linz-Urfahr wichtige Anlaufstellen für Studierende und fachlich interessiertes Publikum. Des weiteren sind sowohl in den einzelnen Linzer Stadtteilen als auch in vielen der Gemeinden im geographischen Geltungsbereich öffentliche Bibliotheken und Büchereien zu finden.¹⁶³ (vgl. Kapitel 7.2.3)

¹⁶³ Die Linzer Stadtbibliothek übersiedelt übrigens zusammen mit der Volkshochschule Linz ab September 2007 in den Wissensturm, einen 63 Meter hohen und 16-geschoßigen Bau in unmittelbarer Nähe zum neu gestalteten Linzer Hauptbahnhof.

Zur Förderung der künstlerischen und kulturellen Entwicklung gibt es vom Land Oberösterreich und der Stadt Linz Prämien, Preise, Stipendien und Fördertöpfe. So vergibt etwa das Land Oberösterreich jährlich bis zu 15 Talentförderungsprämien im Ausmaß von je 5.250 Euro mit Laufzeiten von zwei Jahren an junge, kreative KünstlerInnen und WissenschaftlerInnen in den Sparten Architektur, Bildende Kunst, Film und Video, Literatur, Musik und Wissenschaft. In den selben Sparten werden zur Anerkennung herausragender Leistungen Landeskulturpreise mit dem Gegenwert von 7.500 Euro verliehen. Weitere Preise des Landes Oberösterreich sind der Bühnenkunstpreis, der Denkmalpflegepreis, der Volkskulturpreis, der Landespreis für initiative Kulturarbeit sowie der 2005 erstmals vergebene Landespreis für Kunst im interkulturellen Dialog, der die Kulturarbeit von bzw. für MigrantInnen honoriert. Zusätzlich werden das Adalbert-Stifter-, das Margret-Bilger- sowie das Anton-Bruckner-Stipendium vergeben. Stadt Linz und Land Oberösterreich finanzieren gemeinsam "LinzEXPOrt", ein Förderprogramm, das KünstlerInnen Arbeitsaufenthalte außerhalb Österreichs ermöglicht.¹⁶⁴

Die städtische Abteilung LinzKultur hat mit LINZimPULS einen Innovationstopf für freie KünstlerInnen, Kulturschaffende und die Freie Szene ins Leben gerufen, der jährlich mit einer Schwerpunktsetzung ausgeschrieben wird und zur nachhaltigen Stärkung dieses Bereichs führen soll.¹⁶⁵ Unter dem Motto "Stadt der Kulturen" vergibt die Stadt Linz (AusländerInnen-Integrationsbüro und LinzKultur) seit einigen Jahren Förderungspreise für herausragende interkulturelle Projekte. Im Bereich der Direktförderungen sind diese abhängig von Förderbereichen und -sparten (z. B. Architektur, Bildende Kunst, Musik, Film, ...) bzw. des finanziellen Aufwandes. Die Stadt Linz vergibt auch Kunstwürdigungspreise und -förderungsstipendien. Mit dem "Marianne von Willemer-Preis" stiftet die Stadt Linz einen Preis speziell für Frauen-Kunst. Seit 2004 wird dieser mit 3.600 Euro dotierte Preis (jährlich alternierend) in den Sparten "Literatur" und "Netzkunst" vergeben.

Die künstlerische und kulturelle Entwicklung der Region wird auch durch österreichweite Initiativen unterstützt. So wird etwa der österreichische Museumspreis vom Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur verliehen. Ein anderes Beispiel liefert der österreichische Musikfonds, der vom Bundeskanzleramt und Institutionen der Musikszene finanziert wird. Zielgruppe sind MusikerInnen, UrheberInnen, InterpretInnen, MusikproduzentInnen und Musikverlage, deren professionelle österreichische Musikproduktionen finanziell gefördert werden sollen um damit auch den Kreativstandort Österreich zu stärken.

¹⁶⁴ LinzEXPOrt wurde bis zum Jahr 2004 mit 25.000 Euro alleine durch die Stadt Linz finanziert. Im Jahr 2005 wurde das Fördervolumen auf 50.000 Euro erhöht, wobei das Land Oberösterreich nun die Hälfte hiervon mitträgt.

¹⁶⁵ Der mit 72.000 Euro dotierte Topf wurde in den letzten Jahren zu folgenden Themen ausgeschrieben: LKA - Linz Kultur Auslandsstipendium (2001), Verbesserung der Struktur bestehender Einrichtungen (2002), Risikokapital (2003), Neue Öffentlichkeiten - Produktion und Arbeit (2004) und Medienimpuls (2005).

7.1.1.2 Wirtschaft

Um die Attraktivität und Qualität des Wirtschaftsstandortes und das regionale Innovationspotenzial für die Stadtregion Linz zu erhöhen, unterstützen öffentliche AkteureInnen diesen Prozess mit Strukturen und Maßnahmen. Die Lokale Agenda 21 (LA 21) beispielsweise zielt auf die nachhaltige Entwicklung von Wirtschaft, Gesellschaft und Umwelt in Städten und Gemeinden ab. LA21-Projekte werden in der Regel von den Bundesländern gefördert. Zu den Leitzielen und Maßnahmen zählen unter anderem auch Identität, Kultur sowie Vernetzung. Ein weiteres Beispiel liefert das vom Linzer Gemeinderat im Oktober 2001 in Auftrag gegebene Projekt "Unsere Zukunft: Linz 21". Im Rahmen des Projekts wurden Zukunftsszenarien und Trendanalysen für die nächsten 10 bis 15 Jahre entwickelt, welche als Leitlinien für die künftige Strategieentwicklung und aktive Zukunftsgestaltung dienen sollen.¹⁶⁶

Als aktuelles Maßnahmenpaket gilt das Zukunftsprogramm "Innovatives Oberösterreich 2010", das vom Landesrat für Wirtschaft, Arbeit, Bildung und Jugend für den Innovationsstandort Oberösterreich realisiert und mit einem Volumen von 600 Millionen Euro umgesetzt wird. Die Unterstützung erfolgt mittels verschiedener Schwerpunktfelder, welche auch den kreativwirtschaftlichen Bereich durch die Stärkung von Forschung und Entwicklung, die Forcierung bedarfsorientierter und lebensbegleitender Qualifikationsmaßnahmen, den (verstärkten) Ausbau von dynamischen Firmennetzwerken und den Ausbau harter und weicher Standortfaktoren zur Stärkung des Wirtschafts- und Technologiestandortes Oberösterreich betreffen.¹⁶⁷ Des Weiteren ist das Ziel 2-Förderprogramm Oberösterreich zu nennen, welches die wirtschaftliche und soziale Umstellung von ländlichen Gebieten mit Strukturproblemen unterstützt. Es werden der Ausbau und eine qualitative, nachhaltige Weiterentwicklung der wirtschaftsnahen Infrastruktur, des Gewerbes, der Industrie, der Dienstleistungen und des Tourismus angestrebt. Das Förderprogramm umfasst beispielsweise Förderung von Forschung, Entwicklung und Innovationen, der Kooperations- und Netzwerkfähigkeit von Unternehmen sowie die Nutzung neuer Kommunikationsmedien. Nachhaltige regionale Wirtschaftsentwicklung soll auch durch die Errichtung beziehungsweise den Ausbau, die Nutzung und Vermarktung sowie Professionalisierung und Qualitätsverbesserung kultureller Infrastruktur angeregt werden.¹⁶⁸ Außerdem soll die regionale Impulsförderung RIF 2000 die Innovationskraft österreichischer Regionen stärken, indem bestehende österreichische Impulszentren unterstützt werden. Es existieren zwei Fördermodule: "RIF *upgrade*", das auf Verbesserung der Ausstattung und Qualität von Impulszentren abzielt und "REG*plus*", das regionale Innovationsprojekte von Impulszentren sowie innovative, forschungs- und entwicklungswirksame Aktivitäten fördert.¹⁶⁹

¹⁶⁶ Teil eines Szenarios ist beispielsweise eine groß angelegte Werbe- und Imagekampagne "Großraum Linz: Nachhaltigkeit par excellence", welche dazu beitragen sollte, höher qualifizierte Menschen aus dem EU-Raum und Firmen zum Zuzug in die Region zu motivieren. In diese Werbeoffensive wären außerdem gewerbliche Nutzungen und kulturelle Einrichtungen integriert.

¹⁶⁷ vgl. Amt der Oö. Landesregierung, Rat für Forschung und Technologie für Oberösterreich, OÖ. Technologie- und Marketinggesellschaft m.b.H. 2005

¹⁶⁸ vgl. Amt der Oö. Landesregierung 2005

¹⁶⁹ vgl. Bundesministerium für Verkehr, Innovation und Technologie 2005

Innerhalb der oberösterreichischen Landesregierung nehmen die Abteilungen Raumordnung und Gewerbe-Wirtschaftspolitik zentrale Positionen im Rahmen der wirtschaftlichen Innovationspolitik und damit auch für kreativwirtschaftliche Belange ein. Erstere ist unter anderem für überörtliche und örtliche Raumordnungsprogramme und Entwicklungskonzepte sowie die Koordinierung aller oberösterreichischen EU-Regionalförderprogramme zuständig.¹⁷⁰ Die Abteilung Gewerbe-Wirtschaftspolitik übernimmt namensgebende Agenden (v. a. Gewerberecht und Wirtschafts- und Tourismusförderungen) und ist programmverantwortliche Stelle für das "Regionale Innovationssystem Oberösterreich" (RIO), einem vom Europäischen Fonds für regionale Entwicklung und Land Oberösterreich geförderten Maßnahmenprogramm. Durch Netzbildung soll die oberösterreichische Wirtschaft gestärkt werden. Folgende Themennetzwerke stehen bei RIO im Mittelpunkt: Humanressourcen, Forschung-Technologie-Innovation, Logistik, Design & Medien, Regionaler Innovationsraum. Die Gesamtkoordination von RIO und dessen Förderprogrammen obliegt der Oberösterreichischen Technologie- und Marketinggesellschaft m.b.H (TMG) mit Sitz in Linz. Als Technologiemanager und Standortentwicklungsagentur des Landes Oberösterreich vertritt sie dessen an wirtschaftlichen und technologischen Stärkefeldern orientierte Innovationspolitik¹⁷¹ und organisiert beispielsweise dessen acht Cluster-Initiativen, die als leistungsfähige Informations- und Kooperationsplattformen die Wettbewerbsfähigkeit und Innovationskraft der rund 1.500 beteiligten Unternehmen und Forschungseinrichtungen nachhaltig stärken. Die Handlungsgrundlage hierfür bildet das zuvor beschriebene von der Oberösterreichischen Landesregierung beschlossene Strategieprogramm "Innovatives OÖ 2010". Unterstützung in den Zielsetzungen erfährt die TMG ihrerseits durch Töchterunternehmen¹⁷² und Vertretungen in Gremien und Netzwerken.

Das Regionalmanagement Oberösterreich gliedert sich in fünf regionale Bereiche und unterstützt Kooperationen der Gemeinden untereinander und mit dem Land Oberösterreich. Im Zentrum stehen die Förderung der Regionalentwicklung und der Standortattraktivität durch die Entwicklung gemeinsamer regionaler Strategien, die Umsetzung des oberösterreichischen Entwicklungsleitbildes, die Initiierung und Betreuung von Projekten sowie die Unterstützung fachübergreifender Kooperationen und Netzwerke. Das Regionalmanagement ist keine Förderstelle, informiert jedoch über Förderungen des Landes, des Bundes und der EU. Projekte des Regionalmanagements Mühlviertel sind beispielsweise ACCC - Cross Border Kulturmarkt, mit dem wichtige Basisarbeit im Hinblick auf die grenzüberschreitende kulturelle Zusammenarbeit geleistet wird oder das Marketingprojekt Stifter 2005, dessen Ziel die Bewerbung der "Marke" Adalbert Stifter als Markenzeichen und Identifikationsfigur für die Region ist.

¹⁷⁰ Die operative Umsetzung erfolgt durch die Unterabteilung "Überörtliche Raumordnung - Koordinationsstelle für die EU-Regionalpolitik".

¹⁷¹ Die oberösterreichische Wirtschafts- und Technologiepolitik wird seit 1998 konsequent cluster-orientiert ausgeübt, um die Wettbewerbsfähigkeit der Region nachhaltig zu stärken. Durch kooperative Zusammenarbeit im Netzwerk sollen vorhandene wirtschaftliche und technologische Stärken und die Innovationsfähigkeit der Unternehmen gefördert werden. Die Cluster-Initiativen werden überwiegend aus dem OÖ. Zukunftsfonds finanziert, mittlerweile jedoch zunehmend durch Leistungsbeiträge der mitwirkenden Partnerunternehmen mitgetragen. Information und Kommunikation, Qualifizierungen, Kooperationen, Marketing und PR sowie Internationalisierung charakterisieren die Handlungsmethoden der Cluster. Die TMG fungiert auch als Verfasserin von Studien und Berichten (z. B. dem Standort- und Technologiebericht 2004).

¹⁷² Die Upper Austrian Research GmbH bietet z. B. Dienstleistungen in den Bereichen Technologiemanagement und Technologie-Transfer. Die CATT - Innovation Management GmbH begleitet mittels kostenloser Unterstützung bei Technologieanalysen, Partnersuchen und Projektentwicklungen, bietet umfassende Beratung zu Förderungen, Venture Capital und Schutzrechten und hilft bei Innovationsvorhaben von der Idee bis zur Umsetzung am Markt.

Die Kreativwirtschaft der Region kann auch von Österreich- oder EU-weiten Programmen, Förderungen und Preisen profitieren. Beispielsweise werden mit dem "Adolf Loos Staatspreis Design"¹⁷³ besonders gelungenes österreichisches Produkt-Design, räumliche Gestaltungskonzepte und Experimentelles Design ausgezeichnet. Mit dem iP Impulsprogramm kreativwirtschaft werden potenzielle UnternehmerInnen der Kreativwirtschaft unterstützt. (vgl. Kapitel 85) Das Strukturprogramm AplusB (Academy plus Business), das von der Forschungsförderungsgesellschaft im Auftrag des Bundesministeriums für Verkehr, Innovation und Technologie (bm:vit) durchgeführt wird, soll High-Tech-Unternehmensgründungen durch AkteurInnen aus dem akademischen Sektor unterstützen und betreuen. Das bm:vit fördert durch das Impulsprogramm FIT-IT auch anspruchsvolle interdisziplinäre Innovation und Technologieentwicklung auf dem Gebiet der Informationstechnologie. Das IST-Programm (Information Society Technologies) ist ein Forschungsförderungsprogramm der Europäischen Kommission, welches internationale Forschungsprojekte im Bereich der Informations- und Kommunikationstechnologien forciert. LEADER+ ist ein Förderprogramm der EU, welches vom Bundesministerium für Landwirtschaft, Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft für Österreich koordiniert wird. Es handelt sich dabei um ein Pilotprogramm für innovative Strategien in der ländlichen Entwicklung. Durch die Gemeinschaftsinitiative INTERREG III des Europäischen Fonds für regionale Entwicklung (EFRE) soll die grenzübergreifende, transnationale und interregionale Zusammenarbeit sowie der wirtschaftliche und soziale Zusammenhalt zwischen den Regionen der Europäischen Union gefördert werden. Ein Projekt der INTERREG III ist beispielsweise das Projekt Cityregio¹⁷⁴.

Für die Stadt Linz erfüllt das Wirtschaftsservice vielschichtige Aufgabenstellungen in den Produktgruppen Märkte und Standortmanagement (wirtschaftspolitische Konzeption, Strategieentwicklung, Stadt- und Standortmarketing, ...). Mit der Entwicklung zur Kulturstadt Linz geht eine Professionalisierung im Bereich Tourismus und Freizeitwirtschaft einher. In diesem Feld tätige Betriebe erfahren Unterstützung und professionelle Vertretung durch das Unternehmen "Oberösterreich Tourismus", welche als Umsetzungs-Drehscheibe für den Ausflugs- und Nächtigungstourismus bezeichnet werden kann und (inter)nationale Aktivitäten setzt, um das Urlaubsland Oberösterreich mit allen Facetten strategisch weiter zu entwickeln und dabei gezielt zu vermarkten.¹⁷⁵

¹⁷³ Staatspreise werden auch in anderen kreativwirtschaftlichen Domänen verliehen: Staatspreis Architektur, Staatspreis Multimedia und e-Business, Staatspreis Innovation, Staatspreis Werbung und Staatspreis Wirtschaftsfilm.

¹⁷⁴ Am Cityregio-Projekt sind die Stadtregionen Leipzig, Plzen und Linz beteiligt, welche zu dem Schluss gekommen sind, dass für die Steigerung der wirtschaftlichen Leistungs- und Wettbewerbsfähigkeit Kooperationen zwischen urbanen Zentren und dem Umland wesentliche Voraussetzungen darstellen. Ungenutzte Wirtschaftspotenziale und zukunftsorientierte, innovative Wirtschaftsfelder sollen durch Stadt-Umland-Kooperation und Cluster-Entwicklung mobilisiert werden. (vgl. cityregio Leipzig Linz Plzen 2005)

¹⁷⁵ Auf operativer Ebene erfolgt dies durch drei Töchterunternehmen (Tourismus Technologie GmbH, OÖ Touristik GmbH, OÖ Werbung GmbH) bzw. dem Tourismus- und Buchungssystem www.oberoesterreich.at, der Verbreitung touristischer Angebote über Kataloge, (Reise-)VeranstalterInnen und anderen Vertriebsinstrumenten sowie der Unterstützung bei klassischer Tourismuswerbung.

Im Themenfeld Multimedia und Neue Medien ist das Future Lab des Ars Electronica Center hervorzuheben. Für Forschungs- und Entwicklungsprojekte mit hohem Gestaltungs- und Innovationsanspruch im Spannungsfeld Kunst, Technologie und Gesellschaft sowie Interdisziplinarität arbeiten dessen MitarbeiterInnen in verschiedenen Bereichen (z. B. interaktive Installationen mit jeder Art von physikalischem Interface, Virtual-Reality-Applikationen und -Installationen (auch) für externe AuftraggeberInnen). Von besonderer Relevanz ist auch die am Fachhochschulstandort Hagenberg angesiedelte Software Competence Center Hagenberg GmbH (SCCH). Diese ist ein hundertprozentiges Tochterunternehmen der Upper Austrian Research GmbH (UAR)¹⁷⁶ und nimmt als eines der größten unabhängigen Forschungszentren Österreichs eine Vorreiterrolle für softwarebezogene, technologische Forschungs- und Entwicklungstrends ein.

Die Erweiterung der Johannes Kepler Universität um den Science Park (Fertigstellung 2008) gilt als wichtiger Impuls für die Etablierung der Region als Forschungs- und Entwicklungszentrum. Im Science Park werden die Mechatronik-Institute der Universität zusammengefasst und externe Forschungsinstitute angesiedelt. Im Rahmen dieses Projektes erfolgt auch die Neustrukturierung der Studienrichtung Mechatronik und die Schaffung von Schwerpunktprogrammen aus den Bereichen Biowissenschaften und Informationstechnologie. Zudem wird derzeit die Einführung der österreichweit einzigartigen Studienrichtung Informationselektronik diskutiert. Eine Reihe an bestehenden Instituten an der Johannes Kepler Universität Linz setzt bereits ihren Schwerpunkt auf innovative Disziplinen. Stellvertretend genannt werden soll an dieser Stelle das Institut für Wirtschaftsinformatik - Software Engineering, das sich vor allem mit dem Forschungsgebiet der Virtuellen und erweiterten Realität im Rahmen des Wissenschaftsbereiches Virtual Reality befasst. Das Institut für Wirtschaftsinformatik - Communications Engineering ist auch maßgeblich für die Ausrichtung der fachübergreifenden Konferenz "Mensch & Computer" verantwortlich, eine seit 2000 jährlich statt findende Veranstaltung an der Johannes Kepler Universität, die sich der gemeinsamen Grenzüberschreitung von Kunst und Wissenschaft verschrieben hat. Im Rahmen der Tagung werden auch drei Preise vergeben: der M&C-Forschungspreis, der M&D-Designpreis und der M&C-Inszenierungspreis.

Auch im wirtschaftlichen Bereich existieren eine Reihe an Preisen zur Förderung von Innovation und Kreativität. Als Anreiz und Möglichkeit zur Breitenwirkung wurde 2005 zum zwölften Mal der Landespreis für Innovation des Landes Oberösterreich ausgeschrieben - seit diesem Jahr übrigens das erste Mal in drei Kategorien (Kleinunternehmen, Mittlere Unternehmen und Großunternehmen). In jeder der Kategorien gibt es neben zwei Anerkennungspreisen 5.000 Euro für die SiegerInnen. Auf städtischer und kommunaler Ebene bestehen ebenfalls adäquate Förderprogramme und -preise, etwa der mit 50.000 Euro dotierte Innovationspreis der Stadt Linz, der jährlich vom Referat für Wirtschaft, Märkte und Grünflächen ausgeschrieben wird.

¹⁷⁶ Die UAR bietet Unternehmen sowohl Arbeiten im Bereich Forschung und Entwicklung als auch Leistungen im Technologiemanagement an. Dadurch soll ein marktorientierter Ausbau sowie die gezielte Vermarktung der Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten erreicht werden. Ziel ist es, Forschung und Entwicklung zu bündeln und zu verstärken, damit alle Unternehmen unabhängig von ihrer Größe von maßgeschneiderten High-Tech-Lösungen profitieren können.

7.1.1.3 Netzwerke und Interessensvertretungen

Als Besonderheit muss das "Themennetzwerk Design und Medien" angeführt werden, das als Zusammenschluss relevanter AkteurInnen in diesem Bereich (Universität für künstlerische und industrielle Gestaltung Linz, Ars Electronica Center, Wirtschaftskammer OÖ, Design Transfer Center, Techno-Z Ried, Kompetenznetzwerk KI-I, Johannes Kepler Universität mit dem Institut Integriert Studieren) durch die TMG als Impulsgeber initiiert und dort angesiedelt wurde. Das "Themennetzwerk Design und Medien" ist Mitglied der Arbeitsgemeinschaft "creativ wirtschaft austria" und definiert sich selbst als Plattform für Information und Kommunikation. Im Mittelpunkt der Aktivitäten stehen Bewusstseinsbildung, praxisorientierte Qualifizierung und intensiver Erfahrungsaustausch zwischen Forschungseinrichtungen und (v. a. kleineren) Unternehmen, um deren Design- und Medienkompetenz in Unternehmensstrategien und Produktinnovationen zu erhöhen. Besonderer Wert wird darauf gelegt, die Begriffe Design und Medien breit zu fassen und die Zielgruppe branchenübergreifend zu erreichen.¹⁷⁷

Bei den Interessensvertretungen nimmt die Wirtschaftskammer Oberösterreich (WKOÖ) eine zentrale Rolle ein. Sie vertritt die Interessen aller Wirtschaftstreibenden auf Bezirksebene (z. B. Bezirksstelle Linz-Stadt, Bezirksstelle Linz-Land, ...) und innerhalb der einzelnen Berufsstände oberösterreichweit durch Sparten und Fachgruppen. Derart werden (zumeist) mehrere Berufsgruppen vertreten, die in unterschiedlichem Ausmaß der Kreativwirtschaft zuzurechnen sind.

In der Sparte Gewerbe und Handwerk finden sich etwa die Fachgruppe FotografInnen, die Fachgruppe BuchbinderInnen, Kartonagewaren und EtuierzeugerInnen, die Fachgruppe BildhauerInnen, BinderInnen, Bürsten- und PinselmacherInnen, DrechslerInnen, Korb- und MöbelflechterInnen, SpielzeugherstellerInnen und die Fachgruppe Gold- und SilberschmiedInnen, UhrmacherInnen, ModeschmuckerzeugerInnen. Die Sparte Tourismus und Freizeitwirtschaft umfasst die Fachgruppe Freizeitbetriebe, die Fachgruppe Lichtspieltheater und AudiovisionsveranstalterInnen und die Fachgruppe Kultur- und Vergnügungsbetriebe. Der Sparte Information + Consulting werden die Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation, die Fachgruppe Unternehmensberatung und Informationstechnologie, die Fachgruppe Telekommunikations- und Rundfunkunternehmen, die Fachgruppe Technische Büros - Ingenieurbüros, die Fachgruppe Druck und die Fachgruppe Buch- und Medienwirtschaft zugerechnet.

¹⁷⁷ Design for All beispielsweise ist eine Initiative des Netzwerks Design & Medien mit dem Kompetenznetzwerk Informationstechnologie zur Förderung der Integration von Menschen mit Behinderungen (KI→I) und dem Institut Integriert Studieren der Johannes Kepler Universität Linz. Produkte und Umgebungen sollen dabei so gestaltet werden, dass sie für alle Menschen nutzbar sind.

Die Wirtschaftskammer Oberösterreich ist auch an regionalen und überregionalen Initiativen beteiligt. Im Rahmen des Projekts "Innovationsraum Mühlviertel - Regionalkooperation Dachmarke" wurde beispielsweise die Herkunftsmarke "Mühlviertel - kraft.voll.echt" kreiert um die Bekanntheit und das Image des Mühlviertels zu erhöhen. Voraussetzungen für die Nutzung der Marke Mühlviertel sind längerfristige Kooperationen und gemeinsames Marketing mit mindestens drei PartnerInnen über Gemeindegrenzen und rein kulturelle bzw. agrarische Bereiche hinweg sowie eine Erhöhung der Wertschöpfung. Die Marke wird von den Mühlviertler WK-Bezirksstellen gemeinsam mit dem EUREGIO Regionalmanagement Mühlviertel und den Bezirksbauernkammern unterstützt. Ein Beispiel für Zusammenarbeit mit den Nachbarländern liefert die grenzüberschreitende Technologieplattform, welche gemeinsam mit der Südböhmischen Wirtschaftskammer und der Industrie- und Handelskammer (IHK) für Niederbayern in Passau gegründet wurde. Ziel der Plattform ist der Aufbau von Netzwerken zu gemeinsamen Forschungs- und Entwicklungsthemen. Des Weiteren sollen langfristige Kooperationen initiiert und nationale wie europäische Förderprogramme nutzbar gemacht werden.

Die kreativwirtschaftliche Entwicklung der Stadtregion wird durch die seit dem Jahr 2003 überregional agierende Arbeitsgemeinschaft "creativ wirtschaft austria" verstärkt beeinflusst werden. Die Arbeitsgemeinschaft agiert dabei nicht nur als österreichweite Plattform, sondern vereint auch jene AkteurInnen, deren Interessen nicht durch die Wirtschaftskammer vertreten werden (können). (vgl. Kapitel 8.1)

Auf Seite der ArbeitnehmerInnen verfügt der Österreichische Gewerkschaftsbund in der Landesorganisation Oberösterreich mit der Gewerkschaft Kunst, Medien, Sport, freie Berufe über eine berufliche Interessensvertretung für alle unselbständig oder freiberuflich Tätigen in den Bereichen Kunst, Medien, Erziehung, Bildung und Sport sowie jenen, die in diesen Berufen in Ausbildung stehen. Sie umfasst alle Personen, die in diesen Bereichen künstlerisch, journalistisch, programmgestaltend, technisch, kaufmännisch, administrativ oder pädagogisch tätig sind.

Auch die Arbeiterkammer Oberösterreich agiert als Interessensvertretung. Sie verfügt mit der Abteilung Bildung und Kultur und dem AK-Bildungshaus Jägermayrthof über eigene Strukturen, mit der kulturpolitische Strategien verfolgt werden. Das Kulturangebot der AK soll für alle ArbeitnehmerInnen zugänglich sein (z. B. durch den Kulturmonat, bei dem zu niedrigen Eintrittspreisen Besuche in Posthof, Brucknerhaus, Landestheater und ähnlichen Einrichtungen möglich sind). Eine besondere Auseinandersetzung findet dabei mit Themen wie der Veränderung in der Arbeits- und Lebenswelt statt (z. B. durch die Filmreihe "Zukunftsperspektive Arbeit"). Die AK tritt sowohl selbst als Produzentin - oftmals in Kooperation mit lokalen Kulturinitiativen und -vereinigungen - als auch als Unterstützerin von Veranstaltungen auf, sofern diese ihrem kulturelles Profil entsprechen. Darüber hinaus existieren zwei jährlich vergebene Preise. Der AK-Kunstpreis, dotiert mit 1.500 Euro wird für Diplomarbeiten von AbsolventInnen der Kunstuniversität Linz vergeben und (gemeinsam mit dem Brucknerhaus) wird der mit 10.000 Euro dotierte Literaturpreis BUCH.PREIS an Werke verliehen, die soziale Bedingungen der Arbeitswelt thematisieren.

7.1.2 Private Organizations

7.1.2.1 Kultur

Unter den marktwirtschaftlichen Unternehmen bzw. den privatwirtschaftlichen Kulturbetrieben finden sich eine Vielzahl professioneller AkteurInnen. Im Bereich der darstellenden und unterhaltungsbezogenen Kunst sind dies primär Lokale und Bars, in denen Veranstaltungen angeboten werden (in Linz etwa Smaragd, Gasthaus Alte Welt, Keintzel Wirtshaus-Bar, Josef - Das Stadtbräu, Börserie, Papa Joe's, Terrassencafe Anklang/Brucknerhaus, Gasthaus Urbanides, Beluga club - lounge/arcotel, Cafe - Bar Cheese, Gelbes Krokodil, ...). Die Palette der kulturellen Leistungen reicht dabei von Lesungen, Schreibwerkstätten, Literaturabenden, Piano-Musik oder School-Out-Parties bis hin zu Konzerten, DJ line-ups, Performances und Theater-, Tanz- und Kabarettaufführungen.

Die Anzahl der privaten Galerien in der Stadtregion Linz ist relativ gering. (vgl. Kapitel 7.2.8bs) Hier wären etwa die Galerie Thiele, die Galerie Seidler, die Galerie Bilder Prat, die Galerie Brunnhofer, die Galerie Figl, die Galerie Eder oder der Linzer Kunstclub in der Stadt Linz zu nennen, außerhalb des Stadtgebietes etwa die Galerie Pehböck und Johannas Kleine Galerie in Perg, die Galerie in der Schmiede in Pasching, die Galerie Zauner in Leonding oder die Galerie Kregl in Kirchberg-Thening. Gezielte Schwerpunkte in den ausgestellten und auszustellenden Exponaten setzen einzelne AnbieterInnen. So führt die Fotografische Gesellschaft in Linz eine Fotogalerie, die ebenfalls hier ansässige Liebe Dinge Galerie hat sich der naiven Kunst verschrieben und für die Linzer Galerie für zeitgenössische Kunst und die Glasgalerie sind die jeweiligen Namen Programm.

Private Einrichtungen, welche sich der musischen und künstlerischen Ausbildung widmen, reichen von Ballet- und Tanzschulen (z. B. Danceschool Horn, Tanzschule Renate Frauendienst, Bühnentanzschule York Studios, Linzer Tanzzentrum Jakob, Erste Linzer Ballettschule Prof. Johanna Wilk-Mutard, Ballettschule Theater Maestro in Linz, NURA Orientalische Tanzschule in Traun, ...) bis hin zu privaten Musikschulen (z. B. Musikzentrum Linz - private Musikschule Reinhard Prinz, Akademie des Kulturhauses Reiman, easy guitar Baumkirchner, Happy Music, Musikschule Yamaha in Linz, ...).

Eher selten sind private Unternehmen anzutreffen, die im qualitativ hochwertigeren Bereich kulturelle Veranstaltungen durchführen. Zu nennen ist hier vor allem die voestalpine, die seit 1998 jährlich ein kulturelles und gesellschaftliches Event, das voestival, organisiert.¹⁷⁸ Weitere Beispiele für private Unternehmen in der Stadtregion Linz, die sich (zeitweise) selbsttätig im kulturellen Sektor engagieren, wären etwa HMH Engineering - Consulting - Trading GmbH, ein im Süden von Linz gelegenes innovatives Bauschutt-Recycling-Unternehmen, das verschiedenste Kunstereignisse (experimentelle Konzerte, Installationen, Schau- und Hörspiele sowie Ausstellungen in einer in Linz-Urfahr gelegenen Galerie) aufführt oder die Schinko GmbH in Neumarkt im Mühlkreis, ein Unternehmen, das im Bereich Schaltschrank- und Gehäusetechnik und innovatives Design tätig ist und u. a. einmal jährlich ein großes Open-Air-Fest veranstaltet.

¹⁷⁸ Diese Kulturveranstaltung findet in Kooperation mit dem Linzer Bruckner Orchester im ungewöhnlichen Umfeld einer großen Werkshalle am Gelände der VOEST statt.

7.1.2.2 Wirtschaft

Im Bereich der Buchhandlungen vertreiben größere Buchhandlungen in Filialen Buch-, Literatur und Presseprodukte (Thalia.at, Libro). Einzelne kleinere Unternehmen (z. B. ALEX - eine Buchhandlung und die Buchhandlung Korb in Linz oder "der kleine Buchladen" in Ottensheim) nehmen ihren Platz in diesem Sektor durch Schwerpunktsetzungen im Angebot ein. Mehrere dieser Vertriebe agieren zudem als VeranstalterInnen von Lesungen. Das Verlagswesen wird im geografischen Geltungsbereich weitgehend von tendenziell industriell geprägten Druckereien bestimmt. So sind die VERITAS Verlags- und HandelsGesmbH, die Druckerei Denkmayr Ernst GmbH, die Jos. Feichtinger Erben GmbH & Co KG oder Libu-Zet, der Linzer Buch- und Zeitschriftenvertrieb und Verlag von Büchern im Eigentum von Rudolf Trauner (exemplarisch) anzuführen. Neben Unternehmen, die sich auf die Produktion von Zeitungen und Zeitschriften spezialisiert haben (Wimmer Medien GmbH & Co KG, Oberösterreichische Media Data Vertriebs- und VerlagsGmbH, Zielgruppen Zeitungsverlag GmbH, ...) runden einige kleinere Verlage das Gesamtbild ab. Dazu zählen der Verlag LOCUS - Johannes Stübler in Linz, der Verlag für didaktische Medien - Elisabeth Rammer in Altenberg bei Linz oder der Freya Verlag - Sigrid Hirsch in Gallneukirchen.

Ein kleines Segment mit großer Reichweite stellt die Medienwirtschaft, allen voran Radios und Zeitungen dar.¹⁷⁹ (vgl. Kapitel 7.2.7 und Kapitel 7.2.9) Nahezu alle Unternehmen haben ihren Sitz in Linz (Oberösterreichische Nachrichten, Linzer Rundschau und Korrekt, Neue Kronenzeitung, Neues Volksblatt, Life Radio, LT 1 - Privat-TV Linz, Tips). Des weiteren zu nennen wären hier das Online-Medium oberoesterreich.com¹⁸⁰, die Linz Land Fernsehen Medien GmbH und Radio Arabella, das Ende Oktober 2005 in Linz seinen Betrieb aufgenommen hat. Einzelne überregionale Medien verfügen zudem über KorrespondentInnen in der Stadtregion (z. B. Kurier, Der Standard oder Salzburger Nachrichten). Ebenfalls in Linz herausgegeben werden (Fach-)Zeitschriften mit den unterschiedlichsten inhaltlichen Ausrichtungen. Konkret reicht die Palette von einer Fachzeitschrift für Kindergarten- und Kleinkinderpädagogik ("Unsere Kinder") über "Welt der Frau", der Zeitschrift von Frauen für Frauen bis hin zu Telexy, Österreichs erstem illustrierten Fernsehkalender.

Der Buch-, Literatur- und Pressemarkt umfasst auch die Bereiche Übersetzungsdienste und die Tätigkeiten von DolmetscherInnen. Charakteristisch ist hierbei ein hoher Grad an Spezialisierung. Diese erfolgt entweder auf eine bestimmte Sprache wie Russisch bei Dr. Bernhard Riess (Linz) oder italienisch bei Mag^a phil. Regina Hammer (Linz) und / oder auf ein bestimmtes Tätigkeitsfeld (z. B. Translators for Industrie - Mag^a Elisabeth Gornik). Mit Frühsommer 2006 wird sich zudem die Zahl der ausgebildeten GebärdensprachdolmetscherInnen erhöhen, da zu diesem Zeitpunkt 14 AbsolventInnen die dreijährige Fachausbildung "Gebärdensprachdolmetschen" (unter der Rechtsträgerschaft des Dachverbandes der Gehörlosenvereine OÖ) abschließen werden. Einen wichtigen Impuls wird der Buch-, Literatur- und Pressemarkt in der Stadtregion Linz ab April 2007 erfahren, da ab diesem Zeitpunkt die

¹⁷⁹ Die hier unter dem Begriff Medienwirtschaft zusammengefassten Einrichtungen und AkteurInnen teilen sich in der Gliederung nach kreativwirtschaftlichen Domänen (vgl. Kapitel 5.5) auf Buch-, Literatur- und Pressemarkt und Film-, Video-, Fernseh- und Radiowirtschaft auf.

¹⁸⁰ Zwar besitzt dieses Medium eine eigene Rechtsform, die Verbindungen zur Linzer Rundschau sind jedoch durch die gleiche Postadresse und den Verweis/Link auf der Homepage gegeben.

dritte internationale Buchmesse - neben Frankfurt und Leipzig - in Linz statt finden wird. Die so genannte LITERA, die von der Linzer Kongressgesellschaft ausgerichtet wird, ist als Großveranstaltung konzipiert, zu der etwa 500 AusstellerInnen und 35.000 bis 40.000 BesucherInnen erwartet werden.

Als privatwirtschaftliche Unternehmen, die der Musikwirtschaft bzw. dem Phonomarkt zuordenbar sind, finden sich in erster Linie Musikhäuser (z. B. in Linz das Musikhaus Wilburger, das Linzer Musikhaus oder Danner Musikinstrumente sowie das Klavierhaus Enns oder das Musikhaus Fuchs in Pasching), aber auch Einzelpersonen wie der Klavierstimmer Dr. Erwin Seisenbacher und Tonstudios. Diese sind sowohl in Linz (z. B. CCP-Studio-Records, DREX RECORDs, PG Records Produktions- und VerlagsGmbH) als auch außerhalb des urbanen Zentrums (z. B. Arc Records in Eidenberg, musicproduction.at von Franz Aschauer in Perg, BRACHIAL! von Tommy Passenger, Martin Seimen Musikproduktion und das Echo Park Studio in Traun, HOC-RECORDS in Kronsdorf) vorzufinden. Darüber hinaus agieren einzelnen Unternehmen äußerst professionell im Bereich der Veranstaltungstechnik (Streetpark Productions in Linz, Skyline in Neuhofen an der Krems, ...) oder im Vertrieb von Musikalien in Record Stores (z. B. Con.trust Music in Linz).

Die Dichte an Kinos in der Stadtregion ist überdurchschnittlich hoch. (vgl. Kapitel 7.2.6) Allein das Linzer Cineplex und das Hollywood Megaplex in Pasching zeigen Filme in 22 Sälen. Außerhalb der Stadt Linz finden sich beispielsweise das Future Cinema in Perg, das Stadtkino Enns oder die Filmzene Ottensheim. Ein Unternehmen, das den kommerziellen Verleih und Vertrieb von Filmen an diese AkteurInnen und nicht an die Allgemeinheit betreibt, ist mit der FLEUR GmbH in Enns ansässig. Das Linzer Unternehmen Fischerfilm produziert gemeinsam mit namhaften AutorInnen und RegisseurInnen (z. B. Angelina Maccarone, Wolfram Paulus, Kurt Palm) Kino- und Fernsehproduktionen und trägt wesentlich zur Erhöhung des medialen Bekanntheitsgrades der Region bei. Weiters sind (exemplarisch) CASAMEDIA, die schnITTstelle, Monte Video, TiltUpFilm, Zierhut & Partner und donaumedia tv-produktion in Linz sowie Wolfgang Sendlhofer, der Inhaber von Moviemedia in Altenberg bei Linz, Pröll Film in Goldwörth, PROVID und Peter Andry Puluj in Leonding als professionelle Film- und VideoproduzentInnen anzuführen.

Im Bereich der Werbung existieren in der Stadtregion eine Vielzahl von Betrieben. Hervorzuheben ist die Linzer Kreativagentur Sery und deren Creative Director Holger Braun. 2005 erhielt diese Agentur den "Best of European Design & Advertising Awards", der vom Art Directors Club of Europe (ADCE) vergeben wird. Mit dieser Honorierung konnte die Kreativagentur den dritten internationalen Preis nach der Venus des Creativclub Austria und dem Golden Award Montreal entgegen nehmen. Auch CREATEAM, die Linzer Agentur für Markenwachstum konnte ihre Position in Oberösterreich bekräftigen und wurde zu Jahresbeginn 2005 im österreichweiten Kreativranking des Branchenmagazins BESTSELLER als beste Nicht-Wiener Agentur auf Platz 21 gereiht.¹⁸¹ Als weitere bekannte Linzer Werbe- und Kreativagenturen wären etwa die Reichl & Partner Communications group, die Werbeagentur Buchegger, Denoth und Feichtner, die Agentur UPART oder die POINT Agentur zu nennen.

¹⁸¹ Dieses Ranking gründete auf den im Vorjahr 2004 erhaltenen Preisen und Awards. CREATEAM überzeugte durch einen Caesar, einen Print Oscar und dem erfolgreichen Abschneiden bei den ARD Radio Awards.

In der Stadtregion Linz arbeiten auch zahlreiche namhafte und erfolgreiche ArchitektInnen wie beispielsweise die Arbeitsgemeinschaft (ARGE) Spittelwiese Architekten. Diese aus vier ArchitektInnen bestehende Gruppierung konnte 2005 einen Architekturwettbewerb und den Zuschlag zur Sanierung und Erweiterung der Linzer Freizeitoase Hummelhof gewinnen. Die Linzer Architekten ZLS hingegen sind 2003 für ihren Entwurf des Atrium City Centers mit dem Pilgrampreis prämiert worden. Das Bild der Stadt(region) Linz ist auch wesentlich vom freischaffenden Architekten Dipl.-Ing. August Kürmayr geprägt und 2004 durch die Verleihung des Linzer Kunstwürdigungspreises in der Sparte Architektur honoriert worden. Er war u. a. (mit-)verantwortlich für das Generalkonzept zum Innenausbau des Nordico, hat das Musikpavillon an der Linzer Donaulände geplant und war als Mitglied der Planungsgruppe am Bau der Johannes Kepler Universität beteiligt. Zu nennen sind weiters die Architekten Gründlinger + Rath aus Linz, die sich auf Büro- und Gewerbebauten spezialisiert haben, die Linzer ArchitektInnen RIEPL RIEPL, denen bereits dreimal der Bauherrenpreis der Zentralvereinigung der Architekten Österreichs verliehen wurde (1990, 1998 und 2001) und die Linzer Archinauten, die 2005 mit dem oberösterreichischen Gemeindep reis vis à vis, dem Wettbewerb zu guter Architektur ausgezeichnet wurden. Außerhalb von Linz ist die Architektin Drⁱⁿ Elisabeth Farkashazy aus Mauthausen hervorzuheben, die neben ihrer beruflichen Tätigkeit z. B. als Konsulentin und Workshopleiterin am zweitägigen Symposium zu "gender housing - geschlechtergerechtes Bauen, Wohnen, Leben" im Jänner 2006¹⁸² oder an der Erfassung und Aufbereitung von "gender-Kriterien" für Architekturwettbewerbe beteiligt ist.

Die Informations-, Kommunikations-, Multimedia- und Internetwirtschaft ist innerhalb der Region stark auf Linz konzentriert. Mit NETural Communication oder Mediaccine sind wichtige Multimediaagenturen hier ansässig. Auch ist mit dem börsennotierten Unternehmen Fabasoft einer der führenden Standardsoftwarehersteller für Electronic Government, Elektronische Aktenführung und Bürgerservice im Internet dem Standort Linz zuzuordnen.¹⁸³ NutzerInnenorientierte Internetlösungen bietet seit 1997 mDesign in Linz, die sich als Full Service Agentur für Neue Medien definiert. Auch ist in Linz LIWEST, der größte TV-Kabelbetreiber Oberösterreichs und ein bedeutender Anbieter von (Breitband)-Internet zu finden.

In der Domäne Kunstmarkt (Bildende Kunst, Grafik, Mode, Design und Fotografie) und Kunsthandwerk reicht die Palette von kleineren privatwirtschaftlichen Unternehmen wie Antiquariaten und Kunsthäusern (z. B. die Antiquariate Scheuringer und Weinek, das Antikhaus Freller oder Bilder Eigl in Linz) über Fotowerkstätten (z. B. Fotowerkstatt Pilz in Leonding, Atelier Engleder in Linz) bis hin zu etablierten Grafik- und/oder Designunternehmen wie formquadrat¹⁸⁴, das Atelier für Kunst, Design und Gestaltung von Franz Durst, Edda Design, d.signwerk, das Grafikstudio Haginger und Graph-X, allesamt in Linz ansässig. Mode-DesignerInnen mit eigenen Ateliers sind in der Region kaum zu finden. Etabliert haben sich hier Acci Selekt oder das Design Studio Fluxus in Linz, die sich auch über die

¹⁸² Das Symposium "gender housing" wurde vom Institut für Frauen- und Geschlechterforschung an der Johannes Kepler Universität Linz auf Initiative des Wohnbauratesrates Dr. Hermann Kepplinger veranstaltet.

¹⁸³ Ende Juni 2005 beschäftigte Fabasoft 224 MitarbeiterInnen.

¹⁸⁴ Dieses Unternehmen für Integrated Design, Transportation Designs und Computeranimation wurde als einziges Designbüro gleich drei mal für den Österreichischen Staatspreis für Design 2005 nominiert.

Grenzen der Stadtregion hinweg einen Namen machen konnten. Im Spätherbst 2005 ist mit RADIESCHEN ein weiterer Shop in der Linzer Südtirolerstraße eröffnet worden, in dem zwei JungdesignerInnen ihre Kollektionen und Labels einer breiteren Öffentlichkeit zugänglich machen. Andere Unternehmen dieser Sparte wie das Möbel Atelier Klinger aus Eidenberg, Intra Design aus Linz oder Id Werkstatt aus Traun haben sich auf Innenarchitektur, Planung und/oder Möbeldesign spezialisiert. Mehrere Unternehmen be- und verarbeiten zudem Natursteine (z. B. Design in Stein, Lentia Marmor, Stein 2000 oder TREBO-STEIN in Linz sowie marmor LUX in Traun, Natursteinzentrum Roitner in Leonding oder Steinart Gollner in Gallneukirchen), führen Beschlag- und Kunstschmieden (z. B. ÖSWAG Maschinenbau oder Voest-Alpine Schmiede in Linz sowie DBF Metallverarbeitung in Enns, Kunstschmiede Franz Öllinger in Ansfelden, Team Minichberger in Hargelsberg) oder erzeugen (Fantasie-)Schmuck, Gold- und Silberschmiedewaren in Linz (z. B. Atelier Aurum, Schmuckwerkstätte Design Renate Bauer, Creation CF) und in der Region (z. B. Embiria Schmuckdesign in Hagenberg im Mühlkreis, Goldschmiede Beer in Neuhofen an der Krems, Klaus Anselm in Ottensheim, BIJOU in Enns). Kunsthandwerklich sind zudem KunstmalerInnen wie Gerhard W. Lipp in Linz oder RestauratorInnen (z. B. Mag^a art. Monika Roth und Erich Saminger in Linz) tätig.

Im Bereich Forschung, Entwicklung und Beratung dominieren einzelne privatwirtschaftliche Unternehmen das Feld. Einen hohen Stellenwert kann den Linzer Marktforschungsinstituten Market, Spectra und IMAS (Internationales Institut für Markt- und Sozialanalysen) eingeräumt werden. Die Linzer Forschungslandschaft wird überdies von mehreren kleineren und/oder spezialisierten AkteurInnen wie dem Institut für Berufs- und Erwachsenenbildungsforschung (IBE), dem Institut Retzl für Gemeindeforschung und Unternehmensberatung, dem Linzer Institut für soziale Analysen (LISA) oder dem Linzer Institut für qualitative Analysen (LIQuA) bereichert. Außerhalb der Landeshauptstadt sind nur wenige eigenständige Unternehmen mit Forschung und Entwicklung befasst, etwa Schukra in Leonding oder Technosert Electronic in Wartberg ob der Aist. Im Bereich der auf Beratung spezialisierten Unternehmen sind in der Stadtregion Linz zahlreiche Einrichtungen aktiv, die sich teilweise durch spezifische Konzepte und Angebote auszeichnen (z. B. npo.consulting.net, ÖSB Consulting GmbH oder ÖAR Regionalberatung).

7.1.2.3 Netzwerke

Am Institut für Handel, Absatz und Marketing der Johannes Kepler Universität sind mit dem Marketing Club, dem Export Club und dem Linzer Marketing Absolventen Club (LIMA) drei Netzwerke bzw. Marketingclubs organisatorisch angesiedelt. Auch andere Berufsverbände und -vereinigungen, die alle in Linz verortet werden können, verbinden einzelne Professionen und bündeln deren Interessen (z. B. Oberösterreichischer Presseclub, Frauennetzwerk im oberösterreichischen Presseclub, PEN-Club) oder forcieren gleichartiges auf breiterer Basis (z. B. BPW Club Linz - Business and Professional Woman, Österreichischer Akademikerbund). Andere wiederum widmen sich dem Absatz und Vertrieb von regionalen Produkten bzw. der allgemeinen regionalen Entwicklung. So sind etwa die Dachmarke Mühlviertel kraft.voll.echt (Perg), "Das GUUTE liegt so nah!", der Verein für wirtschaftliche Regionalentwicklung Urfahr-Umgebung (Linz), der Linzer City Ring (Linz), der Trauner Ausstellungs- und Werbering (Traun) oder die Hotelvereinigung Linz-Land (Ansfelden) zu nennen. Mit kulturellen Agenden befasst sich auch der Kulturring der Wirtschaft Oberösterreich, der in Linz ansässig ist.

7.1.3 NGOs/NPOs

Der dritte Sektor (Non-Governmental- und Non-Profit-Organizations) in der Kreativwirtschaft umfasst in der Stadtregion Linz neben Einrichtungen des öffentlichen Sektors mit gering ausgeübter Hoheitsgewalt¹⁸⁵ vor allem private Vereine, die im Kulturbereich unter dem Begriff der Freien Szene¹⁸⁶ subsumiert werden können und an Gegenwartskultur und/oder gesellschafts- und sozialpolitischen Hintergründen orientiert sind. Die Freie Szene in der Stadtregion Linz zeichnet sich durch ihre Offenheit und Vielfältigkeit aber auch durch frische Impulse, Innovationen und einer ausgeprägten Kreativität als wertvolles Pendant zum traditionellen Kulturverständnis aus.

Mehrere Theater, die dem Dritten Sektor zugerechnet werden müssen, beleben die künstlerische Vielfalt in der Stadtregion. Den höchsten Bekanntheitsgrad hat hierbei das Theater Phönix. Dieses innovative Theater schafft es mit kleineren, kreativen Produktionen, einen ganzjährigen Betrieb aufrechtzuerhalten. Auch das Theater Maestro (Ballet und (Tanz-)Theater) und das Linzer Kellertheater bespielen ihre Räumlichkeiten ganzjährig. Eine Ausdehnung des Angebots erfolgt über kleinere Theatergruppen, die teilweise ohne eigene Spielstätten auftreten (theaternyx, TheaterUnser, ATW Austria Theater Werke, Die Niederträchtigen). Als Forum für TänzerInnen, ChoreographInnen und Tanzinteressierte etablierte sich mittlerweile das choreographiccentrelinz (CCL). Es bietet ein Umfeld, das von Offenheit, Kreativität und Professionalität geprägt und somit eine Bereicherung für die Tanzszene darstellt.

Abseits vom Mainstream-Kino bewegen sich in Linz das als Verein konstituierte Movimento/City-Kino als Programmkino sowie der Cinematograph, der sich auf Meisterwerke der Stummfilm- und frühen Tonfilmzeit spezialisiert hat. Mit dem Crossing Europe Filmfestival Linz wurde 2004 ein internationales Festival geschaffen, das mit dem Schwerpunkt europäischer Film an mehreren Tagen innovative Produktionen bzw. deren RegisseurInnen und SchauspielerInnen nach Linz bringt und belebt. Als eines der größten zeitgenössischen Kulturfestivals in Österreich gilt das Festival der Regionen. Seit 1993 werden alle zwei Jahre Kunstschaaffende sowie die lokale Bevölkerung in die Auseinandersetzung mit gesellschaftlichen, politischen und künstlerischen Fragestellungen einbezogen. Das oberösterreichische Festival agiert bewusst abseits von Zentren und verbindet derart zeitgenössische Kulturarbeit und Kunstformen mit lokalen Traditionen, Geschichten und Eigenheiten. Die Debutnale ist ein seit 2003 jährlich stattfindendes "Festival des ersten Videos". Dieses vom KünstlerInnenkollektiv a.s.a.p. veranstaltete kleine Festival wendet sich an professionelle und amateurhafte Film- und Videoschaaffende, um ihr erstes Video zu präsentieren. Ein Festival der anderen Art stellt das Österreichische Daumenkinofestival der Kooperative zur Förderung instabiler Medien dar. Erstmals 2005 in Linz ausgerichtet, will es die Bevölkerung animieren, Ideen in Form eines Daumenkinos auf Papier zu bringen.

¹⁸⁵ Derartige Einrichtungen werden in dieser Studie dem NGO-/NPO-Bereich zugeordnet. Zur Drei-Sektoren-Theorie vgl. Kapitel 5.1.

¹⁸⁶ Dieser Begriff wird vor allem für die entsprechenden Kulturvereine und -initiativen sowie mit ihnen assoziierte EinzelkünstlerInnen der Stadt Linz verwendet. Er kann aber durchaus auch für die regionalen Kulturinitiativen außerhalb des städtischen Bereichs Anwendung finden.

Über einen in Zeit- und Basiskultur wurzelnden Hintergrund verfügen die Kulturvereinigung Stadtwerkstatt und der Kulturverein KAPU. Diese beiden seit Ende der 1970er- bzw. Mitte der 1980er-Jahre bestehenden Initiativen agierten in den Gründungszeiten als autonome Gegenbewegungen und konnten sich in den letzten Jahren als Kulturvereinigungen mit gesellschaftspolitischem Background in den Bereichen Kultur, Arbeit und Politik sowie als alternative Kultur- und Veranstaltungszentren etablieren. Ein konventionelleres Kunst- und Kulturprogramm findet sich im Kulturzentrum Hof in Linz, der seine Bekanntheit u. a. durch das Musikprojekt "Bandbreiten" begründen kann.¹⁸⁷

Eine etwas jüngere Initiative im Spannungsfeld Kunst, Kultur, Wissenschaft und Technologie stellt die KünstlerInnengruppe Time's Up dar. Der Kunst Raum Goethestrasse agiert als Ort für Produktion und Präsentation an den Schnittstellen zeitgenössische Kunst, Kulturtheorie und Soziales im regionalen und internationalen Feld. Als experimentelle Laborfläche formierte sich 2004 "quitch - kunst kultur plateaus", getragen durch die seit 2001 bestehende Kunst- und Kulturinitiative qujOchÖ, das außeruniversitäre Forschungsinstitut LIQuA und freischaffende EinzelkünstlerInnen. Es dient als Werk- und Diskursstätte an den Schnittstellen von Kunst, Politik/Gesellschaft und Wissenschaft. Als freies Medium trägt der Freie Rundfunk Oberösterreich (Radio FRO) als Entwicklungsraum zu einem vielfältigen und unabhängigen Programm in der Stadtregion bei.¹⁸⁸ Der in Linz lokalisierte Kulturverein servus.at bietet die Basis für den Internet-Auftritt zahlreicher Kunst- und Kulturschaffender in der Region. Als Internet-, Kommunikations- und Präsentationsforum kommt dieser Initiative ein hoher Stellenwert in der Vernetzung und Kooperation lokaler AkteurInnen zugute.

Andere Kultureinrichtungen der Freien Szene forcieren Diskussionen zum traditionellen Kunst- und Kulturbegriff. Bewusst werden dabei Grenzen zwischen Kunst, Medien, Sozialem, Integration, Politik und Bildung überschritten. Auf einer (primär) theoretisch-inhaltlichen Ebene sind das Transpublic in Linz aber auch das Linzer European Institute for Cultural Policies (eipcp) zu nennen. Das eipcp arbeitet mit dem Grundsatz, Diskurse zu fördern und selbst ein Ort der Vernetzung zu sein.

Aktionistischer agieren hingegen andere Initiativen, so beispielsweise die in Linz ansässigen Freundinnen der Kunst oder das Institut für erweiterte Kunst - Frohsinn (IFEK). Das aus vier Linzer Frauen bestehende Kollektiv Freundinnen der Kunst nähert sich unterschiedlichen Themenstellungen künstlerisch. Das IFEK hingegen orientiert sich an jungem Publikum und KünstlerInnen und führt seine Events und Projekte vorrangig am eigenen Veranstaltungsort durch. Seit ihrer Gründung im Jahr 1989 legen auch "Die Fabrikanten" aus Linz ihren Schwerpunkt auf innovative und grenzüberschreitende Projekte, die einen breiten Bogen zwischen Kunst und Alltag und unterschiedlichen Medien spannen.

¹⁸⁷ Im Rahmen des Bandbreiten-Music-Awards werden jährlich NachwuchsmusikerInnen im Linzer Posthof ausgezeichnet. Die Bandbreiten-Akademie bietet Kurse, Aus- und Weiterbildung für MusikerInnen, Musikinteressierte und TontechnikerInnen.

¹⁸⁸ Mittlerweile hat Radio FRO im nördlichen Teil von Oberösterreich eine "Dependance" gegründet. Der Freie Rundfunk Freistadt sendet seit März 2005 aus der Lokalbühne Freistadt.

Ein "new genre public art"-Vertreter, der durch Kunst Mitverantwortung gegenüber gesellschaftspolitischen Entwicklungen übernimmt, ist der Kulturverein Social Impact. Durch vielfältige Projekte werden in Reaktion auf gesellschaftliche Reibungsflächen soziopolitische Konflikte künstlerisch bearbeitet. Als autonomes Integrationszentrum von und für MigrantInnen arbeitet MAIZ an Veränderungen der Lebens- und Arbeitssituationen von MigrantInnen in Österreich. Einen Schwerpunkt nimmt die Verbesserung der politischen und kulturellen Partizipation ein, wobei Bildungsmaßnahmen, Beratung und Begleitung, Forschung und Kulturarbeit forciert werden. Gesellschaftlich benachteiligte Gruppen wie MigrantInnen stehen auch im Mittelpunkt von MEDEA - Kulturverein für Aktive Medienarbeit, der seit 2002 unter dem Namen PANGEA eine multifunktionale und -kulturelle Medienwerkstatt betreibt. Angeboten werden unter anderem Radioworkshops und künstlerische Projekte im Audibereich. Seit 2005 wird PANGEA als eigenständiger Verein geführt und ist in dieser Form einzigartig in Österreich. Das kulturelle, soziale und wissenschaftliche Engagement von aus- und inländischen Menschen honoriert auch der Inter-Kultur-Preis, der jährlich von der OÖ Gesellschaft für Kulturpolitik, der SPÖ OÖ und der Volkshilfe Flüchtlingsbetreuung verliehen wird.

Freiräume für künstlerisches Schaffen hat sich die Donauschule Linz seit 2002 im 1706 erbauten Klieinsteinhaus an der Donau er- und einrichten können. Dieses Haus ist auch unter den Bezeichnungen Salzamt oder Salzstadel ein Begriff und als Veranstaltungsort, Wohn- und Arbeitsgemeinschaft von KünstlerInnen konzipiert. Auf eine lange Tradition im Spannungsfeld von Bildender Kunst, Literatur, Musik und Architektur blickt die 1913 gegründete KünstlerInnenvereinigung MAERZ zurück. Als zentrale AkteurInnen im literarischen Feld müssen zudem der "Linzer Frühling - Literatur und so" sowie der Verein Miriam, der sich neben Literatur auch in der freien Medienarbeit bewegt, hervorgehoben werden.

Außerhalb der Stadt Linz realisiert eine Vielzahl weiterer Initiativen ein breites Veranstaltungsangebot in verschiedenen Bereichen (Tanz, Musik, Kabarett, Lesungen, ...) und arbeitet an der kulturellen Entwicklung der Region. Genannt werden können hier etwa das Zentrum für Kultur und Regionalentwicklung Bruckmühle in Pregarten, die Kulturakademie Region untere Feldaist, das Kunstkollektiv backlab in Weitersfelden, das Kulturzentrum d'Zuckerfabrik Enns, der Kulturtreff Altes Kino St. Florian, die Kleinkultur- und Kleinkunststätte Altes Kino Mauthausen, der Kulturkreis Mauthausen, Akzent - Der Altenberger Kulturverein, Gallensteine in Gallneukirchen, Jo in Ottensheim, der Kulturverein Woast in Wartberg an der Aist, die Tribüne in St. Georgen/Gusen, der Ramlwirt in Neumarkt/Mühlkreis, der Gusenleithnerhof in Unterweikersdorf oder das Kulturzentrum Roßstall in Steyregg. Als besondere Beispiele müssen die Mühlviertler Festspiele Schwertberg, die seit 2003 namhafte KünstlerInnen und Produktionen auf hohem Niveau (Theater, Konzerte, Lesungen, Ausstellungen und Hörspiele) und zahlreiche BesucherInnen nach Schwertberg bringen und das TheaterSpectacel Wilhering hervorgehoben werden.

7.1.3.1 Netzwerke

Um den Diskurs von ArchitektInnen und Studierenden dieser Studienrichtung zu fördern, wurde 1994 in Oberösterreich das Architekturforum (afo) gegründet. Ihm wurde durch die Stadt Linz mit der ehemaligen "Volksküche" eine Veranstaltungs- und Kommunikationsfläche zur Verfügung gestellt. Ziel des afo ist es, mittels offenem Atelier Raum zu bieten, in diesem (u. a. durch Workshops und Seminare) aktuelle Themen zu bearbeiten und durch das Aufbrechen von Routinen zu neuen Lösungsansätzen zu gelangen.

Eine gewichtige Rolle als pressure group und Interessensvertretung (Kulturpolitik, gewerkschaftliche Vertretung, Service und Beratung) nimmt die 1984 gegründete Kulturplattform Oberösterreich (KUPF) ein, die als Dachorganisation von über 100 Mitgliedsinitiativen eine Plattform für zeitgenössische Kulturvereine in Oberösterreich bietet. Um Frauen als Künstlerinnen und Kulturarbeiterinnen sichtbar zu machen und deren Arbeit zu fördern wurde 1998 FIFTITU%, der Verein zur Förderung von Kunst und Kultur von Frauen, gegründet. Die Tätigkeitsfelder von FIFTITU% reichen von Service und Information für kunst- und kulturschaffende Frauen, der Erstellung einer Künstlerinnen- und Expertinnendatenbank, Vernetzungsaktivitäten, Studien und Publikationen bis zu aktiver Kulturpolitik. Er ist mittlerweile eine wichtige Instanz in aktuellen kultur- und genderpolitischen Fragestellungen. Im Zuge der Arbeiten am Kulturentwicklungsplan der Stadt Linz hat sich die örtliche Freie Szene verstärkt vernetzt und durch die Gründung des Offenen Forums Freie Szene Linz zu einem zentralen kulturpolitischen Akteur entwickelt.

Außerhalb der Stadt Linz existieren ebenfalls diverse kleinere Foren und Vernetzungen. Seit über 28 Jahren bereichert etwa das Kulturforum Traun das kulturelle Angebot der Stadtgemeinde. Seit der Gründung im Jahr 1977 wurden durch Unterstützung der Stadt Traun und des Landes Oberösterreich rund 500 Veranstaltungen für 120.000 Kulturinteressierte absolviert. Realisiert wurden Ausstellungen und Veranstaltungen mit (v. a. Trauner) MusikerInnen, LiteratInnen und bildenden KünstlerInnen. Überdies hat sich der Verein stark für die Errichtung der Stadtgalerie Traun und die Restaurierungsarbeiten im und um das Kultur-Schloss Traun eingebracht und wird mit dem "Trauner Kulturspiegel" regelmäßig publikatorisch aktiv. Im Jänner 2004 wurde das regionale Kulturforum Untere Feldaist (Pregarten, Wartberg, Hagenberg, Unterweikersdorf, Neumarkt) namens "Kulturplatz" gegründet, welches für Reflexion, Entwicklung und Aussichten steht. Es soll Möglichkeiten für Supervision, Fort- und Weiterbildung, Öffentlichkeitsarbeit und gemeinsame Regionalprojekte schaffen. Außerdem wird eine gemeinsame regionale Kulturzeitschrift herausgegeben. Das Forum versucht, Kulturinitiativen und Kulturvereine wie das Zentrum für Kultur- und Regionalentwicklung Bruckmühle, CART, WOAST, Schlossverein Hagenberg, Zaunreiter Akademie, Gusenleithnerhof, Raml Wirt, Kultur im Mostkeller oder den Verein Steinmühle zu vernetzen.

Auf überregionaler Ebene müssen bei der Vernetzung von NGOs/NPOs im Kulturbereich vor allem die verschiedenen Interessensgemeinschaften wie die IG Kultur Österreich, die IG Autoren, die IG Bildende Kunst und die IG Freie Theaterarbeit und der Dachverband freier Radios angeführt werden.

7.2 Kulturstatistische Betrachtungen

Mit der österreichischen Kulturstatistik wird von der Kunstsektion im Bundeskanzleramt und dem Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur (bm:bwk) der ambitionierte Versuch unternommen, über das vielfältige Angebot von Kunst- und Kultureinrichtungen in Österreich zu informieren. Ziel ist dabei die umfangreiche Darstellung des Kultursektors, der öffentlichen Kulturfinanzierung und der Beschäftigung in kulturellen Berufen. Den an internationale Vorgaben anknüpfenden Bezugsrahmen zur Kulturstatistik bildet das LIKUS-System (vgl. Kapitel 5.3.1), das auf gemeinsamen Beschluss der neun Bundesländer sowohl die nationale als auch die internationale Vergleichbarkeit von Kulturstatistiken und -budgets gewährleisten soll und seit 1997 eingesetzt wird. Die Erstellung und Veröffentlichung der Kulturstatistik erfolgt durch die Statistik Austria. Als Datenbasis dienen neben spezifischen Erhebungen die Auswertungen bereits vorhandenen Datenmaterials.

Der nachfolgende Abschnitt dient der Darstellung der zentralen Ergebnisse der aktuellen Kulturstatistik 2003 für das Bundesland Oberösterreich und - falls vorhanden - den geografischen Geltungsbereich der Stadtregion Linz. Die Kulturstatistik enthält alle relevanten Ergebnisse des Berichtsjahres 2003 und wird seit Ende 2004 auf der Homepage der Statistik Austria veröffentlicht. Um Entwicklungen im Kulturbereich darzustellen, wird die Kulturstatistik 2001/2002, die schwerpunktmäßig die Jahre 2001 und 2002 erfasst, als Vergleichsmaterial herangezogen. Sind weitere Vergleichsjahre verfügbar, werden diese einbezogen und dargestellt. Vergleiche zwischen österreichischen und oberösterreichischen Daten wurden dann gezogen, wenn dadurch die Aussagekraft erhöht wird.

Die Darstellungen spannen einen breiten Bogen von Museen und Ausstellungen, Bibliotheken und Archiven über Hörfunk und Fernsehen bis hin zu Visueller Kunst. Sie schließen Querschnittsmaterien wie öffentliche Kulturfinanzierung oder Aus- und Weiterbildung ein. Die zentralen Kategorien sowie Definitionen werden in den jeweiligen Themenfeldern beschrieben, die zugrundeliegenden Datenquellen definiert und gegebenenfalls näher erläutert.

7.2.1 Museen und Ausstellungen

Zur Darstellung von Museen und Ausstellungen im Bundesland Oberösterreich greift die Kulturstatistik 2003 auf die Museums- und Ausstellungsstatistik zurück, die auf einer Vollerhebung aller musealen Einrichtungen in der zweiten Jahreshälfte 2004 basiert und die Ergebnisse für das Jahr 2003 (Jänner bis Dezember) enthält.¹⁸⁹ Die erstmalige Erhebung hat 2002 für das vorangegangene Jahr 2001 stattgefunden.

Zur Abgrenzung der Ergebnisse wird der Museumsbegriff der Organisation der Vereinten Nationen für Bildung, Wissenschaft, Kultur und Kommunikation (UNESCO) und dem International Council of Museums (ICOM) zugrundegelegt. Museen im eigentlichen Sinne sind demnach permanente Einrichtungen, die dem Nutzen der Allgemeinheit verpflichtet und dieser zugänglich sind. Die zentralen Kriterien für

¹⁸⁹ vgl. Statistik Austria 2005c

Museen sind die Sammlung, Bewahrung, Erforschung, Vermittlung und Ausstellung materieller Zeugnisse für Studien-, Bildungs- und Unterhaltungszwecke.¹⁹⁰ Einrichtungen, die diesem Aktivitätsprofil nicht entsprechen, werden als museumsverwandte Einrichtungen definiert. Exemplarisch genannt seien an dieser Stelle historische Stätten, Denkmäler oder zoologische Einrichtungen. Auch Ausstellungshäuser ohne eigene Sammlungen sowie Landesausstellungen als singular konzipierte Veranstaltungen gelten nicht als Museen.

Im Jahr 2003 waren insgesamt 154 museale Einrichtungen in Oberösterreich (2002: 156 Einrichtungen) zu finden. 67 davon galten gemäß den zuvor angeführten Kriterien als Museen, die Mehrheit mit 87 Einrichtungen wurde als museumsverwandt eingestuft. Im Vergleich zu 2002 existierten um fünf Museen mehr in Oberösterreich, die Zahl der verwandten Häuser hat sich hingegen von 94 (2002) auf 87 reduziert.

Mit 108 musealen Einrichtungen wurden im Jahr 2003 die meisten der Museen und museumsverwandten Einrichtungen in Oberösterreich von ihnen privat erhalten und geführt, lediglich bei 46 Einrichtungen war die öffentliche Hand Eigentümerin bzw. Erhalterin. Öffentlich finanziert waren in diesem Jahr 22 Museen (2002: 21 Einrichtungen) und weitere 24 museumsverwandte Einrichtungen (2002: 30 Einrichtungen).

Die 154 oberösterreichischen musealen Einrichtungen wurden im Jahr 2003 von insgesamt 1.604.400 BesucherInnen frequentiert. Zwar ist die Anzahl im Jahr 2002 um fast ein Zehntel (1.768.200 Personen, 9,26 Prozent) höher gelegen, allerdings hatte sich in diesem Jahr die Landesausstellung "feste feiern" in Waldhausen mit einem Ansturm von 242.300 Personen quantitativ zu Buche geschlagen. Mit 53,5 Prozent bzw. 858.500 Personen besuchten mehr als die Hälfte der interessierten Wohnbevölkerung Museen und 46,5 Prozent (745.900 Personen) museumsverwandte Einrichtungen. Von rückläufigen Besuchszahlen im Vergleich zum Vorjahr waren die oberösterreichischen Museen betroffen. Wurden 2002 noch 907.800 BesucherInnen gezählt, so berichteten diese im Jahr 2003 von 49.300 weniger Besuchen (- 5,4 Prozent). Gegenteilig verläuft die Entwicklung bei museumsverwandten Einrichtungen. Diese konnten ihre Besuchszahlen um 20,7 Prozent oder 127.900 Personen auf 745.900 BesucherInnen erhöhen.

Die getrennte Betrachtung nach Ausstellungsschwerpunkten, den sogenannten LEG-Kategorien¹⁹¹, zeigt, dass im Jahr 2003 zwei Drittel aller Museumsbesuche den oberösterreichischen "Kunstmuseen, archäologischen und historischen Museen" (565.300 Personen, 65,8 Prozent) zuzuschreiben waren. "Wissenschaftliche, technische und ethnologische Museen" berichteten von 36.600 Personen und die Sammelkategorie "Andere Museen" (inklusive Regionalmuseen und kulturgeschichtliche Spezialmuseen) von 256.700 Besuchen.

¹⁹⁰ vgl. Statistik Austria 2003c

¹⁹¹ Die LEG-Kategorien stellen die von der EUROSTAT vorgeschlagene Zusammenfassung der UNESCO-Klassifikation der Sammlungsschwerpunkte dar. Das Akronym LEG benennt die spezifische Organisationsform der EUROSTAT-Arbeitsgruppe, der Leadership Group.

Im Vergleich zum Jahr 2002 konnte lediglich die Kategorie "Kunstmuseen, archäologische und historische Museen" ein Plus an Besuchen erzielen (+ 75.800 Besuche, + 15,5 Prozent). Die anderen zwei Gruppen haben mit einem Rückgang von 30,3 Prozent und 111.800 Besuchen (Andere Museen) bzw. von 26,5 Prozent und 13.200 Besuchen (Wissenschaftliche, technische und ethnologische Museen) massive Einbrüche erfahren.

Im Bereich der museumsverwandten Einrichtungen galten im Jahr 2003 Einrichtungen der Kategorie "Wissenschaft, Technik und Ethnologie" (271.400 Besuche) sowie zoologische Einrichtungen (251.600 Besuche), die lebendige Flora oder Fauna beheimaten, als Besuchsmagneten. Vergleicht man die Entwicklung zwischen 2002 und 2003, so ist ersichtlich, dass sich in museumsverwandten Einrichtungen die Besuchszahlen besonders erhöht haben. Wie nachfolgende Grafik beschreibt haben bis auf "Kunst, Geschichte und Archäologie" (- 16.000 Besuche) alle Kategorien Zuwächse zu verzeichnen. Am stärksten war dieser im Bereich "Wissenschaft, Technik und Ethnologie" mit einem Zuwachs um 99.900 Personen (+ 58,3 Prozent) ausgeprägt, geringer fiel dieser bei den "Anderen Museen" (+ 14.400 Besuche) und den zoologischen Einrichtungen (+ 22.300 Besuche) aus.

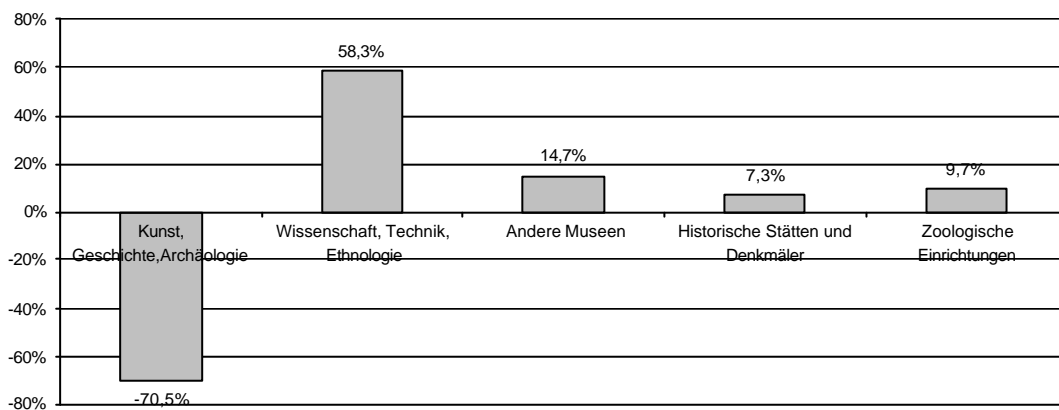


Abb. 18: Entwicklung der Besuchszahlen in museumsverwandten Einrichtungen in Oberösterreich zwischen 2002 und 2003 (Datenquelle: Statistik Austria, eigene Berechnungen)

7.2.2 Archive

Einen zentralen Eckpfeiler der nachhaltigen Kulturpolitik stellen die oberösterreichischen Archive dar. Sie verwahren das gesamte Schrift-, Bild- und Tongut archivarisch, soweit es wegen seines Quellwertes als archivwürdig zur dauernden Aufbewahrung bestimmt wird.¹⁹²

¹⁹² vgl. Statistik Austria 2003d

Im Bundesland sind drei Einrichtungen mit der Erfassung, Verwahrung und Erschließung von Archivalien befasst. Es handelt sich hierbei um das Oberösterreichische Landesarchiv (OÖLA), das Stadtarchiv Linz und das Kirchenarchiv der Diözese Linz. Diese drei Archive haben an der jährlichen Erhebung der Statistik Austria teilgenommen und in den jeweiligen Vergleichsjahren (2001, 2002 und 2003) über ihre Tätigkeiten mittels vorgefertigter Fragebogen Auskunft gegeben¹⁹³.

Charakteristisch für die drei oberösterreichischen Archive ist der hohe Platzbedarf zur Aufbewahrung der Archivalien. Den drei Archiven standen im Jahr 2003 insgesamt 11.394 m² und 38.046 Regalmeter zur Verfügung. Während die Gesamtfläche zwischen den Jahren 2001 und 2003 konstant geblieben ist, hat sich die Zahl der Regalmeter um 767 Meter erhöht. Die Erweiterung ist durch das Stadtarchiv Linz (um 387 auf 8.166 Meter) und das Archiv der Diözese (um 380 auf 2.880 Meter) erfolgt. Die Regalfläche des Oberösterreichischen Landesarchivs ist im Vergleichszeitraum mit 27.000 Meter unverändert geblieben.

Insgesamt wurden im Jahr 2003 den BenutzerInnen der drei Archive 79 Arbeitsplätze zur Verfügung gestellt. Derart sind die verwahrten Archivalien der interessierten Öffentlichkeit vor Ort zugänglich und einsehbar. Genutzt wurde dieses Service wurde im Jahr 2003 von 1.603 Personen, was im Vergleich zu 2001 einer Reduktion um 581 Personen entspricht. Allein das Oberösterreichische Landesarchiv bezifferte im Jahr 2003 die Zahl der NutzerInnen mit 909 Personen bzw. die Zahl der zur Verfügung gestellten Archivalien mit 7.939 Stück.

Die Zahl der MitarbeiterInnen der drei oberösterreichischen Archive ist zwischen 2001 und 2003 nahezu unverändert geblieben. Im Jahr 2001 waren 52,2 Personen nach Vollzeitäquivalenten beschäftigt, im Jahr 2003 dann 52 Personen. Es fand eine Reduktion der fachlich ausgebildeten Kräfte von 19 auf 18 Personen statt. Eine Erhöhung der Ausgaben von 1.166.300 Euro auf 1.680.000 Euro (Anstieg der Personalausgaben um 44 Prozent auf 1.347.000 Euro) verzeichnete das Oberösterreichische Landesarchiv, während das Stadtarchiv Linz eine Reduzierung der Ausgaben um 2 Prozent bzw. 21.000 Euro auf 1.060.200 Euro erfahren hat. Insgesamt bestreiten diese beiden Archive 2003 Ausgaben im Ausmaß von 2.740.200 Euro, wobei den überwiegenden Teil Personalkosten (2.222.200 Euro) darstellen. Das Archiv der Diözese Linz stellte keine finanziellen Daten bereit.

7.2.3 Bibliotheken

Ähnlich den Archiven wird die Bibliotheksstatistik durch Erhebungen bei den einzelnen Einrichtungen erstellt. Als Bibliotheksbegriff wird jener der UNESCO verwendet. Demnach sind Bibliotheken organisierte Sammlungen von gedruckten Werken (Bücher, Zeitschriften, ...) und anderen grafischen oder audio-visuellen Materialien. Unterstützung im Gebrauch, vor allem bei der Forschung, Lehre und Erholung erfahren die NutzerInnen durch das Personal.¹⁹⁴

¹⁹³ Mittels Erhebungsbögen wurden die einzelnen Archive kontaktiert, der Adressbestand des Österreichischen Staatsarchivs von der Statistik Austria um eigene Recherchen ergänzt.

¹⁹⁴ vgl. Statistik Austria 2003e

In Oberösterreich sind vor allem Öffentliche Büchereien inklusive deren Zweig- und Sonderbüchereien wichtige Versorgerinnen mit Büchern und anderen Medien für die lokale Wohnbevölkerung. Im geografischen Geltungsbereich sind neben den öffentlichen Büchereien in den Gemeinden v. a. die Stadtbibliothek Linz (Hauptbibliothek und 11 Zweigstellen) als modernes Medien-, Informations- und Kommunikationszentrum mit einem Bestand von rund 250.000 Medien aus allen Wissensgebieten anzuführen. Den 144.137 NutzerInnen/LeserInnen standen 2003 an 305 Standorten 1.520.618 Bücher bzw. Medien zur Verfügung. Insgesamt wurden in Oberösterreich 3.075.345 Entlehnungen verzeichnet, durchschnittlich hat demnach im ganzen Jahr jeder Nutzer und jede Nutzerin 21 Bücher oder Medien entlehnt. Dieser Wert war höher als der Österreichdurchschnitt mit knapp 20 Medien pro Person.

Dem österreichischen Trend folgend waren die öffentlichen Büchereien/Bibliotheken im Bundesland von Schließungen betroffen. Betrug die Zahl der Standorte 2001 noch 514 Filialen, so hat sich diese bis zum Jahr 2003 um 209 auf 305 verringert.

Wie nachfolgende Darstellung illustriert, werden öffentliche Bibliotheken in einem hohen Ausmaß von ehrenamtlich und nebenberuflich Beschäftigten getragen. Die Zahl der hauptberuflich Beschäftigten wurde für das Jahr 2003 mit 6,6 Prozent oder 140 Personen angegeben, während der Anteil der nebenberuflichen MitarbeiterInnen und jenen ohne Dienstverhältnis überwogen hatte.

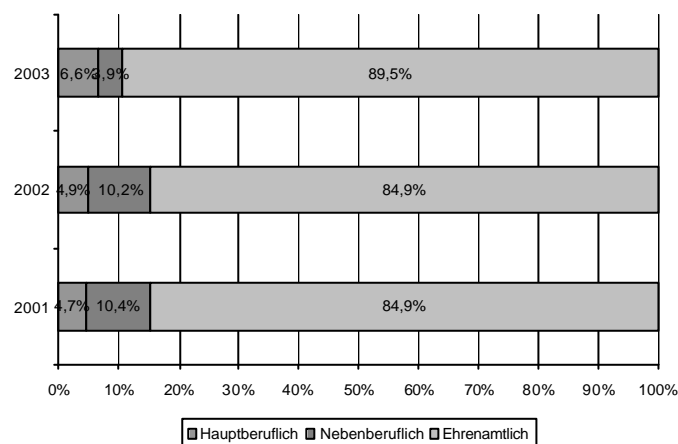


Abb. 19: Entwicklung der MitarbeiterInnenstruktur in öffentlichen Bibliotheken in Oberösterreich zwischen 2001 und 2003 (Datenquelle: Statistik Austria, eigene Berechnungen)

Alle neun oberösterreichischen der 98 österreichischen wissenschaftlichen Bibliotheken und Spezialbibliotheken befinden sich in Linz. Fünf davon stehen aufgrund des Lehr- und Forschungsauftrages in engem Zusammenhang mit Bildungseinrichtungen bzw. Universitäten. Es sind dies die Universitätsbibliotheken der Johannes Kepler Universität Linz und der Kunstuniversität Linz, zwei Bibliotheken lehrerbildender Akademien (Pädagogische Akademie der Diözese Linz, Akademie des Bundes in Oberösterreich) sowie die Bibliothek der Katholisch-Theologischen Privatuniversität Linz. Des Weiteren finden sich in Linz die Oberösterreichische Landesbibliothek und die Bibliothek des wissenschaftlich ausgerichteten Adalbert-Stifter-Instituts. Auch das Oberösterreichische Landesarchiv und das Oberösterreichische Landesmuseum verfügen über hausinterne Bibliotheken.

Mit 53 Beschäftigten und einem Ausgabevolumen von 3.415.100 Euro (davon 1.419.800 Euro Personalausgaben) im Berichtszeitraum 2003 nimmt die Universitätsbibliothek der Johannes Kepler Universität die zentrale Rolle in der oberösterreichischen Bibliothekslandschaft ein. Insgesamt waren in den neun wissenschaftlichen Bibliotheken und Spezialbibliotheken 118 Personen (2003) beschäftigt. 38 davon bzw. ein knappes Drittel übten die berufliche Tätigkeit in Teilzeitbeschäftigung aus. Dadurch bedingt wurde die Zahl der Beschäftigungsverhältnisse auf Basis von Vollzeitäquivalenten mit 191,4 beziffert. Beinahe die Hälfte aller Beschäftigten nach Vollzeitäquivalenten (44,9 Prozent) wurden dem gehobenen (33 Personen, 34,5 Prozent) oder dem höheren Bibliotheksdienst (10 Personen, 10,4 Prozent) zugerechnet.

7.2.4 Theater und Musik

In den letzten Jahren hat sich in Oberösterreich die Theatervielfalt rückläufig entwickelt. Dies ergibt die Auswertung der Theateraufführungen im Rahmen der Kulturstatistik für größere Gemeinden oder Städte zwischen 1996 und 2003.¹⁹⁵ Demnach hat sich in Oberösterreich die Zahl der Theatersäle in diesem Zeitraum von 27 auf 21 (- 22,2 Prozent) und damit einhergehend die Zahl der Plätze auf 9.980 Sitzmöglichkeiten (- 1.285 Plätze, - 11,4 Prozent) verringert. Dieser Abbau von Theaterinfrastruktur kann Österreichweit nicht konstatiert werden. Entgegen der oberösterreichischen Entwicklung wurde in ganz Österreich die Zahl der Säle um 15 auf 237 und die der verfügbaren Plätze von 90.703 (1996) auf 106.094 (2003) erhöht.

Die Kulturstatistik belegt sowohl für Oberösterreich als auch Österreichweit einen Publikumsrückgang und eine Reduktion von Theateraufführungen. Insgesamt wurden 2003 338.926 BesucherInnen in 1.283 oberösterreichischen Theateraufführungen gezählt. Noch im Jahr 1996 besuchten 377.686 Personen 1.487 Vorstellungen. Die Rückgänge an Aufführungen und Publikum standen nicht in einem proportionalen Verhältnis. Während um 13,7 Prozent (- 204) weniger Aufführungen geboten wurden, hat sich der Publikumsstrom nur um 10,3 Prozent (- 38.760 Personen) reduziert. Für Gesamtösterreich ergibt sich ein ähnliches Bild, wenngleich die Rückgänge nicht so stark wie in Oberösterreich ausgeprägt waren. Die Zahl der Veranstaltungen wurde um 2,1 Prozent (- 239) auf 11.063 gesenkt, der BesucherInnenrückgang belief sich hingegen auf 6,1 Prozent (- 294.810 Personen). 2003 wurden in allen österreichischen Theatervorführungen in größeren Städten und Gemeinden (über 10.000 EinwohnerInnen) Publikumszahlen von 4.527.078 Personen gezählt.

Die durchschnittliche Zahl von BesucherInnen oberösterreichischer Theateraufführungen variierte seit 1996 zwischen 254 Personen und 264 Personen im Jahr 2003. Der Höchstwert von 1996 konnte erst nach Jahren wieder erreicht bzw. im Jahr 2003 übertroffen werden. Der BesucherInnenanstrom pro Vorstellung war Österreichweit höher und erzielte mit 464 Personen (1999) bzw. 454 Personen (2000) seinen Höchstwert. Diese BesucherInnendichte hat sich allerdings zwischen 2000 und 2001 reduziert, als die Anzahl der Säle von 213 auf 245 bzw. die Plätze von 10.701 auf 11.530 erhöht wurde.

¹⁹⁵ Die präsentierten Zahlen sind dem Statistischen Jahrbuch Österreichischer Städte entnommen und wurden von Städten und Gemeinden mit mindestens 10.000 EinwohnerInnen zusammen mit Angaben über weitere kulturelle Einrichtungen (Theater, Konzertsäle, Kinos) summarisch übermittelt. (vgl. Statistik Austria 2003f)

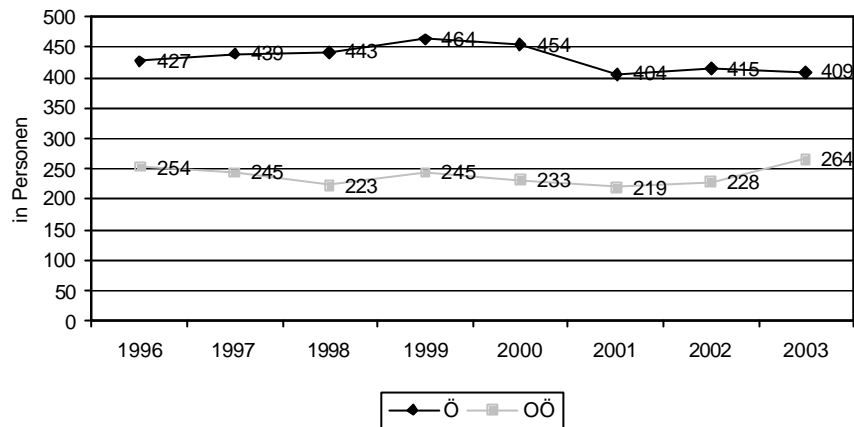


Abb. 20: Entwicklung der durchschnittlichen Besuche je Theatervorstellung in Oberösterreich und Österreich zwischen 1996 und 2003 (Datenquelle: Statistik Austria, eigene Berechnungen)

Eine ähnliche Tendenz war im Bereich der Konzertaufführungen und -bühnen (E-Musik in der Tradition der europäischen Kunstmusik sowie sonstige Konzerte) ersichtlich. Die Bespielung von Sälen, Plätzen, Vorstellungen und Besuchen unterliegen allerdings generell starken Schwankungen. Es existieren ebenso Mehrzwecksäle und nichtständige Konzertsäle, die beispielsweise nur für Festspiele oder Sommerkonzerte in Anspruch genommen werden und/oder Veranstaltungen azyklisch darbieten.¹⁹⁶¹⁹⁷

Für Oberösterreich wurde die Zahl der Konzertsäle inklusive Mehrzwecksäle und nichtständiger Konzertsäle im Jahr 2003 mit 43 beziffert. Gegenüber 1996 entsprach dies einer Erhöhung um drei Säle, die meisten Säle in Oberösterreich wurden allerdings 1999 mit 45 gezählt. Die Zahl der Sitz- und Stehplätze bewegte sich zwischen 23.778 (1998) und 20.217 (2003) und hat 2003 den geringsten Wert im Beobachtungszeitraum erreicht. Beinahe jeder 13. der 334 Konzertsäle Österreichs und jeder 12. der 165.621 Plätze befand sich im Jahr 2003 in Oberösterreich.

Die Zahl der Konzertaufführungen hat sich in Österreich, mit Ausnahme von 2000, kontinuierlich erhöht. Wurden 1996 noch 6.014 Musikveranstaltungen dargeboten, so betrug die Zahl 2003 bereits 8.057. Entgegen dieser Entwicklung war für das Bundesland Oberösterreich ein genereller Rückgang ersichtlich. Mit 764 Veranstaltungen pro Jahr wurde 1999 das Maximum erreicht, die Häufigkeit war zwischen 1996 und 2003 (von 613 auf 600 Veranstaltungen) rückläufig. Hingegen hatte sich die Zahl der BesucherInnen oberösterreichischer Konzertveranstaltungen zwischen 1996 und 2003 von 186.796 auf 191.702 Personen bzw. um 2,6 Prozent (+ 4.906 Personen) erhöht. Im Österreichschnitt war in diesem Zeitraum ein Rückgang um 2,4 Prozent auszumachen (um - 66.185 Personen, von 2.737.649 auf 2.671.464 Personen).

¹⁹⁶ Bei Meldungen, in welchen Besuche von Konzerten nicht getrennt ausgewiesen wurden, musste die GesamtbesucherInnenzahl aller Veranstaltungen angegeben werden.

¹⁹⁷ Wie bei den Theateraufführungen wurden KonzertveranstalterInnen in Städten und Gemeinden mit mehr als 10.000 EinwohnerInnen in Oberösterreich bzw. Österreich angehalten, Daten zu Konzertaufführungen (Säle, Plätze, Vorstellungen und Besuche) bereit zu stellen.

Eines der zentralen Festivals bzw. Festspiele im geografischen Geltungsbereich ist das Internationale Brucknerfest Linz¹⁹⁸. Unter der Dachmarke Internationales Brucknerfest Linz wurden 2002 24 Veranstaltungen, darunter sechs zeitgenössische Werke für ein Publikum von 13.833 Personen an verschiedenen Orten und Spielstätten aufgeführt. Zehn der 24 Veranstaltungen wurden im Brucknerhaus realisiert, eine weitere in der Stiftsbasilika St. Florian, drei Orgelkonzerte in Linzer Kirchen, drei Events im Linzer Posthof, eine Veranstaltung in Windhaag und sechs in der Ursulinenkirche. Im Vergleich zum Vorjahr 2001 konnte mit mehr Veranstaltungen (2001: 17) auch quantitativ ein größeres Publikum (2001: 11.755 Besuche) erreicht werden.

Als Länderbühne nimmt das Landestheater Linz einen zentralen Stellenwert in der oberösterreichischen Theaterlandschaft ein. Die vier Häuser Großes Haus, Kammerspiele, Eisenhand und u\hof: fassten pro Vorstellung (Spielsaison 2002/2003) im Mittel 1.272 BesucherInnen (1.212 Sitzplätze, 60 Stehplätze)¹⁹⁹. Insgesamt wurden im Aufführungsjahr 2002/2003 die Häuser an 657 Spieltagen mit 761 Veranstaltungen bespielt. Mit 265 Aufführungen wurde über ein Drittel in den Kammerspielen, gefolgt vom Großen Haus (213 Veranstaltungen) realisiert. Geringer beläuft sich die Anzahl von Veranstaltungen im u\hof: (149), im Eisenhand (118) und anderen Spielstätten (16). Im Vergleich zum Theaterspielplan 2000/2001 konnte die Zahl der Veranstaltungen von 754 um sieben Veranstaltungen erhöht werden. Diese Zunahme resultierte in der Auslagerung auf andere Spielstätten (+ 16 Veranstaltungen) sowie ein Plus an Veranstaltungen in den Kammerspielen (+ 10 Veranstaltungen oder 3,9 Prozent) im Spieljahr 2002/2003. Abgesehen davon wurden alle anderen Häuser geringer bespielt. Den größten Rückgang hat der u\hof: mit 14 Veranstaltungen (- 8,6 Prozent) zu verzeichnen.

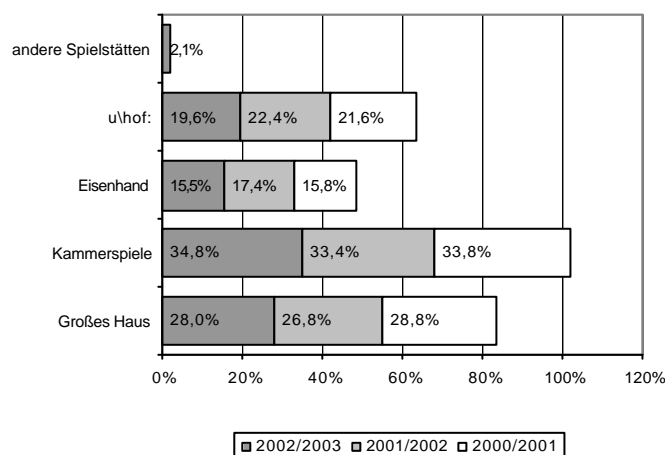


Abb. 21: Entwicklung der Anzahl von Veranstaltungen in Häusern des Linzer Landestheaters zwischen den Spielsaisonen 2000/2001 und 2002/2003 (Datenquelle: Statistik Austria, eigene Berechnungen)

¹⁹⁸ Da die Daten für das Jahr 2003 (noch) nicht zur Verfügung stehen, wurden im Kulturbericht 2003 die Ergebnisse des Spieljahres 2002 ausgewertet.

¹⁹⁹ Sowohl Eisenhand (100 - 126 Sitzplätze) als auch u\hof: (50 - 100 Sitzplätze) sind in der Bestuhlung flexibel, sodass das gesamte Sitzplatzangebot von minimal 1.174 bis maximal 1.250 Plätzen variiert.

Die größten Publikumsmagneten waren mit 102.873 BesucherInnen (48,9 Prozent) das Große Haus und mit 84.437 BesucherInnen (40,2 Prozent) die Kammerspiele. Gemeinsam lockten sie in der Spiel-saison 2002/2003 beinahe neun von zehn der 210.285 Gäste (89,1 Prozent) in das Landestheater Linz. Weitere 13.915 Personen (6,6 Prozent) entschieden sich für Veranstaltungen des u\hof: und 7.377 Personen für das Eisenhand (3,5 Prozent).

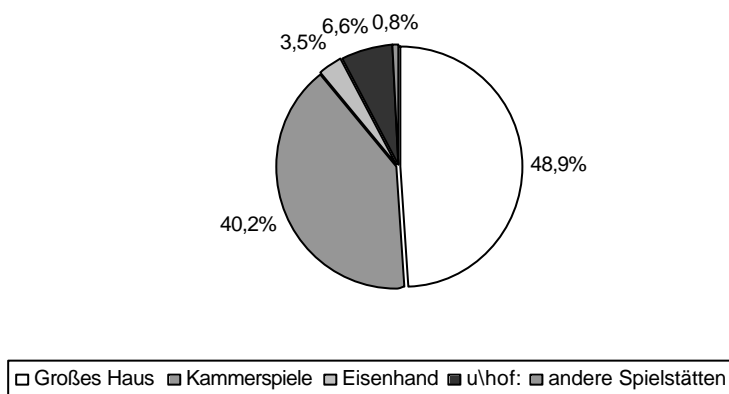


Abb. 22: Verteilung der Besuche auf die Häuser des Linzer Landestheaters in der Spielsaison 2002/2003 (Datenquelle: Statistik Austria, eigene Berechnungen)

In den letzten Jahren (Veränderung zwischen 2000/2001 und 2002/2003) konnte das Linzer Landestheater eine Steigerung der Besuche um 19.841 Personen (+ 10,4 Prozent) als auch der Vorstellungen um sieben (+ 0,9 Prozent) erwirken und derart die Einspielergebnisse erhöhen. Laut Kulturstatistik haben sich diese von 15,7 Prozent (2001) auf 18,4 Prozent (2002) gesteigert. Dies zeigt auch die Einnahmenstruktur, die sich zwischen 2001 und 2002 um 19,7 Prozent bzw. 708.000 Euro auf 4.310.000 Euro erhöht hat. Der finanziell zu subventionierende Entgang (Abgang)²⁰⁰ betrug im Jahr 2002 19.170.000 Euro (2001: - 19.296.000 Euro).

Als einziges regionales Berufstheater mit ständigem Ensemble wird in der Kulturstatistik das Linzer Theater Phönix bezeichnet. Das Theater Phönix verfügte über einen Fassungsraum von 157 Sitzplätzen. Diese wurden im Vergleich zur vorangehenden Theatersaison 2001/2002 geringfügig von 145 um zwölf erhöht. Einzigartig ist das Theater Phönix insofern, als dass die 231 Produktionen, mit denen das Haus bespielt wurde, alle zeitgenössisch, also Werke von lebenden AutorInnen, sind. Auch ist es das einzige Theater in Linz, dass im Vergleich zur vorangehenden Theatersaison 2001/2002 die Zahl der Vorstellungen inklusive Gastspiele erhöhen konnte. Betrug die Anzahl 2001/2002 noch 192, so belief sich diese im Folgejahr 2002/2003 auf 231. Überdies wurden 2002/2003 19 Gastspielvorstellungen außer Haus geboten. 2002/2003 bestand das künstlerische Ensemble des Hauses aus acht ständig beschäftigten KünstlerInnen und fünf Gästen (2001/2002: 7 Gäste). Die Organisation und

²⁰⁰ Subventionen insgesamt: Subventionen, Zuwendungen, Deckung des Betriebsabganges.

der Ablauf wurde von weiteren 85 Personen, d. h. dem übrigen Personal, geleistet. Im Vergleich zur Vorperiode erfolgte eine personelle Ausdehnung, da zwei KünstlerInnen mehr ständig beschäftigt und das übrige Personal von 73 auf 85 aufgestockt wurde.

Mit dem Linzer Kellertheater ist in der Region ein Amateurtheater vorzufinden, das 88 Personen fasst und an 73 Spieltagen im Jahr (Spielsaison 2002/2003) insgesamt 81 Vorstellungen (2001/2002: 107 Vorstellungen). Drei weitere Bühnen runden die Kulturdokumentation um das Theatergeschehen in der Stadtregion Linz ab. Es sind dies die Stadthalle Enns (1.000 Sitzplätze, 19 Veranstaltungen im Jahr 2002/2003) und zwei Trauner Spielstätten (Volksheim Traun, Volksheim St. Martin). Das Volksheim Traun hatte dabei mit 450 Personen ein höheres Fassungsvermögen als jenes in St. Martin (300 Plätze). Auch wurde in dieser Stätte der Grossteil der Veranstaltungen (11 von 15 Veranstaltungen 2002/2003) realisiert. Wie bei den anderen Theater- und Konzertbühnen auch - mit Ausnahme des Theater Phönix - haben sich in den beiden Häusern die Veranstaltungszahlen rückläufig entwickelt (2001/2002; Traun: 21, St. Martin: 6).

7.2.5 Festspiele und Festivals

Der Abschnitt der Festspiele und Festivals wird im Rahmen der Kulturstatistik primärstatistisch erhoben. Demnach werden Festspiel- und FestivalveranstalterInnen direkt kontaktiert, der Anspruch auf Vollständigkeit und Aktualität der Daten kann jedoch nicht erhoben werden.²⁰¹

Insgesamt verzeichneten im Spieljahr 2003 die 193 kulturstatistisch erfassten Veranstaltungen der oberösterreichischen Festivals und Festspiele 69.013 Besuche. Mit 36 Veranstaltungen und 22.000 Besuchen ragten die Operettenfestspiele Bad Ischl in der Festivallandschaft heraus. Als weitere wichtige Veranstaltungen können die Festspiele in Bad Hall (32 Vorstellungen, 11.928 Besuche), sowie zwei Festivals und Festspiele in der Stadtregion Linz, das Internationale Brucknerfest Linz (24 Vorstellungen, 13.833 Besuche) und der LIVA-Sommer auf Schloss Tillysburg (40 Veranstaltungen, 12.310 Besuche) genannt werden. Das barocke Ambiente von Schloss Tillysburg wurde nicht nur von der Linzer Veranstaltungsgesellschaft mbH (LIVA) zur Realisierung des LIVA-Sommers, sondern auch von der Akademie Schloss Tillysburg genutzt. Diese realisierte im Jahr 2003 neun Veranstaltungen (640 Besuche) in und außerhalb des Schlosses (z. B. im Stift St. Florian). Mit Schloss Wildberg in Kirchsschlag (12 Veranstaltungen in dessen Schlosshof bzw. Getreideboden, 1.600 Besuche) war 2003 ein weiteres Festival in der Stadtregion Linz angesiedelt.

Über die Hälfte des oberösterreichischen Publikums wurde im Jahr 2003 von klassischen Genres (Oper, Operette, Musical, Show, Tanz, Ballett) angezogen (35.794 von 69.013 Besuchen). Anteilsmäßig geringer war in diesem Jahr der Zustrom zu Sprechstücken, Kabarett (14.420 Besuche) oder Konzerten aus dem Sektor der E- und U-Musik (17.039 Besuche).

²⁰¹ Einzelnen VeranstalterInnen war es zum Zeitpunkt der Erhebung lediglich möglich, die Statistiken des Vorjahres 2002 offen zu legen (Operettenfestspiele Bad Ischl, das Internationale Brucknerfest Linz, Schloss Wildberg in Kirchsschlag und der LIVA-Sommer auf Schloss Tillysburg) bzw. konnten andere bedeutende Festspiele und Festivals nicht erfasst werden (z. B. Ars Electronica Festival).

Die meisten der dokumentierten Festspiele und Festivals in der Stadtregion haben sich im Zeitverlauf positiv entwickelt. So konnte das Internationale Brucknerfest zwischen 2001 und 2002 die Zahl der Veranstaltungen von 17 auf 24 sowie die Besuchszahlen von 11.755 auf 13.833 Besuche erhöhen. Gleiches ist beim LIVA-Sommer auf Schloss Tillysburg zu erkennen. Die Zahl der Veranstaltungen hat sich seit dem Jahr 2001 um acht, die Zahl der Besuche um 2.740 erhöht. In geringerem Ausmaß ist davon das Schloss Wildberg bei Kirchsschlag betroffen, denn bei gleichbleibender Veranstaltungszahl erfuhr man zwischen 2001 und 2003 eine Reduktion der Besuchszahlen um 400 auf 1.600. Eine ähnliche Entwicklung ist bei den Veranstaltungen der Akademie Schloss Tillysburg ersichtlich. Wurden 2001 noch 15 Veranstaltungen mit 880 Besuchen realisiert, so hat sich diese im Jahr 2002 auf 17 Veranstaltungen (980 Besuche) erhöht. Im Jahr 2003 betrug die Zahl der Veranstaltungen mit neun weniger, auch die Zahl der Besuche hat sich auf 640 reduziert.

7.2.6 Kino und Film

Die Kulturstatistik bezieht sich bei der Definition von Kinos auf den Begriff der UNESCO und versteht darunter "Einrichtungen, die ihr eigenes Equipment besitzen, wie Kinosäle mit fixem Dach, Freiluftkinos sowie Autokinos."²⁰²

Die Konzentration von Kinos ist in Oberösterreich vergleichsweise hoch. Zu Jahresende 2003²⁰³ betrieben die diversen KinoeigentümerInnen insgesamt 77 Säle. Somit befanden sich 13,9 Prozent aller 553 österreichischen Säle im Bundesland.

Trotz des relativ hohen Anteils hat sich in Oberösterreich die Zahl der Kinosäle rückläufig entwickelt. Besonders im längerfristigen Vergleich zu 1975 wird ersichtlich, dass Oberösterreichweit um zwölf Säle bzw. 13,5 Prozent weniger betrieben wurden. Damit betraf die Schließung österreichischer Kinosäle vorrangig dieses Bundesland, denn mit zwölf war der Anteil am österreichischen Rückgang von insgesamt 22 außerordentlich hoch. Diese Entwicklung ist nicht linear verlaufen: Die Zahl der Säle erhöhte sich zwischen 1975 und 1979 von 89 auf 92, danach folgte eine Reduzierung auf 87 (1980) und eine Ausweitung der Kapazitäten auf 95 (bis 1985). In den folgenden Jahren hat sich die Anzahl der Säle bis zu einem Tiefstand von 60 Sälen im Jahr 1994 kontinuierlich reduziert und pendelte sich in den darauffolgenden Jahren zwischen 73 und 85 Sälen ein.²⁰⁴

²⁰² Die Daten zum Kapitel Kinos und Filme stammen vorwiegend vom Fachverband der Audiovisions- und Filmindustrie, der staatlich genehmigten Gesellschaft der Autoren, Komponisten, Musikverleger (AKM) und dem Österreichischen Filminstitut, und wurden großteils als aufbereitete Statistikdaten übernommen. (vgl. Statistik Austria 2003g)

²⁰³ Erfasst wurden Kinosäle einschließlich Wanderkinos. Kinohäuser mit unbekanntem Fassungsraum und/oder unbekannter Anzahl der Kinosäle wurden als eine Erhebungseinheit, d. h. ein Kinosaal erfasst. Der Erhebungszeitpunkt wird korrekterweise mit 1. Jänner des Folgejahres angegeben.

²⁰⁴ Die Zahl der erfassten Kinosäle dürfte ab 1980 durch den Wegfall von Wanderkinos als Einheiten minimal beeinflusst worden sein.

Insgesamt wurden 2003 in allen oberösterreichischen Kinos 2.449.900 BesucherInnen gezählt (13,8 Prozent aller 17.719.500 österreichischen KinogängerInnen). Eine Beeinflussung der BesucherInnenströme durch die Reduzierung der Säle kann nur gering bzw. im längerfristigen Vergleich zu 1975 abgeleitet werden (1975: 2.647.000 Besuche, d. h. eine Verminderung um 7,4 Prozent bis Ende 2003). Bis in die 1980er-Jahre wurden BesucherInnenzahlen über der 2.000.000-Marke in der oberösterreichischen Kinolandschaft gezählt (z. B. 1980: 2.432.000 Besuche). In Folge hatten sich diese jedoch stark reduziert und erreichten im Jahr 1992 einen Tiefstand von 1.220.900 Eintritten. Ab diesem Zeitpunkt wurden wieder Zuwächse verzeichnet und 1997 erstmalig wieder ein Wert von über zwei Millionen (2.010.200 Besuche) erzielt.

Unterzieht man Österreichweit die Kinobesuche der letzten fünf erfassten Jahre (1999 bis Ende 2003) einer genaueren Betrachtung, so ist ersichtlich, dass sich besonders in dieser Zeitspanne ein erhöhter Publikumszustrom von 17,9 Prozent (+ 2.695.600 Besuche) abgezeichnet hat und somit eine Annäherung an die Höchstwerte der 1970er-Jahre erreicht werden konnte. Zwischen 1975 und 1980 wurden die meisten Personen vom Medium Kino angezogen (z. B. 1975 mit 20.813.400 Besuchen). In den nächsten Jahren reduzierte sich diese Zahl und Besuche blieben aus. Der Tiefstand wurde (wie in Oberösterreich) im Jahr 1992 mit 9.339.200 Besuchen verbucht. Die Reduzierung der Kinosäle und die Entwicklung der Besuchszahlen stehen in engem Zusammenhang mit infrastrukturellen Änderungen. Durch den Abbau von Kinosälen in den letzten fünf Berichtsjahren 1999 bis 2003 (- 2 auf 77)²⁰⁵, wurde die Kapazität aller oberösterreichischen Kinos um 555 Sitzplätze bzw. 4,1 Prozent herabgesetzt. Die Reduktion hat sich allerdings dahingehend positiv auf die Besuchszahl und Einspielergebnisse (Nettoeinnahmen) ausgewirkt, da die einzelnen Säle an mehr Tagen der Woche bespielt (2003: 25.497 Termintage, + 8,2 Prozent) und die durchschnittliche Zahl der BesucherInnen pro Termintag zwischen 1999 und 2003 von 89 auf 96 erhöht werden konnte. Dieser Wert ist über dem österreichischen Mittel von 92 BesucherInnen pro Spieltag (2003) gelegen, das oberösterreichische Maximum mit 121 Personen pro Tag (1998) konnte allerdings im Vergleichszeitraum nicht mehr erreicht werden.

Finanziell verbuchten die KinobetreiberInnen 2003 Oberösterreichweit Nettoeinnahmen von 14.079.000 Euro. Im Vergleich zum Spieljahr 1999²⁰⁶ entsprach dies einem Rückgang von 0,8 Prozent bzw. 117.000 Euro. Die schlechtesten Ergebnisse erzielten die oberösterreichischen Kinos im Jahr 2000 mit Nettoeinnahmen von 12.702.000 Euro, wobei die einzelnen BetreiberInnen in unterschiedlichem Ausmaß betroffen (gewesen) sein dürften. Die Einspielergebnisse aller österreichischen Kinos (1998 - 2003) lagen über den oberösterreichischen Werten. Insgesamt stieg das Fassungsvermögen der Kinos (+ 25 Säle auf 553 Säle, Erhöhung der Sitzplätze um 4.997 Plätze auf 100.725) sowie die Spieltage (+ 23 Prozent). Die leicht rückläufige BesucherInnenzahl pro Tag auf 92 Personen (- 3,2 Prozent) wirkte sich nicht auf die Nettoeinnahmen aus, die sich zwischen 1999 und 2003 um ein Fünftel auf 105.300.000 Euro (+ 20,9 Prozent, + 18.212.000 Euro) erhöht haben.

²⁰⁵ Ein Vergleich mit den Daten von 1998 wird insofern nicht gezogen, da in zwei Tabellen der Kulturstatistik 2003 (K1. Zahl der Kinosäle und der Kinobesuche nach Bundesländern 1975 bis 2003 bzw. K2. Zahl, Kapazität, Besuche und Umsatz der Kinos (Kinosäle) nach Bundesländern von 1998 bis 2003) die Anzahl der Kinosäle unterschiedlich beziffert wird (84 bzw. 79). Die Daten für die Jahre 1999 bis 2003 sind identisch.

²⁰⁶ Für 1998 weist die Kulturstatistik keine Ergebnisse aus, sodass auf die Nettoeinnahmen von 1999 zurückgegriffen wurde.

7.2.7 Hörfunk und Fernsehen

Die Kulturstatistik unterscheidet in diesem Abschnitt zwischen den Hörfunk- und FernsehteilnehmerInnen (Hauptmeldungen) sowie Kabel-TV-Anschlüssen in Oberösterreich und Österreich. Die Datenbasis zu Hörfunk- und FernsehteilnehmerInnen bildet die TeilnehmerInnendatenbank des Gebühren Info Services (GIS), jene zu Kabelfernsehen stammen vom Allgemeinen Fachverband des Verkehrs, Berufsgruppe "Kabel-TV".

Zu Jahresende 2003 wurden demnach in Oberösterreich 499.209 Hörfunk- und 488.889 Fernsehbevolligungen gezählt. Dies entspricht einer Empfangsdichte von 90,8 Fernsehlicenzen bzw. 92,7 Radiolizenzen auf 100 oberösterreichische Haushalte.

Als relativ neues Fernsehmedium können Kabelanschlüsse gewertet werden. Zu Jahresende 2003 belief sich in Oberösterreich die Zahl der Anschlüsse auf 177.421. Dies entsprach einer Dichte von 12,8 Prozent bezogen auf 100 EinwohnerInnen bzw. verfügten 33 von 100 oberösterreichischen Haushalten über einen derartigen Fernsehzugang.

Betrachtet man die Entwicklung dieser drei Medien zwischen 1993 und 2003, so ist ersichtlich, dass sich in Oberösterreich die Zahl der Fernseh- (+ 44.452 Lizenzen, + 10 Prozent) und RadioteilnehmerInnen (+ 13.011 Lizenzen, + 2,7 Prozent) wesentlich langsamer als jene der Kabel-TV-Anschlüsse (+ 29.208 Anschlüsse, + 19,7 Prozent) erhöht haben.

Eine vergleichbare Entwicklung ist Österreichweit erkennbar. Die Zahl der Kabel-TV-Anschlüsse hat sich zwischen 1993 und 2003 von 784.306 auf 1.087.791 (+ 303.485 Anschlüsse, + 7,4 Prozent) erhöht. Die Anzahl der FernsehteilnehmerInnen ist in diesem Zeitraum um 265.456 (+ 9,9 Prozent) auf 2.942.281 Bewilligungen, jene der Rundfunkbewilligungen geringfügiger um 117.890 (+ 4,1 Prozent) auf 2.970.430 Lizenzen gestiegen.

Unter der Tagesreichweite des Radios wird die Anzahl der über-14-jährigen Personen, die bestimmte Sender zumindest eine Viertelstunde pro Tag lang hören, definiert. Es ist dabei irrelevant, zu welcher Tages- und Uhrzeit bzw. wie lange Radio gehört wird. Die Radiosender erreichten im Jahr 2003 938.000 Personen bzw. 83,5 Prozent der Zielgruppe. Der Wert lag unter dem österreichischen Durchschnitt von 84,1 Prozent und hat sich zwischen 2001 und 2003 von 85,8 Prozent kontinuierlich reduziert. Als meistgehörte Sender in Oberösterreich galten 2003 der Österreichische Rundfunk (ORF) mit 76 Prozent (853.000 Personen), gefolgt von privaten inländischen Sendern (19,8 Prozent; 222.000 Personen) und sonstigen Sendern (5,5 Prozent; 62.000 Personen).

7.2.8 Visuelle Kunst

Unter der LIKUS-Kategorie "Visuelle Kunst" subsumiert die Kulturstatistik Galerien und definiert diese als Betriebe mit ständiger Galerietätigkeit "im Sinne von Kunsthandel und Propagierung aktueller Kunst"²⁰⁷, wobei die Häufigkeit der wechselnden Ausstellungen kein Auswahlkriterium darstellt.

Die Angaben zu den Aktivitäten der Galerien basieren auf dem Datenbestand des Statistischen Jahrbuchs Österreichischer Städte und wurden im Vorfeld von Städten und Gemeinden mit mindestens 10.000 EinwohnerInnen übermittelt. Aufgrund der mangelnden Vollständigkeit der zur Verfügung stehenden Datenbasis bezeichnet die Statistik Austria diesen Teil der Kulturstatistik als "Übersichtsdarstellung mit eingeschränktem Merkmalskranz"²⁰⁸.

Für Oberösterreich betrug die Anzahl der derart erhobenen Galerien im Jahr 2003 23 Betriebe. Die Zahl der realisierten Ausstellungen wurde dabei mit 116, die Besuchszahlen mit 64.998 beziffert. Vergleicht man diese mit den Angaben des Jahres 1996, so ist zwar eine Erhöhung der Galerien um sechs und der Ausstellungen um acht auf 116 zu konstatieren, die Besuchszahlen haben sich allerdings um über ein Drittel rückläufig (- 33,8 Prozent, - 33.228 Besuche) entwickelt.

Im gesamtösterreichischen Vergleich war diese Entwicklung gegenläufig. Zwischen 1996 und 2003 hat sich die Zahl der Galerien in Österreich von 324 um 51 auf 273 (- 15,7 Prozent), die der Ausstellungen von 1.379 um 43 auf 1.336 (- 3,1 Prozent) verringert. Allerdings kann in diesem Zeitraum eine Erhöhung der Besuchszahlen von 717.620 auf 934.150 Personen (+ 30,2 Prozent bzw. 216.530 Besuche) festgestellt werden.

Im Jahr 2003 hatten acht Prozent der österreichischen Galerien den Betriebssitz in Oberösterreich und 8,7 Prozent aller Ausstellungen wurden in diesem Bundesland realisiert. Der oberösterreichische Anteil der Besuchszahlen belief sich auf sieben Prozent.

7.2.9 Bücher und Presse

Dieses Unterkapitel basiert auf Statistik- und Verwaltungsdaten verschiedener Stellen, wie dem Verband Österreichischer Zeitungen, der Österreichischen Auflagenkontrolle, der Arbeitsgemeinschaft Media-Analysen, dem Bundeskanzleramt sowie der Österreichischen Nationalbibliothek. Einzug finden überdies Wirtschaftsstatistiken der Statistik Austria (Leistungs- und Strukturhebung, Konjunkturerhebung und Außenhandelsstatistik).²⁰⁹

In Oberösterreich gab es im Jahr 2003 mit der Neuen Kronen-Zeitung, den OÖ Nachrichten und dem Neuen Volksblatt drei Tageszeitungen, wobei es sich um zwei Zeitungseinheiten und eine Regionalausgabe handelt. Außerdem wurden 40 Wochenzeitungen im Bundesland herausgegeben. Während es bei den Tageszeitungen im Zeitraum zwischen 2001 und 2003 keine quantitativen Veränderungen

²⁰⁷ vgl. Statistik Austria 2003h

²⁰⁸ Statistik Austria 2003h

²⁰⁹ vgl. Statistik Austria 2003i

gegeben hat, war bei der Anzahl der Wochenzeitungen ein Anstieg von 25 auf 40 (+ 60 Prozent) zu beobachten. Österreichweit war eine ähnliche Entwicklung sichtbar. Die Anzahl der Tageszeitungen ist zwischen 2001 und 2003 mit 16 Zeitungseinheiten und 15 Regionalausgaben konstant geblieben; die Vielfalt an Wochenzeitungen ist in diesem Zeitraum um 13,7 Prozent von 197 auf 224 Zeitungen gestiegen.

Während die Druckauflage der Neuen Kronen-Zeitung in der Periode zwischen 2000 und 2003 kontinuierlich abgenommen hat, konnten die OÖ Nachrichten in diesem Zeitraum ihre Auflage steigern. Betrug die Auflagekapazität der Neuen Kronen-Zeitung im Jahr 2000 noch 1.052.200, war diese 2003 auf 1.006.700 abgesunken. Die OÖ Nachrichten verzeichneten 2002 mit einer Auflage von 133.100 Zeitungen ihren Höchststand (2000: 126.700 Zeitungen; 2003: 132.400 Zeitungen).²¹⁰ Bei den verkauften Auflagen zeichnete sich ein ähnlicher Trend ab. Die verkaufte Auflage der Neuen Kronen-Zeitung verringerte sich von 884.800 im Jahr 2000 auf 848.900 im Jahr 2003. Die OÖ Nachrichten steigerten ihre verkaufte Auflage von 102.700 (2000) auf 104.100 Stück (2003).

Bei der Reichweite²¹¹ der oberösterreichischen Tageszeitungen finden sich im Zeitabschnitt zwischen 2000 und 2003 nur geringfügige Veränderungen. Die Reichweite der Neuen Kronen-Zeitung variierte zwischen 43,4 und 44,1 Prozent (2003: 43,8 Prozent), jene der OÖ Nachrichten zwischen 5,3 und 5,6 Prozent (2003: 5,6 Prozent) und die Ausbreitung des Neuen Volksblattes²¹² stieg etwas von 0,9 auf 1 Prozent.

Die Presseförderung der drei oberösterreichischen Tageszeitungen wurde von 1.654.200 Euro im Jahr 2000 auf 2.115.700 Euro im Jahr 2003 angehoben. Den größten Anteil dieser Förderung erhielt mit 1.591.500 Euro bzw. 14,5 Prozent das Neue Volksblatt. Die Neue Kronen-Zeitung und die OÖ Nachrichten kamen mit je 262.100 Euro auf jeweils 2,4 Prozent der Presseförderung.

7.2.10 Ausbildung und Weiterbildung

Die Daten dieses Abschnitts entstammen im Wesentlichen der Hochschulstatistik der Statistik Austria.²¹³

Die zentrale oberösterreichische Universität der Künste findet sich in Linz mit der Universität für künstlerische und industrielle Gestaltung. Im Wintersemester 2002/2003 waren 701 ordentliche Studierende, großteils weiblichen Geschlechts (426 Frauen, 275 Männer), an dieser Hochschule inskribiert. 88,7 Prozent davon waren inländische Studierende, lediglich 79 Personen (24 Männer, 55 Frauen) ausländische Studierende. Die meisten der ordentlichen Studierenden wählten im Wintersemester 2002/2003 ein Diplomstudium (686 Personen bez. 97,9 Prozent). Lediglich 2,1 Prozent waren DoktorandInnen, alle dieser 15 Studierenden hatten sich für das Doktoratsstudium der

²¹⁰ Das Neue Volksblatt nimmt nicht an der österreichischen Auflagenkontrolle teil.

²¹¹ Die Reichweite besagt, wie viele Prozent der österreichischen Wohnbevölkerung ab 14 Jahren ein Printmedium in einem Erscheinungsintervall (Jänner bis Dezember) nutzen.

²¹² Es existieren keine Daten über die Reichweite des Neuen Volksblattes für die Jahre 2000 und 2003.

²¹³ vgl. Statistik Austria 2003j

Philosophie eingetragen (7 inländische Männer, 8 inländische Frauen). Vielfältig ist die Studienwahl bei den Diplomstudien. Hier war zwischen Diplomstudium ohne Lehramt (545 Personen, 77,8 Prozent) sowie dem Lehramtstudium mit 141 Personen (20,1 Prozent) zu unterscheiden. Zentral ist, dass sich vor allem weibliche Studierende für ein Lehramtstudium entschieden haben. Im Studienjahr 2002/2003 waren 82,3 Prozent weiblichen Geschlechts (116 von 141 Studierenden), im Diplomstudium (ohne Lehramt) war die Verteilung ausgewogener (243 Männer vs. 302 Frauen).

Die meisten HörerInnen verzeichneten im Wintersemester 2002/2003 die Studienrichtungen Visuelle Mediengestaltung und Bildnerische Erziehung (Lehramt) mit 122 (17,8 Prozent) und 121 (17,6 Prozent) aller Diplomstudierenden. Jeweils 64 HörerInnen konnten die Richtungen Architektur und Experimentelle visuelle Gestaltung (je 9,3 Prozent aller DiplomandInnen) aufweisen, gefolgt von Malerei und Graphik (63 Personen), Bildhauerei (56 Personen) und Textil (52 Personen). Kleinere Studienrichtungen in Bezug auf die Zahl der Inskribierten sind Industrial Design (42 Personen), Metall (41 Personen), Keramik (38 Personen), Textiles Gestalten (Lehramt) (11 Personen) sowie Werkerziehung mit 9 Studierenden. Bei weiteren drei Personen ist die Zuordnung unbekannt.

Im Vergleich zum Wintersemester 2000/2001 hat sich die Zahl der Studierenden 2002/2003 nur geringfügig von 697 Personen (272 Männer, 425 Frauen) um 0,6 Prozent erhöht. Der Zuwachs männlicher Studierender war ausgeprägter als jener der weiblichen (+ 1,1 Prozent bzw. 0,2 Prozent). Auch die Anzahl der Lehramtstudierenden sowie der DoktorandInnen hat zugenommen (Lehramtstudierende: + 12 Personen bzw. + 9,3 Prozent; DoktorandInnen: + 2 Personen). Diplomstudien ohne Lehramt verzeichneten hingegen einen Rückgang um 10 Personen auf 545 Studierende (- 1,8 Prozent).

Im Vergleichszeitraum Wintersemester 2000/2001 zu Wintersemester 2002/2003 erfuhr besonders die Studienrichtung Visuelle Mediengestaltung einen Zuwachs an ordentlichen HörerInnen (+ 20 Personen bzw. 19,6 Prozent). Eine ähnliche Entwicklung verzeichneten die Studienrichtungen Bildnerische Erziehung (Lehramt) (+ 17 Personen bzw. + 16,3 Prozent) und Architektur (+ 6 Personen bzw. + 10,3 Prozent). Von Rückgängen sind die Studienrichtungen Experimentelle visuelle Gestaltung von 77 (2000/2001) auf 64 HörerInnen (- 16,9 Prozent), Keramik (- 10 Personen bzw. - 20,8 Prozent) sowie Industrial Design und Metall mit je sieben Studierenden (- 14,3 Prozent bzw. - 14,6 Prozent) ebenfalls stärker betroffen gewesen.

7.2.11 Öffentliche Kulturfinanzierung

Um die finanzielle Beteiligung der öffentlichen Hand im Kunst- und Kulturbereich darzustellen und österreichweit zu vergleichen, bedient sich die Kulturausgabenstatistik der Statistik Austria dem LIKUS-Ansatz²¹⁴, der die Zurechnung und Darstellung von Ausgabenpositionen aller Ebenen der öffentlichen Verwaltung ermöglicht.²¹⁵ Als Datenquelle nutzt die Statistik Austria hauptsächlich die Gebärungsdaten von Bund und Ländern (Rechnungsabschlüsse). Diese haben den Vorteil, dass sie

²¹⁴ zu den LIKUS-Kategorien vgl. Kapitel 5.3.1

²¹⁵ Mit Ausnahme von Oberösterreich veröffentlichten alle österreichischen Bundesländer Landeskulturberichte für 2002 und 2003, die alle - abgesehen vom steiermärkischen Landeskulturbericht - dem LIKUS-Ansatz folgen.

einerseits nach einheitlichen Richtlinien codiert und andererseits Bereinigungen um einzelne Budgetposten möglich sind.²¹⁶

Die öffentlichen Kulturausgaben 2003 haben sich für das Bundesland Oberösterreich auf 246.650.000 Euro belaufen. Mit 141.160.000 Euro wurde der Großteil dieses Etats von der oberösterreichischen Landesregierung und ein ebenfalls hoher Beitrag im Ausmaß von 129.340.000 Euro durch die oberösterreichischen Gemeinden bereitgestellt. Mit einem Anteil von 34 Prozent bzw. 83.850.000 Euro ging 2003 ein Großteil dieses Budgets an die LIKUS-Hauptkategorie "Ausbildung, Weiterbildung" sowie weitere 13,6 Prozent oder in Summe 33.540.000 Euro an "Museen, Archive, Wissenschaft". Dem Bereich "Kulturinitiativen, Zentren" wurden 2003 12 Prozent bzw. 29.570.000 Euro zugesprochen. Auf die Kategorien "Darstellende Kunst" mit 22.600.000 Euro Förderungen (9,2 Prozent) und "Musik" mit 21.260.000 Euro (8,6 Prozent) entfielen ebenfalls hohe Zuwendungen. In Summe wurden an diese fünf der insgesamt 16 LIKUS-Hauptkategorien über drei Viertel (77,4 Prozent bzw. 190.820.000 Euro) der oberösterreichischen Kulturausgaben vergeben.

Im Vergleich zu 2002 hat sich das Kulturbudget im Bundesland Oberösterreich von 235.180.000 Euro um 4,9 Prozent (11.470.000 Euro) auf 246.650.000 Euro erhöht, verglichen mit 2001 sogar um 13,9 Prozent (30.110.000 Euro). Diese Anstiege sind im wesentlichen auf die Ausgabenerhöhungen der Gemeinden zurückzuführen. Sie betragen zwischen 2002 und 2003 11.820.000 Euro bzw. 10,1 Prozent. In Relation zu 2001 sind die Ausgaben sogar um 28.150.000 Euro (27,8 Prozent) gestiegen.

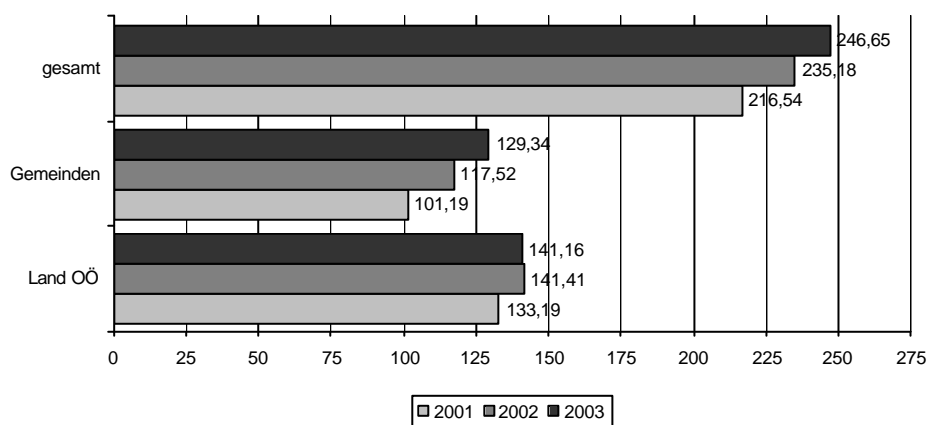


Abb. 23: Entwicklung der Kulturausgaben des Landes Oberösterreich zwischen 2001 und 2003 in Mio. Euro (Datenquelle: Statistik Austria, eigene Berechnungen)

²¹⁶ Eliminiert werden derart Doppelbuchungen infolge intergovernmentaler Transfers und Personalausgaben, die durch Kostenersätze für die Überlassung von Bediensteten rückerstattet werden (z. B. Theater, Museen). (vgl. Statistik Austria 2003k)

Berechnet man die Kulturausgaben im Land Oberösterreich pro EinwohnerIn, so ist ersichtlich, dass diese zwischen 2001 (157 Euro pro Person) und 2003 (178 Euro pro Person) kontinuierlich gestiegen und auch höher als die durchschnittlichen Kulturausgaben aller neun Bundesländer sind. Im Mittel wurden 2003 in den Bundesländern mit 154 Euro pro Person um durchschnittlich 24 Euro weniger pro EinwohnerIn für Kultur ausgegeben als in Oberösterreich (2001: 144 Euro; 2002: 149 Euro).

Diese Rücknahme bzw. geringere Ausdehnung der öffentlichen Kulturausgaben ist auch auf Ebene des Bundes²¹⁷ erkennbar. Zwischen 2000 und 2002 sind die Bundesausgaben von 660.810.000 Euro (2000) auf 710.770.000 Euro (2002) kontinuierlich gestiegen und erfuhren 2003 einen finanziellen Rückgang auf 680.230.000 Euro.

7.2.12 Kulturvereine

Dieser Abschnitt basiert auf den Verwaltungsdaten der Vereinsbehörden erster Instanz, die vom Bundesministerium für Inneres (BMI) zum Stichtag 31. Dezember jährlich aufgezeichnet werden.²¹⁸

Die Anzahl der oberösterreichischen Kulturvereine ist von 1.959 im Jahr 1997 auf 2.234 im Jahr 2004 gestiegen. Dies entspricht einer Zunahme von 14,0 Prozent bzw. 275 Vereinen. Österreichweit gab es in diesem Zeitraum einen Zuwachs an Kulturvereinen um 14,1 Prozent (+ 1.188 Kulturvereine). Gab es 1997 noch 13.425 österreichische Kulturvereine, so sind es im Jahr 2004 bereits 15.313. Im Jahr 2004 waren 14,6 Prozent der österreichischen Kulturvereine in Oberösterreich beheimatet. Interessant ist in diesem Zusammenhang auch die Vereinsvielfalt. Durchschnittlich war im Jahr 2004 mit 13,9 Prozent beinahe jeder 14. Verein in Österreich ein Kulturverein.

Jahr	Vereine in Österreich	Kulturvereine in Österreich		Kulturvereine in Oberösterreich	
	gesamt	gesamt	in %	gesamt	in %
1997	96.583	13.425	13,9%	1.959	14,6%
1998	99.979	13.832	13,8%	2.018	14,6%
1999	102.642	14.173	13,8%	2.068	14,6%
2000	104.203	14.525	13,9%	2.119	14,6%
2001	106.363	14.784	13,9%	2.157	14,6%
2002	107.675	14.967	13,9%	2.184	14,6%
2003	108.149	15.033	13,9%	2.193	14,6%
2004	110.163	15.313	13,9%	2.234	14,6%

Tab. 23: Entwicklung von Kulturvereinen in Oberösterreich und Österreich zwischen 1997 und 2004 (Datenquelle: BMI, eigene Berechnungen (ab 2001 Schätzungen))

²¹⁷ einschließlich intergovernmentaler Transfers, ohne Berücksichtigung von Personalausgaben

²¹⁸ Mit der neuen Rechtsgrundlage (Inkrafttreten des neuen Vereinsgesetzes im Juli 2002) wurden die bis dahin zuständigen Sicherheitsdirektionen von den Bundespolizeidirektionen und Bezirksverwaltungsbehörden als Vereinsbehörden erster Instanz abgelöst. Ab dem Jahr 2001 erfolgten vom Bundesministerium für Inneres keine gesonderten Aufzeichnungen über einzelne Vereinstypen mehr. Die Anzahl der Kulturvereine in Österreich und in Oberösterreich wurden daher für die Jahre 2001 bis 2004 näherungsweise geschätzt.

7.3 Gesamtbetrachtung der Kreativwirtschaft in der Stadtregion Linz

Im Jahr 2004 waren in der gesamten Kreativwirtschaft im weiteren Sinne in der Stadtregion Linz²¹⁹ rund 3.400 Betriebe vom Buch-, Literatur- und Pressemarkt über die Werbung und Werbewirtschaft bis hin zur Forschung, Entwicklung, Bildung und Beratung aktiv. Die Zahl der kreativwirtschaftlichen Betriebe im weiteren Sinne entspricht einem Anteil von beinahe 20 Prozent an der Gesamtwirtschaft in der Region. Betrachtet man nur den Kernbereich (Kreativwirtschaft im engeren Sinne) so beträgt dieser Anteil 12,1 Prozent. Insgesamt arbeiteten dabei über 55.000 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte in den verschiedenen Domänen der Kreativwirtschaft. Damit waren in der Region 15 Prozent der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in der Kreativwirtschaft im weiteren Sinne tätig bzw. 8,1 Prozent der Beschäftigten in der Kreativwirtschaft im engeren Sinne.

In der folgenden Tabelle werden die einzelnen Domänen der Kreativwirtschaft nach Anzahl der Betriebe und Beschäftigten, dem jeweiligen Anteil des kreativen Kernbereiches (Kreativwirtschaft im engeren Sinne) und dem jeweiligen Anteil an der regionalen Gesamtwirtschaft aufgeschlüsselt.

Domänen	Betriebe			Beschäftigte		
	Gesamt	Anteil Kernbereich in %	Anteil an den gesamten Betrieben in der Region	Gesamt	Anteil Kernbereich in %	Anteil an den gesamten Beschäftigten in der Region
Buch-, Literatur- und Pressemarkt	362	36,7%	2,1%	6.815	24,6%	1,9%
Musikwirtschaft und Phonomarkt	230	23,0%	1,3%	2.978	30,6%	0,8%
Film-, Video-, Fernseh- und Radiowirtschaft	213	29,4%	1,2%	4.315	29,5%	1,2%
Werbung und Werbewirtschaft	266	100,0%	1,5%	2.156	100,0%	0,6%
Architektur und kulturelles Erbe	390	100,0%	2,2%	3.907	100,0%	1,1%
Informations-, Kommunikations-, Multimedia- und Internetwirtschaft	658	80,1%	3,8%	9.268	90,6%	2,5%
Kunstmarkt und Kunsthandwerk	688	27,8%	4,0%	8.153	25,0%	2,2%
Darstellende und unterhaltungsbezogene Kunst	64	76,3%	0,4%	966	94,4%	0,3%
Forschung, Entwicklung, Bildung und Beratung	547	78,8%	3,2%	16.753	54,4%	4,6%
Gesamt	3.418	61,6%	19,7%	55.311	54,9%	15,0%

Tab. 24: Kreativwirtschaft (i. w. S.) in der Stadtregion Linz 2004

²¹⁹ In diesem Kapitel wird die Stadtregion Linz mit den politischen Bezirken Linz-Land, Urfahr-Umgebung, Perg, Freistadt und der Stadt Linz gleichgesetzt. Im Großteil der Tabellen werden allerdings in einer eigenen Spalte bzw. Reihe mit dem Titel "davon im geografischen Geltungsbereich" die näherungsweise Zahlen für den geografischen Geltungsbereich ausgewiesen, die mittels eines eigenen Berechnungsmodells errechnet wurden. (vgl. Kapitel 5.4.1)

7.3.1 Anzahl und Entwicklung der Betriebe der Kreativwirtschaft (i. e. S.)

Domänen	Anzahl der Betriebe		Anteil an der gesamten Kreativwirtschaft in %	
	Gesamt	davon im geografischen Geltungsbereich	Gesamt	davon im geografischen Geltungsbereich
Buch-, Literatur- und Pressemarkt	134	125	6,4%	6,3%
Musikwirtschaft und Phonomarkt	54	49	2,6%	2,5%
Film-, Video-, Fernseh- und Radiowirtschaft	62	52	2,9%	2,6%
Werbung und Werbewirtschaft	266	256	12,6%	12,9%
Architektur und kulturelles Erbe	390	366	18,5%	18,4%
Informations-, Kommunikations-, Multimedia- und Internetwirtschaft	526	500	25,0%	25,2%
Kunstmarkt und Kunsthandwerk	191	174	9,1%	8,8%
Darstellende und unterhaltungsbezogene Kunst	49	47	2,3%	2,4%
Forschung, Entwicklung, Bildung und Beratung	431	413	20,5%	20,8%
Gesamt	2.103	1.982	100,0%	100,0%

Tab. 25: Betriebe der Kreativwirtschaft (i. e. S.) in der Stadtregion Linz 2004

Betrachtet man den kreativen Kernbereich der Kreativwirtschaft, so sind von den rund 2.100 Betrieben die meisten in der Domäne der Informations-, Kommunikations-, Multimedia- und Internetwirtschaft (526 Betriebe, d. s. rund 25 Prozent) zu finden, gefolgt von der Domäne Forschung, Entwicklung, Bildung und Beratung (431 Betriebe, d. s. rund 21 Prozent), der Domäne Architektur und kulturelles Erbe (390 Betriebe, d. s. rund 19 Prozent) und der Domäne Werbung und Werbewirtschaft (266 Betriebe, d. s. rund 13 Prozent).

Domänen	Betriebe								Veränderung 1999 - 2004	
	1995	1997	1999	2000	2001	2002	2003	2004	absolut	in %
Buch-, Literatur- und Pressemarkt	92	125	146	160	163	156	141	134	-12	-8,2%
Musik und Musikwirtschaft	38	39	48	56	57	58	55	54	+6	+12,5%
Film-, Video-, Fernseh- und Radiowirtschaft	29	37	41	47	49	50	52	62	+21	+51,2%
Werbung und Werbewirtschaft	133	160	208	221	232	241	247	266	+58	+27,9%
Architektur und kulturelles Erbe	264	305	353	358	373	378	366	390	+37	+10,5%
Informations-, Kommunikations-, Multimedia- und Internetwirtschaft	149	215	364	452	509	527	532	526	+162	+44,5%
Kunstmarkt und Kunsthandwerk	167	193	209	202	201	208	204	191	-18	-8,6%
Darstellende und unterhaltungsbezogene Kunst	30	29	38	44	47	47	47	49	+11	+28,9%
Forschung, Entwicklung, Bildung und Beratung	172	249	340	366	401	437	486	431	+91	+26,8%
Gesamt	1.073	1.351	1.747	1.906	2.032	2.102	2.130	2.103	+356	+20,4%

Tab. 26: Entwicklung der Betriebszahlen der Kreativwirtschaft (i. e. S.) in der Stadtregion Linz von 1995 bis 2004

In der Betrachtung des Zeitverlaufes von 1995 bis 2004 ist die Zahl der Betriebe von 1.073 auf 2.130 im Jahr 2003 gestiegen. Zwischen 2003 und 2004 sank die Zahl der Betriebe allerdings auf 2.103 ab.

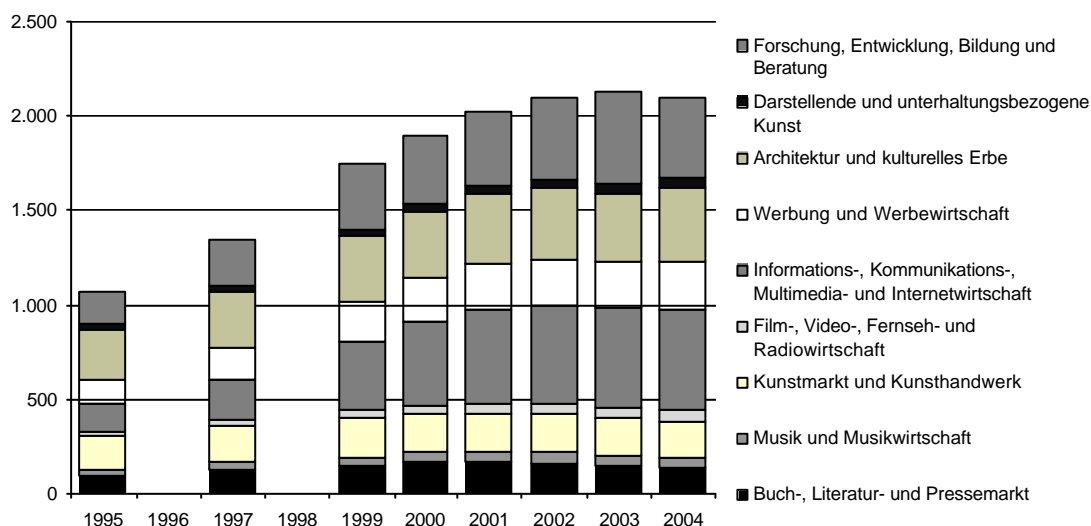


Abb. 24: Entwicklung der Betriebszahlen der Kreativwirtschaft (i. e. S.) in der Stadtregion Linz von 1995 bis 2004

Der Anteil der kreativwirtschaftlichen Betriebe an den gesamten Betrieben der jeweiligen Bezirke wird in der folgenden Grafik dargestellt.

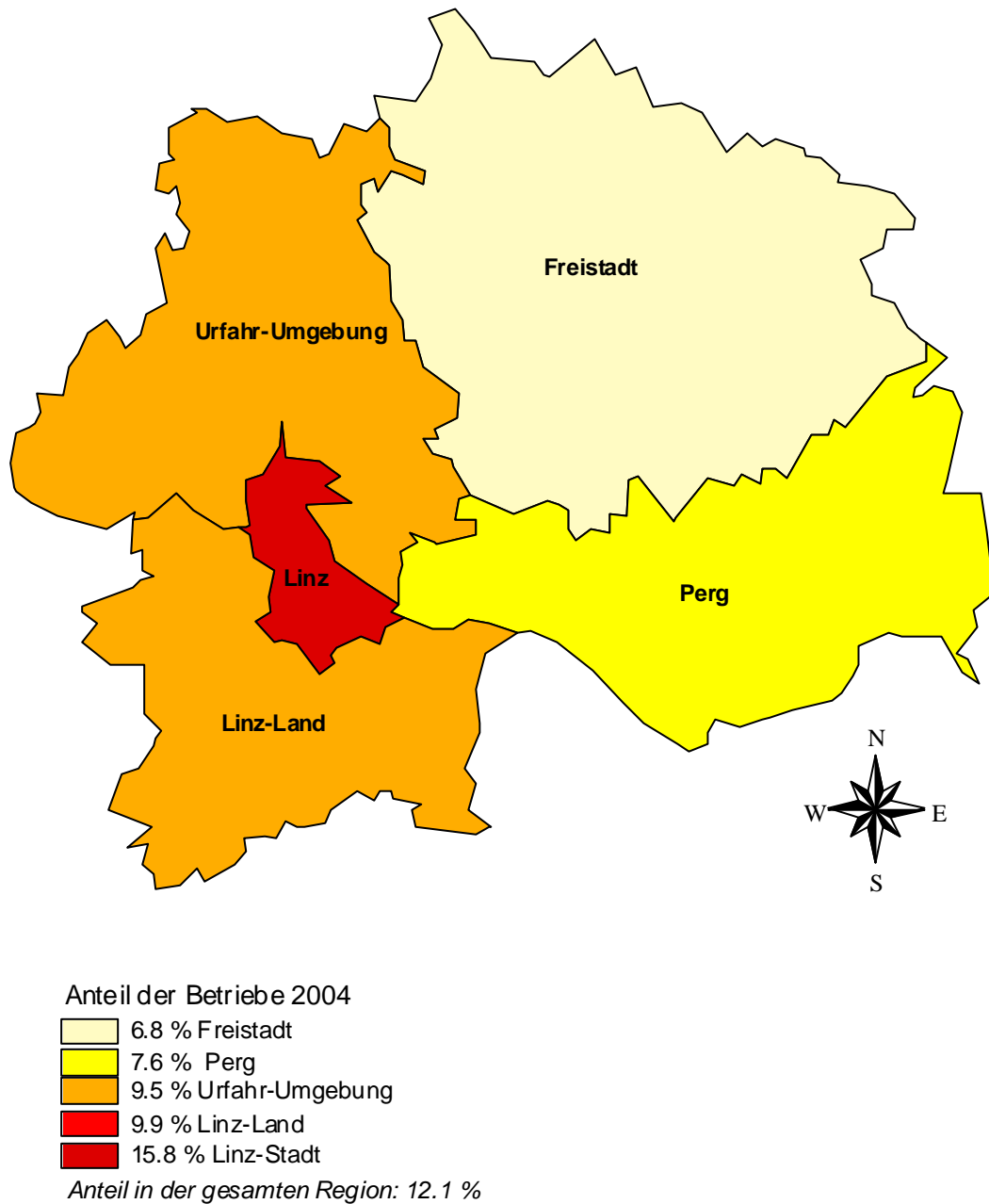


Abb. 25: Anteil der kreativwirtschaftlichen Betriebe (i. e. S.) an den gesamten Betrieben in den Bezirken 2004

7.3.2 Anzahl und Entwicklung der Beschäftigten in der Kreativwirtschaft (i. e. S.)

Im Jahr 2004 waren im Kernbereich der Kreativwirtschaft 30.958 Personen sozialversicherungspflichtig beschäftigt. Der Frauenanteil betrug dabei rund 47 Prozent. Hohe Anteile an weiblichen Beschäftigten weisen in diesem Zusammenhang die Domänen Werbung und Werbewirtschaft (rund 63 Prozent) und der Buch-, Literatur- und Pressemarkt (rund 62 Prozent) auf, ein geringer Frauenanteil findet sich hingegen in der Domäne Architektur und kulturelles Erbe (rund 26 Prozent).

Domänen	Anzahl der Beschäftigten		Anteil an Frauen in %	Anteil an der gesamten Kreativwirtschaft in %	
	Gesamt	davon im geografischen Geltungsbereich		Gesamt	davon im geografischen Geltungsbereich
Buch-, Literatur- und Pressemarkt	1.676	1.650	62,2%	5,4%	5,5%
Musik und Musikwirtschaft	915	900	44,6%	3,0%	3,0%
Film-, Video-, Fernseh- und Radiowirtschaft	1.274	1.119	47,7%	4,1%	3,7%
Werbung und Werbewirtschaft	2.156	2.128	62,7%	7,0%	7,0%
Architektur und kulturelles Erbe	3.907	3.791	26,3%	12,6%	12,5%
Informations-, Kommunikations-, Multimedia- und Internetwirtschaft	8.394	8.337	44,8%	27,1%	27,6%
Kunstmarkt und Kunsthandwerk	2.040	1.845	50,1%	6,6%	6,1%
Darstellende und unterhaltungsbezogene Kunst	912	903	48,7%	2,9%	3,0%
Forschung, Entwicklung, Bildung und Beratung	9.684	9.580	50,0%	31,3%	31,7%
Gesamt	30.958	30.253	46,7%	100,0%	100,0%

Tab. 27: Beschäftigte in der Kreativwirtschaft (i. e. S.) 2004

Mit einem Anteil von 31,3 bzw. 27,1 Prozent an den sozialversicherungspflichtig Beschäftigten nehmen die Domänen Forschung, Entwicklung, Bildung und Beratung sowie Informations-, Kommunikations-, Multimedia- und Internetwirtschaft die bedeutendsten Beschäftigungsfelder ein. In diesen Domänen sind rund 9.700 bzw. rund 8.400 Personen beschäftigt. Dem Bereich Architektur und kulturelles Erbe standen im Jahr 2004 etwas mehr als 3.900 Arbeitsplätze zur Verfügung. Dies entspricht einem Anteil von rund 13 Prozent der Beschäftigten in der Kreativwirtschaft (i. e. S.). In den anderen Domänen liegt der Anteil an den Gesamtbeschäftigten in der Kreativwirtschaft jeweils unter 7 Prozent.

Im Zeitverlauf von 1995 bis 2004 stieg die Zahl der Beschäftigten von 19.949 auf 31.098 im Jahr 2001. Zwischen 2001 und 2003 sank diese Zahl auf einen Wert von 29.624 ab und stieg im Folgejahr wieder leicht auf 30.958 Beschäftigte an.

Domänen	Beschäftigte								Veränderung 1999 - 2004	
	1995	1997	1999	2000	2001	2002	2003	2004	absolut	in %
Buch-, Literatur- und Pressemarkt	1.399	1.631	1.659	2.143	1.987	1.843	1.778	1.676	+17	+1,0%
Musik und Musikwirtschaft	1.030	828	990	958	1.042	1.005	982	915	-75	-7,6%
Film-, Video-, Fernseh- und Radiowirtschaft	797	928	1.109	1.260	1.216	1.216	1.148	1.274	+165	+14,9%
Werbung und Werbewirtschaft	841	1.034	1.750	1.911	2.118	1.996	2.136	2.156	+406	+23,2%
Architektur und kulturelles Erbe	2.940	3.114	3.379	3.271	3.008	3.081	3.085	3.907	+528	+15,6%
Informations-, Kommunikations-, Multimedia- und Internetwirtschaft	5.882	6.235	7.465	8.695	9.054	8.699	8.113	8.394	+929	+12,4%
Kunstmarkt und Kunsthandwerk	2.521	2.490	2.483	2.389	2.412	2.327	2.171	2.040	-443	-17,8%
Darstellende und unterhaltungsbezogene Kunst	772	737	900	912	927	900	932	912	+12	+1,3%
Forschung, Entwicklung, Bildung und Beratung	3.768	4.386	8.054	9.101	9.334	9.116	9.280	9.684	+1.630	+20,2%
Gesamt	19.949	21.382	27.789	30.639	31.098	30.182	29.624	30.958	+3.169	+11,4%

Tab. 28: Entwicklung der Beschäftigtenzahlen der Kreativwirtschaft (i. e. S.) in der Stadtregion Linz von 1995 bis 2004

Zwischen 1999 und 2004 stieg die Anzahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in der Kreativwirtschaft (i. e. S.) um 11,4 Prozent von 27.789 auf 30.958 Beschäftigte an. Insbesondere in den Betrieben der Domänen Forschung, Entwicklung, Bildung und Beratung (+ 1.630 Beschäftigte), Informations-, Kommunikations-, Multimedia- und Internetwirtschaft (+ 929 Beschäftigte), Architektur und kulturelles Erbe (+ 528 Beschäftigte), Werbung und Werbewirtschaft (+ 406 Beschäftigte) und Film-, Video-, Fernseh- und Radiowirtschaft (+ 165 Beschäftigte) wurden zahlreiche Arbeitsplätze geschaffen. Hingegen wurden in den Domänen Kunstmarkt und Kunsthandwerk (- 444 Beschäftigte) und Musikwirtschaft und Phonomarkt (- 75 Beschäftigte) Arbeitsplätze abgebaut.

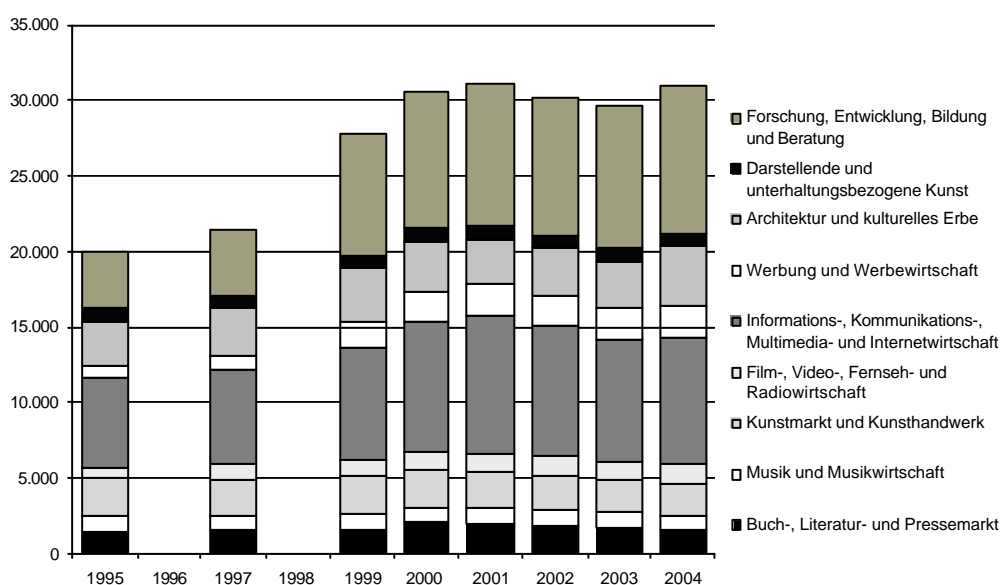


Abb. 26: Entwicklung der Beschäftigtenzahlen der Kreativwirtschaft (i. e. S.) in der Stadtregion Linz von 1995 bis 2004

In der folgenden Karte wird der Anteil der kreativwirtschaftlich Beschäftigten an den Gesamtbeschäftigten in den jeweiligen Bezirken dargestellt.

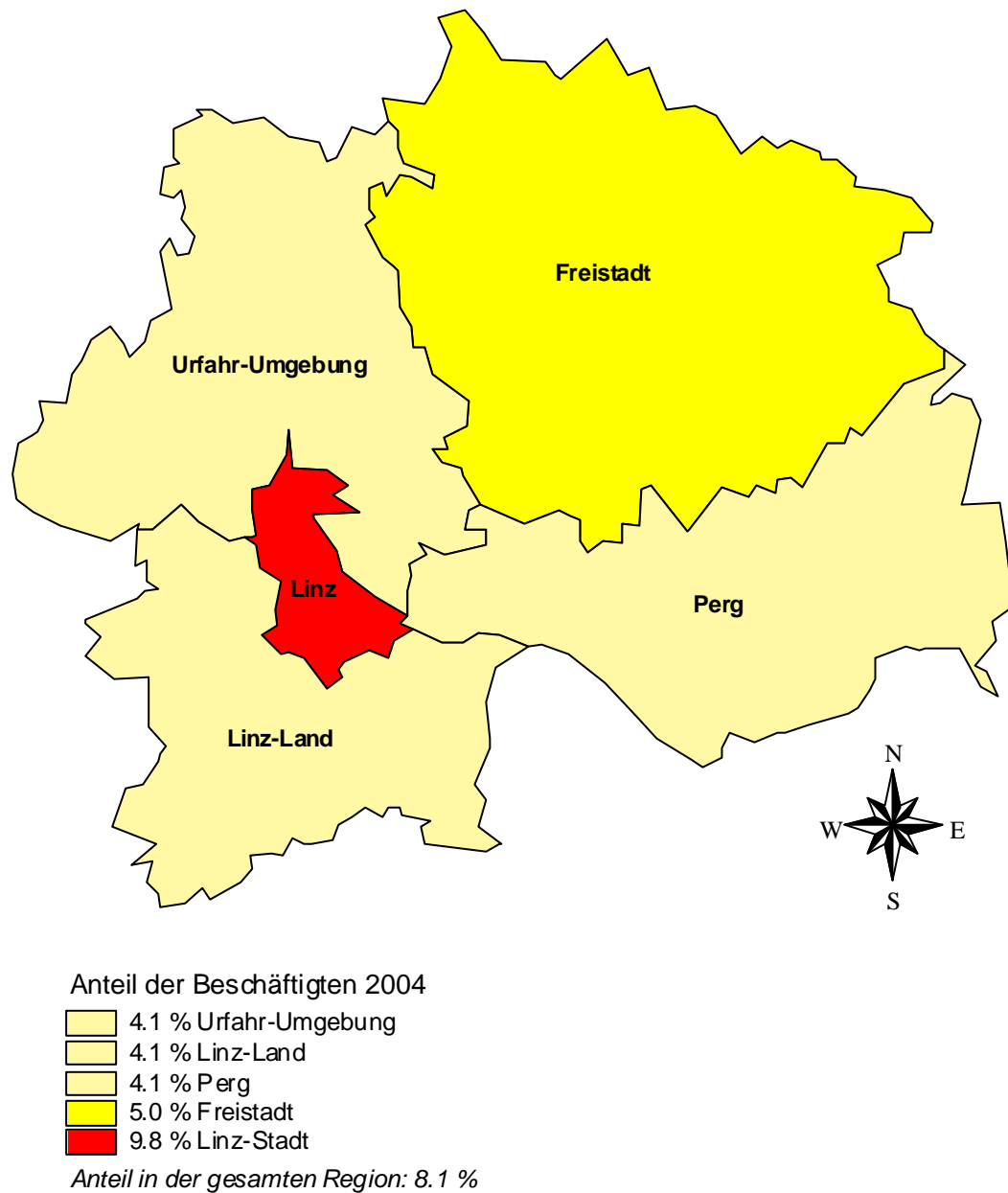


Abb. 27: Anteil der kreativwirtschaftlich Beschäftigten (i. e. S.) an den gesamten Beschäftigten in den Bezirken 2004

7.3.3 Entwicklung der Kreativwirtschaft (i. e. S.) im Vergleich zur Gesamtwirtschaft

Das Potenzial der Kreativwirtschaft (i. e. S.) in der Stadtregion Linz zeigt sich u. a. in der dynamischen Entwicklung in den letzten Jahren. Die Entwicklung der Betriebe und Beschäftigten der Kreativwirtschaft (i. e. S.) weist eine wesentlich höherer Dynamik als die Gesamtwirtschaft in der Stadtregion Linz bzw. in Oberösterreich auf. Zwischen 1999 und 2004 stieg die Zahl der kreativwirtschaftlichen Betriebe (i. e. S.) in der Stadtregion Linz um 20,5 Prozent, die der unselbständig Beschäftigten um 11,4 Prozent, wobei letzterer Prozentsatz stark durch die Zunahme der Beschäftigungsverhältnisse im Bereich der Architektur- und Ingenieurbüros beeinflusst ist. (vgl. Kapitel 7.4.5.2) Bei entsprechender Bereinigung würde der Anstieg bei den Beschäftigten mit rund 8,5 Prozent deutlich niedriger ausfallen.

In der Stadtregion Linz wuchs im gleichen Zeitraum die Zahl der Betriebe um 9,2 Prozent, in der oberösterreichischen Gesamtwirtschaft um 7 Prozent. Die Zahl der Beschäftigten in der Gesamtwirtschaft stieg dabei in der Stadtregion Linz um 8,2 Prozent, im gesamten Bundesland Oberösterreich um 2,9 Prozent an.²²⁰

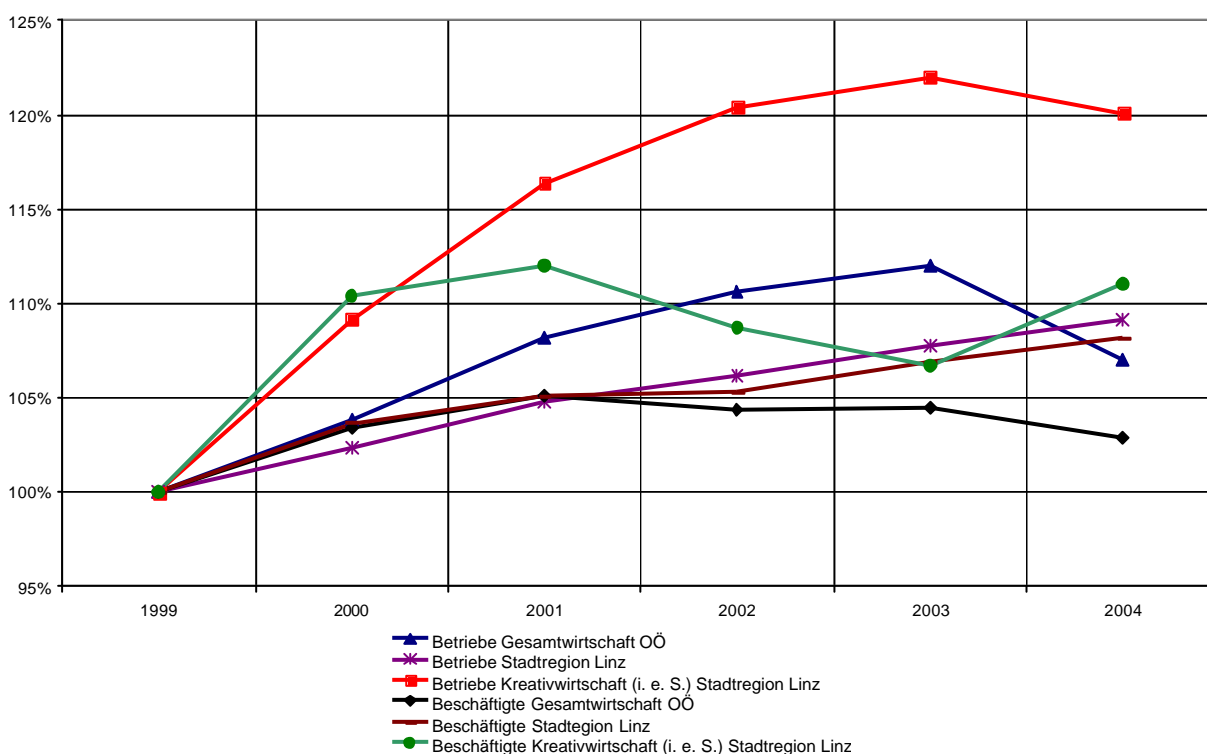


Abb. 28: Entwicklung der Kreativwirtschaft (i. e. S.) in der Stadtregion Linz im Vergleich zur Gesamtwirtschaft OÖ (1999 = 100 %)

²²⁰ Bei Heranziehung der unbereinigten Datenbestände des Hauptverbands der österreichischen Sozialversicherungsträger (Juli-Zählungen der Arbeitgeberbetriebe bzw. der Beschäftigten) würden sich diese Werte geringfügig ändern: die Zahl der Beschäftigten in der oberösterreichischen Gesamtwirtschaft wäre dann um 4,5 Prozent gewachsen.

7.3.4 Arbeitslose in den Bereichen der Kreativwirtschaft (i. e. S.)

Im Jahresdurchschnitt 2004 waren in der Stadtregion Linz 338 Menschen in den Bereichen der Kreativwirtschaft (i. e. S.) als arbeitslos registriert. Die höchsten Anteile an Arbeitslosen innerhalb der Kreativwirtschaft finden sich in den Bereichen "Rechts-, Steuer- und Unternehmensberatung, Markt- und Meinungsforschung, Beteiligungsgesellschaften" (31,7 Prozent, das sind 107 Personen), "Erbringung von sonstigen unternehmensbezogenen Dienstleistungen" (12,1 Prozent, das sind 41 Personen) "Werbewesen" (11,8 Prozent, das sind 40 Personen) und "Architektur" (10,4 Prozent, das sind 35 Personen).

Bereiche	1999		2004		Veränderung 1999 - 2004	
	AL Gesamt	Anteil an AL in KRW	AL Gesamt	Anteil an AL in KRW	absolut	in%
221 Verlagswesen	15	3,8%	12	3,6%	-3	-20,0%
362 Herstellung von Schmuck und ähnlichen Erzeugnissen	16	4,1%	7	2,1%	-9	-56,3%
363 Herstellung von Musikinstrumenten	1	0,3%	0	0,0%	-1	-100,0%
366 Herstellung von sonstigen Erzeugnissen	13	3,3%	8	2,4%	-5	-38,5%
721 Hardwareberatung	1	0,3%	2	0,6%	+1	+100,0%
722 Softwarehäuser	8	2,1%	8	2,4%	0	0,0%
723 Datenverarbeitungsdienste	7	1,8%	18	5,3%	+11	+157,1%
724 Datenbanken	1	0,3%	0	0,0%	-1	-100,0%
731 Forschung und Entwicklung im Bereich Natur-, Ingenieur-, Agrarwissenschaften und Medizin	2	0,5%	1	0,3%	-1	-50,0%
732 Forschung und Entwicklung im Bereich Rechts-, Wirtschafts- und Sozialwissenschaften sowie im Bereich Sprach-, Kultur- und Kunstwissenschaften	1	0,3%	1	0,3%	0	0,0%
741 Rechts-, Steuer- und Unternehmensberatung, Markt- und Meinungsforschung, Beteiligungsgesellschaften	143	36,7%	107	31,7%	-36	-25,2%
742 Architektur	46	11,8%	35	10,4%	-11	-23,9%
744 Werbewesen	35	9,0%	40	11,8%	+5	+14,3%
748 Erbringung von sonstigen unternehmensbezogenen Dienstleistungen	36	9,2%	41	12,1%	+5	+13,9%
803 Hochschulen	19	4,9%	12	3,6%	-7	-36,8%
921 Film und Videoherstellung	11	2,8%	12	3,6%	+1	+9,1%
922 Hörfunk- und Fernsehkanäle, Herstellung von Hörfunk- und Fernsehprogrammen	3	0,8%	5	1,5%	+2	+66,7%
923 Erbringung von sonstigen kulturellen und unterhaltenden Leistungen	26	6,7%	23	6,8%	-3	-11,5%
924 Korrespondenz- und Nachrichtenbüros sowie selbständige Journalisten	2	0,5%	2	0,6%	0	0,0%
925 Bibliotheken, Archive, Museen, botanische und zoologische Gärten	4	1,0%	4	1,2%	0	0,0%
Gesamt	390	100,0%	338	100,0%	-52	-13,3%

Tab. 29: Arbeitslose in den Bereichen der Kreativwirtschaft (i. e. S.) in der Stadtregion Linz zwischen 1999 und 2004

Im Vergleich zu 1999 hat sich die Zahl an vorgemerkten Arbeitslosen vor allem in den Bereichen "Rechts-, Steuer- und Unternehmensberatung, Markt- und Meinungsforschung, Beteiligungsgesellschaften" (- 36 Personen) und geringfügig im Bereich der "Architektur" (- 11 Personen) verringert. Hingegen hatten die Bereiche "Datenverarbeitungsdienste" (+ 11 Personen), "Werbewesen" sowie "Erbringung von sonstigen unternehmensbezogenen Dienstleistungen" (jeweils + 5 Personen) geringe Zuwächse zu verzeichnen. Insgesamt hat sich zwischen 1999 und 2004 die Zahl der Arbeitslosen im Kreativwirtschaftsbereich um 52 Personen verringert.²²¹

²²¹ Der Anteil der vorgemerkten Arbeitslosen an der Anzahl der Beschäftigten in der Kreativwirtschaft (i. e. S.) in der Region beträgt somit etwa 1,1 Prozent (allerdings kann dieser Wert nur als näherungsweise Wert angesehen werden, da eine korrekte Berechnung einer Arbeitslosenquote hier nicht möglich ist).

7.3.5 Offene Stellen in den Bereichen der Kreativwirtschaft (i. e. S.)

Im Jahresdurchschnitt 2004 wurden in der Stadtregion Linz im Kreativwirtschaftsbereich (i. e. S.) 1.036 offene Stellen gezählt, die vor allem dem Wirtschaftsbereich "Erbringung von sonstigen unternehmensbezogenen Dienstleistungen" (970 offene Stellen) zurechenbar waren. Im Vergleich zu 1999 wurden in diesem Teilbereich um 363 offene Stellen mehr angeboten. Hingegen hat sich die Zahl der offenen Stellen in den Bereichen "Herstellung von Schmuck und ähnlichen Erzeugnissen" (-21 Stellen) und "Unterrichtswesen" (-16 Stellen) verringert. Insgesamt hat sich zwischen 1999 und 2004 die Zahl der offenen Stellen innerhalb der Kreativwirtschaft (i. e. S.) um 342 Stellen erhöht.

Bereiche		1999		2004		Veränderung 1999 - 2004	
		OS Gesamt	Anteil OS in KRW	OS Gesamt	Anteil OS in KRW	absolut	in %
22	Verlagswesen, Druckerei, Vervielfältigung von bespielbaren Tonträgern	6	0,9%	7	0,7%	+1	+16,7%
36	Herstellung von Schmuck und ähnlichen Erzeugnissen	33	4,8%	12	1,2%	-21	-63,6%
72	Datenverarbeitung und Datenbanken	14	2,0%	27	2,6%	+13	+92,9%
73	Forschung und Entwicklung	0	0,0%	1	0,1%	+1	+100,0%
74	Erbringung von unternehmensbezogenen Dienstleistungen	607	87,5%	970	93,6%	+363	+59,8%
80	Unterrichtswesen	27	3,9%	11	1,1%	-16	-59,3%
92	Kultur, Sport und Unterhaltung	7	1,0%	8	0,8%	+1	+14,3%
Gesamt		694	100,0%	1.036	100,0%	+342	+49,3%

Tab. 30: Offene Stellen in den Bereichen der Kreativwirtschaft (i. e. S.) in der Stadtregion Linz zwischen 1999 und 2004

7.4 Darstellung nach Domänen

Im folgenden Abschnitt werden die einzelnen in Kapitel 5.5 beschriebenen neun Domänen hinsichtlich der Anzahl und Entwicklung der Betriebe und Beschäftigten erläutert.

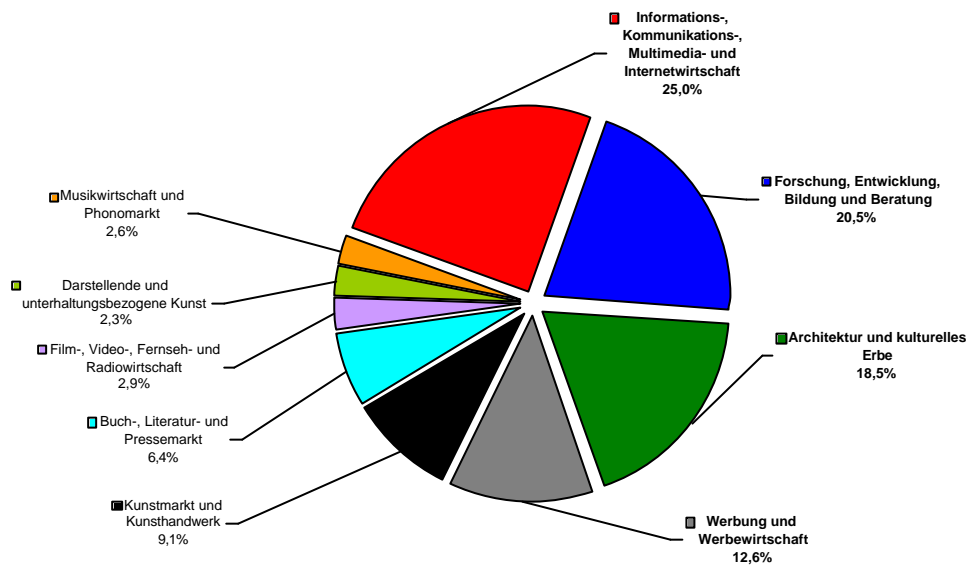


Abb. 29: Verteilung der Zahl der Betriebe in der Kreativwirtschaft (i. e. S.) in der Stadtregion Linz 2004

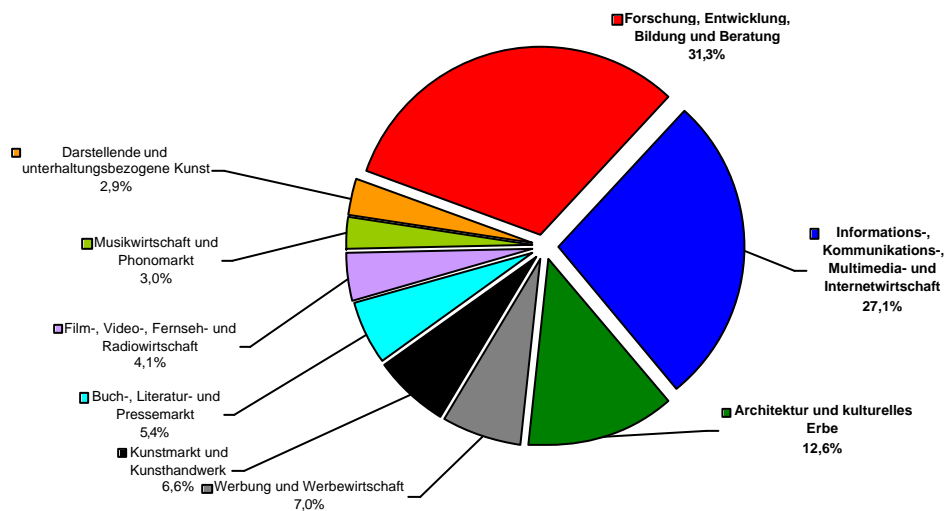
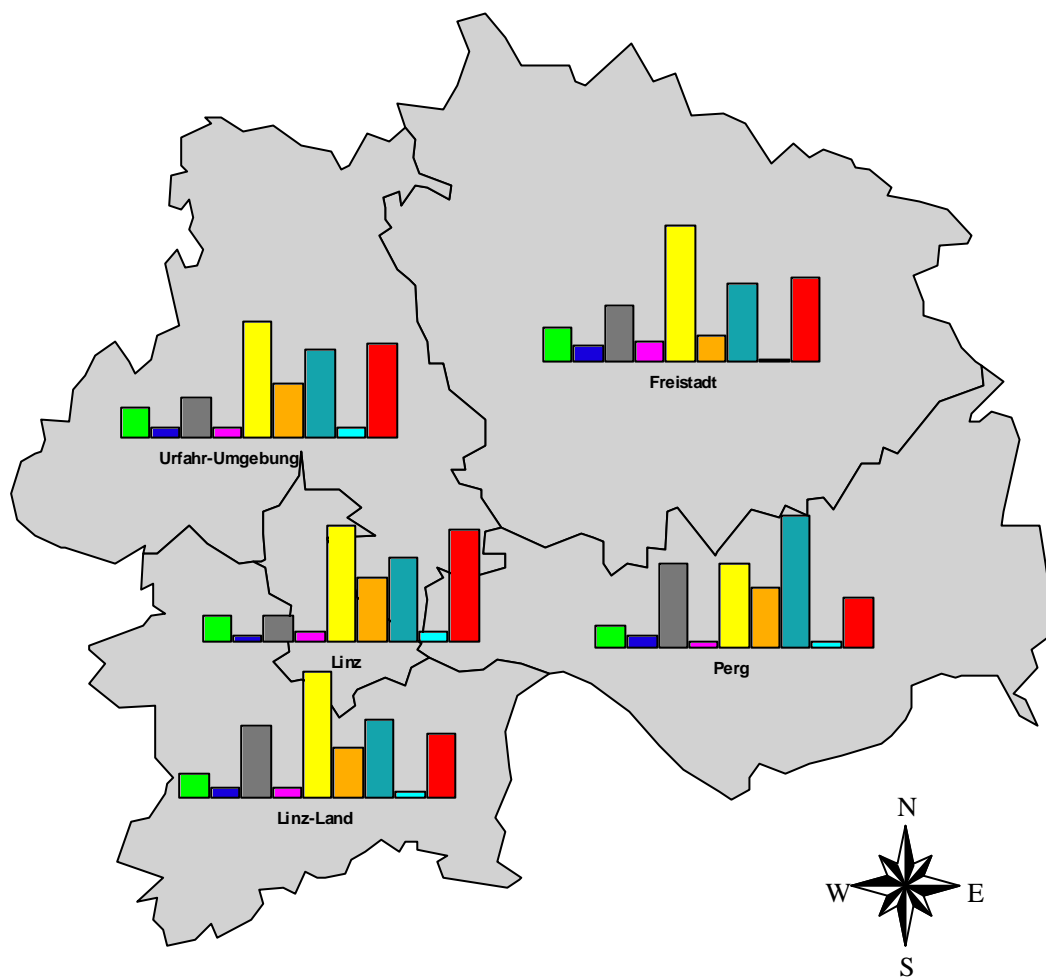


Abb. 30: Verteilung der Zahl der Beschäftigten in der Kreativwirtschaft (i. e. S.) in der Stadtregion Linz 2004

In den Bezirken der Stadtregion Linz verteilen sich die Betriebe innerhalb der kreativwirtschaftlichen Domänen wie folgt:



Domänen

- Buch-, Literatur- und Pressemarkt
- Musikwirtschaft und Phonomarkt
- Kunstmarkt und Kunsthandwerk
- Film-, Video-, Fernseh- und Radiowirtschaft
- Informations-, Kommunikations-, Multimedia- und Internetwirtschaft
- Werbung und Werbewirtschaft
- Architektur und kulturelles Erbe
- Darstellende und unterhaltungsbezogene Kunst
- Forschung, Entwicklung, Bildung und Beratung

Abb. 31: Verteilung der Zahl der Betriebe innerhalb der Kreativwirtschaft (i. e. S.) in den Bezirken 2004

Die folgende Grafik zeigt die Verteilung der Beschäftigten innerhalb der Kreativwirtschaft (i. e. S.) in den jeweiligen Bezirken in der Stadtregion Linz:

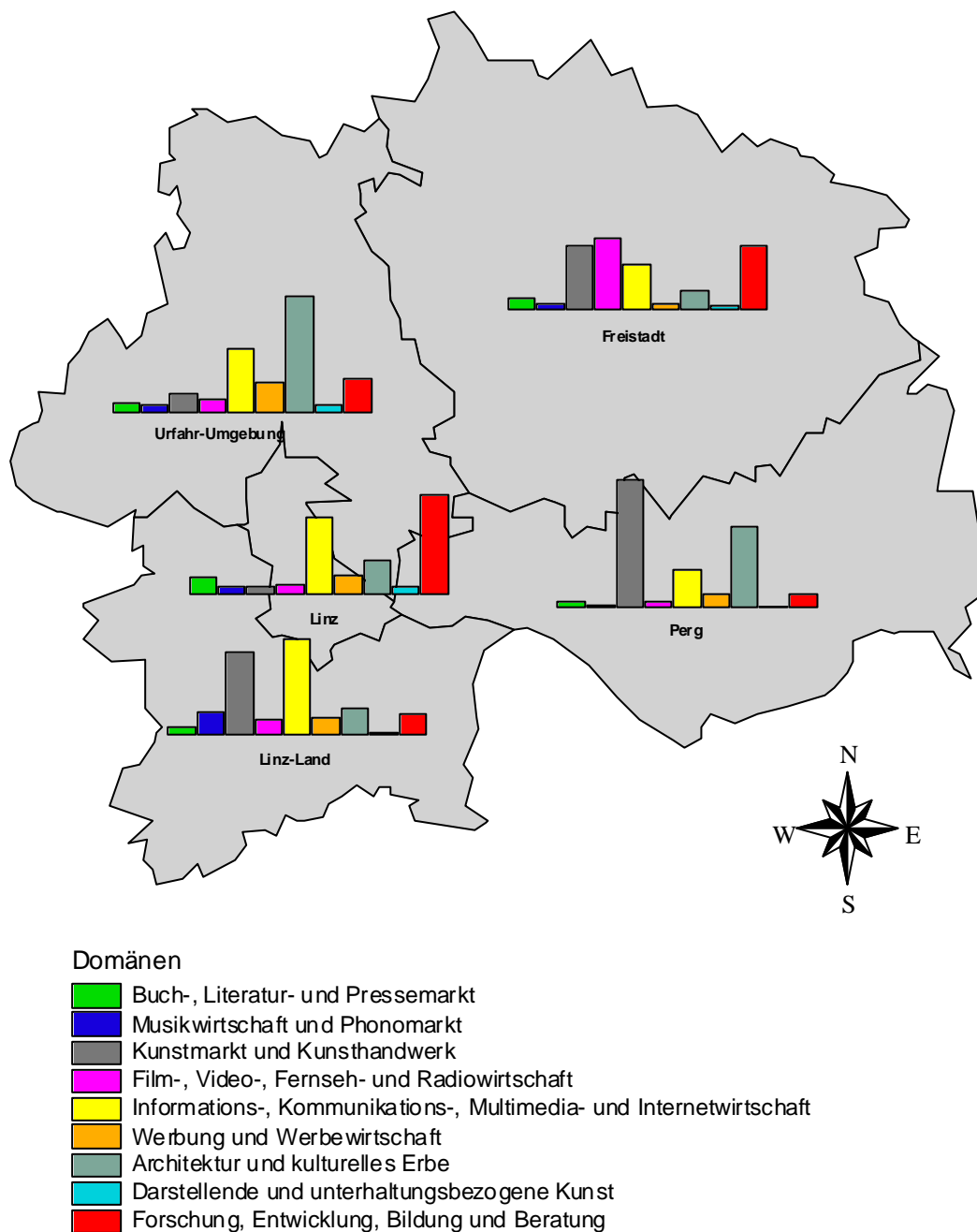


Abb. 32: Verteilung der Zahl der Beschäftigten innerhalb der Kreativwirtschaft (i. e. S.) in den Bezirken 2004

7.4.1 Buch-, Literatur- und Pressemarkt

Der Buch-, Literatur- und Pressemarkt umfasst in der gewählten Abgrenzung im Kernbereich das Verlagswesen, die JournalistInnen, schriftstellerische Tätigkeiten, Korrespondenz- und Nachrichtenbüros, Übersetzungsdienste sowie die Bibliotheken und Archive. Das Druckgewerbe und der Einzel- und Großhandel mit Büchern, Zeitschriften, Zeitungen, Schreibwaren und Bürobedarf vervollständigen die Wertschöpfungskette der Domäne. Die nachfolgende Tabelle listet die zugeordneten Wirtschaftsbereiche auf.

ÖNACE 1995	Wirtschaftszweige	Kreativwirtschaft	
		i. e. S.	i. w. S.
2211	Buchverlag und Musikverlag	x (50%)	
2212	Zeitungsverlag	x	
2213	Zeitschriftenverlag	x	
2215	Sonstiges Verlagswesen	x	
2221	Zeitungsdruckerei		x
2222	Druckerei (ohne Zeitungsdruckerei), Herstellung von Heften, Registern u. ä. Waren aus Papier und Pappe		x
2223	Buchbinderei und andere Druckweiterverarbeitung		x
2224	Erbringung von druckvorbereitenden Dienstleistungen		x
2225	Erbringung von sonstigen druckvorbereitenden Dienstleistungen		x
5118	Handelsvermittlung von Waren a.n.g.		x (50%)
5147	Großhandel mit sonstigen Gebrauchs- und Verbrauchsgütern		x (25%)
5247	Einzelhandel mit Büchern, Zeitschriften, Zeitungen, Schreibwaren und Bürobedarf		x
5250	Einzelhandel mit Antiquitäten und Gebrauchsgütern (in Verkaufsräumen)		x (33,3%)
7140	Vermietung von Verbrauchsgütern a.n.g.		x (50%)
7483	Übersetzungsbüros und Dolmetscher	x	
7484	Erbringung von unternehmensbezogenen Dienstleistungen a.n.g.	x (25%)	
9231	Künstlerische und schriftstellerische Tätigkeiten und Darbietungen	x (25%)	
9240	Korrespondenz- und Nachrichtenbüros sowie selbständige Journalisten	x	
9251	Bibliotheken und Archive	x	

Tab. 31: ÖNACE-Klassen in der Domäne Buch-, Literatur- und Pressemarkt²²²

²²² Die ÖNACE-Klasse 2211 (Buchverlag und Musikverlag) wurde zu jeweils 50 Prozent der Domäne Buch-, Literatur- und Pressemarkt und der Domäne Musikwirtschaft und Phonomarkt zugeordnet. (vgl. Kulturdokumentation/Mediacult/Wifo 2004) Die ÖNACE-Klasse 7484 (Erbringung von unternehmensbezogenen Dienstleistungen a.n.g.) wurde zu 25 Prozent der Domäne Buch-, Literatur- und Pressemarkt, zu 12,5 Prozent der Domäne Musikwirtschaft und Phonomarkt und zu 25 Prozent der Domäne Kunstmarkt und Kunsthandwerk zugeordnet. (vgl. Kulturdokumentation/Mediacult/Wifo 2004) Die ÖNACE-Klasse 9231 (Künstlerische und schriftstellerische Tätigkeiten und Darbietungen) wurde zu jeweils 25 Prozent der Domäne Buch-, Literatur- und Pressemarkt, der Domäne Musikwirtschaft und Phonomarkt, der Domäne Darstellende Kunst und unterhaltungsbezogene Kunst sowie der Domäne Kunstmarkt und Kunsthandwerk zugeordnet. (vgl. Kulturdokumentation/Mediacult/Wifo 2004)

Insgesamt umfasst der Buch-, Literatur- und Pressemarkt 362 Betriebe, in denen etwas mehr als 6.800 Personen beschäftigt sind. Räumlich gesehen konzentriert sich diese Domäne der Kreativwirtschaft (i. w. S.) auf die Bezirke Linz-Land und Linz Stadt.

Bereiche (ÖNACE 1995)	Betriebe						Beschäftigte		
	Gesamt	regionale Verteilung					Gesamt	Geschlecht	
		Freistadt	Linz-Land	Perg	Urfahr-Umgebung	Linz		m	w
Verlagswesen (2211, 2212, 2213, 2215)	41	1	2	2	3	33	1.221	430	791
Druckgewerbe (2221, 2222, 2223, 2224, 2225)	58	3	7	4	5	39	1.889	1.079	810
Handel (5118, 5147, 5247, 5250)	150	7	24	10	13	96	3.162	1.484	1.678
JournalistInnen, SchriftstellerInnen, DienstleisterInnen (7483, 7484, 9231, 9240)	91	8	22	3	9	49	430	197	233
Bibliotheken und Archive, Leihbücherei und Lesezirkel (9251, 7140)	22	1	8	1	3	9	113	54	59
Gesamt	362	20	63	20	33	226	6.815	3.244	3.571

Tab. 32: Betriebe und Beschäftigte im Buch-, Literatur- und Pressemarkt (i. w. S.) 2004

Der kreative Kernbereich der Domäne Buch-, Literatur- und Pressemarkt umfasst 134 Betriebe mit 1.676 Beschäftigten. Insgesamt sind somit in der Region rund 52 Prozent der Betriebe und 73 Prozent der Beschäftigten des oberösterreichischen Buch-, Literatur- und Pressemarktes angesiedelt.

7.4.1.1 Anzahl und Entwicklung der Betriebe

ÖNACE 1995	Bezeichnung	Betriebe								Veränderung 1999 - 2004	
		Gesamt	regionale Verteilung					Anteil am Teilmarkt in %	Anteil an Betrieben in ÖÖ in %	absolut	in %
			Freistadt	Linz-Land	Perg	Urfahr-Umgebung	Linz				
2211	Buchverlag und Musikverlag	7	1	1	1	1	3	5,2%	63,6%	1	+16,7%
2212	Zeitungsverlag	20	0	0	0	1	19	14,9%	74,1%	-5	-20,0%
2213	Zeitschriftenverlag	12	0	1	1	1	9	9,0%	44,4%	-8	-40,0%
2215	Sonstiges Verlagswesen	2	0	0	0	0	2	1,5%	28,6%	-1	-33,3%
7483	Übersetzungsbüros und Dolmetscher	37	4	8	1	4	20	27,6%	52,9%	-2	-5,1%
7484	Erbringung von unternehmensbezogenen Dienstleistungen a.n.g.	26	1	4	2	2	17	19,4%	53,3%	-8	-23,5%
9231	Künstlerische und schriftstellerische Tätigkeiten und Darbietungen	11	1	3	1	1	5	8,2%	25,4%	1	+10,0%
9240	Korrespondenz- und Nachrichtenbüros sowie selbständige Journalisten	18	2	7	0	2	7	13,4%	75,0%	9	+100,0%
9251	Bibliotheken und Archive	1	0	0	0	0	1	0,7%	100,0%	0	+0,0%
Gesamt		134	9	24	6	12	83	100,0%	51,7%	-12	-9,1%
	davon im geografischen Geltungsbereich	125	3	24	4	11	83		48,3%	--	--

Tab. 33: Betriebe im Buch-, Literatur- und Pressemarkt (i. e. S.) 2004

6,4 Prozent der kreativwirtschaftlichen Betriebe sind der Domäne Buch-, Literatur- und Pressemarkt zuordenbar. Innerhalb der Domäne erreichten die Übersetzungsbüros und DolmetscherInnen (27,6 Prozent, d. s. 37 Betriebe), der Dienstleistungsbereich (19,4 Prozent, d. s. 26 Betriebe), die Zeitungsverlage (14,9 Prozent, d. s. 20 Betriebe) und die Korrespondenz- und Nachrichtenbüros sowie selbständigen JournalistInnen (13,4 Prozent, d. s. 18 Betriebe) überdurchschnittliche Anteile am Betriebsbestand.

Jahr	Anzahl	Veränderung zum Vorjahr	
		absolut	in %
2004	134	-7	-5,0%
2003	141	-15	-9,6%
2002	156	-7	-4,3%
2001	163	+3	+1,9%
2000	160	+14	+9,6%
1999	146	+21	+16,8%
1997	125	+33	+35,9%
1995	92		

Tab. 34: Entwicklung der Anzahl der Betriebe im Buch-, Literatur- und Pressemarkt (i. e. S.) von 1995 bis 2004

Zwischen 1999 und 2004 hat sich die Anzahl der Betriebe um 9,1 Prozent (12 Betriebe) verringert. Insbesondere sank die Zahl der Betriebe des Dienstleistungsbereiches (- 8 Betriebe), der Zeitschriftenverlage (- 8 Betriebe) und der Zeitungsverlage (- 5 Betriebe). Hingegen stieg die Zahl der Korrespondenz- und Nachrichtenbüros sowie selbständigen JournalistInnen (+ 9 Betriebe, in der Regel Ein-Personen-Betriebe) an.

7.4.1.2 Anzahl und Entwicklung der Beschäftigten

Im Buch-, Literatur- und Pressemarkt waren im Jahr 2004 insgesamt 1.676 MitarbeiterInnen sozialversicherungspflichtig beschäftigt. Der Frauenanteil lag dabei bei rund 62 Prozent.

Innerhalb der Domäne kann der Wirtschaftszweig der Zeitungsverlage mit einem Anteil von rund 62 Prozent den weitaus höchsten Anteil an Beschäftigten verbuchen. Darüber hinaus arbeiteten rund 12 Prozent im unternehmensbezogenen Dienstleistungsbereich und 9 Prozent in Übersetzungsbüros beziehungsweise als DolmetscherInnen.

ÖNACE 1995	Bezeichnung	Beschäftigte							
		Gesamt	Geschlecht			Anteil am Teilmarkt in %	Anteil an der Gesamtzahl der Beschäftigten in ÖÖ in %	Veränderung 1999 - 2004	
			m	w	Anteil an Frauen in %			absolut	in %
2211	Buchverlag und Musikverlag	35	8	27	77,1%	2,1%	62,5%	-5	-12,5%
2212	Zeitungsverlag	1.031	384	647	62,8%	61,5%	94,2%	+159	+18,2%
2213	Zeitschriftenverlag	72	24	48	66,7%	4,3%	69,9%	-35	-32,7%
2215	Sonstiges Verlagswesen	83	14	69	83,1%	5,0%	89,2%	-9	-9,8%
7483	Übersetzungsbüros und Dolmetscher	151	67	84	55,6%	9,0%	38,5%	-98	-39,4%
7484	Erbringung von unternehmensbezogenen Dienstleistungen a.n.g.	197	97	100	50,8%	11,8%	67,1%	+1	+0,5%
9231	Künstlerische und schriftstellerische Tätigkeiten und Darbietungen	44	18	26	59,1%	2,6%	32,5%	+12	+37,5%
9240	Korrespondenz- und Nachrichtenbüros sowie selbständige Journalisten	38	15	23	60,5%	2,3%	44,2%	-3	-7,3%
9251	Bibliotheken und Archive	25	6	19	76,0%	1,5%	86,2%	-5	-16,7%
Gesamt		1.676	633	1.043	62,2%	100,0%	73,4%	+17	+1,0%
davon im geografischen Geltungsbereich		1.650	--	--	--	--	72,3%	--	--

Tab. 35: Beschäftigte im Buch-, Literatur- und Pressemarkt (i. e. S.) 2004

Die Anzahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten ist seit 1999 um 2,8 Prozent (46 Beschäftigte) gestiegen. Im Zeitverlauf zeigt sich jedoch, dass die Zahl der Beschäftigten seit dem Jahr 2000 stetig, mit Ausnahme der Zeitungsverlage, der künstlerischen und schriftstellerischen Tätigkeiten und Darbietungen sowie des Dienstleistungsbereichs, im Sinken begriffen ist.

Jahr	Anzahl	Veränderung zum Vorjahr	
		absolut	in %
2004	1.676	-102	-5,7%
2003	1.778	-65	-3,5%
2002	1.843	-144	-7,2%
2001	1.987	-156	-7,3%
2000	2.143	+484	+29,2%
1999	1.659	+29	+1,8%
1997	1.630	+231	+16,5%
1995	1.399		

Tab. 36: Entwicklung der Anzahl der Beschäftigten im Buch-, Literatur- und Pressemarkt (i. e. S.) von 1995 bis 2004

7.4.2 Musikwirtschaft und Phonomarkt

Der Bereich der Domäne Musik und Phonomarkt erstreckt sich in der gewählten Abgrenzung von der Herstellung von Musikinstrumenten, unbespielten Ton-, Bild-, und Datenträgern, phonotechnischen Geräten über die selbständigen MusikerInnen und KomponistInnen, die Tonstudios, die Musikverlage und Verlage von bespielten Tonträgern, die Agenturen und KonzertveranstalterInnen und BetreiberInnen von Veranstaltungsorten bis hin zum Bereich des Handels und der Reparatur.

Der kreative Kern umfasst dabei das Verlagswesen, die Vervielfältigung von bespielten Tonträgern, die Herstellung von Musikinstrumenten, die selbständigen KomponistInnen und MusikerInnen, die Tonstudios, die KonzertveranstalterInnen und die BetreiberInnen von Veranstaltungsorten.

ÖNACE 1995	Wirtschaftszweige	Kreativwirtschaft	
		i. e. S.	i. w. S.
2211	Buchverlag und Musikverlag	x (50%)	
2214	Verlag von bespielten Tonträgern	x	
2231	Vervielfältigung von bespielten Tonträgern	x	
2232	Vervielfältigung von bespielten Bildträgern		x (50%)
2233	Vervielfältigung von bespielten Datenträgern		x (50%)
2465	Herstellung von unbespielten Ton-, Bild- und Datenträgern		x (33,3%)
3220	Herstellung von nachrichtentechnischen Geräten und Einrichtungen		x (50%)
3230	Herstellung von Rundfunk-, Fernseh- und phonotechnischen Geräten		x (50%)
3630	Herstellung von Musikinstrumenten	x	
5118	Handelsvermittlung von Waren a.n.g.		x (50%)
5147	Großhandel mit sonstigen Gebrauchs- und Verbrauchsgütern		x (12,5%)
5184	Großhandel mit Datenverarbeitungsgeräten, peripheren Einheiten und Software		
5245	Einzelhandel mit elektrischen Haushalts-, Rundfunk- und Fernsehgeräten sowie Musikinstrumenten		x (60%)
5272	Reparatur von elektrischen Haushaltsgeräten		x (50%)
5540	Sonstiges Gaststättenwesen		x (50%)
7484	Erbringung von unternehmensbezogenen Dienstleistungen a.n.g.	x (12,5%)	
9231	Künstlerische und schriftstellerische Tätigkeiten und Darbietungen	x (25%)	
9232	Betrieb und technische Hilfsdienste für kulturelle und unterhaltende Leistungen	x (50%)	

Tab. 37: ÖNACE-Klassen in der Domäne Musikwirtschaft und Phonomarkt^{223 224}

²²³ Die ÖNACE-Klasse 2211 (Buchverlag und Musikverlag) wurde zu jeweils 50 Prozent der Domäne Buch-, Literatur- und Pressemarkt und der Domäne Musikwirtschaft und Phonomarkt zugeordnet. (vgl. Kulturdokumentation/Mediacult/Wifo 2004)
Die ÖNACE-Klasse 2232 (Vervielfältigung von bespielten Bildträgern) wurde jeweils zu 50 Prozent der Domäne Musikwirtschaft und Phonomarkt und der Domäne Film-, Video-, Fernseh- und Radiowirtschaft zugeordnet. (vgl. Senatsverwaltung für Wirtschaft, Arbeit und Frauen in Berlin 2005)

Die ÖNACE-Klasse 2233 (Vervielfältigung von bespielten Datenträgern) wurde zu jeweils 50 Prozent der Domäne Musikwirtschaft und Phonomarkt und der Domäne Informations-, Kommunikations-, Multimedia- und Internetwirtschaft zugeordnet. (vgl. Senatsverwaltung für Wirtschaft, Arbeit und Frauen in Berlin 2005)

2004 waren in den 230 Betrieben der Musikwirtschaft insgesamt 2.978 Personen sozialversicherungspflichtig beschäftigt.

Bereiche (ÖNACE 1995)	Betriebe						Beschäftigte		
	Gesamt	regionale Verteilung					Gesamt	Geschlecht	
		Freistadt	Linz-Land	Perg	Urfahr-Umgebung	Linz		m	w
Herstellung von Musikinstrumenten, unbespielten Ton-, Bild- und Datenträgern sowie Unterhaltungselektronik (2265, 3220, 3230, 3630)	18	1	11	0	0	6	376	284	92
Musikverlage / Verlag von bespielten Tonträgern / Vervielfältigung von bespielten Tonträgern (2111, 2214, 2231)	7	1	1	1	1	3	35	8	27
Handel (Vermittlung, Einzel- und Großhandel) und Reparatur (5118, 5147, 5184, 5245, 5272)	113	11	26	8	12	56	1.500	1.009	491
Sonstiges Gaststättenwesen / Diskotheken (5540)	54	5	12	5	6	26	383	176	207
MusikerInnen, KomponistInnen / DienstleisterInnen und Agenturen / KonzertveranstalterInnen, Betrieb von Konzertsälen und Theater / Tonstudios (7484, 9231, 9232)	38	2	6	2	4	24	684	360	324
Vervielfältigung von bespielten Bildträgern und Datenträgern (2232, 2233)	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Gesamt	230	20	56	16	23	115	2.978	1.837	1.141

Tab. 38: Betriebe und Beschäftigte in der Musikwirtschaft und im Phonomarkt (i. w. S.) 2004

Im kreativen Kernbereich der Musikwirtschaft konnten in den 54 Betrieben 915 Personen eine sozialversicherungspflichtige Beschäftigung finden. Mit diesen Zahlen waren rund 53 Prozent der Betriebe und rund 35 Prozent der Beschäftigten der oberösterreichischen Musikwirtschaft in der Region verortet.

²²⁴ Die ÖNACE-Klasse 2465 (Herstellung von unbespielten Ton-, Bild- und Datenträgern) wurde zu jeweils 33,3 Prozent der Domäne Musikwirtschaft und Phonomarkt, der Domäne Film-, Video-, Fernseh- und Radiowirtschaft sowie der Domäne Informations-, Kommunikations-, Multimedia- und Internetwirtschaft zugeordnet. (vgl. Kulturdokumentation/Mediacult/Wifo 2004)
 Die ÖNACE-Klasse 3220 (Herstellung von nachrichtentechnischen Geräten und Einrichtungen) wurde jeweils zu 50 Prozent der Domäne Musikwirtschaft und Phonomarkt und der Domäne Film-, Video-, Fernseh- und Radiowirtschaft zugeordnet. (vgl. Söndermann, Weckerle 2003)
 Die ÖNACE-Klasse 3230 (Herstellung von Rundfunk-, Fernseh- und phonotechnischen Geräten) wurde zu jeweils 50 Prozent der Domäne Musikwirtschaft und Phonomarkt und der Domäne Film-, Video-, Fernseh- und Radiowirtschaft zugeordnet. (vgl. Kulturdokumentation/Mediacult/Wifo 2004, Senatsverwaltung für Wirtschaft, Arbeit und Frauen in Berlin 2005)
 Die ÖNACE-Klasse 5118 (Handelsvermittlung von Waren a.n.g.) wurde zu jeweils 50 Prozent der Domäne Buch-, Literatur- und Pressemarkt und der Domäne Musikwirtschaft und Phonomarkt zugeordnet.
 Die ÖNACE-Klasse 5147 (Großhandel mit sonstigen Gebrauchs- und Verbrauchsgütern) wurde zu 12,5 Prozent der Domäne Buch-, Literatur- und Pressemarkt, zu 12,5 Prozent der Domäne Musikwirtschaft und Phonomarkt und zu 25 Prozent der Domäne Kunstmarkt und Kunsthandwerk zugeordnet.
 Die ÖNACE-Klasse 5272 (Reparatur von elektrischen Haushaltsgeräten) wurde zu jeweils 50 Prozent der Domäne Musikwirtschaft und Phonomarkt und der Domäne Film-, Video-, Fernseh- und Radiowirtschaft zugeordnet.
 Die ÖNACE-Klasse 5272 (Reparatur von elektrischen Haushaltsgeräten) wurde zu jeweils 50 Prozent der Domäne Musikwirtschaft und Phonomarkt und der Domäne Film-, Video-, Fernseh- und Radiowirtschaft zugeordnet.
 Die ÖNACE-Klasse 7484 (Erbringung von unternehmensbezogenen Dienstleistungen a.n.g.) wurde zu 25 Prozent der Domäne Buch-, Literatur- und Pressemarkt, zu 12,5 Prozent der Domäne Musikwirtschaft und Phonomarkt und zu 25 Prozent der Domäne Kunstmarkt und Kunsthandwerk zugeordnet. (vgl. Kulturdokumentation/Mediacult/Wifo 2004)
 Die ÖNACE-Klasse 9231 (Künstlerische und schriftstellerische Tätigkeiten und Darbietungen) wurde zu jeweils 25 Prozent der Domäne Buch-, Literatur- und Pressemarkt, der Domäne Musikwirtschaft und Phonomarkt, der Domäne darstellende Kunst und unterhaltungsbezogene Kunst sowie der Domäne Kunstmarkt und Kunsthandwerk zugeordnet. (vgl. Kulturdokumentation/Mediacult/Wifo 2004)
 Die ÖNACE-Klasse 9232 (Betrieb und technische Hilfsdienste für kulturelle und unterhaltende Leistungen) wurde zu jeweils 50 Prozent der Domäne Darstellende Kunst und unterhaltungsbezogene Kunst und der Domäne Musikwirtschaft und Phonomarkt zugeordnet. (vgl. Kulturdokumentation/Mediacult/Wifo 2004)

7.4.2.1 Anzahl und Entwicklung der Betriebe

ÖNACE 1995	Bezeichnung	Betriebe									
		Gesamt	regionale Verteilung					Anteil am Teilmarkt in %	Anteil an Betrieben in OÖ in %	Veränderung 1999 - 2004	
			Freistadt	Linz-Land	Perg	Urfahr- Umgebung	Linz			absolut	in %
2211	Buchverlag und Musikverlag	7	1	1	1	1	3	13,0%	63,6%	+1	+16,7%
2214	Verlag von bespielten Tonträgern	0	0	0	0	0	0	0,0%	0,0%	-1	-100,0%
2231	Vervielfältigung von bespielten Tonträgern	0	0	0	0	0	0	0,0%	0,0%	-2	-100,0%
3630	Herstellung von Musikinstrumenten	9	1	6	0	0	2	16,7%	56,3%	+2	+28,6%
7484	Erbringung von unternehmensbezogenen Dienstleistungen a.n.g.	13	1	2	1	1	8	24,1%	53,3%	-4	-23,5%
9231	Künstlerische und schriftstellerische Tätigkeiten und Darbietungen	11	1	3	1	1	5	20,4%	25,4%	+1	+10,0%
9232	Betrieb und technische Hilfsdienste für kulturelle und unterhaltende Leistungen	14	0	1	1	2	10	25,9%	311,1%	+6	+75,0%
Gesamt		54	4	13	4	5	28	100,0%	52,9%	+6	+12,5%
davon im geografischen Geltungsbereich		49	1	13	2	5	28		48,0%	--	--

Tab. 39: Betriebe in der Musikwirtschaft und im Phonomarkt (i. e. S.) 2004

Die Domäne Musikwirtschaft und Phonomarkt zählt mit einem Anteil von 2,6 Prozent an den gesamten Betrieben zu den kleinsten Teilbereichen der Kreativwirtschaft.

Innerhalb der Musikwirtschaft sind der Betrieb und technische Hilfsdienste für kulturelle und unterhaltende Leistungen (Tonstudios, KonzertveranstalterInnen, Betrieb von Veranstaltungsorten und Agenturen) anteilmäßig am stärksten vertreten. Es sind keine Unternehmen im Bereich des Verlages und der Vervielfältigung von bespielten Tonträgern in der Region anzutreffen.

Im Vergleich zu 1999 ist die Zahl der Betriebe der Musikwirtschaft um 12,5 Prozent gestiegen. Zuwächse konnten die künstlerischen und schriftstellerischen Tätigkeiten und Darbietungen (MusikerInnen, KomponistInnen), die Betriebe und technischen Hilfsdienste für kulturelle und unterhaltende Leistungen (Tonstudios, KonzertveranstalterInnen, Betrieb von Veranstaltungsorten und Agenturen) und die HerstellerInnen von Musikinstrumenten verzeichnen. Im Zeitverlauf markiert das Jahr 2002 den Höchststand an Betrieben der Musikwirtschaft.

Jahr	Anzahl	Veränderung zum Vorjahr	
		absolut	in %
2004	54	-1	-1,8%
2003	55	-3	-5,2%
2002	58	+1	+1,8%
2001	57	+1	+1,8%
2000	56	+8	+16,7%
1999	48	+9	+23,1%
1997	39	+1	+2,6%
1995	38		

Tab. 40: Entwicklung der Anzahl der Betriebe in der Musikwirtschaft und im Phonomarkt (i. e. S.) von 1995 bis 2004

7.4.2.2 Anzahl und Entwicklung der Beschäftigten

Im kreativen Kernbereich der Musikwirtschaft waren im Jahr 2004 insgesamt 915 Personen sozialversicherungspflichtig beschäftigt. Der Frauenanteil betrug dabei rund 45 Prozent.

ÖNACE 1995	Bezeichnung	Beschäftigte							
		Gesamt	Geschlecht			Anteil am Teilmarkt in %	Anteil an der Gesamtzahl der Beschäftigten in ÖÖ in %	Veränderung 1999 - 2004	
			m	w	Anteil an Frauen in %			absolut	in %
2211	Buchverlag und Musikverlag	35	8	27	77,1%	3,8%	31,3%	-5	-12,5%
2214	Verlag von bespielten Tonträgern	0	0	0	0,0%	0,0%	0,0%	-40	-100,0%
2231	Vervielfältigung von bespielten Tonträgern	0	0	0	0,0%	0,0%	0,0%	0	--
3630	Herstellung von Musikinstrumenten	194	138	56	28,9%	21,2%	95,6%	-49	-20,2%
7484	Erbringung von unternehmensbezogenen Dienstleistungen a.n.g.	99	49	50	50,5%	10,8%	8,4%	+1	+1,0%
9231	Künstlerische und schriftstellerische Tätigkeiten und Darbietungen	44	18	26	59,1%	4,8%	8,1%	+12	+37,5%
9232	Betrieb und technische Hilfsdienste für kulturelle und unterhaltende Leistungen	543	294	249	45,9%	59,3%	98,2%	+6	+1,1%
Gesamt		915	507	408	44,6%	100,0%	35,3%	-75	-7,6%
davon im geografischen Geltungsbereich		900	--	--	--	--	34,8%	--	--

Tab. 41: Beschäftigte in der Musikwirtschaft und im Phonomarkt (i. e. S.) 2004

Die höchsten Beschäftigungsanteile innerhalb der Musikwirtschaft erreichten die Betriebe und technischen Hilfsdienste für kulturelle und unterhaltende Leistungen (Tonstudios, KonzertveranstalterInnen, Betrieb von Veranstaltungsorten und Agenturen) und die HerstellerInnen von Musikinstrumenten.

Zwischen 1999 und 2004 hat sich die Zahl der sozialversicherungspflichtigen Beschäftigten in der Musikwirtschaft um 7,6 Prozent verringert. Insbesondere in der Herstellung von Musikinstrumenten (- 49 Beschäftigte) und im Verlag von bespielten Tonträgern (- 40 Beschäftigte) kam es zu einem Abbau von Beschäftigungsverhältnissen. Im Zeitverlauf wurde im Jahr 2001 der Höchststand an sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in der Musikwirtschaft erreicht.

Jahr	Anzahl	Veränderung zum Vorjahr	
		absolut	in %
2004	915	-67	-6,8%
2003	982	-23	-2,3%
2002	1.005	-37	-3,6%
2001	1.042	+84	+8,8%
2000	958	-32	-3,2%
1999	990	+162	+19,6%
1997	828	-202	-19,6%
1995	1.030		

Tab. 42: Entwicklung der Anzahl der Beschäftigten in der Musikwirtschaft und im Phonomarkt (i. e. S.) von 1995 bis 2004

7.4.3 Film-, Video-, Fernseh- und Radiowirtschaft

Die Domäne Film-, Video-, Fernseh- und Radiowirtschaft erstreckt sich in der gewählten Abgrenzung von der Herstellung und dem Handel von unbespielten Ton-, Bild- und Datenträgern sowie Rundfunk und Fernsehgeräten, der Produktion von Filmen und Videos, der Vervielfältigung und dem Verleih in Videotheken bis hin zu Kinos sowie Hörfunk- und Fernsehanstalten.

In der engen Abgrenzung (Kreativwirtschaft im engeren Sinne) umfasst diese Domäne die Produktion von Filmen und Videos, Beschäftigte in der Film- und Hörfunkbranche sowie die Hör- und Rundfunkanstalten und Kinos. Die Wertschöpfungskette wird durch weniger kreative Wirtschaftszweige wie die Herstellung von Geräten, die Herstellung von unbespielten Bild-, Ton- und Datenträgern, die Vervielfältigung von bespielten Datenträgern, den Verleih in Videotheken und den Einzel- und Großhandel vervollständigt.

ÖNACE 1995	Wirtschaftszweige	Kreativwirtschaft	
		i. e. S.	i. w. S.
2232	Vervielfältigung von bespielten Bildträgern		x (50%)
2465	Herstellung von unbespielten Ton-, Bild- und Datenträgern		x (33,3%)
3220	Herstellung von Nachrichtentechnischen Geräten und Einrichtungen		x (50%)
3230	Herstellung von Rundfunk-, Fernseh- und phonotechnischen Geräten		x (50%)
3340	Herstellung von optischen und fotografischen Geräten		x (50%)
5143	Großhandel mit elektrischen Haushaltsgeräten, Rundfunk- und Fernsehgeräten		x
5245	Einzelhandel mit elektrischen Haushalts-, Rundfunk- und Fernsehgeräten sowie Musikinstrumenten		x (40%)
5272	Reparatur von elektrischen Haushaltsgeräten		x (50%)
7140	Vermietung von Verbrauchsgütern a.n.g.		x (50%)
9211	Film- und Videoherstellung	x	
9212	Filmverleih u. Videoprogrammanbieter	x	
9213	Lichtspieltheater (Kinos)	x	
9220	Hörfunk- und Fernsehanstalten, Herstellung von Hörfunk- und Fernsehprogrammen	x	
9272	Erbringung von sonstigen Dienstleistungen für Unterhaltung, Erholung und Freizeit a.n.g.	x (50%)	

Tab. 43: ÖNACE-Klassen in der Domäne Film-, Video-, Fernseh- und Radiowirtschaft²²⁵

²²⁵ Die ÖNACE-Klasse 2232 (Vervielfältigung von bespielten Bildträgern) wurde zu jeweils 50 Prozent der Domäne Musikwirtschaft und Phonomarkt und der Domäne Film-, Video-, Fernseh- und Radiowirtschaft zugeordnet. (vgl. Senatsverwaltung für Wirtschaft, Arbeit und Frauen in Berlin 2005)
 Die ÖNACE-Klasse 2465 (Herstellung von unbespielten Ton-, Bild- und Datenträgern) wurde zu jeweils 33,3 Prozent der Domäne Musikwirtschaft und Phonomarkt, der Domäne Film-, Video-, Fernseh- und Radiowirtschaft sowie der Domäne Informations-, Kommunikations-, Multimedia- und Internetwirtschaft zugeordnet. (vgl. Kulturdokumentation/Mediacult/Wifo 2004)
 Die ÖNACE-Klasse 3220 (Herstellung von Nachrichtentechnischen Geräten und Einrichtungen) wurde zu jeweils 50 Prozent der Domäne Musikwirtschaft und Phonomarkt und der Domäne Film-, Video-, Fernseh- und Radiowirtschaft zugeordnet. (vgl. Söndermann, Weckerle 2003)
 Die ÖNACE-Klasse 3230 (Herstellung von Rundfunk-, Fernseh- und phonotechnischen Geräten) wurde zu jeweils 50 Prozent der Domäne Musikwirtschaft und Phonomarkt und der Domäne Film-, Video-, Fernseh- und Radiowirtschaft zugeordnet. (vgl. Kulturdokumentation/Mediacult/Wifo 2004, Senatsverwaltung für Wirtschaft, Arbeit und Frauen in Berlin 2005)
 Die ÖNACE-Klasse 3340 (Herstellung von optischen und fotografischen Geräten) wurde zu jeweils 50 Prozent der Domäne Film-, Video-, Fernseh- und Radiowirtschaft und der Domäne Kunstmarkt und Kunsthandwerk zugeordnet. (vgl. Kulturdokumentation/Mediacult/Wifo 2004, Senatsverwaltung für Wirtschaft, Arbeit und Frauen in Berlin)
 Die ÖNACE-Klasse 5245 (Einzelhandel mit elektrischen Haushalts-, Rundfunk- und Fernsehgeräten sowie Musikinstrumenten) wurde zu 60 Prozent der Domäne Musikwirtschaft und Phonomarkt und zu 40 Prozent der Domäne Film-, Video-, Fernseh- und Radiowirtschaft zugeordnet. (vgl. Kulturdokumentation/Mediacult/Wifo 2004)
 Die ÖNACE-Klasse 5272 (Reparatur von elektrischen Haushaltsgeräten) wurde zu jeweils 50 Prozent der Domäne Musikwirtschaft und Phonomarkt und der Domäne Film-, Video-, Fernseh- und Radiowirtschaft zugeordnet.
 Die ÖNACE-Klasse 7140 (Vermietung von Verbrauchsgütern a.n.g.) wurde zu jeweils 50 Prozent der Domäne Buch-, Literatur- und Pressemarkt und der Domäne Film-, Video-, Fernseh- und Radiowirtschaft zugeordnet. (vgl. Kulturdokumentation/Mediacult/Wifo 2004)
 Die ÖNACE-Klasse 9272 (Erbringung von sonstigen Dienstleistungen für Unterhaltung, Erholung und Freizeit a.n.g.) wurde zu jeweils 50 Prozent der Domäne Darstellende Kunst und unterhaltungsbezogene Kunst und der Domäne Film-, Video-, Fernseh- und Radiowirtschaft zugeordnet. (vgl. Kulturdokumentation/Mediacult/Wifo 2004)

Im Jahr 2004 waren in der gesamten Domäne Film-, Video-, Fernseh- und Radiowirtschaft 213 Betriebe aktiv, in denen rund 4.300 Personen sozialversicherungspflichtig beschäftigt waren. Räumlich konzentrieren sich dabei die meisten Betriebe in den Bezirken Linz-Land und Linz-Stadt.

Bereiche (ÖNACE 1995)	Betriebe						Beschäftigte		
	Gesamt	regionale Verteilung					Gesamt	Geschlecht	
		Freistadt	Linz-Land	Perg	Urfahr-Umgebung	Linz		m	w
Herstellung von von unbespielten Ton-, Bild- und Datenträgern (2465), Herstellung von nachrichtentechnischen Geräten und Einrichtungen (3220), Herstellung von Rundfunk-, Fernseh- und phonotechnischen Geräten (3230), Herstellung von optischen und fotografischen Geräten (3340)	26	1	7	3	1	14	1.107	493	614
Film- und Videoherstellung (9211)	15	2	3	0	2	8	186	108	78
Erbringung von sonstigen Dienstleistungen für Unterhaltung, Erholung und Freizeit a.n.g. (9272 Besetzung von Rollen in Film-, Fernseh- und Theaterproduktionen)	9	0	2	0	1	6	241	130	111
Vervielfältigung von bespielten Bildträgern und Datenträger (2232)	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Filmverleih u. Videoprogrammanbieter (9212)	4	0	3	0	0	1	45	16	29
Handel (Einzelhandel, Großhandel) mit elektrischen Haushaltsgeräten, Rundfunk- und Fernsehgeräten (5143, 5245) und Reparatur von elektrischen Haushaltsgeräten (5272)	104	10	26	6	7	55	1.822	1.200	622
Lichtspieltheater (Kinos) (9213), Hörfunk- und Fernsehanstalten, Herstellung von Hörfunk- und Fernsehprogrammen (9220), Vermietung von Verbrauchsgütern a.n.g. (71403 Videotheken)	55	4	12	4	6	29	914	465	449
Gesamt	213	17	53	13	17	113	4.315	2.412	1.903

Tab. 44: Betriebe und Beschäftigte in der Film-, Video-, Fernseh- und Radiowirtschaft (i. w. S.) 2004

Im kreativen Kernbereich der Domäne Film-, Video-, Fernseh- und Radiowirtschaft waren 1.274 Personen in 62 Betrieben beschäftigt. In der Region waren damit rund 58 Prozent der Betriebe und 84 Prozent der Beschäftigten der gesamten oberösterreichischen Film-, Video-, Fernseh- und Radiowirtschaft beheimatet.

7.4.3.1 Anzahl und Entwicklung der Betriebe

ÖNACE 1995	Bezeichnung	Betriebe									
		Gesamt	regionale Verteilung					Anteil am Teilmarkt in %	Anteil an Betrieben in ÖÖ in %	Veränderung 1999 - 2004	
			Freistadt	Linz-Land	Perg	Urfahr-Umgebung	Linz			absolut	in %
9211	Film- und Videoherstellung	15	2	3	0	2	8	24,2%	53,6%	+10	+200,0%
9212	Filmverleih u. Videoprogrammanbieter	4	0	3	0	0	1	6,5%	80,0%	+1	+33,3%
9213	Lichtspieltheater (Kinos)	19	1	4	3	3	8	30,6%	59,4%	+3	+18,8%
9220	Hörfunk- und Fernsehanstalten, Herstellung von Hörfunk- und Fernsehprogrammen	15	2	0	0	0	13	24,2%	53,6%	+2	+15,4%
9272	Erbringung von sonstigen Dienstleistungen für Unterhaltung, Erholung und Freizeit a.n.g.	9	0	2	0	1	6	14,5%	62,1%	+5	+125,0%
Gesamt		62	5	12	3	6	36	100,0%	57,7%	+21	+51,2%
	davon im geografischen Geltungsbereich	52	1	11	2	5	33		48,4%	--	--

Tab. 45: Betriebe in der Film-, Video-, Fernseh- und Radiowirtschaft (i. e. S.) 2004

Die Film-, Video-, Fernseh- und Radiowirtschaft zählt mit einem Anteil von 2,9 Prozent an den gesamten Betrieben zu den kleinsten Domänen der Kreativwirtschaft. Die bedeutendsten Bereiche innerhalb der Film-, Video-, Fernseh- und Radiowirtschaft sind die Kinos (30,6 Prozent, d. s. 19 Betriebe), die Hörfunk- und Fernsehanstalten sowie die Film- und Videoherstellungsbetriebe mit jeweils 15 Betrieben (jeweils 24,2 Prozent).

Die Anzahl der Betriebe ist seit 1999 um 51,2 Prozent (21 Betriebe) gestiegen. Dabei kam es in allen Bereichen zu einer Erhöhung der Anzahl der Betriebe.

Jahr	Anzahl	Veränderung zum Vorjahr	
		absolut	in %
2004	62	+10	+19,2%
2003	52	+2	+4,0%
2002	50	+1	+2,0%
2001	49	+2	+4,3%
2000	47	+6	+14,6%
1999	41	+4	+10,8%
1997	37	+8	+27,6%
1995	29		

Tab. 46: Entwicklung der Anzahl der Betriebe in der Film-, Video-, Fernseh- und Radiowirtschaft (i. e. S.) von 1995 bis 2004

7.4.3.2 Anzahl und Entwicklung der Beschäftigten

ÖNACE 1995	Bezeichnung	Beschäftigte							
		Gesamt	Geschlecht			Anteil am Teilmarkt in %	Anteil an der Gesamtzahl der Beschäftigten in ÖÖ in %	Veränderung 1999 - 2004	
			m	w	Anteil an Frauen in %			absolut	in %
9211	Film- und Videoherstellung	186	108	78	41,9%	14,6%	69,9%	+168	+933,3%
9212	Filmverleih u. Videoprogrammanbieter	45	16	29	0,0%	3,5%	95,7%	+42	+1400,0%
9213	Lichtspieltheater (Kinos)	322	145	177	0,0%	25,3%	80,1%	+59	+22,4%
9220	Hörfunk- und Fernsehanstalten, Herstellung von Hörfunk- und Fernsehprogrammen	480	267	213	44,4%	37,7%	91,1%	-99	-17,1%
9272	Erbringung von sonstigen Dienstleistungen für Unterhaltung, Erholung und Freizeit a.n.g.	241	130	111	46,1%	18,9%	85,9%	-5	-2,0%
Gesamt		1.274	666	608	47,7%	100,0%	83,7%	+165	+14,9%
davon im geografischen Geltungsbereich		1.119	--	--	--	--	73,5%	--	--

Tab. 47: Beschäftigte in der Film-, Video-, Fernseh- und Radiowirtschaft (i. e. S.) 2004

In den kreativen Bereichen der Film-, Video-, Fernseh- und Radiowirtschaft waren im Jahr 2004 insgesamt 1.274 Personen sozialversicherungspflichtig beschäftigt. Der Frauenanteil betrug rund 48 Prozent.

Die höchsten Beschäftigungsanteile waren in den Wirtschaftszweigen der Hörfunk- und Radioanstalten (37,7 Prozent), den Kinos (25,3 Prozent), bei den Film- und HörfunkkünstlerInnen (18,9 Prozent) und in der Film- und Videoherstellung (14,6 Prozent) zu finden. Die Beschäftigten im Filmverleih und bei den VideoprogrammanbieterInnen spielen anteilmäßig eine untergeordnete Rolle.

Zwischen 1999 und 2004 ist die Zahl der Beschäftigten um 14,9 Prozent (+ 165 Beschäftigte) angestiegen. Der Anstieg ist vor allem auf die Zunahme der Beschäftigtenzahlen in den Bereichen der Film- und Videoherstellung (+ 168 Beschäftigte), in den Kinos (+ 59 Beschäftigte) und bei den Film- und Videoprogrammanbietern (+ 42 Beschäftigte)²²⁶ zurückzuführen. Hingegen wurden in den Hörfunk- und Fernsehanstalten Arbeitsplätze abgebaut.

Jahr	Anzahl	Veränderung zum Vorjahr	
		absolut	in %
2004	1.274	+126	+11,0%
2003	1.148	-68	-5,6%
2002	1.216	0	+0,0%
2001	1.216	-44	-3,5%
2000	1.260	+151	+13,6%
1999	1.109	+181	+19,5%
1997	928	+131	+16,4%
1995	797		

Tab. 48: Entwicklung der Anzahl der Beschäftigten in der Film-, Video-, Fernseh- und Radiowirtschaft (i. e. S.) von 1995 bis 2004

²²⁶ Der relativ hohe Zuwachs bei den Beschäftigten bei den Filmverleih- und Videoprogrammanbietern basiert ausschließlich auf der Beschäftigungszunahme im politischen Bezirk Linz-Land, mit hoher Wahrscheinlichkeit verursacht durch das Megaplex in Pasching.

7.4.4 Werbung und Werbewirtschaft

Die Domäne Werbung und Werbewirtschaft umfasst in der gewählten Abgrenzung den gesamten Bereich des Wirtschaftszweiges des Werbewesens, d. h. die Planung und Durchführung von Werbekampagnen, die Werbeberatung, das Werbedesign und die Werbegrafik, die Gestaltung von Schaufenstern und Ausstellungsräumen, die Außenwerbung, die Verbreitung durch die Medien, den Verkauf von Sendezeiten, die Luftwerbung, die Verteilung und Zustellung von Werbematerial und Mustern, die Bereitstellung von Werbeflächen sowie die Vermittlung von Anzeigenaufträgen.

ÖNACE 1995	Wirtschaftszweige	Kreativwirtschaft	
		i. e. S.	i. w. S.
7440	Werbewesen	x	

Tab. 49: ÖNACE-Klassen in der Domäne Werbung und Werbewirtschaft²²⁷

7.4.4.1 Anzahl und Entwicklung der Betriebe

2004 waren in der Werbewirtschaft in 266 Betrieben insgesamt 2.156 Personen beschäftigt. Damit waren in der Region rund 59 Prozent der Betriebe und 70 Prozent der Beschäftigten der oberösterreichischen Werbewirtschaft situiert.

ÖNACE 1995	Bezeichnung	Betriebe									
		Gesamt	regionale Verteilung					Anteil am Teilmarkt in %	Anteil an Betrieben in OÖ in %	Veränderung 1999 - 2004	
			Freistadt	Linz-Land	Perg	Urfahr- Umgebung	Linz			absolut	in %
7440	Werbewesen	266	6	43	16	21	180	100,0%	58,5%	+58	+27,9%
Gesamt		266	6	43	16	21	180	100,0%	58,5%	+58	+27,9%
davon im geografischen Geltungsbereich		256	2	43	12	19	180		56,3%	--	--

Tab. 50: Betriebe in der Werbewirtschaft (i. e. S.) 2004

Die 266 Betriebe der Werbewirtschaft stellen einen Anteil von 12,7 Prozent an der gesamten Kreativwirtschaft. Die Anzahl der Werbebetriebe ist zwischen 1999 und 2004 um 27,9 Prozent (+ 58 Betriebe) gewachsen. Im Zeitverlauf ab 1995 weist diese Domäne durchgehend positive Entwicklungstendenzen auf.

²²⁷ Bei dieser Domäne wurde keine Unterteilung in einen kreativen Kernbereich (i. e. S.) und vor- und nachgelagerte Stufen der Wertschöpfungskette (i. w. S.) vorgenommen.

Jahr	Anzahl	Veränderung zum Vorjahr	
		absolut	in %
2004	266	+19	+7,7%
2003	247	+6	+2,5%
2002	241	+9	+3,9%
2001	232	+11	+5,0%
2000	221	+13	+6,3%
1999	208	+48	+30,0%
1997	160	+27	+20,3%
1995	133		

Tab. 51: Entwicklung der Anzahl der Betriebe in der Werbewirtschaft (i. e. S.) von 1995 bis 2004

7.4.4.2 Anzahl und Entwicklung der Beschäftigten

ÖNACE 1995	Bezeichnung	Beschäftigte							Veränderung 1999 - 2004	
		Gesamt	Geschlecht			Anteil am Teilmarkt in %	Anteil an der Gesamtzahl der Beschäftigten in OÖ in %	absolut	in %	
			m	w	Anteil an Frauen in %					
7440	Werbewesen	2.156	805	1.351	62,7%	100,0%	69,6%	+406	+23,2%	
Gesamt		2.156	805	1.351	62,7%	100,0%	69,6%	+406	+23,2%	
davon im geografischen Geltungsbereich		2.128	--	--	--	--	68,7%	--	--	

Tab. 52: Beschäftigte in der Werbewirtschaft (i. e. S.) 2004

Im Jahr 2004 waren in der Werbewirtschaft 2.156 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte tätig. Der Frauenanteil lag bei rund 63 Prozent. Zwischen 1999 und 2004 ist die Anzahl der Beschäftigten in der Werbebranche insgesamt um 23,2 Prozent gestiegen. Mit Ausnahme des Jahres 2002 konnte diese Domäne stetig wachsende Beschäftigungszahlen aufweisen.

Jahr	Anzahl	Veränderung zum Vorjahr	
		absolut	in %
2004	2.156	+20	+0,9%
2003	2.136	+140	+7,0%
2002	1.996	-122	-5,8%
2001	2.118	+207	+10,8%
2000	1.911	+161	+9,2%
1999	1.750	+716	+69,2%
1997	1.034	+193	+22,9%
1995	841		

Tab. 53: Entwicklung der Anzahl der Beschäftigten in der Werbewirtschaft (i. e. S.) von 1995 bis 2004

7.4.5 Architektur und kulturelles Erbe

In der vorgenommenen Abgrenzung umfasst die Domäne Architektur und kulturelles Erbe die Architektur- und Ingenieurbüros sowie die Museen und den Bereich des Denkmalschutzes.

ÖNACE 1995	Wirtschaftszweige	Kreativwirtschaft	
		i. e. S.	i. w. S.
7420	Architektur- und Ingenieurbüros	x	
9252	Museen und Denkmalschutz	x	

Tab. 54: ÖNACE-Klassen in der Domäne Architektur und kulturelles Erbe²²⁸

Im Jahr 2004 waren in der Domäne Architektur und kulturelles Erbe in insgesamt 390 Betrieben 3.907 Personen sozialversicherungspflichtig beschäftigt. Oberösterreichweit waren damit in der Region rund 59 Prozent der Betriebe und 81 Prozent der Beschäftigten dieser Domäne konzentriert.

7.4.5.1 Anzahl und Entwicklung der Betriebe

ÖNACE 1995	Bezeichnung	Betriebe									
		Gesamt	regionale Verteilung					Anteil am Teilmarkt in %	Anteil an Betrieben in ÖÖ in %	Veränderung 1999 - 2004	
			Freistadt	Linz-Land	Perg	Urfahr- Umgebung	Linz			absolut	in %
7420	Architektur- und Ingenieurbüros	375	19	66	33	34	223	96,2%	58,3%	+36	+10,6%
9252	Museen und Denkmalschutz	15	0	4	2	0	9	3,8%	78,9%	+1	+7,1%
Gesamt		390	19	70	35	34	232	100,0%	58,9%	+37	+10,5%
davon im geografischen Geltungsbereich		366	7	70	26	31	232		55,3%	--	--

Tab. 55: Betriebe in Architektur und kulturellem Erbe 2004

Mit einem Anteil von 18,6 Prozent der Betriebe der Kreativwirtschaft (i. e. S.) zählt die Domäne Architektur und kulturelles Erbe zu den größeren Domänen der Kreativwirtschaft. Die Architektur- und Ingenieurbüros dominieren die Domäne mit einem Betriebsanteil von 96,2 Prozent. Die Museen und Einrichtungen des Denkmalschutzes erreichen demzufolge nur einen Anteil von 3,8 Prozent.

Seit 1998 ist die Anzahl der Betriebe um 10,5 Prozent (37 Betriebe) gestiegen. Die Zunahme beruht vorwiegend auf einem Anstieg der Architektur- und Ingenieurbüros (10,6 Prozent, d. s. 36 Betriebe). Im Zeitverlauf ab 1995 waren nur zwischen den Jahren 2002 und 2003 negative Schwankungen feststellbar (- 3,2 Prozent, d. s. 12 Betriebe), die im Folgejahr wieder durch einen deutlichen Anstieg kompensiert wurden.

²²⁸ Bei dieser Domäne wurde keine Unterteilung in einen Kernbereich (i. e. S.) und vor- und nachgelagerte Stufen der Wertschöpfungskette (i. w. S.) vorgenommen.

Jahr	Anzahl	Veränderung zum Vorjahr	
		absolut	in %
2004	390	+24	+6,6%
2003	366	-12	-3,2%
2002	378	+5	+1,3%
2001	373	+15	+4,2%
2000	358	+5	+1,4%
1999	353	+48	+15,7%
1997	305	+41	+15,5%
1995	264		

Tab. 56: Entwicklung der Anzahl der Betriebe in Architektur und kulturellem Erbe von 1995 bis 2004

7.4.5.2 Anzahl und Entwicklung der Beschäftigten

Im Jahr 2004 waren in der Domäne Architektur und kulturelles Erbe insgesamt 3.907 Personen sozialversicherungspflichtig beschäftigt. Der Frauenanteil betrug in dieser Domäne nur etwa 26 Prozent der Beschäftigten.

ÖNACE 1995	Bezeichnung	Beschäftigte							
		Gesamt	Geschlecht			Anteil am Teilmarkt in %	Anteil an der Gesamtzahl der Beschäftigten in OÖ in %	Veränderung 1999 - 2004	
			m	w	Anteil an Frauen in %			absolut	in %
7420	Architektur- und Ingenieurbüros	3.848	2.856	992	25,8%	98,5%	81,5%	+542	+16,4%
9252	Museen und Denkmalschutz	59	24	35	59,3%	1,5%	73,8%	-14	-19,2%
Gesamt		3.907	2.880	1.027	26,3%	100,0%	81,3%	+528	+15,6%
davon im geografischen Geltungsbereich		3.791	--	--	--	--	78,9%	--	--

Tab. 57: Beschäftigte in Architektur und kulturellem Erbe 2004

Die Anzahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten ist von 1999 bis 2004 um 15,6 Prozent gestiegen (+ 528 Personen). Allerdings ist dies alleine auf den Anstieg im Wirtschaftsbereich der Architektur- und Ingenieurbüros zurückzuführen.²²⁹

²²⁹ Im Wirtschaftsbereich Museen und Denkmalschutz muss darauf hingewiesen werden, dass der überwiegende Teil der Beschäftigten nicht der ÖNACE-Klasse 9252, sondern der ÖNACE-Klasse 7512 (Öffentliche Verwaltung, Gesundheit, Bildung, Kultur) zugewiesen ist. In der Arbeitsstättenzählung 2001 werden etwa für Linz-Stadt in neun Arbeitsstätten 178 Beschäftigte ausgewiesen, während die Zuordnung durch die Daten des Hauptverbandes der österreichischen Sozialversicherungsträger (Beschäftigungsverhältnisse) nur 42 Personen ergibt.

In der Betrachtung des Zeitverlaufes zeigen sich starke Schwankungen in den Beschäftigtenzahlen dieser Domäne. War der Zeitraum zwischen 1999 und 2001 durch starke Rückgänge gekennzeichnet, kam es zwischen 2003 und 2004 zu einem erheblichen Anstieg der Beschäftigten in den Architektur- und Ingenieurbüros.²³⁰

Jahr	Anzahl	Veränderung zum Vorjahr	
		absolut	in %
2004	3.907	+822	+26,6%
2003	3.085	+4	+0,1%
2002	3.081	+73	+2,4%
2001	3.008	-263	-8,0%
2000	3.271	-108	-3,2%
1999	3.379	+265	+8,5%
1997	3.114	+174	+5,9%
1995	2.940		

Tab. 58: Entwicklung der Anzahl der Beschäftigten in Architektur und kulturellem Erbe von 1995 bis 2004

²³⁰ Diese Zunahme der Beschäftigten in den Architektur- und Ingenieurbüros resultiert allerdings ausschließlich auf der Zunahme von Mehrfachbeschäftigungsverhältnissen. Würde man die Zählungen des Hauptverbands der österreichischen Sozialversicherungsträger diesbezüglich bereinigen, d. h. nur die beschäftigten Personen und nicht die Beschäftigungsverhältnisse zählen, wäre kein Anstieg feststellbar. Begründet werden kann dies wohl durch dienstnehmerrechtliche Veränderungen in diesem Bereich, da ehemals freie MitarbeiterInnen auf Werkvertragsbasis ("Neue Selbständige", die in den Zählungen des Hauptverbands der österreichischen Sozialversicherungsträger nicht aufscheinen) in freie DienstnehmerInnenverhältnisse gewechselt sind.

7.4.6 Informations-, Kommunikations-, Multimedia- und Internetwirtschaft

Die Domäne Informations-, Kommunikations-, Multimedia- und Internetwirtschaft umfasst in der gewählten Abgrenzung die Softwarehäuser, den Verlag und die Herstellung von Standardsoftware, die Herstellung von Videospielen, die Softwareberatung und -entwicklung, die AnbieterInnen von Datenbanken und Datenverarbeitungsdienste sowie sonstige mit der Datenverarbeitung verbundene Tätigkeiten. Vervollständigt wird die Wertschöpfungskette durch die Herstellung von unbespielten Ton-, Bild- und Datenträgern sowie deren Vervielfältigung, den Bereichen des Einzel- und Großhandels und der Reparatur von Datenverarbeitungsgeräten und -einrichtungen.

ÖNACE 1995	Wirtschaftszweige	Kreativwirtschaft	
		i. e. S.	i. w. S.
2233	Vervielfältigung von bespielten Datenträgern		x (50%)
2465	Herstellung von unbespielten Ton-, Bild- und Datenträgern		x (33,3%)
3002	Herstellung von Datenverarbeitungsgeräten und -einrichtungen		x
3650	Herstellung von Spielwaren	x (25%)	
5164	Großhandel mit Büromaschinen und -einrichtungen		x (50%)
5248	Einzelhandel a.n.g. (in Verkaufsräumen)		x (20%)
6420	Fernmeldedienste	x	
7210	Hardwareberatung	x	
7220	Softwarehäuser	x	
7221	Verlag und Herstellung von Standardsoftware	x	
7222	Softwareberatung und -entwicklung	x	
7230	Datenverarbeitungsdienste	x	
7240	Datenbanken	x	
7250	Instandhaltung und Reparatur von Büromaschinen, Datenverarbeitungsgeräten und -einrichtungen		x
7260	Sonstige mit der Datenverarbeitung verbundene Tätigkeiten	x	

Tab. 59: ÖNACE-Klassen in der Domäne Informations-, Kommunikations-, Multimedia- und Internetwirtschaft²³¹

²³¹ Die ÖNACE-Klasse 2233 (Vervielfältigung von bespielten Datenträgern) wurde zu jeweils 50 Prozent der Domäne Musikwirtschaft und Phonomarkt und der Domäne Informations-, Kommunikations-, Multimedia- und Internetwirtschaft zugeordnet. (vgl. Senatsverwaltung für Wirtschaft, Arbeit und Frauen in Berlin 2005)
 Die ÖNACE-Klasse 2465 (Herstellung von unbespielten Ton-, Bild- und Datenträgern) wurde zu jeweils 33,3 Prozent der Domäne Musikwirtschaft und Phonomarkt, der Domäne Film-, Video-, Fernseh- und Radiowirtschaft sowie der Domäne Informations-, Kommunikations-, Multimedia- und Internetwirtschaft zugeordnet. (vgl. Kulturdokumentation/Mediacult/Wifo 2004)
 Die ÖNACE-Klasse 3650 (Herstellung von Spielwaren) wurde zu 25 Prozent der Domäne Informations-, Kommunikations-, Multimedia- und Internetwirtschaft zugeordnet.
 Die ÖNACE-Klasse 5164 (Großhandel mit Büromaschinen und -einrichtungen) wurde zu 50 Prozent der Domäne Informations-, Kommunikations-, Multimedia- und Internetwirtschaft zugeordnet.
 Die ÖNACE-Klasse 5248 (Einzelhandel a.n.g. (in Verkaufsräumen)) wurde zu 20 Prozent der Domäne Informations-, Kommunikations-, Multimedia- und Internetwirtschaft und zu 20 Prozent der Domäne Kunstmarkt und Kunsthandwerk zugeordnet. (vgl. Kulturdokumentation/Mediacult/Wifo 2004)

Im Jahr 2004 umfasste die Domäne Informations-, Kommunikations-, Multimedia- und Internetwirtschaft (i. w. S) insgesamt 658 Betriebe, in denen 9.268 Personen sozialversicherungspflichtig beschäftigt waren.

Bereiche (ÖNACE 1995)	Betriebe						Beschäftigte		
	Gesamt	regionale Verteilung					Gesamt	Geschlecht	
		Freistadt	Linz-Land	Perg	Urfahr-Umgebung	Linz		m	w
Herstellung von von unbespielten Ton-, Bild- und Datenträgern (2465), Herstellung von Datenverarbeitungsgeräten und -einrichtungen (3002)	26	2	3	1	6	14	100	41	59
Herstellung von Spielwaren (3650), Software-häuser (7220), Verlag und Herstellung von Standardsoftware (7221), Softwareberatung und -entwicklung (7222)	154	11	40	6	16	81	1.639	1.237	402
Vervielfältigung von bespielten Bildträgern und Datenträger (2232)	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Handel (Einzelhandel, Großhandel) mit Büro-maschinen und -einrichtungen (5164), Einzel-handel a.n.g. (in Verkaufsräumen) (5248), Instandhaltung und Reparatur von Büromaschinen, Datenverarbeitungsgeräten und -einrichtungen (7250), Hardwareberatung (7210)	106	8	22	6	14	56	774	414	360
Fernmeldedienste (6420)	31	0	2	0	3	26	3.845	1.530	2.315
Datenverarbeitungsdienste (7230), Datenbanken (7240), Sonstige mit der Datenverarbeitung verbundene Tätigkeiten (7260)	341	21	68	16	26	210	2.910	1.865	1.045
Gesamt	658	42	135	29	65	387	9.268	5.087	4.181

Tab. 60: Betriebe und Beschäftigte in der Informations-, Kommunikations-, Multimedia- und Internetwirtschaft (i. w. S.) 2004

Im Jahr 2004 waren im kreativen Kernbereich der Informations-, Kommunikations-, Multimedia- und Internetwirtschaft in den 526 Betrieben rund 8.400 Personen sozialversicherungspflichtig beschäftigt. Damit waren in der Region rund 60 Prozent der Betriebe und 87 Prozent der Beschäftigten der oberösterreichischen Informations-, Kommunikations-, Multimedia- und Internetwirtschaft beheimatet.

7.4.6.1 Anzahl und Entwicklung der Betriebe

Mit 526 Betrieben stellt die Informations-, Kommunikations-, Multimedia- und Internetwirtschaft den größten Anteil an der Anzahl der Betriebe in der gesamten Kreativwirtschaft. Innerhalb der Domäne dominieren eindeutig die Betriebe der Datenverarbeitungsdienste (62,4 Prozent, d. s. 328 Betriebe), vor den Softwarehäusern (18,6 Prozent, d. s. 98 Betriebe) sowie den Betrieben der Softwareberatung und -entwicklung (8,4 Prozent, d. s. 44 Betriebe) und den Fernmeldediensten (5,9 Prozent, d. s. 31 Betriebe).

Die Anzahl der Betriebe ist zwischen 1999 und 2004 um 44,5 Prozent (162 Betriebe) gestiegen. Vor allem im Bereich der Datenverarbeitungsdienste (+ 187 Betriebe) und Softwareberatung und -entwicklung (+ 20 Betriebe) kam es zu Betriebsneugründungen. Hingegen wurden im Bereich der Softwarehäuser insgesamt 55 Betriebe abgebaut.

ÖNACE 1995	Bezeichnung	Betriebe									
		Gesamt	regionale Verteilung					Anteil am Teilmarkt in %	Anteil an Betrieben in ÖO in %	Veränderung 1999 - 2004	
			Freistadt	Linz-Land	Perg	Urfahr- Umgebung	Linz			absolut	in %
3650	Herstellung von Spielwaren	1	0	0	0	0	1	0,1%	16,7%	-1	-50,0%
6420	Fernmeldedienste	31	0	2	0	3	26	5,9%	81,6%	+5	+19,2%
7210	Hardwareberatung	0	0	0	0	0	0	0,0%	0,0%	-1	-100,0%
7220	Softwarehäuser	98	5	25	3	10	55	18,6%	56,0%	-55	-35,9%
7221	Verlag und Herstellung von Standardsoftware	11	6	1	0	1	3	2,1%	78,6%	+5	+83,3%
7222	Softwareberatung und -entwicklung	44	0	14	3	5	22	8,4%	68,8%	+20	+83,3%
7230	Datenverarbeitungsdienste	328	20	67	16	26	199	62,4%	57,6%	+187	+132,6%
7240	Datenbanken	7	1	1	0	0	5	1,3%	50,0%	0	+0,0%
7260	Sonstige mit der Datenverarbeitung verbundene Tätigkeiten	6	0	0	0	0	6	1,1%	85,7%	+2	+50,0%
Gesamt		526	32	110	22	45	317	100,0%	59,3%	+162	+44,5%
davon im geografischen Geltungsbereich		500	16	110	19	38	317		56,4%	--	--

Tab. 61: Betriebe in der Informations-, Kommunikations-, Multimedia- und Internetwirtschaft (i. e. S.) 2004

Jahr	Anzahl	Veränderung zum Vorjahr	
		absolut	in %
2004	526	-6	-1,1%
2003	532	+5	+0,9%
2002	527	+18	+3,5%
2001	509	+57	+12,6%
2000	452	+88	+24,2%
1999	364	+149	+69,3%
1997	215	+66	+44,3%
1995	149		

Tab. 62: Entwicklung der Anzahl der Betriebe in der Informations-, Kommunikations-, Multimedia- und Internetwirtschaft (i. e. S.) von 1995 bis 2004

7.4.6.2 Anzahl und Entwicklung der Beschäftigten

Im kreativen Kernbereich der Informations-, Kommunikations-, Multimedia- und Internetwirtschaft waren im Jahr 2004 rund 8.400 Personen sozialversicherungspflichtig beschäftigt. Der Frauenanteil betrug rund 45 Prozent.

Innerhalb der Domäne waren die höchsten Beschäftigungsanteile in den Betrieben der Fernmeldedienste (45,8 Prozent) sowie der Datenverarbeitungsdienste (33,4 Prozent) zu finden.

ÖNACE 1995	Bezeichnung	Beschäftigte							
		Gesamt	Geschlecht			Anteil am Teilmarkt in %	Anteil an der Gesamtzahl der Beschäftigten in OÖ in %	Veränderung 1999 - 2004	
			m	w	Anteil an Frauen in %			absolut	in %
3650	Herstellung von Spielwaren	1	0	1	100,0%	0,0%	2,6%	-3	-75,0%
6420	Fernmeldedienste	3.845	1.530	2.315	60,2%	45,8%	97,4%	-1.052	-21,5%
7210	Hardwareberatung	0	0	0	0,0%	0,0%	0,0%	-2	-100,0%
7220	Softwarehäuser	1.085	848	237	21,8%	12,9%	81,5%	-102	-8,6%
7221	Verlag und Herstellung von Standardsoftware	33	24	9	27,3%	0,4%	89,2%	+20	+153,8%
7222	Softwareberatung und -entwicklung	520	365	155	29,8%	6,2%	92,5%	+284	+120,3%
7230	Datenverarbeitungsdienste	2.800	1.793	1.007	36,0%	33,4%	78,1%	+1.745	+165,4%
7240	Datenbanken	67	37	30	44,8%	0,8%	85,9%	+13	+24,1%
7260	Sonstige mit der Datenverarbeitung verbundene Tätigkeiten	43	35	8	18,6%	0,5%	97,7%	+26	+152,9%
Gesamt		8.394	4.632	3.762	44,8%	100,0%	87,2%	+929	+12,4%
davon im geografischen Geltungsbereich		8.337	--	--	--	--	86,6%	--	--

Tab. 63: Beschäftigte in der Informations-, Kommunikations-, Multimedia- und Internetwirtschaft (i. e. S.) 2004

Die Anzahl der sozialversicherungspflichtigen Beschäftigten ist zwischen 1999 und 2004 um über 12 Prozent gestiegen. Vor allem kam es zu Beschäftigungszuwächsen in den Betrieben der Datenverarbeitungsdienste (+ 165,4 Prozent, d. s. 1745 Beschäftigte) und in der Softwareberatung und -entwicklung (+ 120,3 Prozent, d. s. 284 Beschäftigte). Zu Arbeitsplatzverlusten kam es hingegen in den Fernmeldediensten (- 21,5 Prozent, d. s. 1.052 Beschäftigte)²³² und bei den Softwarehäusern (- 8,6 Prozent, d. s. 102 Beschäftigte). Nach einem Höchststand der Beschäftigtenzahlen im Jahr 2001 ging die Anzahl der Beschäftigten bis zum Jahr 2003 um über 10 Prozent zurück und konnte sich erst im Jahr 2004 wieder leicht erholen.

Jahr	Anzahl	Veränderung zum Vorjahr	
		absolut	in %
2004	8.394	+281	+3,5%
2003	8.113	-586	-6,7%
2002	8.699	-355	-3,9%
2001	9.054	+359	+4,1%
2000	8.695	+1.230	+16,5%
1999	7.465	+1.230	+19,7%
1997	6.235	+353	+6,0%
1995	5.882		

Tab. 64: Entwicklung der Anzahl der Beschäftigten in der Informations-, Kommunikations-, Multimedia- und Internetwirtschaft (i. e. S.) von 1995 bis 2004

²³² Die Arbeitsplatzverluste bei den Fernmeldediensten dürften vor allem auf Konsolidierungsmaßnahmen bei den Mobilfunkbetreibern nach einer Boomphase während der Gründung und des Aufbaus in den späten 1990er-Jahren zurückzuführen sein.

7.4.7 Kunstmarkt (Bildende Kunst, Grafik, Mode, Design, Fotografie) und Kunsthandwerk

Die Domäne Kunstmarkt (Bildende Kunst, Grafik, Mode, Design, Fotografie) und Kunsthandwerk gehört in der gewählten Abgrenzung zu den komplexesten Teilbereichen der Kreativwirtschaft. Zuzurechnen sind dieser Domäne unter anderem die Fotostudios und Fotoateliers, die Ateliers für Textil-, Schmuck-, Möbel- und ähnliches Design, der Einzelhandel mit Kunstgegenständen sowie Antiquitäten, das Kunsthandwerk sowie die bildenden KünstlerInnen, aber auch die Herstellung von Schmuck, Gold- und Silberschmiedwaren, die Be- und Verarbeitung von Natursteinen und Steingut und die Beschlag- und Kunstschmieden. Die gesamte Wertschöpfungskette umfasst des weiteren die Herstellung von Bekleidung, die Herstellung von keramischen Erzeugnissen und den Einzel- und Großhandel mit Schuhen und Bekleidung.

Die nachfolgende Tabelle listet die zahlreichen Wirtschaftsklassen auf, die der Domäne Kunstmarkt (Bildende Kunst, Grafik, Mode, Design, Fotografie) und Kunsthandwerk zugeordnet wurden.

ÖNACE 1995	Wirtschaftszweige	Kreativwirtschaft	
		i. e. S.	i. w. S.
1771	Herstellung von Strumpfwaren		x
1772	Herstellung von Pullovern, Strickjacken u.Ä.		x
1810	Herstellung von Lederbekleidung		x
1821	Herstellung von Arbeits- und Berufsbekleidung		x
1822	Herstellung von sonstiger Oberbekleidung		x
1823	Herstellung von Wäsche		x
1824	Herstellung von sonstiger Bekleidung und Bekleidungszubehör		x
1830	Zurichtung und Färben von Fellen, Herstellung von Pelzwaren		x
1930	Herstellung von Schuhen		x
2051	Herstellung von Holzwaren a.n.g., Veredlung von Holzwaren		x
2052	Herstellung von Kork-, Flecht- und Korbwaren		x
2464	Herstellung von fotochemischen Erzeugnissen		x
2513	Herstellung von sonstigen Gummiwaren		x
2524	Herstellung von sonstigen Kunststoffwaren		x
2615	Herstellung, Veredlung und Bearbeitung von sonstigem Glas einschließlich technischen Glaswaren		x
2621	Herstellung von keramischen Haushaltswaren und Ziergegenständen		x
2625	Herstellung von keramischen Erzeugnissen a.n.g.		x
2670	Be- und Verarbeitung von Natursteinen a.n.g.	x	
2682	Herstellung von Mineralerzeugnissen a.n.g.		x

Tab. 65: ÖNACE-Klassen in der Domäne Kunstmarkt (Bildende Kunst, Grafik, Mode, Design, Fotografie) und Kunsthandwerk

ÖNACE 1995	Wirtschaftszweige	Kreativwirtschaft	
		i. e. S.	i. w. S.
2852	Beschlag- und Kunstschmieden	x	
3340	Herstellung von optischen und fotografischen Geräten		x (50%)
3622	Herstellung von Schmuck, Gold- und Silberschmiedewaren (ohne Fantasieschmuck)	x	
3661	Herstellung von Phantasieschmuck	x	
3663	Herstellung von Erzeugnissen a.n.g.		x
5116	Handelsvermittlung von Textilien, Bekleidung, Schuhen und Lederwaren		x
5142	Großhandel mit Bekleidung und Schuhen		x
5147	Großhandel mit sonstigen Gebrauchs- und Verbrauchsgütern		x (12,5%)
5242	Einzelhandel mit Bekleidung		x
5243	Einzelhandel mit Schuhen und Lederwaren		x
5244	Einzelhandel mit Möbeln, Einrichtungsgegenständen und Hausrat a.n.g.		x (12,5%)
5248	Einzelhandel a.n.g. (in Verkaufsräumen)		x (20%)
5250	Einzelhandel mit Antiquitäten und Gebrauchsgütern (in Verkaufsräumen)	x (66,6%)	
5262	Einzelhandel an Verkaufsständen und auf Märkten		x (12,5%)
5263	Sonstiger Einzelhandel nicht in Verkaufsräumen		x (50%)
5271	Reparatur von Schuhen und Lederwaren		x
5273	Reparatur von Uhren und Schmuck		x
5274	Reparatur von sonstigen Gebrauchsgütern		x (50%)
7481	Fotoateliers und Fotolabors	x	
7484	Erbringung von unternehmensbezogenen Dienstleistungen a.n.g.	x (25%)	
9231	Künstlerische und schriftstellerische Tätigkeiten und Darbietungen	x (25%)	

Tab. 66: ÖNACE-Klassen in der Domäne Kunstmarkt (Bildende Kunst, Grafik, Mode, Design, Fotografie) und Kunsthandwerk (Fortsetzung)²³³

²³³ Die ÖNACE-Klasse 3340 (Herstellung von optischen und fotografischen Geräten) wurde zu jeweils 50 Prozent der Domäne Film-, Video-, Fernseh- und Radiowirtschaft und der Domäne Kunstmarkt und Kunsthandwerk zugeordnet. (vgl. Kulturdokumentation/Mediacult/Wifo 2004, Senatsverwaltung für Wirtschaft, Arbeit und Frauen in Berlin 2005)
 Die ÖNACE-Klasse 5147 (Großhandel mit sonstigen Gebrauchs- und Verbrauchsgütern) wurde zu 12,5 Prozent der Domäne Buch-, Literatur- und Pressemarkt, zu 12,5 Prozent der Domäne Musikwirtschaft und Phonomarkt und zu 25 Prozent der Domäne Kunstmarkt und Kunsthandwerk zugeordnet.
 Die ÖNACE-Klasse 5244 (Einzelhandel mit Möbeln, Einrichtungsgegenständen und Hausrat a.n.g.) wurde zu 12,5 Prozent der Domäne Kunstmarkt und Kunsthandwerk zugeordnet. (vgl. Kulturdokumentation/Mediacult/Wifo 2004)
 Die ÖNACE-Klasse 5248 (Einzelhandel a.n.g. (in Verkaufsräumen)) wurde zu 20 Prozent der Domäne Informations-, Kommunikations-, Multimedia- und Internetwirtschaft und zu 20 Prozent der Domäne Kunstmarkt und Kunsthandwerk zugeordnet. (vgl. Kulturdokumentation/Mediacult/Wifo 2004)
 Die ÖNACE-Klasse 5250 (Einzelhandel mit Antiquitäten und Gebrauchsgütern (in Verkaufsräumen)) wurde zu 66,6 Prozent der Domäne Kunstmarkt und Kunsthandwerk und zu 33,3 Prozent der Domäne Buch-, Literatur- und Pressemarkt zugeordnet. (vgl. Kulturdokumentation/Mediacult/Wifo 2004, Senatsverwaltung für Wirtschaft, Arbeit und Frauen in Berlin 2005)
 Die ÖNACE-Klasse 5262 (Einzelhandel an Verkaufsständen und auf Märkten) wurde zu 12,5 Prozent der Domäne Kunstmarkt und Kunsthandwerk zugeordnet.
 Die ÖNACE-Klasse 5263 (Sonstiger Einzelhandel nicht in Verkaufsräumen) wurde zu 50 Prozent der Domäne Kunstmarkt und Kunsthandwerk zugeordnet. (vgl. Kulturdokumentation/Mediacult/Wifo 2004)
 Die ÖNACE-Klasse 7484 (Erbringung von unternehmensbezogenen Dienstleistungen a.n.g.) wurde zu 25 Prozent der Domäne Buch-, Literatur- und Pressemarkt, zu 12,5 Prozent der Domäne Musikwirtschaft und Phonomarkt und zu 25 Prozent der Domäne Kunstmarkt und Kunsthandwerk zugeordnet. (vgl. Kulturdokumentation/Mediacult/Wifo 2004)
 Die ÖNACE-Klasse 9231 (Künstlerische und schriftstellerische Tätigkeiten und Darbietungen) wurde zu jeweils 25 Prozent der Domäne Buch-, Literatur- und Pressemarkt, der Domäne Musikwirtschaft und Phonomarkt, der Domäne Darstellende Kunst und unterhaltungsbezogene Kunst sowie der Domäne Kunstmarkt und Kunsthandwerk zugeordnet. (vgl. Kulturdokumentation/Mediacult/Wifo 2004)

Bereiche (ÖNACE 1995)	Betriebe						Beschäftigte		
	Gesamt	regionale Verteilung					Gesamt	Geschlecht	
		Freistadt	Linz-Land	Perg	Urfahr-Umgebung	Linz		m	w
Herstellung von Bekleidung, Bekleidungszubehör und Schuhen (1771, 1772, 1810, 1821, 1822, 1823, 1824, 1830, 1930, 2513, 2524), Reparatur von Schuhen und Lederwaren und sonstigen Gebrauchsgütern (5271, 5274)	105	10	41	6	8	40	2.394	1.413	981
Handel (Vermittlung, Einzel- und Großhandel) von Bekleidung, Bekleidungszubehör und Schuhen (5116, 5142, 5147, 5242, 5243)	189	12	44	12	9	112	3.043	282	2.761
Herstellung, Veredlung und Bearbeitung von sonstigem Glas einschließlich technischen Glaswaren (2615), Herstellung von keramischen Haushaltswaren und Ziergegenständen (2621), Herstellung von keramischen Erzeugnissen a.n.g. (2625) Herstellung von Mineralerzeugnissen a.n.g. (2682), Herstellung von Erzeugnissen a.n.g. (3663)	25	5	6	4	1	9	286	180	106
Herstellung von fotochemischen Erzeugnissen (2464), Herstellung von optischen und fotografischen Geräten (3340)	21	1	4	3	1	12	926	347	579
Fotoateliers und Fotolabors (7481)	58	7	19	3	5	24	395	118	277
Be- und Verarbeitung von Natursteinen a.n.g. (2670)	36	3	12	11	5	5	553	454	99
Beschlag- und Kunstschmieden (2852)	10	0	5	3	1	1	175	157	18
Herstellung von Schmuck, Gold- und Silberschmiedewaren (ohne Fantasieschmuck), (3622), Herstellung von Phantasieschmuck (3661) Reparatur von Uhren und Schmuck (5273)	36	0	21	1	1	13	381	78	303
Herstellung von Holzwaren a.n.g., Veredlung von Holzwaren (2051), Herstellung von Kork-, Flecht- und Korbwaren (2052)	15	4	1	3	2	5	197	146	51
Einzelhandel mit Möbeln, Einrichtungsgegenständen und Hausrat a.n.g. (5244), Einzelhandel an Verkaufsständen und auf Märkten (5262), Sonstiger Einzelhandel nicht in Verkaufsräumen (5263), Einzelhandel a.n.g. (in Verkaufsräumen) (5248)	132	10	33	10	11	68	968	403	565
Einzelhandel mit Antiquitäten und Gebrauchsgütern (in Verkaufsräumen) (5250)	24	1	3	1	1	18	408	175	233
Erbringung von unternehmensbezogenen Dienstleistungen a.n.g. (748403 Ateliers für Textil-, Schmuck-, Möbel- u.ä. Design)	26	1	4	2	2	17	197	97	100
Künstlerische und schriftstellerische Tätigkeiten und Darbietungen (9231)	11	1	3	1	1	5	44	18	26
Gesamt	688	38	152	43	31	216	8.153	3.029	5.124

Tab. 67: Betriebe und Beschäftigte im Kunstmarkt und Kunsthandwerk (i. w. S.) 2004

Im Jahr 2004 umfasste die gesamte Domäne insgesamt 688 Betriebe, in denen 8.153 Personen tätig waren. Räumlich konzentrieren sich die Betriebe des Kunstmarkts und Kunsthandwerks schwerpunktmäßig auf das Gebiet der Bezirke Linz-Land und Linz-Stadt.

Im kreativen Kernbereich des Kunstmarktes und Kunsthandwerkes waren im Jahr 2004 in den 191 Betrieben insgesamt über 2.000 Personen sozialversicherungspflichtig beschäftigt. Damit waren in der Stadtregion rund 48 Prozent der Betriebe und 66 Prozent der Beschäftigten des oberösterreichischen Kunstmarktes und Kunsthandwerkes ansässig.

7.4.7.1 Anzahl und Entwicklung der Betriebe

ÖNACE 1995	Bezeichnung	Betriebe									
		Gesamt	regionale Verteilung					Anteil am Teilmarkt in %	Anteil an Betrieben in OÖ in %	Veränderung 1999 - 2004	
			Freistadt	Linz-Land	Perg	Urfahr- Umgebung	Linz			absolut	in %
2670	Be- und Verarbeitung von Natursteinen a.n.g.	36	3	12	11	5	5	18,8%	43,9%	+5	+16,1%
2852	Beschlag- und Kunstschmieden	10	0	5	3	1	1	5,2%	22,7%	+1	+11,1%
3622	Herstellung von Schmuck, Gold- und Silberschmiedewaren (ohne Fantasieschmuck)	19	0	5	1	1	12	9,9%	47,5%	-9	-32,1%
3661	Herstellung von Phantasieschmuck	15	0	15	0	0	0	7,8%	68,2%	-4	-21,1%
5250	Einzelhandel mit Antiquitäten und Gebrauchtwaren (in Verkaufsräumen)	17	1	2	1	1	12	8,7%	56,0%	-5	-22,7%
7481	Fotoateliers und Fotolabors	58	7	19	3	5	24	30,3%	62,4%	+2	+3,6%
7484	Erbringung von unternehmensbezogenen Dienstleistungen a.n.g.	26	1	4	2	2	17	13,3%	52,3%	-8	-23,5%
9231	Künstlerische und schriftstellerische Tätigkeiten und Darbietungen	11	1	3	1	1	5	5,9%	26,0%	+1	+10,0%
Gesamt		191	13	65	22	15	76	100,0%	47,5%	-17	-9,0%
davon im geografischen Geltungsbereich		174	4	65	15	14	76		43,2%	--	--

Tab. 68: Betriebe im Kunstmarkt und Kunsthandwerk (i. e. S.) 2004

Mit 191 Betrieben stellt die Domäne Kunstmarkt und Kunsthandwerk 9,1 Prozent der Betriebe der gesamten Kreativwirtschaft. Innerhalb des Teilbereichs dominieren die Fotoateliers und Fotolabors (30,3 Prozent, d. s. 58 Betriebe), die Betriebe zur Be- und Verarbeitung von Natursteinen (18,8 Prozent, d. s. 36 Betriebe) und die Ateliers für Textil-, Schmuck-, Möbel- u. ä. Design, die unter der Bezeichnung "Erbringung von unternehmensbezogenen Dienstleistungen a.n.g." firmieren (13,3 Prozent, d. s. 26 Betriebe). Seit 1999 hat sich die Zahl der Betriebe um 9,0 Prozent (17 Betriebe) verringert. Insbesondere sank die Zahl der Betriebe zur Herstellung von Schmuck, Gold- und Silberschmiedewaren (- 9 Betriebe), zur Erbringung von unternehmensbezogenen Dienstleistungen (Ateliers) (- 8 Betriebe), des Einzelhandels mit Antiquitäten und Gebrauchtwaren (- 5 Betriebe) und zur Herstellung von Phantasieschmuck (- 4 Betriebe).

Jahr	Anzahl	Veränderung zum Vorjahr	
		absolut	in %
2004	191	-13	-6,4%
2003	204	-4	-1,9%
2002	208	+7	+3,5%
2001	201	-1	-0,5%
2000	202	-7	-3,3%
1999	209	+16	+8,3%
1997	193	+26	+15,6%
1995	167		

Tab. 69: Entwicklung der Anzahl der Betriebe im Kunstmarkt und Kunsthandwerk (i. e. S.) von 1995 bis 2004

7.4.7.2 Anzahl und Entwicklung der Beschäftigten

Im Kunstmarkt und Kunsthandwerk waren im Jahr 2004 insgesamt 2.040 Personen sozialversicherungspflichtig beschäftigt. Der Frauenanteil lag bei rund 50 Prozent. Innerhalb der Domäne erreichten die Wirtschaftsbereiche der Be- und Verarbeitung von Natursteinen (27,7 Prozent, d. s. 553 Beschäftigte), die Fotoateliers und Fotolabors (19,4 Prozent, d. s. 395 Beschäftigte), die Herstellung von Phantasieschmuck (15,2 Prozent, d. s. 310 Beschäftigte) und der Einzelhandel mit Antiquitäten und Gebrauchsgütern (13,2 Prozent, d. s. 270 Beschäftigte) die höchsten Beschäftigungsanteile.

ÖNACE 1995	Bezeichnung	Beschäftigte							Veränderung 1999 - 2004	
		Gesamt	Geschlecht			Anteil am Teilmarkt in %	Anteil an der Gesamtzahl der Beschäftigten in OÖ in %	absolut	in %	
			m	w	Anteil an Frauen in %					
2670	Be- und Verarbeitung von Natursteinen a.n.g.	553	454	99	17,9%	27,1%	60,5%	-212	-27,7%	
2852	Beschlag- und Kunstschmieden	202	137	65	0,0%	9,9%	41,3%	-9	-4,3%	
3622	Herstellung von Schmuck, Gold- und Silberschmiedewaren (ohne Phantasieschmuck)	69	16	53	0,0%	3,4%	67,0%	-24	-25,8%	
3661	Herstellung von Phantasieschmuck	310	62	248	80,0%	15,2%	85,4%	-251	-44,7%	
5250	Einzelhandel mit Antiquitäten und Gebrauchsgütern (in Verkaufsräumen)	270	116	154	57,0%	13,2%	84,2%	+54	+25,0%	
7481	Fotoateliers und Fotolabors	395	118	277	70,1%	19,4%	80,9%	-14	-3,4%	
7484	Erbringung von unternehmensbezogenen Dienstleistungen a.n.g.	197	97	100	50,8%	9,7%	67,1%	+1	+0,5%	
9231	Künstlerische und schriftstellerische Tätigkeiten und Darbietungen	44	18	26	59,1%	2,2%	32,5%	+12	+37,5%	
Gesamt		2.040	1.018	1.022	50,1%	100,0%	65,7%	-443	-17,8%	
	davon im geografischen Geltungsbereich	1.845	--	--	--	--	59,4%	--	--	

Tab. 70: Beschäftigte im Kunstmarkt und Kunsthandwerk (i. e. S.) 2004

Zwischen 1999 und 2004 hat sich die Zahl der Beschäftigten in dieser Domäne der Kreativwirtschaft um 17,8 Prozent, das sind 443 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte, verringert. Vor allem in den Bereichen der Herstellung von Phantasieschmuck (- 251 Beschäftigte) und in der Be- und Verarbeitung von Natursteinen (- 212 Beschäftigte) kam es zu massiven Arbeitsplatzverlusten.

Jahr	Anzahl	Veränderung zum Vorjahr	
		absolut	in %
2004	2.039	-132	-6,1%
2003	2.171	-156	-6,7%
2002	2.327	-85	-3,5%
2001	2.412	+23	+1,0%
2000	2.389	-94	-3,8%
1999	2.483	-7	-0,3%
1997	2.490	-31	-1,2%
1995	2.521		

Tab. 71: Entwicklung der Anzahl der Beschäftigten im Kunstmarkt und Kunsthandwerk (i. e. S.) von 1995 bis 2004

7.4.8 Darstellende und unterhaltungsbezogene Kunst

Die Domäne der Darstellenden und unterhaltungsbezogenen Kunst umfasst in der gewählten Abgrenzung die selbständigen BühnenkünstlerInnen und ArtistInnen, die Theater- und KonzertveranstalterInnen sowie den Betrieb von Konzertsälen und Theatern. Die Wertschöpfungskette wird durch die technischen Hilfsdienste (Vorverkauf, Theaterkassen) sowie das Schaustellergewerbe, Vergnügungsparks und Zirkusbetriebe vervollständigt.

ÖNACE 1995	Wirtschaftszweige	Kreativwirtschaft	
		i. e. S.	i. w. S.
9231	Künstlerische und schriftstellerische Tätigkeiten und Darbietungen	x (25%)	
9232	Betrieb und technische Hilfsdienste für kulturelle und unterhaltende Leistungen	x (50%)	
9233	Schaustellergewerbe und Vergnügungsparks		x
9234	Erbringung von kulturellen und unterhaltenden Leistungen a.n.g.	x	
9272	Erbringung von sonstigen Dienstleistungen für Unterhaltung, Erholung und Freizeit a.n.g.	x (50%)	

Tab. 72: ÖNACE-Klassen in der Domäne Darstellende und unterhaltungsbezogene Kunst²³⁴

In der gesamten Darstellenden und unterhaltungsbezogenen Kunst waren im Jahr 2004 in insgesamt 64 Betrieben 966 Personen sozialversicherungspflichtig beschäftigt.

Bereiche (ÖNACE 1995)	Betriebe						Beschäftigte		
	Gesamt	regionale Verteilung					Gesamt	Geschlecht	
		Freistadt	Linz-Land	Perg	Urfahr-Umgebung	Linz		m	w
Künstlerische und schriftstellerische Tätigkeiten und Darbietungen (9231)	11	1	3	1	1	5	44	18	26
Betrieb und technische Hilfsdienste für kulturelle und unterhaltende Leistungen (9232: Betrieb von Konzertsälen, Theatern und anderen Räumlichkeiten für künstlerische Darbietungen; Theater- und KonzertveranstalterInnen)	14	0	1	1	2	10	543	294	249
Erbringung von kulturellen und unterhaltenden Leistungen a.n.g. (9234: Zirkusbetriebe, Tanzschulen etc.)	15	0	2	0	1	12	84	26	58
Erbringung von sonstigen Dienstleistungen für Unterhaltung, Erholung und Freizeit a.n.g. (9272)	9	0	2	0	1	6	241	130	111
Schaustellergewerbe und Vergnügungsparks (9233)	15	0	3	1	1	10	54	41	13
Gesamt	64	1	11	3	6	43	966	509	457

Tab. 73: Betriebe und Beschäftigte in der Darstellenden und unterhaltungsbezogenen Kunst (i. w. S.) 2004

²³⁴ Die ÖNACE-Klasse 9231 (Künstlerische und schriftstellerische Tätigkeiten und Darbietungen) wurde zu jeweils 25 Prozent der Domäne Buch-, Literatur- und Pressemarkt, der Domäne Musikwirtschaft und Phonomarkt, der Domäne Darstellende Kunst und unterhaltungsbezogene Kunst sowie der Domäne Kunstmarkt und Kunsthandwerk zugeordnet. (vgl. Kulturdokumentation/Mediacult/Wifo 2004)

Die ÖNACE-Klasse 9232 (Betrieb und technische Hilfsdienste für kulturelle und unterhaltende Leistungen) wurde zu jeweils 50 Prozent der Domäne Darstellende Kunst und unterhaltungsbezogene Kunst und der Domäne Musikwirtschaft und Phonomarkt zugeordnet. (vgl. Kulturdokumentation/Mediacult/Wifo 2004)

Die ÖNACE-Klasse 9272 (Erbringung von sonstigen Dienstleistungen für Unterhaltung, Erholung und Freizeit a.n.g.) wurde zu jeweils 50 Prozent der Domäne Darstellende Kunst und unterhaltungsbezogene Kunst und der Domäne Film-, Video-, Fernseh- und Radiowirtschaft zugeordnet. (vgl. Kulturdokumentation/Mediacult/Wifo 2004)

Dem kreativen Kernbereich konnten davon 49 Betriebe mit 912 Beschäftigten zugeordnet werden. In der Region waren somit rund 50 Prozent der Betriebe und 85 Prozent der Beschäftigten des gesamten oberösterreichischen Bereiches der Darstellenden und unterhaltungsbezogenen Kunst angesiedelt.

7.4.8.1 Anzahl und Entwicklung der Betriebe

ÖNACE 1995	Bezeichnung	Betriebe									
		Gesamt	regionale Verteilung					Anteil am Teilmarkt in %	Anteil an Betrieben in ÖÖ in %	Veränderung 1999 - 2004	
			Freistadt	Linz-Land	Perg	Urfahr- Umgebung	Linz			absolut	in %
9231	Künstlerische und schriftstellerische Tätigkeiten und Darbietungen	11	1	3	1	1	5	22,4%	25,4%	+1	+10,0%
9232	Betrieb und technische Hilfsdienste für kulturelle und unterhaltende Leistungen	14	0	1	1	2	10	28,6%	77,8%	+6	+75,0%
9234	Erbringung von kulturellen und unterhaltenden Leistungen a.n.g.	15	0	2	0	1	12	30,6%	68,2%	+2	+15,4%
9272	Erbringung von sonstigen Dienstleistungen für Unterhaltung, Erholung und Freizeit a.n.g.	9	0	2	0	1	6	18,4%	40,9%	+2	+28,6%
Gesamt		49	1	8	2	5	33	100,0%	50,1%	+11	+28,9%
davon im geografischen Geltungsbereich		47	0	8	1	5	33		48,1%	--	--

Tab. 74: Betriebe in der Darstellenden und unterhaltungsbezogenen Kunst (i. e. S) 2004

Mit einem Anteil von 2,3 Prozent an den gesamten Betrieben der Kreativwirtschaft spielt die Darstellende und unterhaltungsbezogene Kunst nur eine untergeordnete Rolle und stellt die kleinste Domäne in der Kreativwirtschaft dar. Innerhalb der Domäne sind die Betriebe zur Erbringung von kulturellen und unterhaltenden Leistungen (Zirkusbetriebe, Tanzschulen, ...) anteilmäßig am stärksten vertreten, gefolgt von den Betrieben und technischen Hilfsdiensten für kulturelle und unterhaltende Leistungen (Betrieb von Konzertsälen, Theatern und anderen Räumlichkeiten für künstlerische Darbietungen; Theater- und KonzertveranstalterInnen) und den selbständigen BühnenkünstlerInnen und ArtistInnen.

Die Anzahl der Betriebe ist seit 1999 um 28,9 Prozent (+ 11 Betriebe) gestiegen.

Jahr	Anzahl	Veränderung zum Vorjahr	
		absolut	in %
2004	49	+2	+4,3%
2003	47	0	+0,0%
2002	47	+1	+2,2%
2001	46	+2	+4,5%
2000	44	+6	+15,8%
1999	38	+9	+31,0%
1997	29	-1	-3,3%
1995	30		

Tab. 75: Entwicklung der Anzahl der Betriebe in der Darstellenden und unterhaltungsbezogenen Kunst (i. e. S.) von 1995 bis 2004

7.4.8.2 Anzahl und Entwicklung der Beschäftigten

ÖNACE 1995	Bezeichnung	Beschäftigte							
		Gesamt	Geschlecht			Anteil am Teilmarkt in %	Anteil an der Gesamtzahl der Beschäftigten in OÖ in %	Veränderung 1999 - 2004	
			m	w	Anteil an Frauen in %			absolut	in %
9231	Künstlerische und schriftstellerische Tätigkeiten und Darbietungen	44	18	26	59,1%	4,8%	32,5%	+12	+37,5%
9232	Betrieb und technische Hilfsdienste für kulturelle und unterhaltende Leistungen	543	294	249	45,9%	59,5%	98,2%	+6	+1,1%
9234	Erbringung von kulturellen und unterhaltenden Leistungen a.n.g.	84	26	58	0,0%	9,2%	77,8%	-1	-1,2%
9272	Erbringung von sonstigen Dienstleistungen für Unterhaltung, Erholung und Freizeit a.n.g.	241	130	111	46,1%	26,4%	223,1%	-5	-2,0%
Gesamt		912	468	444	48,7%	100,0%	84,7%	+12	+1,3%
davon im geografischen Geltungsbereich		903	--	--	--	--	83,9%	--	--

Tab. 76: Beschäftigte in der Darstellenden und unterhaltungsbezogenen Kunst (i. e. S.) 2004

Im Jahr 2004 waren im Kernbereich der Darstellenden und unterhaltungsbezogenen Kunst insgesamt 912 Personen sozialversicherungspflichtig beschäftigt. Der Frauenanteil betrug gerundet 49 Prozent. Innerhalb der Domäne waren die höchsten Anteile an Beschäftigten im Wirtschaftszweig Betrieb und technische Hilfsdienste für kulturelle und unterhaltende Leistungen (Betrieb von Konzertsälen, Theatern und anderen Räumlichkeiten für künstlerische Darbietungen; Theater- und KonzertveranstalterInnen) mit rund 60 Prozent und im Bereich der Erbringung von sonstigen Dienstleistungen für Unterhaltung, Erholung und Freizeit (rund 26 Prozent) zu finden.

Die Zahl Beschäftigten in der Darstellenden und unterhaltungsbezogenen Kunst ist im Vergleich zu 1999 nahezu konstant geblieben.

Jahr	Anzahl	Veränderung zum Vorjahr	
		absolut	in %
2004	912	-20	-2,1%
2003	932	+32	+3,6%
2002	900	-27	-2,9%
2001	927	+15	+1,6%
2000	912	+12	+1,3%
1999	900	+163	+22,1%
1997	737	-35	-4,5%
1995	772		

Tab. 77: Entwicklung der Anzahl der Beschäftigten in der Darstellenden und unterhaltungsbezogenen Kunst (i. e. S.) von 1995 bis 2004

7.4.9 Forschung, Entwicklung, Bildung und Beratung

Die Domäne Forschung, Entwicklung, Bildung und Beratung umfasst in der gewählten Abgrenzung die Forschung und Entwicklung im Bereich Natur-, Ingenieur-, Agrarwissenschaften und Medizin. Im Bereich der Rechts-, Wirtschafts- und Sozialwissenschaften sowie im Bereich Sprach-, Kultur- und Kunstwissenschaften sind die Hochschulen und hochschulverwandten Lehranstalten sowie die Einrichtungen der Markt- und Meinungsforschung inbegriffen. Vervollständigt wird diese Domäne durch die Allgemein bildenden und berufsbildenden weiterführenden Schulen sowie durch Erwachsenenbildung und -unterricht.

ÖNACE 1995	Wirtschaftszweige	Kreativwirtschaft	
		i. e. S.	i. w. S.
7310	Forschung und Entwicklung im Bereich Natur-, Ingenieur-, Agrarwissenschaften und Medizin	x	
7320	Forschung und Entwicklung im Bereich Rechts-, Wirtschafts- und Sozialwissenschaften sowie im Bereich Sprach-, Kultur- und Kunstwissenschaften	x	
7413	Markt- und Meinungsforschung	x	
7414	Unternehmens- und Public-Relations-Beratung	x	
8021	Allgemein bildende weiterführende Schulen		x
8022	Berufsbildende weiterführende Schulen		x
8030	Hochschulen und hochschulverwandte Lehranstalten	x	
8042	Erwachsenenbildung und Unterricht a.n.g.		x

Tab. 78: ÖNACE-Klassen in der Domäne Forschung, Entwicklung, Bildung und Beratung

In der Domäne Forschung, Entwicklung, Bildung und Beratung waren im Jahr 2004 in den 547 Betrieben und Einrichtungen insgesamt rund 16.800 Personen tätig.

Bereiche (ÖNACE 1995)	Betriebe						Beschäftigte		
	Gesamt	regionale Verteilung					Gesamt	Geschlecht	
		Freistadt	Linz-Land	Perg	Urfahr-Umgebung	Linz		m	w
Forschung und Entwicklung im Bereich Natur-, Ingenieur-, Agrarwissenschaften und Medizin (7310) und im Bereich Rechts-, Wirtschafts- und Sozialwissenschaften sowie im Bereich Sprach-, Kultur- und Kunstwissenschaften (7320), Markt- und Meinungsforschung (7413)	115	6	5	1	4	99	2.183	624	1.559
Unternehmens- und Public-Relations-Beratung (7414)	302	13	51	13	32	193	5.596	3.173	2.423
Hochschulen und hochschulverwandte Lehranstalten (8030)	14	1	0	0	0	13	1.905	1.236	669
Allgemein bildende weiterführende Schulen (8021)	1	0	0	0	0	1	20	1	19
Berufsbildende weiterführende Schulen (8022)	2	0	0	1	0	1	3	1	2
Erwachsenenbildung und Unterricht a.n.g. (8042)	113	4	17	6	11	75	7.046	3.162	3.884
Gesamt	547	24	73	21	47	382	16.753	8.197	8.556

Tab. 79: Beschäftigte und Betriebe in der Forschung, Entwicklung, Bildung und Beratung (i. w. S.) 2004

Durch die dem Kernbereich zugeordneten 431 Betriebe stellt die Domäne Forschung, Entwicklung, Bildung und Beratung neben der Domäne Informations-, Kommunikations-, Multimedia- und Internetwirtschaft einen der größten Anteile (20,5 Prozent) innerhalb der Kreativwirtschaft.

7.4.9.1 Anzahl und Entwicklung der Betriebe

ÖNACE 1995	Bezeichnung	Betriebe									
		Gesamt	regionale Verteilung					Anteil am Teilmarkt in %	Anteil an Betrieben in OO in %	Veränderung 1999 - 2004	
			Freistadt	Linz-Land	Perg	Urfahr- Umgebung	Linz			absolut	in %
7310	Forschung und Entwicklung im Bereich Natur-, Ingenieur-, Agrarwissenschaften und Medizin	94	6	4	1	2	81	21,8%	85,5%	-13	-12,1%
7320	Forschung und Entwicklung im Bereich Rechts-, Wirtschafts- und Sozialwissenschaften sowie im Bereich Sprach-, Kultur- und Kunstwissenschaften	7	0	0	0	1	6	1,6%	63,6%	-13	-65,0%
7413	Markt- und Meinungsforschung	14	0	1	0	1	12	3,2%	66,7%	+3	+27,3%
7414	Unternehmens- und Public-Relations-Beratung	302	13	51	13	32	193	70,1%	62,0%	+114	+60,6%
8030	Hochschulen und hochschulverwandte Lehranstalten	14	1	0	0	0	13	3,2%	66,7%	0	+0,0%
Gesamt		431	20	56	14	36	305	100,0%	65,7%	+91	+26,8%
davon im geografischen Geltungsbereich		413	8	56	11	33	305		63,0%	--	--

Tab. 80: Betriebe in der Forschung, Entwicklung, Bildung und Beratung (i. e. S.) 2004

Innerhalb der Domäne dominieren die Betriebe der Unternehmens- und Public-Relations-Beratung mit einem Anteil von 70,1 Prozent (302 Betriebe) und die Forschungs- und Entwicklungseinrichtungen im Bereich Natur-, Ingenieur-, Agrarwissenschaften und Medizin mit einem Anteil von 21,8 Prozent (94 Einrichtungen) eindeutig. Die Anzahl der Einrichtungen und Betriebe ist zwischen 1999 und 2004 um 26,8 Prozent (91 Betriebe) gestiegen. Diese Zuwächse sind vor allem auf die Betriebsgründungen im Bereich der Unternehmens- und Public-Relations-Beratung zurückzuführen. Hingegen hat sich die Zahl der Einrichtungen für Forschung und Entwicklung verringert.

Jahr	Anzahl	Veränderung zum Vorjahr	
		absolut	in %
2004	431	-55	-11,3%
2003	486	+49	+11,2%
2002	437	+36	+9,0%
2001	401	+35	+9,6%
2000	366	+26	+7,6%
1999	340	+91	+36,5%
1997	249	+77	+44,8%
1995	172		

Tab. 81: Entwicklung der Anzahl der Betriebe in der Forschung, Entwicklung, Bildung und Beratung (i. e. S.) von 1995 bis 2004

7.4.9.2 Anzahl und Entwicklung der Beschäftigten

ÖNACE 1995	Bezeichnung	Beschäftigte							
		Gesamt	Geschlecht			Anteil am Teilmarkt in %	Anteil an der Gesamtzahl der Beschäftigten in ÖÖ in %	Veränderung 1999 - 2004	
			m	w	Anteil an Frauen in %			absolut	in %
7310	Forschung und Entwicklung im Bereich Natur-, Ingenieur-, Agrarwissenschaften und Medizin	628	299	329	52,4%	6,5%	82,1%	+234	+59,4%
7320	Forschung und Entwicklung im Bereich Rechts-, Wirtschafts- und Sozialwissenschaften sowie im Bereich Sprach-, Kultur- und Kunstwissenschaften	42	24	18	42,9%	0,4%	48,3%	-72	-63,2%
7413	Markt- und Meinungsforschung	1.513	301	1.212	80,1%	15,6%	99,0%	+352	+30,3%
7414	Unternehmens- und Public-Relations-Beratung	5.596	3.173	2.423	43,3%	57,8%	88,5%	+1.166	+26,3%
8030	Hochschulen und hochschulverwandte Lehranstalten	1.905	1.236	669	35,1%	19,7%	56,7%	-50	-2,6%
Gesamt		9.684	5.033	4.651	48,0%	100,0%	80,3%	+1.630	+20,2%
	davon im geografischen Geltungsbereich	9.580	--	--	--	--	79,4%	--	--

Tab. 82: Beschäftigte in der Forschung, Entwicklung, Bildung und Beratung (i. e. S.) 2004

In der Domäne Forschung, Entwicklung, Bildung und Beratung waren 2004 knapp 9.700 sozialversicherungspflichtige Beschäftigte tätig. Der Frauenanteil lag bei 48 Prozent. Zu den Bereichen mit den höchsten Beschäftigungsanteilen zählten die Unternehmens- und Public-Relations-Beratung (57,8 Prozent), die Hochschulen und hochschulverwandten Lehranstalten (19,7 Prozent) und die Markt- und Meinungsforschung (15,6 Prozent).

Die Anzahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten stieg zwischen 1999 und 2004 um 20,2 Prozent an. Beschäftigungszuwächse wurden vor allem in den Bereichen der Unternehmens- und Public-Relations-Beratung (+ 26,3 Prozent, d. s. 1.166 Beschäftigte), in der Markt und Meinungsforschung (+ 30,3 Prozent, d. s. 352 Beschäftigte) und in der Forschung und Entwicklung im Bereich Natur-, Ingenieur-, Agrarwissenschaften und Medizin (+ 59,4 Prozent, d. s. 234 Beschäftigte) erreicht. Hingegen wurden in der Forschung und Entwicklung im Bereich Rechts-, Wirtschafts- und Sozialwissenschaften sowie im Bereich Sprach-, Kultur- und Kunstwissenschaften (- 72 Beschäftigte) und in den Hochschulen und hochschulverwandten Lehranstalten (- 50 Beschäftigte) Arbeitsplätze abgebaut.

Jahr	Anzahl	Veränderung zum Vorjahr	
		absolut	in %
2004	9.684	+404	+4,4%
2003	9.280	+164	+1,8%
2002	9.116	-218	-2,3%
2001	9.334	+233	+2,6%
2000	9.101	+1.047	+13,0%
1999	8.054	+3.668	+83,6%
1997	4.386	+618	+16,4%
1995	3.768		

Tab. 83: Entwicklung der Anzahl der Beschäftigten in der Forschung, Entwicklung, Bildung und Beratung (i. e. S.) von 1995 bis 2004

7.5 Die Kreativwirtschaft in der Stadtregion Linz im Vergleich mit Wien und Tirol

Aufgrund der unterschiedlichen Klassifikationsansätze und Abgrenzungskonzepte der kreativwirtschaftlichen Studien und Berichte in Österreich und somit des Fehlens eines einheitlichen Definitionsansatzes (vgl. Kap. 5.3) konnte ein Vergleich der Ergebnisse nur eingeschränkt durchgeführt werden. In den nachfolgenden Tabellen wurde eine gesonderte Auswertung der Daten der Kreativwirtschaft in der Stadtregion Linz nach den Klassifikationsansätzen der Kreativwirtschaftsberichte Wien (2004) und Tirol (2004) vorgenommen.

7.5.1 Anzahl der Betriebe der Kreativwirtschaft im Vergleich mit Wien und Tirol

Bereiche	Arbeitgeberbetriebe									
	2001				2003					
	Wien 2001		Stadtregion 2001		Tirol 2003			Stadtregion Linz 2003		
	Unternehmen (ASZ 2001)	absolut	Anteil an KRW in %	absolut		Anteil an KRW in %	Anteil an Gesamt-Wirtschaft in %	absolut	Anteil an KRW in %	Anteil an Gesamt-Wirtschaft OÖ in %
Architektur	2.733	15,2%	nicht vergleichbar	588		22,0%	2,4%	326	13,4%	0,8%
Darstellende Kunst und Unterhaltungskunst	965	5,4%	nicht vergleichbar	588	* inkl. audiovisueller Bereich und Musik	22,0%	2,4%	504	20,8%	1,2%
Audiovisueller Bereich	795	4,4%	nicht vergleichbar	--		--		[147]	--	
Musikwirtschaft	1.292	7,2%	nicht vergleichbar	--		--		[246]	--	
Grafik/Mode/Design/Fotografie	4.520	25,2%	nicht vergleichbar	898	* inkl. Werbung	33,5%	3,6%	781	32,2%	1,9%
Werbung	1.693	9,4%	nicht vergleichbar	--		--			[231]	--
Literatur/Verlagswesen/Printmedien	2.316	12,9%	nicht vergleichbar	372	* inkl. bildene Kunst und Museen / Bibliotheken	13,9%	1,5%	376	15,5%	0,9%
Bildende Kunst	810	4,5%	nicht vergleichbar	--		--			[77]	--
Museen/Bibliotheken	876	4,9%	nicht vergleichbar	--		--			[78]	--
Software/Multimedia/Internet	1.949	10,9%	nicht vergleichbar	232		8,7%	0,9%	438	18,1%	1,1%
KRW-Bereich gesamt	17.949	100,0%	nicht vergleichbar	2.678		100,0%	10,7%	2.425	100,0%	5,9%

Tab. 84: Anzahl der Betriebe der Kreativwirtschaft in der Stadtregion Linz im Vergleich mit den Kreativwirtschaftsberichten Wien (2004) und Tirol (2004)

Als bedeutendste Branchen - gemessen am relativen Anteil der gesamten Unternehmen der Kreativwirtschaft - wurden im Wiener Kreativwirtschaftsbericht die Sektoren "Grafik, Mode, Design" (25 Prozent), "Architektur" (15 Prozent), "Literatur, Verlagswesen, Printmedien" (13 Prozent) sowie "Software, Multimedia, Internet" (11 Prozent) bestimmt. Aufgrund der verwendeten Daten der Arbeitstättenzählung 2001 und der Nichtverfügbarkeit dieser Daten auf regionaler Ebene ist ein Vergleich mit der Stadtregion Linz nicht möglich.

Betrachtet man die Ergebnisse des Tiroler Kreativwirtschaftsberichtes, so konnten die meisten Betriebe den Bereichen "Grafik, Mode, Design, Fotografie inkl. Werbung" (34 Prozent), "Architektur" (22 Prozent) und "Musik, Darstellende Kunst und Unterhaltungskunst, Audiovisueller Bereich" (22 Prozent) zugeordnet werden. Im Jahr 2003 konnten der Tiroler Kreativwirtschaft insgesamt 2.678 Betriebe zugeordnet werden. Gemäß diesem Klassifikationsansatz bestand im Jahr 2003 die Kreativwirtschaft in der Stadtregion Linz aus 2.425 Betrieben, die vor allem den Bereichen "Grafik, Mode, Design, Fotografie inkl. Werbung" (32 Prozent), "Musik, Darstellende Kunst und Unterhaltungskunst, Audiovisueller Bereich" (21 Prozent) und "Software, Multimedia, Internet" (18 Prozent) entstammen.

7.5.2 Anzahl der unselbständig Beschäftigten der Kreativwirtschaft im Vergleich mit Wien und Tirol

Bereiche	Beschäftigte												
	2002						2003						
	Wien 2002			Stadtregion Linz 2002			Tirol 2003			Stadtregion Linz 2003			
	absolut	Anteil an KRW in %	Anteil an Gesamt-Wirtschaft in %	absolut	Anteil an KRW in %	Anteil an Gesamt-Wirtschaft OÖ in %	absolut		Anteil an KRW in %	Anteil an Gesamt-Wirtschaft in %	absolut	Anteil an KRW in %	Anteil an Gesamt-Wirtschaft OÖ in %
Architektur	8.468	8,4%	1,1%	2.982	8,7%	0,5%	3.120		18,5%	1,1%	2.970	8,8%	0,5%
Darstellende Kunst und Unterhaltungskunst	3.120	3,1%	0,4%	1.265	3,7%	0,2%	3.450		20,5%	1,3%	8.225	24,4%	1,5%
Audiovisueller Bereich	18.696	18,5%	2,5%	2.333	6,8%	0,4%	--	* inkl. audiovisueller Bereich und Musik	--	--	[2.566]	--	--
Musikwirtschaft	6.795	6,7%	0,9%	4.488	13,0%	0,8%	--		--	--	[4.326]	--	--
Grafik/Mode/Design/Fotografie	19.657	19,5%	2,6%	7.966	23,1%	1,4%	5.220		31,0%	1,9%	9.633	28,6%	1,7%
Werbung	5.599	5,5%	0,7%	1.943	5,6%	0,4%	--	* inkl. Werbung	--	--	[2.077]	--	--
Literatur/Verlagswesen/Printmedien	13.802	13,7%	1,8%	4.356	12,6%	0,8%	2.780		16,5%	1,0%	5.353	15,9%	1,0%
Bildende Kunst	1.272	1,3%	0,2%	565	1,6%	0,1%	--	* inkl. bildene Kunst und Museen / Bibliotheken	--	--	[578]	--	--
Museen/Bibliotheken	2.897	2,9%	0,4%	633	1,8%	0,1%	--		--	--	[677]	--	--
Software/Multimedia/Internet	20.744	20,5%	2,7%	7.930	23,0%	1,4%	2.260		13,4%	0,8%	7.504	22,3%	1,4%
KRW-Bereich gesamt	101.050	100,0%	13,3%	34.461	100,0%	6,3%	16.830		100,0%	6,1%	33.685	100,0%	6,1%

Tab. 85: Anzahl der unselbständig Beschäftigten der Kreativwirtschaft in der Stadtregion Linz im Vergleich mit den Kreativwirtschaftsberichten Wien (2004) und Tirol (2004)

Betrachtet man die Verteilung der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten zwischen den einzelnen Kreativwirtschaftssektoren in Wien, so weisen die Sektoren "Software, Multimedia, Internet, Spiele" (21 Prozent), "Audiovisueller Bereich (Film, Video, Fernsehen, Radio)" (19 Prozent) und "Grafik, Mode, Design, Fotografie" (19 Prozent) mit Abstand die höchsten Beschäftigungsanteile auf. Im Vergleich dazu konnten in der Stadtregion Linz die Sektoren "Software, Multimedia, Internet" (23 Prozent), "Grafik, Mode, Design, Fotografie" (23 Prozent) die größten Beschäftigungsanteile verbuchen.

Im Tiroler Kreativwirtschaftsbericht wurden im Jahr 2003 in den Bereichen "Grafik, Mode, Design, Fotografie inkl. Werbung" (31 Prozent), "Musik, Darstellende Kunst und Unterhaltungskunst, Audiovisueller Bereich" (20 Prozent) und "Architektur" (19 Prozent) die meisten sozialversicherungspflichtig Beschäftigten gezählt. In der Stadtregion Linz konnten hingegen den Bereichen "Grafik, Mode, Design, Fotografie inkl. Werbung" (29 Prozent), "Software, Multimedia, Internet" (22 Prozent) und "Musik, Darstellende Kunst und Unterhaltungskunst, Audiovisueller Bereich" (24 Prozent) die meisten sozialversicherungspflichtig Beschäftigten zugeordnet werden.

Diese, von der vorliegenden Studie divergierenden Ergebnisse, ergeben sich vor allem durch die fehlende Unterscheidung in eine Kreativwirtschaft im engeren Sinne und weiteren Sinne in den Wiener und Tiroler Klassifikationsansätzen und im speziellen durch die besonderen Gruppierungen der einzelnen Kreativwirtschaftsbereiche in der Tiroler Kreativwirtschaftsstudie.

7.6 Stärken und Schwächen der Kreativwirtschaft in der Stadtregion Linz

Die folgenden Ausführungen sollen einen kurzen Einblick in die aktuelle Situation der Kreativwirtschaft in der Stadtregion Linz vermitteln. Dazu werden Erkenntnisse aus den geführten Interviews mit kreativwirtschaftlichen AkteurInnen aus der Stadtregion, Ergebnisse des im Oktober 2005 abgehaltenen Strategie-Workshops "creative.future @ stadt.region.linz" und weiterführende Interpretationen zusammengeführt und in Form eines Stärken-Schwächen-Rasters dargestellt. Das Raster wurde nach verschiedenen Themenfeldern wie "Bildung und Wissen", "Arbeitsmarkt und Beschäftigungssituation" oder "Partizipation, Vernetzung und Kooperation" strukturiert. In Fällen, wo dies sinnvoll erschien, wurden die kurz gehaltenen Ausführungen um Zitate aus den Interviews bereichert.

7.6.1 Politische, rechtliche und steuerliche Rahmenbedingungen

Die Entwicklung von Linz zur Kulturstadt macht sich auch an der relativ großzügigen Förderung von Kunst und Kultur bemerkbar. So werden etwa von der Stadt Linz rund sieben Prozent des Budgets für kulturelle Angelegenheiten ausgegeben. Als besondere Stärke wird immer wieder der Kulturentwicklungsplan der Stadt Linz hervorgehoben, der als gemeinsame Basis für die zukünftige Entwicklung von Kunst und Kultur im städtischen Bereich dient. Im Bereich der Informations- und Kommunikationstechnologien wird von mehreren InterviewpartnerInnen und TeilnehmerInnen am Strategie-Workshop die technologieorientierte Förderpolitik als Stärke genannt. Die im Regelfall gute Zusammenarbeit zwischen der Stadt Linz und dem Land Oberösterreich stellt einen weiteren Pluspunkt bei den politischen Rahmenbedingungen dar.

Als verbesserungswürdig werden hingegen vor allem die Instrumente der Förderung angesehen. So fehlt es an kombinierten Wirtschafts- und Kulturförderungsmaßnahmen bzw. eigenständigen Kreativwirtschaftsförderungsprogrammen: "Die Forschungs- und Entwicklungsquote ist teilweise zu niedrig. Da wird zwar auf Landesebene einiges versucht, das mit Förderungen und strategischen

Programmen zu verstärken, aber wir müssen uns in Oberösterreich und in Linz noch stärker auf die Bereiche konzentrieren, wo Kreativität und Hirnschmalz gefordert ist, weil wir in anderen Bereichen mit anderen Nachbarländern [...] nicht mehr konkurrieren können. Darum ist es ganz wichtig, dass der kreative Bereich gefördert wird." (Interview mit Thomas Denk, Linz 2005)

Bemängelt wird auch das zu geringe Fördervolumen für unkonventionelle und neue Bereiche, Initiativen und Einrichtungen (etwa im Bereich der Kultur für die sogenannte Freie Szene, im Bereich der Wirtschaft für Produktdesign oder Industrial Design): "Die Hauptschwäche der Kulturpolitik ist das Bekenntnis zur Gießkanne. Beim Kulturbudget der Stadt Linz ist alles schon sehr festgeschrieben, so dass wenig Spielraum besteht, das heißt, Institutionen, die immer schon Geld bekommen, bekommen es auch weiterhin. Alles, was jung und neu ist, hat fast keine Chancen. Am Anfang braucht man aber finanzielle Unterstützung." (Interview mit Christine Schöpf, Linz 2005) Im profitorientierteren Bereich werden branchengerechte Finanzierungsformen (z. B. Mikrokredite, Ko-Finanzierungsmodelle, ...) vermisst, Fördertöpfe werden als zu komplex betrachtet, die Abgabenvielfalt wird als überbordend und teilweise verwirrend bezeichnet und die mangelnde Transparenz von Förderungen wird kritisiert.

Bei den proklamierten Schwerpunkten werden weitergehende Impulse erwartet (z. B. weitere Verstärkung der Frauenförderung, weitere Maßnahmen zur Stärkung von Medienkompetenz, ...). Die fehlende Aufmerksamkeit gegenüber der Kreativwirtschaft stellt ebenfalls eine Schwäche dar: so findet sich der Begriff "Kreativwirtschaft" beispielsweise nicht im Strategischen Programm "Innovatives OÖ 2010".

7.6.2 Arbeitsmarkt und Beschäftigungssituation

Die allgemeine wirtschaftliche Situation einer Region und die Situation am Arbeitsmarkt bzw. bei der Beschäftigung in der Kreativwirtschaft sind vielfältig miteinander verflochten. Die starke Wirtschaftsregion Linz liefert die Grundlage für die Entwicklung der kreativwirtschaftlichen Bereiche (Auftragsvergabe, Konsumkraft, ...) und der Innovationsfaktor dieser Bereiche trägt zur Weiterentwicklung des Wirtschaftsstandortes entscheidend bei: "Ein weiterer Punkt ist, dass wir uns sicherlich einen guten Namen im Bereich der technologieorientierten Kreativität bei Produkten, Produktentwicklungen und Produktionsprozessen geschaffen haben. In Verbindung mit der Kunstuniversität, aber auch mit der gesamten Softwaretechnologie oder mit Dienstleistungsbereichen, die sich in dem Kontext bewegen. Da sind natürlich auch Stärken da. So haben wir beispielsweise in Hagenberg im Softwareengineering-Bereich das Hirn für Tunnelbaumaschinen entwickelt, womit wir weltweit Aufträge einholen. Das sind Sachen, bei denen ich glaube, dass wir in den letzten 25 bis 30 Jahren sehr gut unterwegs sind und uns auch deshalb zu einer der innovativsten technischen und technologischen Regionen in Europa entwickelt haben. Dadurch haben wir natürlich auch wieder die Rückkopplung zur Wirtschaft, weil das ein Belegungsfaktor für die Wirtschaft ist." (Interview mit Wolfgang Hofmann, Linz 2005). In einem weiteren Interview kommt dies ebenfalls sehr gut zum Ausdruck: "Die Werbebranche in Oberösterreich, insbesondere die Linzer Werbebranche, ist die zweitstärkste Werbebranche in Österreich. Nach Wien ist in Linz die Werbeszene eine sehr gute Szene. Die Agenturen, Bewerber haben sich sehr gut entwickelt, das hat natürlich etwas mit dem

Wirtschaftsstandort Linz - Industrie zu tun. Da gibt es auch noch größere Aufträge, daher haben sich auch die Agenturen sehr positiv entwickeln können." (Interview mit Gernot Fellingner, Linz 2005).

Als Stärke im Bereich Arbeitsmarkt und Beschäftigungssituation wird vor allem das allgemein hohe GründerInnenpotenzial gesehen, zurückzuführen auf die bereits gesetzten Maßnahmen zur Aktivierung dieses Potenzials wie etwa die Gründungsberatungen der Wirtschaftskammer oder des Arbeitsmarktservices.

Als problematisch wird die Situation im engeren Bereich der Kunst und Kultur betrachtet, insbesondere die Beschäftigungssituation. Insbesondere fehlen geeignete Gegenmaßnahmen zur Vermeidung von prekären Arbeitsverhältnissen in diesem Bereich. So kommt es beispielsweise zum Ausstieg von vielen Personen mit Erfahrung aus diesem Feld ab einem Alter von 30 Jahren - wichtiges Kreativpotenzial geht verloren. Die verfügbaren Ressourcen sind größtenteils an die "Aufrechterhaltung des Not-Betriebs" gebunden, wie es im Strategie-Workshop formuliert wurde, nennenswerte Beschäftigungsimpulse (Regulär- und Normalarbeitsverhältnisse) werden dadurch nur selten erzielt.

Als Schwäche wird auch die mangelnde Verknüpfung der "GründerInnenszene" mit kunst(handwerklichen) Themen gesehen. In diesem Zusammenhang ist das Fehlen spezifischer GründerInnen- oder Innovationszentren für den kreativwirtschaftlichen Bereich zu nennen, die hier als Schaltstelle dienen könnten.

7.6.3 Bildung und Wissen

Als Stärke im Bereich "Bildung und Wissen" muss das vielfältige Angebot und Potenzial an Bildungs- und Forschungsstätten in der Stadtregion Linz angeführt werden. Von einschlägigen höheren (technischen) Bundeslehranstalten über den tertiären Bildungssektor (Johannes Kepler Universität, Kunstuniversität, Bruckneruniversität, Fachhochschule Hagenberg) bis hin zu außeruniversitären Ausbildungs- und Forschungsstätten wie etwa das Futurelab des Ars Electronica Centers reicht die Palette. (vgl. Kapitel 7.1) "Das Ausbildungsangebot ist mit der Kunstuniversität und der Johannes Kepler Universität auch eine wesentliche Stärke. Aber auch die Fachhochschulen sind nicht so weit weg von Linz, wie Hagenberg oder Steyr. Auch im Bereich der HTLs gibt es schon Spezialisierungen, auch bei den HLAs, die sich auf EDV, Internet, Marketing und Werbung spezialisieren." (Interview mit Thomas Denk, Linz 2005). Vor allem die Neuprofilierung der Kunstuniversität Linz wird von kreativwirtschaftlichen AkteurInnen immer wieder sehr positiv hervorgehoben.

Schwachpunkte können in der zu geringen Vernetzung zwischen den Bildungseinrichtungen und zwischen den Schnittstellen Wissenschaft - Kunst/Kultur - Wirtschaft ausgemacht werden. So wurde von mehreren InterviewpartnerInnen und TeilnehmerInnen am Strategie-Workshop der fehlende bzw. zu geringe Austausch der Studierenden zwischen den tertiären Bildungseinrichtungen (Johannes Kepler Universität Linz, Kunstuniversität Linz, Bruckneruniversität Linz, Katholisch-Theologische Universität Linz, Fachhochschule Hagenberg) als Defizit identifiziert.

Als wichtiger Nährboden für die Entwicklung von kreativem Potenzial fehlt es in der Stadtregion Linz auch an einem qualitativ hochwertigen Diskurs zwischen den Geistes-, Sozial- und Kulturwissenschaften (Stichwort Geisteswissenschaftliche Fakultät). Aufgrund der fehlenden Tradition (früher war die Stadtregion Linz geprägt durch ein landwirtschaftlich orientiertes Umfeld und einen industriellen Kern, die Johannes Kepler Universität wurde erst in den 1960er-Jahren gegründet) muss auch noch von einem Aufholbedarf für Linz in der Profilierung als Bildungs- und Wissensstadt gesprochen werden. In den letzten Jahren werden hier allerdings bereits verstärkte Anstrengungen unternommen, etwa durch den Bau des Wissensturms in Linz. (vgl. Kapitel 7.1.1)

7.6.4 Stadt- und Regionalplanung und öffentlicher Raum

Der öffentliche Raum in der Stadtregion Linz wird nach Meinung vieler kreativwirtschaftlicher ExpertInnen zu wenig für kreative Experimente genutzt. Es bestehen zu wenig Orte und Räume zum Wachsen und Reifen kreativen Potenzials. Durch rechtliche Rahmenbedingungen ist die Nutzung kreativer Spielräume stark eingeschränkt. Angeregt wird in diesem Schwächenbereich die Nutzung brachliegender Flächen und Räume zur Straßen- und Stadtteilbelegung, die Umwidmung von Freiflächen, die Nutzung unkonventioneller Möglichkeiten für Übungs- und Freizeitzwecke (z. B. Stollensysteme für künstlerisch-kreative Projekte) oder die Einrichtung von Ideenlabors in leeren öffentlichen Räumlichkeiten. Die Wahrnehmung kreativwirtschaftlicher AkteurInnen im öffentlichen Raum ist insbesondere in der Stadt Linz zu verbessern: hier fehlt eine Strategie des "Management of Creativity" und die Verortung der AkteurInnen (z. B. durch die Bildung von kreativen Quartieren). In der Stadt Linz wird außerdem Handlungsbedarf in den Stadtteilen gesehen, beispielsweise durch die Stadtteilentwicklung mit kunsthandwerklichen oder künstlerischen Themenschwerpunkten.

Allgemein kann als Schwäche angesehen werden, dass sich der "kreative" Aspekt aus der Stadt- und Regionalentwicklung verabschiedet hat. Kunst, Kultur und Kreativität spielen in den bestehenden Konzepten zumeist eine untergeordnete Rolle. (vgl. Kapitel 7.6.2) Auffällig ist hierbei auch der fehlende Austausch zwischen stadt- und regionalplanerischen Konzepten. So kannten die meisten InterviewpartnerInnen aus dem Kunst- und Kulturfeld die eher wirtschaftlich orientierten Entwicklungspläne und -programme in der Region nicht - umgekehrt war dies ebenso der Fall. Es fehlt somit an der Vernetzung bestehender Entwicklungskonzepte und -programme aus den Bereichen Kunst/Kultur, Wirtschaft und Wissenschaft und der Integration von Kreativwirtschaft in die Standortentwicklung.

Eine Stärke im Zusammenhang mit Kreativwirtschaft stellt in diesem Bereich die Offenheit der kulturellen und künstlerischen Szene, der Politik und der Wirtschaft für das Thema "Öffentlicher Raum" dar. Dies zeigt sich beispielsweise daran, dass dieses Thema sowohl in kulturellen Schwerpunktsetzungen (z. B. im Kulturentwicklungsplan der Stadt Linz) als auch bei punktuell statt findenden Kulturveranstaltungen und Kunstprojekten einen erkennbaren Stellenwert einnimmt (z. B. Linzer Klangwolke, LinzFest, Ars Electronica-Bespielungen am Linzer Hauptplatz, Transareale-Projekt am Gelände des ehemaligen Frachtenbahnhofs, ...).

7.6.5 Partizipation, Vernetzung und Kooperation

Als besondere Stärke in der Stadtregion Linz muss die Vernetzung der kleineren Kulturinitiativen und der Kunst- und Kulturschaffenden untereinander angesehen werden. Durch entsprechende Plattformen und Foren wie beispielsweise die Kulturplattform Oberösterreich wurde hier in den letzten Jahren wichtige Arbeit geleistet. Auch die Vernetzung der größeren Kulturinstitutionen untereinander (AEC, Lentos, Brucknerhaus, Kunstuniversität Linz, OK - Centrum für Gegenwartskunst, ...) und ihre projektiven Kooperationen mit Institutionen aus anderen Bereichen (z. B. Fachhochschule Hagenberg, Johannes Kepler Universität Linz, ...) werden in Interviews und Beiträgen immer wieder hervorgehoben: "Es gibt wenig Gräben in Linz - mit Ausnahme der Musiktheaterdiskussion. Aber es gibt wenig Gräben, die wichtigen Institutionen nicht miteinander überwinden können. Da ist noch weiteres Potenzial angelegt, zum Beispiel Lentos, OK, Landesmuseum. Da müsste sich noch mehr entwickeln können. Das ist ein Pluspunkt für Linz, dass eigentlich ein ganz gutes Klima vorhanden ist." (Interview mit Andrea van der Straeten, Linz 2005).

Für den kreativwirtschaftlichen Bereich ist die traditionell enge Vernetzung und Kooperation zwischen Kunst, Kultur und Wirtschaft in der Stadtregion Linz von besonderer Wichtigkeit. Dies betrifft in erster Linie die klassische Zusammenarbeit zwischen Kunst, Kultur und Wirtschaft: "Eine Stärke ist, dass die Kunst und Kultur immer wieder versucht, mit der Wirtschaft zusammenzuarbeiten. Durch Sponsoring oder Sachleistungen der Wirtschaft ergeben sich immer wieder Möglichkeiten, etwas zu erhalten, ohne dem man sonst etwas nicht machen könnte." (Interview mit Ulrike Böker, Linz 2005). In zweiter Linie sind hier die intensiveren Kooperationen zwischen Kunst, Kultur und Wirtschaft zu nennen, insbesondere zwischen Kunst und Industrie: "Eine besondere Stärke ist die Schnittstelle von Kunst, Industrie und Wirtschaft. Das ist in keiner Stadt so intensiv gelebt wie hier." (Interview mit Gerald Hanisch, Linz 2005) Strukturelle Verankerungen wie das Themennetzwerk "Design und Medien" in diesem Bereich werden als besonders wichtig erachtet.

Defizite werden eher im profitorientierten Bereich geortet, das heißt bei der Vernetzung der Klein- und Mittelunternehmen untereinander. Ebenfalls als Schwäche wird oftmals das Fehlen einer sektor- und disziplinenübergreifenden Vernetzungsstelle und Interessensvertretung zwischen privaten AkteurInnen (gewerbliche und freie Berufe), NGOs/NPOs und öffentlichen Einrichtungen im kreativwirtschaftlichen Bereich genannt. Aufgrund der Struktur dieses Bereichs (viele KMUs und Einzelpersonen) kann dies als große Herausforderung gesehen werden: "Eine Schwäche ist das Einzelkämpfertum in diesem Bereich, die vielen AlleinunternehmerInnen und die Anonymität der Großstadt, die es schwieriger macht, zu Kooperationen und Netzwerken zu kommen." (Interview mit Thomas Denk, Linz 2005) Ein augenfälliger Schwachpunkt zeigt sich in der fehlenden Vernetzung zwischen dem städtischen Kern und der Stadtregion von Linz. Weitere Schwächen: die zu geringe Vernetzung zwischen kreativwirtschaftlichen Bereichen und potenziell relevanten anderen Bereichen wie Tourismus, Sport oder Raumplanung, die ungenügende Initiierung und Koordination von überregional und international bedeutsamen Kooperationsprojekten und die zu geringen Impulse für die Etablierung von zeitgemäßen Austauschprogrammen (z. B. artists-in-residence, längerfristige Kooperationen zwischen KünstlerInnen und Unternehmen, ...).

7.6.6 Kommunikation, Vermittlung und Vermarktung

Als besondere Stärke im Bereich Kommunikation, Vermittlung und Vermarktung wird oftmals auf die Positionierung von Linz als Medienstadt verwiesen, bedingt vor allem durch das starke Image der Ars Electronica: "Der Bereich Neue Medien, was bekannt ist. Da ist Linz sicher über die Grenzen hinaus bekannt. Wobei ich mir da nicht beurteilen traue, ob die Aktualität noch gegeben ist, ob die noch immer am Stand der Zeit ist. [...] Das ist sicher ein Schwerpunkt für die Stadt Linz, wo sie auch nach außen hin profiliert ist." (Interview mit Josef Ecker, Linz 2005) Allgemein wird das Standortmarketing der Stadt Linz als Stärke eingeschätzt (Linz = moderner Industriestandort, Kulturstadt, Stadt für Neue Medien und Technologien). Zugleich wird an diesen beiden Punkten aber auch Kritik laut: "Gleichzeitig ist in der Stadt bei den digitalen Medien eine Schwäche vorhanden, weil der Mythos größer ist als die Realität. Die Kluft zwischen Mythos "Linz als Medienstadt" und der Realität ist groß. Ich glaube, dass Linz nahe dran ist, sich in eine ganz normale Stadt zu verwandeln. [...] prägen eine Marke, nämlich Linz als Medienstadt. Zu Beginn gibt es beträchtliche Anstrengungen. Natürlich gibt es Konkurrenz um solche Bereiche zwischen allen Städten, auch deutschen Städten. Die anderen Städte, die später angefangen haben, orientieren sich teilweise an Linz, holen auf und Linz klopft sich nach wie vor auf die Schulter und sagt: Wir sind da super. [...] Das führt ziemlich rasch dazu, dass der Vorsprung entweder schon eingeholt ist oder in den nächsten 5 bis 10 Jahren restlos eingeholt wird." (Interview mit Rainer Zendron, Linz 2005)

Als Schwäche wird mehrfach genannt, dass Projekte und Initiativen aus dem kreativwirtschaftlichen Bereich zu wenig präsent sind. Eine bessere Vermarktung der Bedeutung von Kreativwirtschaft, insbesondere von Kunst und Kultur, wird hier eingefordert. In diesem Zusammenhang wird auch die verstärkte Nutzung von Kultur und Kreativität durch den Tourismus angesprochen: "Linz-Tourismus nutzt das kulturelle Potenzial nicht, auch Tourismus Oberösterreich nicht. [...] Gerade für den Tourismus wäre der Kulturbereich ein Faktor, da Linz nicht so viel zu bieten hat wie Salzburg, Graz oder Wien. Da wäre eine Chance, sich als Stadt zu positionieren." (Interview mit Christine Schöpf, Linz 2005) Defizite werden auch in der Kommunikation über die bestehenden regionalen Verwaltungsgrenzen hinaus geortet, obwohl durch die bestehenden Regionalmanagements in den letzten Jahren Bewegung ersichtlich ist. Die zu geringe Abstimmung des regionalen Angebots (z. B. durch gemeinsame Veranstaltungskalender, Werbemöglichkeiten, ...) fällt in diesen Bereich.

Eine offensichtliche Schwäche der Stadtregion Linz stellt die eingeschränkte oberösterreichische Medienlandschaft dar: "Von der Medienlandschaft finde ich es auch eher schwach. Es ist eigentlich sehr klar aufgeteilt. Die Wahrnehmung überregionaler Medien in Oberösterreich und in Linz ist eher marginal. Es gibt natürlich den ORF-Ableger mit dem Landesstudio. Aber so, dass ich eine Medienlandschaft wie es Wien hat mit Stadtzeitungen etc., das krankt ein wenig. Das sehe ich auch ein bisschen als Schwäche." (Interview mit Gerda Forstner, Linz 2005) In einem anderen Interview: "Die Medienlandschaft, sie könnte ein bisschen vielfältiger sein, gerade im Printbereich, da gibt es relativ wenig Ausweichmöglichkeiten." (Interview mit Gernot Fellingner, Linz 2005)

Eine weitere Schwäche wird in der Kunst- und Kulturvermittlung verortet, insbesondere in Linz. In einem Interview wird dies besonders gut zum Ausdruck gebracht: "Ich glaube, eine Schwäche und zugleich ein unglaubliches Entwicklungspotenzial liegt in der Kulturvermittlung. Das muss auf ein ganz neues Niveau gehoben werden. Kultur für alle, wo ich ein Angebot liefere, das ich dann sehr stark mit Veranstaltungen, Abo-Schienen usw. bestücke. Das ist schon Standard, ohne dem geht es nicht. [...] Das wird einfach alles beeinflussen. Wenn ich mich immer mehr mit solchen Zukunftsvisionen auseinandersetze, muss ich gleichzeitig diese Vermittlungsschiene stärken. Ich kann nicht einmal noch von Zugängen reden, wenn ich das, mit dem ich mich auseinandersetze, nicht mehr vermitteln kann. Das ist eine Schwäche." (Interview mit Gerda Forstner, Linz 2005)

7.6.7 Kreatives Umfeld

Das breite kulturelle Angebot in der Stadtregion Linz wird von beinahe allen kreativwirtschaftlichen AkteurInnen als besondere Stärke hervorgehoben, insbesondere die starke und vitale Freie Szene, die zum unverwechselbaren Charakter der Stadt(region) Linz beiträgt. Ein Pluspunkt stellt in diesem Zusammenhang die starke Einbeziehung der regionalen und lokalen AkteurInnen aus dem Kunst- und Kulturfeld in die kulturelle Entwicklung (z. B. Kulturentwicklungsplan der Stadt Linz, Stadtkulturbeirat, Landeskulturbeirat, ...) und in kulturelle Projekte (z. B. LinzFest) ein. Dies stellt mit Sicherheit eine Motivation für kreativ Tätige im Kunst- und Kulturfeld und eine besondere Stärke der Stadt(region) dar: "[...] die hohe Anzahl der Leute, die sich nach wie vor mit Kunst und Kultur auseinandersetzen und auch Projekte machen." (Interview mit Ulrike Böker, Ottensheim 2005)

Eine wichtige Stärke im kreativen Umfeld ergibt sich durch die prinzipielle Offenheit von Politik und Bevölkerung gegenüber kulturellen und künstlerischen Aktivitäten: "Die Stärke ist, dass eine Offenheit für viele Dinge, die geschaffen worden sind, besteht." (Interview mit Ambros Pree, Linz 2005) Diese Offenheit und Neugierde bezieht sich durchaus auch auf Neues: "Das Selbstverständnis in der Bevölkerung ist ein durchaus aufgeschlossenes und positives. Das Konsumverhalten ist [...] beim frei verfügbarem Einkommen tendenziell hoch. Auch tendenziell Unbekanntes und Neues wird akzeptiert und nachgefragt." (Interview mit Franz Mittmannsgruber, Linz 2005) Nicht zuletzt zeigt sich diese Offenheit anhand der bislang breiten Zustimmung in Politik, Öffentlichkeit und von den kreativen AkteurInnen zum Projekt "Europäische Kulturhauptstadt 2009". In einem weiteren Interview kommt ein weiterer wichtiger Aspekt hinzu: "Es gibt eine große Offenheit zu neuen Ansätzen, vor allem in Linz. Es gibt Offenheit in der Politik und in der Bevölkerung. Linz hat da keine Geschichte. In Salzburg haben sie es schwieriger, die haben Mozart, ob sie es wollen oder nicht. Linz ist wenig belastet von der Geschichte, das ist der Vorteil." (Interview mit Christine Schöpf, Linz 2005) Die fehlende Tradition in Kunst und Kultur in der Stadtregion Linz kann in diesem Zusammenhang ebenfalls als Stärke gesehen werden: "Tradition kann natürlich für die Kreativität ein Hemmnis sein. Daher sehe ich da die Stärke für uns. Dass wir uns im Kreativitätsbereich leichter und besser und fern ab von Restriktionen oder Korsetten einer Tradition entwickeln können, als das bei anderen Städten der Fall ist." (Interview mit Wolfgang Hofmann, Linz 2005)

Bei den Schwächen im kreativen Umfeld muss die teilweise mangelnde Unterstützung kreativer Kernpotenziale angeführt werden. Nachhaltigkeit braucht Substanz und im Bereich der Freien Szene und verwandten Bereichen werden kaum nachhaltige Strukturen unterstützt. Übrigens wird dies auch als besondere Gefahr für das zuvor angeführte Projekt "Europäische Kulturhauptstadtjahr 2009" gesehen, d. h. die Entwicklung über das Jahr 2009 hinaus. Dies führt zum brain drain von kreativem Potenzial in diesen Bereichen. Eine mehrfach genannte Schwäche, wohl ausgelöst durch ein aktuelles Ereignis, stellt der öffentliche Umgang der Politik mit leitendem Kulturpersonal dar und die damit einhergehende Verflachung einer inhaltlichen Diskussion über die Qualität von Kunst und Kultur.

7.6.8 Weitere Stärken und Schwächen

In einzelnen Interviews wurde noch eine Reihe an weiteren Stärken und Schwächen wiedergegeben, die aufgrund ihrer ungenügenden Verdichtung durch Aussagen aus anderen Interviews, Ergebnisse aus dem Strategie-Workshop und Analysen aus sonstigem relevanten Material (Studien, Berichte, Leitbilder und Entwicklungspläne, ...) eher als Einzelaussagen gewertet werden müssen. Nichtsdestotrotz liefern sie wichtige Einblicke in die Situation der Kreativwirtschaft in der Stadtregion Linz, zumal hinter jeder der Aussagen wichtige kreativwirtschaftliche AkteurInnen stehen. Aus diesem Grund, auch im Sinne einer Anregung, finden sich auf den folgenden Seiten einige Interview-Ausschnitte zu den Stärken und Schwächen der Kreativwirtschaft in der Stadtregion Linz. Weitere einzelne Stärken und Schwächen finden sich darüber hinaus in der Dokumentation des Strategie-Workshops (u. a. zum Zukunftsthema Kulturhauptstadt 2009, das hier nicht angeführt wurde, da der Strategie-Workshop).

Als Stärken der Kreativwirtschaft in der Stadtregion Linz bzw. der Stadt Linz wurden unter anderem genannt:

- "Ich glaube, in dem Moment, in dem Linz sagt, sie ist keine Hacklerstadt mehr, gehe ich weg von Linz, denn möglicherweise ist genau das die Stärke. [...] Dass Linz eben sehr breit gefächert ist, dass Linz eben nicht nur Medienstadt ist." (Interview mit Tina Auer, Linz 2005)
- "Als Stärke sehe ich immer mehr auch die visuelle Mediengestaltung. Von der kommerziell professionellen Filmproduktion eher weniger, eher so im künstlerisch experimentellen Bereich. [...] überhaupt auch von den experimentelleren Zugängen und dem Auseinandersetzen mit Themen in fast allen künstlerischen Sparten, speziell im Theater und in der Musik, Tanz immer mehr." (Interview mit Gerda Forstner, Linz 2005)
- "Wo ich eine Stärke finde, ist die Diskursebene, das heißt eine kunst- und kulturtheoretische Auseinandersetzung mit Themen, wo eigentlich ausschließlich Input kommt von der Freien Szene, weil andererseits denke ich mir schon, eine geisteswissenschaftliche Fakultät sehr fehlend ist. Es gibt zwar überall, glaube ich, einen Philosophielehrstuhl, an jeder Universität. Aber trotzdem, so einen richtigen Drive gibt es da auch von den universitären Ausbildungsstätten nicht. Aber es ist überall ein bisschen dabei. Da habe ich das Gefühl, da kommt der meiste Input von freien Initiativen. Das ist eine Stärke." (Interview mit Gerda Forstner, Linz 2005)

- "Tradition hat Linz auf jeden Fall auch mit der sogenannten Stadtteilarbeit, jetzt immer mehr Gemeinwesenarbeit, wo sich dann schon mehr vernetzt, kulturell agierende mit sozialen Initiativen. In Linz baut sich auch ein bisschen etwas auf in Richtung Plattform Gemeinwesenarbeit, da geht das alles ein wenig von Linz aus. Das kann auch Thema sein, wo das etwas in die Leitlinie "Kultur für alle" schlägt." (Interview mit Gerda Forstner, Linz 2005)
- "Wenn ich mir anschau, Unternehmensberater, IT-Branche, die Situation in Linz und Oberösterreich, auch da hat die Unternehmensberaterbranche eine sehr positive Entwicklung. Es gibt durchaus Berater, die sich zu international agierenden Consulting-Unternehmen entwickelt haben. Im IT-Bereich sind wir sehr gut unterwegs. Da gibt es Firmen, die international unterwegs sind und zumindest Österreich und das nahe Ausland betreuen, Fabasoft als Beispiel. Es gibt auch noch genügend andere, die im Stillen gute Leistungen vollbringen." (Interview mit Gernot Fellingner, Linz 2005)
- "Wir sind nicht schlecht bestellt mit den Privat-Radios, mit dem Privat-Rundfunk, da ist eine sehr dynamische Entwicklung. ORF-Landesstudio Oberösterreich ist genauso auch Mitglied unserer Gruppe. Da ist ein guter Konkurrenzkampf. Vor Jahren hat es da noch Anfeindungen gegen, da hat man nicht einmal miteinander gesprochen und jetzt ist der öffentlich-rechtliche mit dem privaten Rundfunk- und TV-Anstalten-Bereich durchaus zumindest auf einem Tisch zu bringen, durch diverse Maßnahmen. [...] wir haben zum Beispiel eine Plattform gegründet, wo die acht wichtigsten oberösterreichischen Medien drinnen sitzen, um gemeinsam mit der oberösterreichischen Werbewirtschaft Dinge zu promoten, zu positionieren, zu veröffentlichen, voranzutreiben. Das soll den Sinn haben, das Potenzial an Werbeleistung in Oberösterreich zu kommunizieren. Das ist ein Ansatz, wo wir versuchen, diese Kreativszene, da meine ich die Werbeszene in erster Linie, zu positionieren." (Interview mit Gernot Fellingner, Linz 2005)
- "Eine Stärke ist natürlich, die sich sowohl in der Region als auch überregional auswirkt, dass man rechtzeitig reagiert hat, hier im Raum Linz und erkannt hat, wie wichtig die Software ist, dass also auch Institutionen hier geschaffen wurden, wie das Softwarekompetenzcenter Hagenberg auf der einen Seite und natürlich die Fachhochschule mit einem Lehrgang für Software-Engineering auf der anderen Seite, was den Betrieben sehr viel bringt und man sieht das auch schon." (Interview mit Gustav Pomberger, Linz 2005)
- "Was mehr gewachsen ist, das ist der Theaterbereich, die darstellende Kunst." (Interview mit Josef Ecker, Linz 2005)
- "Die besonderen Stärken sind auf jeden Fall in der Freien Szene zu sehen, die sehr lebendig ist. Dort gibt es sehr viele Leute, die hart arbeiten. Linz und auch ganz Oberösterreich hat eine der lebendigsten Initiativenszenen. Aber auch Sachen wie das Lentos oder die Idee, Linz zur Kulturhauptstadt werden zu lassen, zeugen von einem Klima, das grundsätzlich der Kunst und Kultur aufgeschlossen ist." (Interview mit Manfred Berghammer, Linz 2005)
- "Die besondere Stärke ist potenziell, dass der dynamische Anteil am Diskurs und an der Kunstproduktion nicht institutionalisiert ist." (Interview mit Rainer Zendron, Linz 2005)

- "Eine Stärke ist das Tech-Center, das ist das größte Technologiezentrum dieser Art, wo sich viel tut und Kooperationen entstehen." (Interview mit Thomas Denk, Linz 2005)
- "Die technische Infrastruktur ist auch eine Stärke: Breitband. In Linz haben wir eigentlich eine Vollversorgung." (Interview mit Thomas Denk, Linz 2005)
- "Es gibt sicher ein gutes Buchangebot in Linz." (Interview mit Thomas Wolfmayr, Linz 2005)
- "Druckereien bieten eine breite Vielfalt." (Interview mit Thomas Wolfmayr, Linz 2005)
- "Technische Büros finde ich auch alle Arten. Es gibt ein breites Angebot an Unternehmen für den Konsumenten oder für den Unternehmer, im Sinne des technischen Büros." (Interview mit Thomas Wolfmayr, Linz 2005)

Einen Auszug aus den genannten Schwächen der Kreativwirtschaft in der Stadtregion Linz bzw. der Stadt Linz liefern folgende Interview-Ausschnitte:

- "Wir haben einen hohen Anteil an Pendlern in der Region, die nehmen unmögliche Strapazen auf sich, um sich ihr Privatleben leisten zu können und ihre Existenz sichern zu können. Menschen müssen bis zu 80 Kilometer pendeln, das belastet, macht unzufrieden und nimmt einem die letzte Substanz, in der Freizeit dann noch die Muse und den Mut zu haben, nicht nur zu konsumieren, sondern sich noch Gedanken zu machen, an seiner eigenen Entwicklung und Veränderung zu arbeiten." (Interview mit Roman Scheuchenecker, Pregarten 2005)
- "Ein Problem ist der Wettbewerb durch sogenannte häusliche Nebenbeschäftigung außerhalb jeglicher Steuer und Sozialversicherung. Die betreiben die Dienstleistungen als Hobby zu Preisen an, von denen offizielle Betriebe nicht leben können." (Interview mit Bernhard Eckmayr, Linz 2005)
- "Die Herausforderung ist fachlich qualifiziertes Personal. Insgesamt steckt man österreichweit in den Anfängen bei Veranstaltungstechnikern. Da gibt es zwar mittlerweile einen Lehrberuf und eine Ausbildung im Bereich Bühnenfachkräfte. In der Praxis ist die Zahl der Ausgebildeten und Ausbildungsmöglichkeiten beschränkt. Im kommerziellen Bereich, z. B. Lehrberuf Veranstaltungskaufmann, schaut es finsterner aus. Wir hoffen, zumindest in ein paar Jahren den Lehrberuf zu installieren und zu etablieren. Im Bereich zwischen der dualen Berufsausbildung und Universitätsausbildung gibt es gerade in Linz einiges, z. B. Tourismusmanagement-Lehrgang an der JKU Linz mit dem MBA-Aufbaumodul. [...] Mit Autodidakten alleine ist es halt relativ schwer, das auf die Reihe zu bekommen." (Interview mit Franz Mittmannsgruber, Linz 2005)
- "Wenig Stärken sehe ich in Linz bei der Mode, das ist wenig Thema in Linz. Da gibt es andere Regionen, wo das mehr Thema ist, also der Textilbereich, so mein Gefühl. [...] Dieser Bekleidungsbereich." (Interview mit Gerda Forstner, Linz 2005)

- "Die Schwäche ist die klein- und kleinstbetriebliche Struktur. Das ist aber so in der Verbewirtschaft, bei den Unternehmensberatern und in der IT-Branche. Das Kernproblem, wenn man es internationaler sieht: Mein Unternehmen braucht eine gewisse Größenordnung, um auch an gute, größere Aufträge heranzukommen. [...] ein Ansatz ist sicherlich Networking, Arbeitsgemeinschaften, zusammen zu arbeiten. Da gibt es einen enormen Nachholbedarf. Da sind die Unternehmer noch nicht so weit, Ausnahmen abgesehen, noch nicht bereit, zusammen zu arbeiten, mit unmittelbaren Mitbewerbern." (Interview mit Gernot Fellingner, Linz 2005)
- "Im Kunsthandwerk gibt es so etwas nicht. Kunsthandwerk ist etwas sehr indifferentes. Ich wüsste nichts, wo ich sage, dass wäre typisch für Linz, als Kunsthandwerksprodukt. Da ist nichts wirklich da. Wenn ich mich in die Situation der Stadt Linz versetzen würde, müsste ich sagen, auch auf Grund der völligen Inhomogenität, welche die Kunsthandwerker an den Tag legen, weil jeder produziert etwas ganz anderes: Macht mir einen Vorschlag, ich mache einen Kreativwettbewerb, wo ich alle Kunsthandwerker einlade, einen Vorschlag zu machen, für ein Linztypisches Kunsthandwerksprodukt, dass ich dann promote. Das wäre durchaus eine gute Idee und daraus etwas herauszufiltern, wo ich sage, da gibt es mehrere, die das machen können. So wie bei der Linzer Torte." (Interview mit Heinrich Mayr, Linz 2005)

8. Beispiele für kreativwirtschaftliche Plattformen, Netzwerke und Maßnahmen

8.1 creativ wirtschaft austria

8.1.1 Hintergrund und Ziele

"creativ wirtschaft austria" ist eine von der Wirtschaftskammer Österreich im November 2002 gegründete Arbeitsgemeinschaft. Sie soll dazu beitragen, Österreich als Kreativstandort zu etablieren, seine Wettbewerbsfähigkeit und sein Image zu verbessern. Den im Kreativwirtschaftsbereich tätigen AkteurInnen, Unternehmen und Institutionen, vor allem auch jenen, die nicht in der Wirtschaftskammer organisiert sind, soll damit eine Plattform geboten werden. Zu den Mitgliedern zählen mittlerweile die Wirtschaftskammern, das Museumsquartier in Wien, der ORF, die Außenwirtschaftsorganisation, die Junge Wirtschaft, manche Fachverbände und Fachgruppen der Wirtschaftskammer-Organisation, DesignerInnen, ArchitektInnen, Werbeagenturen und verschiedene kreativwirtschaftliche Unternehmen.

8.1.2 Tätigkeitsfelder und Maßnahmen

Die "creativ wirtschaft austria" fungiert als Anlauf-, Beratungs-, Informations-, und Interessenvertretungsstelle. Sie betreibt Öffentlichkeitsarbeit zur Bewusstseinsbildung, zeigt good- und best-practices auf, stellt Daten zur Verfügung, bemüht sich um die Verbesserung der Rahmenbedingungen und Bildungsmaßnahmen, fördert Kooperationen und Networking und unterstützt Neugründungen im Kreativwirtschaftsbereich. Die Mitglieder haben die Möglichkeit, mitzugestalten, Ideen einzubringen bzw. aufzugreifen und neue Kontakte und Kooperation zu knüpfen.

8.1.3 AkteurInnen

Der Geschäftsführer von "creativ wirtschaft austria", Dipl.-Ing. Christian Atzmüller, ist auch als Geschäftsführer der arge "iP ImpulsProgramm Kreativwirtschaft" und als Mitarbeiter der Stabsabteilung Wirtschaftspolitik der Wirtschaftskammer Österreich tätig. Vorsitzende der Arbeitsgemeinschaft ist Carina Felzmann, Nationalratsabgeordnete und ehemalige Vizepräsidentin der Wirtschaftskammer Wien sowie Inhaberin der PR-Agentur "Cox-Orange". Stellvertretende Vorsitzende sind Mag^a. Anja Hasenlechner, der auch das Unternehmen "ArtConsult" gehört und Dipl. oec. Selma Prodanovic, Inhaberin von "Brainswork - Ideas in progress", weiteres Mitglied ist Dr. Reinhold Mitterlehner ist Generalsekretär-Stellvertreter der Wirtschaftskammer Österreich.

8.2 Kreativwirtschaft Salzburg

8.2.1 Hintergrund und Ziele

Das ICCM (International Center for Culture & Management) arbeitete 2004 zum Thema "Kreativwirtschaft in Salzburg". Die Ergebnisse der Arbeit entstanden in Zusammenarbeit mit zentralen AkteurInnen der Kreativwirtschaft (Sony, Porsche, Kiska etc.) und bieten einen bedeutsamen Impuls für anlaufende Diskussionen über Kreativwirtschaft in Salzburg. Sie stellen dar, dass "die Verbindung von kultureller Kreativität mit Wirtschaft und Technologie einen wesentlichen Beitrag zur wirtschaftlichen Entwicklung einer Region leistet".²³⁵ Die Resultate werden auch den wirtschaftspolitischen Arbeitsschwerpunkt der Landesregierung Salzburg maßgeblich beeinflussen. Die Stadt Salzburg setzt sich nun mit vorhandenen Kompetenzen im Kulturbereich, den Möglichkeiten diese zu optimieren und zusammenzuführen, potenziellen Vernetzungen und Synergieeffekten zwischen Kultur, Wirtschaft, Wissenschaft und Forschung sowie zukunftsorientierten Förderungs- und Investitionsvarianten auseinander.

8.2.2 Tätigkeitsfelder und Maßnahmen

8.2.2.1 Kreativwirtschaftsakademie

Die Kreativwirtschaftsakademie dient der Salzburger Kreativwirtschaft sowohl als Kompetenzzentrum als auch als Plattform für Zusammenarbeit. Dadurch soll ein dichtes Netzwerk von kreativwirtschaftlichen AkteurInnen geschaffen werden. Als Orientierung dient das Knowledge Center des "Creative Business Networks London": "Die Akademie soll den bereits begonnenen bottom-up Prozess weiterführen, indem sie die Teilnehmer des Think Tanks aktiv mit einbezieht und übernimmt die Funktion eines Bindegliedes zwischen allen Stakeholdern".²³⁶ Zu den Aufgabenbereichen der Kreativwirtschaftsakademie zählen Beratung, Weiterbildung durch Vorträge, Workshops und Seminare, Zusammenarbeit und Vernetzung der zentralen Ausbildungsinstitute der Stadt Salzburg und die Vermittlerfunktion zwischen Auszubildenden und den Betrieben in der Kreativwirtschaft.

Das "leadership-Programm" des ICCM und der University of Salzburg Business School ist europaweit das einzige MBA-Studium mit dem Fokus auf Creative Industries. MA- und MAS-AbsolventInnen haben nun die Möglichkeit, den Titel "Master of Business Administration in International Arts Management" im Rahmen dieses Aufbau-MBA-Semesters zu erwerben.

²³⁵ Tröger-Gordon 2005

²³⁶ Salzburg Management GmbH 2004

8.2.2.2 Vortragsreihe

Eine Vortragsreihe zum Thema Kreativwirtschaft wendet sich vor allem an Wirtschaftstreibende und MedienvertreterInnen aber auch an InteressentInnen der breiteren Öffentlichkeit. Vortragen sollen ForschungsexpertInnen der Kreativwirtschaft und AkteurInnen herausragender kreativwirtschaftlicher Betriebe. Ziel ist es, eine Plattform für Gedankenaustausch zu schaffen, eine Diskussion über Kreativwirtschaft und die Vernetzung der Wirtschaft mit Kreativunternehmen anzuregen.

8.2.2.3 Creative Map

Die Creative Map, die in gedruckter Form und über Internetdatenbank erhältlich ist, zeigt die Standorte der Kreativwirtschaftsunternehmen in der Stadt und im Land Salzburg auf.

8.2.2.4 Creative Days Salzburg

Die Creative Days sind ein Festival, bei dem kreativwirtschaftliche Unternehmen der Stadt ihre Türen öffnen und die Möglichkeit haben ihre Arbeit zu präsentieren. Die teilnehmenden Betriebe sind mittels Banner oder Fahne markiert und in der für diesen Anlass erstellten Creative Map eingetragen, sodass sich InteressentInnen einen Ein- und Überblick über die Tätigkeit der im Kreativwirtschaftsfeld tätigen Unternehmen in der Stadtregion machen können. Ansprechen möchte man sowohl die breite Öffentlichkeit als auch potenzielle KundInnen und PartnerInnen. Zusätzlich finden einige Veranstaltungen wie Eröffnungs- und Abschlussfest, Vorträge, Präsentationen, Kreativforum und Diskussionsrunden sowie eine offizielle Pressekonferenz des Festivals statt. Die Creative Days wurden nach dem Vorbild der Designers Days, wie sie in München (hier Designparcours genannt), Berlin (Designmai) oder London (London Design Festival) stattfinden, kreiert.

8.2.2.5 Website Kreativwirtschaft in Salzburg

Die Website dient als Informationsmedium und als Austauschplattform. Abrufbar sind allgemeine Daten und Informationen zur Wirtschaftsregion Salzburg, zum gegenwärtigen Forschungsstand und Veranstaltungen.

8.2.2.6 Salzburg Culture Forum

Seit 25. Juli 2005 arbeiten im Rahmen des Salzburger Kultur Forums zwanzig "Leaders-Of The-Next-Generation" aus Europa, Zentralasien und Afrika mit Dennis Rich, Cameron Taylor and Herwig Pöschl am Design und Management ihrer Projekte.

8.2.2.7 Verein "creative Salzburg"

Als Spin Off gründete das ICCM den Verein "creative Salzburg". Mittlerweile sind die ersten konkreten Projekte im Entwicklungsstadium.

8.2.3 AkteurInnen

Der Vorstand des ICCM setzt sich aus Professor Herwig Pöschl, Drⁱⁿ phil. Ursula Maier-Rabler, Dr. Kurt Kaindl und Dr. Michael Bauer zusammen. Professor Herwig Pöschl hat das ICCM gegründet. Er ist Direktor des ICCM und Leiter des "Culture and Management Departments". Drⁱⁿ phil. Ursula Maier-Rabler ist als Assistenzprofessorin am Institut für Kommunikation der Universität Salzburg und als "joint director of the Center of Excellence in Information and Communication Technologies & Society" (ICT&S) tätig. Dr. Kurt Kaindl ist Gründer der "Galerie Fotohof" und Dr. Michael Bauer ist Anwalt.

8.3 Zentrum für Kreativwirtschaft Burgenland

8.3.1 Hintergrund und Ziele

2002 wurde die Studie "Der Kultursektor im Burgenland 2000" präsentiert. Sie war österreichweit die erste Studie dieser Art, rückte die burgenländische Kreativwirtschaft ins öffentliche Bewusstsein und lieferte fundiertes Datenmaterial zu bedeutsamen Wachstums- und Beschäftigungssegmenten. (vgl. Kapitel 5.3.3) Auf Initiative der Kulturabteilung folgten der Studie zwei Regionalkonferenzen und eine Zukunftswerkstatt mit KreativunternehmerInnen, um Ideen zu sammeln, Bedürfnisse abzuklären und gemeinsame Entwicklungsstrategien zu erarbeiten. Daraufhin wurde im Juni 2003 das "Zentrum für Kreativwirtschaft" gegründet. Es ist im Regionalmanagement Burgenland (RMB) angesiedelt. Ziel des Zentrums ist die Verknüpfung zwischen Kreativwirtschaft und den traditionellen Wirtschaftsbereichen, sowie eine gegenseitige Bereicherung. Durch die Förderung und Vernetzung soll sich der Wirtschaftsstandort Burgenland national und international abheben.

8.3.2 Tätigkeitsfelder und Maßnahmen

Das Zentrum versteht sich als Vernetzungs-, Service-, Beratungs- und Betreuungsstelle für Unternehmen, Institutionen und Einzelpersonen. Zu den Tätigkeitsfeldern zählen das Strukturieren und Organisieren von Maßnahmen zur Aufqualifizierung von Unternehmen im Kultur-Wirtschaftsbereich sowie kulturwirtschaftliches Standortmarketing und Öffentlichkeitsarbeit. Im Juli 2003 wurde das Kuratorium zur Förderung der Kreativwirtschaft im Burgenland vom Land Burgenland, der Wirtschaftskammer Burgenland, der Arbeiterkammer Burgenland, dem Landesverband Burgenland Tourismus, der Wirtschaftservice Burgenland AG (WiBAG) und Regionalmanagement Burgenland (RMB) geschaffen. Zu den Tätigkeitsfeldern zählen einerseits Bewusstseinsbildung und Lobbying, andererseits die Suche nach möglichen Förderschienen.

8.3.3 AkteurInnen

Dietmar Baurecht fungiert als Kontaktperson im Bereich der Kreativwirtschaft Burgenland.

8.4 departure: Creative Industries in Wien

8.4.1 Hintergrund und Ziele

"departure" wurde von der Stadt Wien 2003 als Tochterunternehmen des Wiener Wirtschaftsförderungsfonds (WWFF) gegründet. Grundlage dafür waren Arbeiten des Zentrums für Innovation und Technologie GmbH (ZIT) und der Technologieagentur der Stadt Wien, welche 2002 und 2003 durchgeführt wurden. "departure" arbeitet an der Schnittstelle zwischen Kunst/Kultur und Wirtschaft als Wirtschaftsförderungs- und Servicestelle für in Wien angesiedelte Unternehmen der Creative Industries, hauptsächlich aus den Bereichen Mode, Multimedia, Musik und Produkt- bzw. Industriedesign. Ziel ist die Integration von kulturellem Schaffen in das Wirtschaftsgeschehen der Stadt Wien. Für die Jahre 2004 und 2005 stehen dafür insgesamt 7 Millionen Euro aus dem Wirtschaftsförderungsbudget der Stadt Wien zur Verfügung.

8.4.2 Tätigkeitsfelder und Maßnahmen

Zielgruppe sind kreativ tätige Menschen, die ihre Einfälle, Innovationen und Schöpfungen auch wirtschaftlich nutzen, etablieren und als Produkte oder Dienstleistungen anbieten wollen. In Wien arbeiten mit rund 100.000 Personen ca. 14 Prozent der Wiener Beschäftigten im Bereich der Creative Industries. Der Tätigkeitsbereich von "departure" umfasst einerseits die Unterstützung dieser Unternehmen durch die Entwicklung und Vergabe branchenadäquater Förderungen, durch Initiativen zur Verbesserung der nationalen und internationalen Wettbewerbsfähigkeit und die Suche und Öffnung neuer "Business Opportunities", andererseits Vernetzungstätigkeiten für eine bessere Kooperation innerhalb der Creative Industries und zur Vermittlung zwischen Wirtschaftsunternehmen und kreativ Schaffenden.

Auf der Grundlage der am 1. Juli 2004 im Wiener Gemeinderat beschlossenen Förderrichtlinie vergibt "departure" sowohl Förderungen für die Entwicklung von kreativen Produkten und Dienstleistungen als auch für deren Vermarktung, wie beispielsweise das Programm "dSign Up!". Für das Förderprogramm "F.0401" mit einer maximalen Förderquote von 60 Prozent können das ganze Jahr über Anträge eingereicht werden. Außerdem kann "departure" mindestens einmal pro Jahr einen themenspezifischen Call, das sind Förderungen mit zeitlich begrenzten Einreichfristen, durchführen. Die maximale Förderquote der Calls beträgt 70 Prozent. Die Beurteilung der Projekte erfolgt durch eine Jury.

8.4.3 AkteurInnen

Die Geschäftsführung setzt sich aus Norbert Kettner und Mag^a Edeltraud Stiftinger sowie dem Assistenten der Geschäftsführung Jean-Pierre Bednar zusammen. Mag^a Claudia Wiegele ist mit der kaufmännischen Leitung betraut und Mag^a (FH) Sabine Hirschl ist für die kaufmännische Assistenz verantwortlich. Mag. Heinz Wolf ist für die Leitung von Produktion, Organisation und Events zuständig.

8.5 iP ImpulsProgramm creativwirtschaft

8.5.1 Hintergrund und Ziele

Die Basis des "iP ImpulsProgramm creativwirtschaft", welches als Teil einer nationalen Strategie für die Kreativwirtschaft zu verstehen ist, bildet ein Beschluss des Stiftungsrates der Nationalstiftung für Forschung, Technologie und Entwicklung vom 24. Juni 2004, welcher eine Bündelung, Unterstützung und Vernetzung der existierenden Stärken der Kreativwirtschaft und der traditionellen Branchen vorsieht. Zentrales Moment der "iP ImpulsProgramm creativwirtschaft" ist die "iP-Förderung", mit der innovative unternehmerische Projekte aus den Bereichen Musik, Multimedia und Design, welche es bei ihren Produkten oder Dienstleistungen auf eine Wertschöpfung anlegen, monetär unterstützt werden. Diese Förderung wird durch Programme mit zeitlich begrenzten Einreichfristen vergeben. Die zu unterstützenden Projekte werden von einer internationalen Jury ausgewählt. Zusätzlich werden bewusstseinsbildende Angebote und Ausbildungsmaßnahmen durchgeführt.

Ziel des "iP ImpulsProgramm creativwirtschaft" ist die Förderung des Kreativstandorts Österreich durch den Ausbau des Innovationspotenzials und der Wettbewerbsfähigkeit von Kreativwirtschaftsunternehmen. Dies soll einerseits durch die Steigerung der Anzahl an Kreativwirtschaftsunternehmen und der Arbeitsplätze sowie der österreichischen Wertschöpfung in den Kreativbranchen, andererseits durch die Initiierung von Kooperationen zwischen Kreativwirtschaftsunternehmen untereinander sowie mit der "traditionellen" Wirtschaft und im internationalen Umfeld geschehen. Die ARGE "iP ImpulsProgramm creativwirtschaft" wird von der "Austria Wirtschaftsservice GmbH" (aws) und der "arge creativ wirtschaft austria" getragen und ist im Museumsquartier in Wien angesiedelt. Es existiert eine nachhaltige Zusammenarbeit mit den Wirtschaftskammern, den Wirtschaftsförderungsinstituten, dem Berufsverband der Designer, der Designstiftung, dem mica (music information center austria), dem departure, den Förderinstitutionen der Bundesländer und vielen anderen Personen und Einrichtungen der Kreativwirtschaft.

8.5.2 Tätigkeitsfelder und Maßnahmen

Das iP-Büro stellt eine zentrale Anlaufstelle mit Beratungs- und Informationsfunktion für FörderansucherInnen dar und dient der Vernetzung der Partnerinstitutionen mit der Organisation der Calls und Auswahlverfahren. Im ersten Call (Dezember 2004/Jänner 2005) wurden die drei Bereiche Multimedia (Smart Interfaces und Augmented Reality), Musik (Neue musikbezogene Dienstleistungen/Produkte) und Design (Design & Technologie) österreichweit ausgeschrieben. Aus über 315 Einreichungen wurden 24 Projekte ausgewählt, die mit insgesamt 2,1 Mio. Euro gefördert wurden. Für den zweiten Call (Dezember 2005/Jänner 2006) wurden 2,7 Mio. Euro zur Verfügung gestellt.

8.5.3 AkteurInnen

Die Geschäftsführung obliegt Drⁱⁿ Sonja Hammerschmid und DI Christian Atzmüller.

8.6 Initiative Kreativwirtschaft Tirol

8.6.1 Ziele

Die "Initiative Kreativwirtschaft Tirol" soll zur Bewusstseinsbildung und Imagestärkung der Kreativwirtschaft und zur Etablierung als Kreativstandort beitragen. Ziel ist des weiteren die Verbesserung der Rahmenbedingungen und die Förderung von Kooperationen der Kreativbetriebe.

8.6.2 Tätigkeitsfelder und Maßnahmen

Zur öffentlichen Bewusstseinsbildung und Demonstration von Praxisbeispielen soll die Gestaltung eines "Tiroler Kreativwirtschaftstages" dienen. Mittels zeitlich beschränkter Ausschreibungen (Calls) sollen innovative Kreativprojekte gefördert und durch die Entwicklung einer Tiroler Plattform Vernetzungs- und Kooperationsprojekte unterstützt werden. Diese Plattform soll an der Initiative "Creative Wirtschaft Austria" teilhaben und ein Tiroler "Zentrum für Kreativwirtschaft" gründen. An der Umsetzung der geplanten Maßnahmen beteiligen sich das Land Tirol, die Tiroler Zukunftsstiftung, die Wirtschaftskammer und interessierte Unternehmen.

8.6.3 Probleme der Tiroler Kreativwirtschaft

Während der Kreativbereich in Tirol vor 1996 stark wuchs, wird in den letzten Jahren nur mehr geringes Wachstum wahrgenommen. Laut dem im Jänner 2005 veröffentlichten Tiroler Bericht zur Kreativwirtschaft (vgl. Kapitel 5.3.4) schrumpft die Kreativwirtschaft Tirols wieder, obwohl gut ein Drittel der kreativwirtschaftlichen Betriebe ein wirtschaftliches Wachstum verzeichnen können. Die Studie der Wirtschafts- und Arbeitsforschung West am Zukunftszentrum Tirol kommt zu dem Ergebnis, dass Tirols Kreativwirtschaft in den letzten sechs Jahren nur um vier Prozent gewachsen ist und deshalb noch auf dem Stand von 1998 verharrt. Die Ursachen verorten die StudienautorInnen u. a. in der Wirtschaftsförderpolitik des Landes und der Ausgabenreduktion der KMUs bei Kreativleistungen. Als Reaktion auf die Studie initiierte das Zukunftszentrum Tirol im März 2005 den "Dialog der Kreativen" mit dem Ziel des Erfahrungsaustausches und der Vernetzung von AkteurInnen der Kreativwirtschaft.

8.7 FEH Forschungs- und Entwicklungsgesellschaft Hessen mbH

8.7.1 Hintergrund

Die "Forschungs- und Entwicklungsgesellschaft Hessen mbH" (FEH) ist unter diesem Namen seit Sommer 2000 tätig. Die Gesellschaft wurde jedoch schon 1975 als "HLT Gesellschaft für Forschung Planung Entwicklung mbH" gegründet. Sie gliedert sich in die Unternehmensbereiche Wirtschafts- und Regionalforschung und Planung und Entwicklung.

8.7.2 Tätigkeitsfelder und Maßnahmen

Die FEH arbeitet einerseits im Auftrag der Landesregierung, indem sie Beratungsfunktion in Bereichen der wirtschaftlichen, sozialen und räumlichen Entwicklung übernimmt und Prognosen, Analysen, Stellungnahmen und Konzepte für Land, Regionen und Kommunen verfasst, andererseits führt sie Forschungsvorhaben des Bundes durch und ist an EU-Projekten beteiligt. Die Tätigkeitsfelder der FEH sind sowohl wissenschaftlich als auch praxisbezogen. Dazu zählen die innovative und umsetzungsorientierte Entwicklung, die Moderation von Entscheidungsprozessen, die regionale Projektentwicklung und das Management. Wichtige Voraussetzungen für das rasche Erkennen und Analysieren von Problemfeldern und für das Anbieten von Lösungsmöglichkeiten sind die Kenntnis der wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Rahmenbedingungen und vielfältige Kontakte mit regionalen EntscheidungsträgerInnen.

8.7.2.1 Das "e-Volution-Projekt"

Durch das "e-Volution-Projekt" soll der Einführungs- und Optimierungsprozess von eBusiness in europäischen mittelständischen Unternehmen verbessert werden. Kleine und mittelgroße Betriebe sollen durch die Projektergebnisse befähigt werden, eine ihren Bedürfnissen entsprechende Business-Strategie zu finden. Zielgruppe des Projekts sind kleine und mittelständische Unternehmen (KMUs) in sogenannten "erweiterten Unternehmen" (Extended Enterprises). Das Projekt arbeitet mit der Methode des Roadmappings, mittels derer potenzielle Zukunftsentwicklungen für Produkte, Dienstleistungen und Technologien erforscht, prognostiziert und visualisiert werden. Dabei werden sowohl der Markt als auch die betriebliche Organisation des Unternehmens analysiert. Die Roadmaps bilden die Basis für die Implementierung einer Unternehmens-e-Business-Strategie. Um einen Transfer von Know-How zu ermöglichen, sollen eine europäische Interessengruppe und eine industrielle Referenzgruppe gebildet werden.

8.7.3 AkteurInnen

Das Team der FEH setzt sich aus VolkswirtInnen, SoziologInnen, GeographInnen, Regional- und StadtplanerInnen, ArchitektInnen und BauingenieurInnen zusammen. Die FEH ist durch den wissenschaftlichen Beirat mit Prof. Dr. Paul Klemmer (Präsident des RWI Essen), Prof. Dr. Reinhard Hujer (Johann Wolfgang Goethe-Universität Frankfurt/M.) und Prof. Dr. Diether Döring (Akademie der Arbeit in der Universität Frankfurt/M.) mit der aktuellen Hochschulforschung verbunden.

8.8 Essener Erklärung: 10 Leitsätze zur Kulturwirtschaft in Europa

8.8.1 Hintergrund und Ziele

Von 19. bis 21. Mai 1999 fand in Essen im Rahmen der deutschen EU-Ratspräsidentschaft ein Kongress zum Thema "Kulturwirtschaft in Europa" statt. Der Kongress wurde in Kooperation des Ministeriums für Wirtschaft und Mittelstand, Technologie und Verkehr und des Ministeriums für Arbeit, Soziales und Stadtentwicklung, Kultur und Sport des Landes Nordrhein-Westfalen sowie dem Auswärtigen Amt veranstaltet. Das Treffen, an dem rund 250 Interessierte aus 22 europäischen Ländern teilnahmen, bot zum einen den Rahmen, Entwicklungen und Einflüsse der Kulturwirtschaft sowie erfolgreiche kulturwirtschaftliche Konzepte aus verschiedenen europäischen Städten und Regionen zu besprechen, zum anderen Möglichkeiten zum Informations- und Erfahrungstransfer und zum Knüpfen von grenzüberschreitenden Kontakten und Netzwerken.

Die zentralen Ergebnisse des Kongresses wurden in einer gemeinsamen Resolution, der "Essener Erklärung zur Kulturwirtschaft in Europa" festgehalten. Die Leitsätze der "Essener Erklärung" sollen die Kulturwirtschaft Europas stärken und lokale und regionale Entwicklungsstrategien anregen. Sie bieten der Wirtschafts-, Kultur- und Städtebaupolitik Orientierungspunkte und sollen einen synergetischen und sektorübergreifenden Politikansatz fördern:

- Kulturwirtschaft ist ein eigenständiges Wirtschaftsfeld
- Kulturwirtschaft ist zukunftsorientiert
- Kulturwirtschaft kann nachhaltig regionale Beschäftigung sichern und schaffen
- Kulturwirtschaft hilft endogene regionale Potenziale zu stärken
- Kulturwirtschaft nimmt das historische Erbe Europas auf
- Kulturwirtschaft bedarf einer aktiven Kulturpolitik
- Kulturwirtschaft bedarf einer aktiven Wirtschaftspolitik
- Kulturwirtschaft bedarf einer stützenden Städtebaupolitik
- Kulturwirtschaft bedarf einer integrierten Stadt- und Regionalpolitik
- Kulturwirtschaft benötigt angemessene Rahmenbedingungen in Europa

Die Zielgruppe der Essener Erklärung sind kreativwirtschaftliche AkteurInnen und EntscheidungsträgerInnen in Ministerien und Institutionen zur Entwicklung von Wirtschaft, Beschäftigung und Kultur.

8.9 GründerZentrum Kulturwirtschaft in Aachen

8.9.1 Hintergrund und Ziele

Der Verein "Kulturwirtschaftliches GründerZentrum e.V." wurde als Träger des "GründerZentrum Kulturwirtschaft" im Dezember 2003 von der Stadt Aachen gegründet. Die Basis für die Vereinsgründung bildeten eine 2001 im Namen der Landesministerien für Wirtschaft und Kultur durchgeführte Studie, die im kulturwirtschaftlichen Sektor großes Existenzgründungspotenzial verortete und das Vorhaben der Stadt Aachen Existenzgründungen im kulturwirtschaftlichen Sektor zu fördern. Das kulturwirtschaftliche Gründerzentrum will Kultur und Wirtschaft verbinden und Potenziale der Kulturwirtschaft in Kultur und Wirtschaft bewusst machen.

8.9.2 Tätigkeitsfelder und Maßnahmen

Das "GründerZentrum Kulturwirtschaft" zählt GründerInnenberatung und Unterstützung von ExistenzgründerInnen im kulturwirtschaftlichen Sektor in Form von individuellen Beratungsgesprächen, Workshops und Veranstaltungsreihen zu seinen Aufgaben.

8.9.2.1 *Kulturwirtschaftsbericht*

Das Gründerzentrum beauftragte und gestaltete den ersten städtischen Kulturwirtschaftsbericht in Deutschland mit. Der Bericht "Kulturwirtschaft in Aachen - Erstes kulturwirtschaftliches Portrait einer Stadt in Deutschland" weist eine Bestandsaufnahme des privatwirtschaftlichen Kultursektors, der freien und der öffentlichen Kulturszene Aachens auf.

8.9.2.2 *KULTURunternehmen, Gründerforum*

Künftige KulturunternehmerInnen sollen durch die Projekte "KULTURunternehmen" und "Gründerforum", im Rahmen derer erfolgreiche KulturunternehmerInnen von ihren Erfahrungen berichten, Einsichten, Informationen, Anstöße und Motivation erhalten.

8.9.2.3 *GründerRegion Aachen*

Die "GründerRegion Aachen" ist ein Netzwerk von über 40 Beratungsinstitutionen im Wirtschaftsraum Aachen, welches potenzielle UnternehmerInnen bei der Umsetzung ihrer Geschäftsidee durch eine umfassende und qualifizierte Beratungsinfrastruktur unterstützt.

8.9.3 AkteurInnen

Der Vorstand des Vereins setzt sich aus MitarbeiterInnen der Stadt Aachen aus dem Servicebereich Kultur, dem Fachbereich Wirtschaftsförderung und Europäische Angelegenheiten und dem Kulturbüro sowie aus MitarbeiterInnen der HWK, der AGIT mbH und dem Haus der Märchen und Geschichten zusammen.

Es besteht eine enge Zusammenarbeit und Vernetzung mit Serviceeinrichtungen der Stadt für ExistenzgründerInnen (Handwerkskammer Aachen, IHK Aachen, HWK Aachen, Aachener Gesellschaft für Innovation und Technologietransfer - AGIT und VHS Aachen im Projekt Beruf Kunst), mit Kultureinrichtungen Aachens und der EUREGIO. KooperationspartnerInnen sind beispielsweise die Fachhochschule für Design, die Musikhochschule, die Uni Witten/Herdecke, das Institut für Unternehmer- und Unternehmensentwicklung und das Institut für Musiktherapie.

8.10 "Projekt Zukunft" Berlin

8.10.1 Hintergrund und Ziele

Das "Projekt Zukunft" ist eine Berliner Landesinitiative, die sich an der Gestaltung des Berliner Strukturwandels beteiligen möchte und die Berliner Möglichkeiten im Bereich der Informations- und Kommunikationstechnologien ermittelt. "Projekt Zukunft" ist ein großes Kommunikations- und Fördernetzwerk, das mit vielen Institutionen aus Politik und Verwaltung in Berlin und Brandenburg zusammenarbeitet.

8.10.2 Tätigkeitsfelder und Maßnahmen

Zu den Tätigkeitsfeldern zählt vorwiegend das Schaffen eines immer dichteren regionalen und internationalen Netzwerkes und von Kooperationen. Durch die Zusammenarbeit von Wirtschaft, Wissenschaft und Verwaltung sollen Innovationshemmnisse verringert werden. Es werden Fachveranstaltungen, Workshopreihen, öffentliche Podiumsdiskussionen, Konferenzen, Qualifizierungsinitiativen und Öffentlichkeitsarbeit zu aktuellen Themen der Informationsgesellschaft organisiert. Durch Wettbewerbe und Förderungen soll zur Innovation, Kooperation und Investition angeregt werden. Seit Anfang 2004 wurde die Innovationsförderung erweitert, sodass auch Grundlagenforschung sowie der Vertrieb gefördert werden. Außerdem wurde die Finanzierung auf eine Fondslösung umgestellt, wodurch auch Darlehen und Beteiligungen möglich sind.

8.10.2.1 Kopf und Projekt des Monats

Auf der Internetseite werden regelmäßig best-practices aus der Kulturwirtschaft präsentiert, indem innovative AkteurInnen aus dem Netzwerk "Projekt Zukunft" vorgestellt werden. Außerdem versucht "Projekt Zukunft" mit Projekten und Initiativen den Dialog und Austausch zwischen den UnternehmerInnen der Kreativwirtschaft zu unterstützen.

8.10.2.2 Kulturwirtschaftsinitiative des Berliner Senats

Im Juli 2004 wurde die Kulturwirtschaftsinitiative von der Senatsverwaltung für Wirtschaft, Arbeit und Frauen und der Senatsverwaltung für Wissenschaft, Forschung und Kultur ins Leben gerufen. Aufgabe dieser Initiative ist die Analyse der Potenziale und Schwächen der Kulturwirtschaft in Berlin und der Schnittstellen zwischen Kulturwirtschaft und Kultursektor. Außerdem sollen Förderprogramme des Landes Berlin überprüft und bedarfsgerechte Handlungsansätze in der Kultur- und Wirtschaftsförderung erarbeitet werden. Weitere Tätigkeitsfelder sind die Unterstützung bei Existenzgründungen durch Information und Qualifizierung und Hilfe bei der internationalen Vermarktung von Produkten und Dienstleistungen sowie der Aufbau von Netzwerken.

8.10.2.3 Zukunftsgespräche

Die Zukunftsgespräche sind eine Veranstaltungsreihe, die in Kooperation von "Projekt Zukunft", Inforadio und der Berliner Morgenpost regelmäßig seit Februar 2000 veranstaltet werden. Bei diesen öffentlichen Foren wird zu aktuellen gesellschaftlichen Themen der Informationsgesellschaft diskutiert. Anschließend bietet sich die Möglichkeit, neue Kontakte zu knüpfen. Zielgruppe sind Fachleute, InteressensvertreterInnen und die interessierte Öffentlichkeit.

8.10.3 AkteurInnen

Verantwortlich für das "Projekt Zukunft" ist die Senatsverwaltung für Wirtschaft, Arbeit und Frauen, Referat Medien, Informations- und Kommunikationswirtschaft, Geschäftsstelle Projekt Zukunft. Als Kontaktperson agiert Eva Emenlauer-Blömers.

8.11 Kreativwirtschaft Zürich

8.11.1 Hintergrund und Ziele

Im Juni 2005 erschien im Auftrag der Wirtschaftsförderungen von Stadt und Kanton Zürich die Studie "Synthesebericht - Kreativwirtschaft Zürich". (vgl. Kapitel 5.3.10) Der Synthesebericht ist das Ergebnis der Verknüpfung zweier komplementärer Studien. Er trianguliert die von der Hochschule für Gestaltung und Kunst Zürich (HGKZ) von Christoph Weckerle und Michael Söndermann erarbeitete empirisch-quantitative Studie I mit der interaktiv-qualitativen von der Arbeitsgemeinschaft Thom Held und Christian Kruse verfassten Studie II. Das Motiv für die Studien war die Evaluation der Bedeutung der Kreativwirtschaft für den Standort Zürich und die Konzeptentwicklung für eine Cluster-Strategie. Die Studien sollen außerdem das notwendige Grundlagenmaterial für den Diskurs in Wirtschaft, Verwaltung und Politik zur Verfügung stellen.

Bei einem Think-Tank-Workshop, dessen TeilnehmerInnenschaft sich aus AkteurInnen der Kreativwirtschaft zusammensetzte, wurden in drei unterschiedlichen Arbeitsgruppen unabhängig voneinander drei Zukunftsszenarien erarbeitet, erforderliche endogene Prozesse innerhalb der Kreativwirtschaft aufgedeckt und notwendige politische Entwicklungen aufgezeigt. Die Arbeitsgruppen sollten sich die Konstellation der Züricher Kreativwirtschaft mit ihren Entwicklungsbedingungen, ihrer Innen- und Außenwahrnehmung, ihren Kernaktivitäten und der Vernetzung für das Jahr 2010 vorstellen. Das entwickelte Szenario sollte mittels der Gestaltung eines Titelblattes für ein fingiertes Trendmagazin "Kreativity" visualisiert werden.

Es zeichneten sich ähnliche Schwerpunkte, Handlungsnotwendigkeiten und Ziele für die Zukunft ab: Die Kernaktivitäten und Möglichkeiten für Kreativität sollen gestärkt werden, Zürich soll sich nachhaltig in Ausbildung und Forschung positionieren, Kultur- und Wirtschaftsförderungen sollen flexibilisiert, die Vernetzung und Integration in die Gesamtwirtschaft sollen intensiviert, Plattformen, Marktoptionen und ein globales Kreativforum geschaffen und die Marke "Ideas Swiss Made" international vermarktet werden. Als übergeordnetes Ziel wurde "Raum für die Kreativwirtschaft schaffen" formuliert.

Die Studien kamen zu dem Ergebnis, dass eine Cluster-Strategie unter Berücksichtigung der spezifischen AkteurInnenstruktur der Kreativwirtschaft zielführend wäre. Zu beachten seien ebenfalls die vielfältigen Tätigkeitsfelder und Bedürfnisse sowie die besondere Logik der Ökonomie in der Kreativwirtschaft. Die Cluster-Strategie soll dabei auf mehreren Ebenen, der Ebene der Branchen, der AkteurInnen und der urbanen Ökonomien, ansetzen. Das Cluster-Management, bestehend aus VertreterInnen der Hochschule, Kreativwirtschaft und Verwaltung, soll konkrete Maßnahmen, Ideen und Projekte umsetzen.

8.11.2 AkteurInnen

Den Synthesebericht erarbeiteten Christoph Weckerle, Hubert Theler, Michael Söndermann und Otto Hofecker. Christoph Weckerle ist Dozent an der Hochschule für Gestaltung und Kunst Zürich (HGKZ). Hubert Theler ist ehemaliger Kulturbeauftragter des Kantons Fribourg und in der Forschung und Beratung im Bereich Kulturpolitik sowie als Dozent an der HGKZ tätig. Michael Söndermann arbeitet als Geschäftsführer des Arbeitskreises Kulturstatistik und als Berater zur empirischen Kulturwirtschaft für verschiedene Kultur- und Wirtschaftsministerien in den deutschen Bundesländern. Otto Hofecker übt die Funktion des Leiters im Institut für Kulturmanagement und Kulturwissenschaft an der Universität für Musik und darstellende Kunst Wien aus und ist Mitglied der Leadership Group (LEG) on Cultural Statistics der EU.

8.12 Creative Networks

8.12.1 Hintergrund und Ziele

“Creative Networks” wurde vom “ADAPT European social fund”, von der Verwaltung Haringey, London gegründet. “ADAPT” zählt zu den “Community Human Resources“-Initiativen, die zwischen 1994 und 1999 initiiert wurden und durch ihre Transnationalität, Innovation und ihren “bottom up“-Ansatz charakterisiert sind. Das Projekt “Creative Networks“ vereint im Rahmen des ADAPT-Programms sechs PartnerInnen aus Europa (“Creative Networks“, Haringey, UK; “AMITIE“, Bologna, Italien; “ADIIS“, Lissabon, Portugal; “CERCI“, Bretagne, Frankreich; “FAST“, Mailand, Italien; “IUT“, St Nazaire, Frankreich) und hat seinen Schwerpunkt im Bereich der Kreativwirtschaft. Das Ziel von “Creative Networks” besteht darin, Klein- und Mittelbetriebe zu unterstützen und generell die Entwicklung, Leistungs- und Wettbewerbsfähigkeit von Industrie, Dienstleistungssektoren und Wirtschaft zu fördern. Es sollen Werkzeuge für die Schaffung von neuen Jobs und Aktivitäten entwickelt und verbreitet, die Anpassung des Arbeitskräftepotenzials an den industriellen Wandel beschleunigt und die Arbeitslosigkeit bekämpft werden.

8.12.2 Tätigkeitsfelder und Maßnahmen

Die europäischen Mitglieder des Projekts versuchen eine Basis für eine gemeinsame Partnerschaft zu schaffen, ein Netzwerk von Klein- und Mittelbetrieben auf europäischer und internationaler Ebene aufzubauen, Erfahrungen auszutauschen, gemeinsame Ausbildungs- und Weiterbildungssysteme zu entwickeln, nationale Projekte anhand von good-practices der PartnerInnen anzuregen, die Ergebnisse von inländischen und transnationalen Projekten zu verbreiten und gemeinsame Werkzeuge, Materialien und Methoden zu entwickeln.

Konkret wurden bisher eine transnationale Website entwickelt, der Bedarf und die Anforderungen an Aus- und Weiterbildung analysiert, Formen des offenen Lernens und Fernstudien untersucht, pädagogisches Material getestet, Arbeitsmethoden analysiert und der Austausch von Information, Fähigkeiten, Wissen und good-practices gepflegt sowie transnationale Meetings abgehalten.

Die Mitgliedsunternehmen waren am Design der Website beteiligt und sind nun für Updates und Weiterentwicklungen selbst verantwortlich. Die Websites ermöglichen Betrieben und Personen ihre Fähigkeiten, Leistungen und Produkte zu bewerben und Ideen, Informationen, Kompetenzen sowie Hinweise über den Arbeitsmarkt im Bereich der Kreativwirtschaft auszutauschen.

8.12.3 AkteurInnen

Geschäftsführerin des ADAPT-Projekts ist Fyna Dowe.

8.13 Creative Clusters

8.13.1 Hintergrund und Ziele

"Creative Clusters", 2001 gegründet, ist eine britische Konferenz mit internationaler Reichweite und ein globales Netzwerk, das sich für die Entwicklung der Kreativwirtschaft einsetzt sowie die Kommunikation und den Zugang zu Ressourcen unterstützt. Seinen Hauptsitz hat "Creative Clusters" im englischen Sheffield. Zielgruppe sind UnternehmerInnen, die mit ihren Regenerations- und Entwicklungsprojekten Resultate sowohl im kulturellen als auch im ökonomischen Bereich erzielen, aber auch politische AkteurInnen und ForscherInnen.

8.13.2 Tätigkeitsfelder und Maßnahmen

"Creative Clusters" untersucht die Entwicklung der Kreativwirtschaft und ihre Rolle in der Gesamtwirtschaft und bietet den Rahmen, voneinander zu lernen, politische Strategien aufzuzeigen und zu formulieren und Entwicklungsressourcen zu verknüpfen.

Vom 24. bis 26. Oktober 2005 fand die dritte internationale "Conference on creative industries development" in Belfast, Nordirland statt. Programmpunkte der Konferenz waren Fallstudien, Diskussionen, interaktive Workshops, Exkursionen und Netzwerkveranstaltungen. Die Konferenz setzte sich mit Investitionen im Bereich der Kreativwirtschaft auseinander und überprüfte, wie sich unterschiedliche finanzielle Förderungen auf kreativwirtschaftliche Unternehmen auswirken. Ein weiteres Thema war die Ausbildung von kreativem Potenzial und schöpferischen Fähigkeiten sowie die zunehmende Nachfrage nach kreativen Fertigkeiten. Außerdem wurde der Frage nachgegangen, welche positiven und negativen Auswirkungen eine sich schnell erweiternde globale Kreativwirtschaft mit sich bringt und welche Ausschlussmechanismen zum Tragen kommen.

8.13.3 AkteurInnen

Das Führungsteam von "Creative Clusters" setzt sich aus Simon Evans, dem Gründer und Direktor, Gareth Roberts, dem Programm-Manager und Andrew Moore, dem Konferenz-Manager zusammen.

9. Schlussbemerkungen

Ziel der vorliegenden Studie war es, die empirischen Ausprägungen und die Potenziale der Kreativwirtschaft in der Stadtregion Linz zu erfassen. Die Bedeutung der Kreativwirtschaft lässt sich vor allem durch die dynamische Entwicklung in den letzten Jahren aufzeigen, die über dem Durchschnitt der oberösterreichischen Gesamtwirtschaft und der regionalen Wirtschaft lag.

Insbesondere durch den Prozess des strukturellen Wandels von der industriellen zur "post"-industriellen Wirtschaft, der die traditionelle wirtschaftliche Basis der Städte und Regionen in den letzten Jahrzehnten erheblich verändert hat, spielt die Kreativwirtschaft eine wichtige Rolle. Sie schließt Lücken, die der Strukturwandel, ausgelöst durch die weltweite Arbeitsteilung und die Verlagerung industrieller Produktionen in Billiglohnländer, hinterlässt. Die Kreativwirtschaft erschließt aber auch neue Segmente der Wirtschaft, die durch veränderte Lebensstile, Arbeitswelten, Konsumgewohnheiten und Bildungserfordernisse an Bedeutung gewinnen. Die Kreativwirtschaft wird somit zu einem immer wichtigeren Standortfaktor für die wirtschaftliche Entwicklung und erlangt bei einer zukunftsorientierten Stadt- und Regionalentwicklung einen bedeutenden Stellenwert. Trotz dieses Stellenwerts für eine stadtregionale Entwicklung, kommt der Kreativwirtschaft noch immer zu wenig politische und öffentliche Aufmerksamkeit zu. Die fehlende bzw. zu geringe Verankerung und Integration kreativwirtschaftlicher Aspekte in wirtschaftliche und kulturelle Entwicklungsprogramme, -pläne und -leitbilder und das Fehlen einer übergeordneten Anlaufstelle bzw. Interessensvertretung können hier als Beispiele angeführt werden.

In der Stadtregion Linz wird das Potenzial und die dynamische Entwicklung der Kreativwirtschaft vor allem durch folgende Domänen getragen:

- Informations-, Kommunikations-, Multimedia- und Internetwirtschaft (SystemanalytikerInnen, WebdesignerInnen, ProgrammiererInnen, Hardwareberatung, Softwarehäuser, Datenbankanbieter, Telekommunikationsdienstleister, Internetprovider, ...)
- Architektur und kulturelles Erbe (ArchitektInnen, RestauratorInnen, StadtplanerInnen, DenkmalschützerInnen, Architekturbüros, Museen, ...)
- Werbung und Werbewirtschaft (WerbegrafikerInnen, WerbetexterInnen, Werbeagenturen, Werbemittelverteiler, Außenwerbung, ...)
- Forschung, Entwicklung, Bildung und Beratung (WissenschaftlerInnen, ForscherInnen, UnternehmensberaterInnen, PR-BeraterInnen, außeruniversitäre Forschungseinrichtungen, Universitäten, Consultingunternehmen, Markt- und Meinungsforschung, ...)

Diese Bereiche der Kreativwirtschaft zeigen in den letzten Jahren einen stetigen Zuwachs von Betrieben und Beschäftigten. Ihre Entwicklung war vor allem durch den rasanten Zuwachs und einer anschließenden Stabilisierungs- bzw. Konsolidierungsphase auf hohem Niveau gekennzeichnet. Insbesondere durch die Entwicklungsdynamik der Beschäftigungsverhältnisse, die ein geringeres Volumen aufweisen als jenes der Betriebe, wird die Klein- und Kleinstunternehmensstruktur der Kreativwirtschaft in der Stadtregion Linz augenscheinlich.

Das privatwirtschaftliche Potenzial der Kreativwirtschaft in der Stadtregion Linz wird durch eine Vielzahl von gemeinnützigen bzw. freien und öffentlichen TrägerInnen ergänzt und verstärkt, die das Kulturleben in der Stadtregion Linz prägen. Diese stellen den fruchtbaren Humus dar, aus dem qualitativ hochwertige Kreativ- und Kulturangebote erwachsen und bedeutsame Sekundäreffekte erzielt werden, die insbesondere dem Hotel- und Gastgewerbe, touristischen Einrichtungen und den Verkehrsunternehmen zugute kommen. Die Kreativwirtschaft in der Stadtregion Linz zeigt sich in der konkreten Ausprägung somit als sehr heterogen und ist durch enge Verflechtungen und kapillare Austauschbeziehungen, allerdings auch durch Berührungsgänge zwischen den einzelnen Bereichen, gekennzeichnet.

Um den skizzierten Strukturwandel zu bewältigen, müssen Städte und Regionen die Innovationskraft in alle Richtungen entwickeln. Eine besondere Bedeutung erlangt hierbei die Fusion zwischen der technologischen und der kulturellen Kreativität bei der Entwicklung einer experimentellen Wirtschaft und einer produktiven Leistungsfähigkeit. Kreativität und Innovation müssen zu einem umfassenden Prozess werden, der alle Aspekte des stadtreionalen Lebens einschließt. Soziale, wirtschaftliche, kulturelle und ökologische Innovation sind gleichermaßen notwendig. Die Bedeutung der Kreativwirtschaft in diesem Prozess zeichnet sich vor allem durch die enge Verknüpfung von Kreativität und Innovation und der Berücksichtigung der Heterogenität in der Zusammensetzung kreativwirtschaftlicher AkteurInnen aus. Um diesen Prozess zu initiieren bzw. zu stärken, müssen Feindbilder und Vorurteile abgebaut und neue Kooperations- und Vernetzungsformen etabliert, neue und kreative Finanzierungsformen gesucht und gefunden, kreative Räume für Experimente und Innovation offen gehalten, die politischen und rechtlichen Rahmenbedingungen adaptiert und katalytische Projekte initiiert werden.

Durch die vorliegende Studie wurde eine erste regionale Informationsgrundlage geschaffen, auf der aufbauend kreativwirtschaftliche Initiativen auf den Weg gebracht werden können, die vor allem auf die Qualifizierung, Beratung, Begleitung und Vernetzung von Kreativen, Kulturschaffenden, GründerInnen und UnternehmerInnen abzielen. In der Folge gilt es, die kreativwirtschaftlichen und kulturellen Strukturen und Prozesse kontinuierlich zu beobachten, zu analysieren und weiter zu entwickeln. Ansatzpunkte hierzu liefert der im Rahmen des Projekts erstellte Empfehlungskatalog.

10. Anhang

10.1 Literaturverzeichnis

Akademie für Raumforschung und Landesplanung (ARL), Handwörterbuch der Raumordnung, VSB, Hannover 2005

Amt der Oö. Landesregierung, Rat für Forschung und Technologie für Oberösterreich, OÖ. Technologie- und Marketinggesellschaft m.b.H., Strategisches Programm "Innovatives OÖ 2010": Zukunft gemeinsam gestalten!, Information zur Pressekonferenz von Landeshauptmann Dr. Josef Pühringer, Wirtschaftslandesrat Viktor Sigl, Bundesrätin Dr. Ruperta Lichtenegger, Wirtschaftssprecherin der Grünen und DI Dr. Horst Wiesinger, Stv.-Vorsitzender des Rates für Forschung und Technologie für OÖ am 18. Februar 2005 um 10.00 Uhr im OÖ Presseclub, Linz 2005, abrufbar unter http://www.ooe2010.at/files/PK_2010_180205.pdf, Zugriffsdatum: 21. Dezember 2005

Amt der Oö. Landesregierung, Ziel 2-Programm Oberösterreich 2000-2006, Linz 2005, abrufbar unter http://www.land-oberoesterreich.gv.at/cps/rde/xchg/SID-3DCFCFC3-47CA27CF/ooe/hs.xsl/17996_DEU_HTML.htm, Zugriffsdatum: 21. Dezember 2005

Anheier, Helmut K., Priller, Eckhard, Seibel, Wolfgang, Zimmer, Annette (Hrsg.), Der Dritte Sektor in Deutschland. Organisationen zwischen Markt und Staat im gesellschaftlichen Wandel, Sigma, Berlin 1997

Anheier, Helmut K., Salamon, Lester M., Nonprofit Institutions and the 1993 System of National Accounts. Working Papers of the John Hopkins Comparative Nonprofit Sector Project, Baltimore 1998, abrufbar unter <http://www.jhu.edu/~ccss/pubs/pdf/sna.pdf>, Zugriffsdatum: 21. Dezember 2005

Anheier, Helmut K., Salamon, Lester M., The International Classification of Nonprofit Organizations: ICNPO-Revision 1, Working Papers of the John Hopkins Comparative Nonprofit Sector Project, No. 19, Baltimore 1996, abrufbar unter www.jhu.edu/~ccss/pubs/pdf/icnpo.pdf, Zugriffsdatum: 21. Dezember 2005

Arbeitsgemeinschaft Kulturwirtschaft NRW, 4. Kulturwirtschaftsbericht. Kulturwirtschaft im Netz der Branchen, Dortmund/Witten/Bonn 2001, Kurzzusammenfassung abrufbar unter http://www.kulturwirtschaft-nrw.de/downloads/kwb4_kurzfasung.pdf, Zugriffsdatum: 21. Dezember 2005

Arbeitsgemeinschaft Kulturwirtschaft NRW, Dynamik der Kulturwirtschaft NRW im Vergleich. 1. Kulturwirtschaftsbericht 1991/92, Ministerium für Wirtschaft, Mittelstand und Technologie, Düsseldorf 1992

Arbeitsgemeinschaft Kulturwirtschaft NRW, Kultur- und Medienwirtschaft in den Regionen NRWs. 2. Kulturwirtschaftsbericht 1995, Ministerium für Wirtschaft, Mittelstand und Technologie, Düsseldorf 1995

Arbeitsgemeinschaft Kulturwirtschaft NRW, Kulturwirtschaft in NRW: Kultureller Arbeitsmarkt und Verflechtungen. 3. Kulturwirtschaftsbericht 1998, Ministerium für Wirtschaft, Mittelstand und Technologie, Düsseldorf 1998

Backes, Christoph, Holzer, Barbara, Söndermann, Michael, Kulturwirtschaft in Aachen, Aachen 2005

Badelt, Christoph (Hrsg.), Handbuch der Nonprofit Organisation. Strukturen und Management, Schäffer-Poeschel, Stuttgart 1997

Badelt, Christoph, Zielsetzungen und Inhalte des "Handbuchs der Nonprofit Organisation", in: Badelt, Christoph, Pomper, Florian (Hrsg.), Handbuch der Nonprofit Organisation: Struktur und Management, 3. Auflage, Stuttgart, Schäffer-Poeschel Verlag, 2002, S. 3 - 18

Birkhölzer, Karl, 2000, "Das Dritte System als innovative Kraft: Versuch einer Funktionsbestimmung", in: Widerspruch, Heft 75, Bielefeld, S. 71 - 88

Birkhölzer, Karl, Klein, Ansgar, Priller, Eckhard, Zimmer, Annette, Dritter Sektor/Drittes System. Theorie, Funktionswandel und zivilgesellschaftliche Perspektiven, Reihe Bürgergesellschaft und Demokratie, Bd. 20, VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden 2005

Bundesministerium für Verkehr, Innovation und Technologie (bm:vit), Endbericht zur Zwischenevaluierung der "RIF 2000 Regionale Impulsförderung", Wien 2005, abrufbar unter <http://www.bmvit.gv.at/innovation/strukturprogramme/rif2000/rifevaluierung.html>, Zugriffsdatum: 21. Dezember 2005

Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit, Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur, Strategische Schwerpunktprogramme 3 (2004-2006). Culture Tour Austria, Wien o. J., abrufbar unter <http://www.bmwa.gv.at/BMWA/Themen/Tourismus/Schwerpunkte/Schwerpunktprogramme/03kultur.htm>, Zugriffsdatum: 21. Dezember 2005

Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit, Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur, Österreichische Initiative für digitales Kulturerbe, Wien o. J., abrufbar unter http://www.bmbwk.gv.at/kultur/digital_heritage.xml, Zugriffsdatum: 21. Dezember 2005

Carstensen, Broder, Busse, Ulrich, Schmude, Regina, Anglizismen-Wörterbuch. Der Einfluss des Englischen auf den deutschen Wortschatz nach 1945, 2. Band, de Gruyter, Berlin 1994

cityregio Leipzig Linz Plzen, Projektregionen - Region Oberösterreich/Linz, Leipzig 2005, abrufbar unter http://cityregio.aufbauwerk-leipzig.de/cityregio/region_li.asp, Zugriffsdatum: 21. Dezember 2005

Covington, Martin V., Crutchfield, Richard S., Davies, Lillian, The Productive Thinking Program, Brazelton, Berkeley/CA 1966

Cunningham, Stuart et al., Brisbane's Creative Industries 2003, Brisbane 2003, abrufbar unter <http://www.creativeindustries.qut.edu.au/research/cirac/documents/bccreporonly.pdf>, 21. Dezember 2005

Cunningham, Stuart, Hearn, Gregory N. et al., Brisbane's Creative Industries 2003: Companion Volume, Firms Comprising Brisbane's Creative Industries, Brisbane 2003, abrufbar unter http://www.creativeindustries.qut.com/research/cirac/documents/Companion_Volume.pdf, Zugriffsdatum: 21. Dezember 2005

CURDS (Centre for Urban and Regional Development Studies), Culture Cluster Mapping and Analysis. Final Report to ONE North East, University of Newcastle Upon Tyne, Newcastle 2001

De Bono, Edward, The Use of Lateral Thinking, Jonathan Cape, London 1967 (deutsch in: De Bono, Edward, Laterales Denken. Ein Kurs zur Erschließung Ihrer Kreativitätsreserven, Econ Verlag, Düsseldorf 1987)

Department for Culture, Media and Sport, Creative Industries Mapping Document 1998, London 1998, abrufbar unter http://www.culture.gov.uk/global/publications/archive_1998/Creative_Industries_Mapping_Document_1998, Zugriffsdatum: 21. Dezember 2005

Eipper, Martina, Sehen. Erkennen. Wissen. Arbeitstechniken rund um Mind Mapping, Expert Verlag, Renningen-Malmsheim 1998

Etzioni, Amitai 1973, "The Third Sector and Domestic Missions", in: Public Administration Review 33, Blackwell Publishing, Oxford 1973, S. 314 - 323

European Commission, Cultural Statistics in the EU. Final Report of the LEG, Eurostat Working Papers. Population and Social Conditions 3/2000/E/No.I, Luxembourg 2000, abrufbar unter <http://www.forum.europa.eu.int/Members/irc/dsis/Home/main>, Zugriffsdatum: 21. Dezember 2005

Evers, Adalbert, Olk, Thomas (Hrsg.), Wohlfahrtspluralismus. Vom Wohlfahrtsstaat zur Wohlfahrtsgesellschaft, Leske + Budrich, Opladen 1996

FA Brockhaus AG (Hrsg.), Brockhaus. die Enzyklopädie, 20. Aufl., 12. Band, F.A. Brockhaus, Leipzig Mannheim 1996

Florida, Richard, "Toward the Learning Region", in: Futures: The Journal of Forecasting and Planning, Vol. 27, Juni 1995, London 1995, S. 527 - 536

Florida, Richard, The Rise of the Creative Class. And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life, Basic Books, New York 2004

Franz, Peter, Innovative Milieus: Extrempunkte der Interpenetration von Wirtschafts- und Wissenschaftssystemen, Diskussionspapier Nr. 71, Halle/Saale 1998, abrufbar unter <http://www.iwh-halle.de/d/publik/disc/71.pdf>, Zugriffsdatum: 21. Dezember 2005

Fraunhofer-Institut für Systemtechnik und Innovationsforschung, Regionale Verteilung von Innovations- und TechnologiePotenzialen in Deutschland und Europa, Endbericht an das Bundesministerium für Bildung und Forschung, Karlsruhe 2000, abrufbar unter http://www.isi.fhg.de/r/regionalstudie/kapitel_1.pdf, Zugriffsdatum: 21. Dezember 2005

Freundt, Andreas, Entwicklungspotenziale der Kulturwirtschaft in altindustrialisierten Regionen. Chancen der Förderung von Clustern im Ruhrgebiet und in Merseyside, Dissertation, Bochum 2003, abrufbar unter <http://eldorado.uni-dortmund.de:8080/bitstream/2003/2844/1/freundtunt.pdf>, Zugriffsdatum: 21. Dezember 2005

Funke, Joachim, Psychologie der Kreativität, in: Holm-Hadulla, Rainer M. (Hrsg.), Kreativität, Heidelberger Jahrbücher 44, Springer Verlag Berlin, Heidelberg 2000, S. 283 - 300

Garnham, Nicholas, "Concepts of Culture: Public Policy and the Cultural Industries", in: Studies in Culture: An Introductory Reader, Gray, Ann, McGuigan, Jim (Hrsg.), Arnold, London 1987, S. 54 - 61

Göransson, Ann-Margreth, Case Study ICISS: Jämtland, Jämtland 2000, abrufbar unter <http://www.mipc.mmu.ac.uk/iciss/reports/jamtland.pdf>, Zugriffsdatum: 21. Dezember 2005

Guilford, Joy Paul, "Creativity", in: American Psychologist, Nr. 5, S. 444 - 454, 1950 (deutsch in: Mühle, Günther, Schell, Christa (Hrsg.), Kreativität und Schule, 2. Auflage, Piper, München 1970, S. 13 - 36)

Hartley, John, Creative Industries, in: ders. (Hrsg.), Creative Industries, Blackwell Publishing Ltd., Malen 2005

Held, Thom, Kruse, Christian, Kreativwirtschaft Zürich. Studie II - Raum für das Kreative. Konzeptionelle Ansätze für den Aufbau eines Clusters Kreativwirtschaft Zürich, Zürich 2005, abrufbar unter http://www.kulturwirtschaft.ch/files/zh_studie_II.pdf, Zugriffsdatum: 21. Dezember 2005

Hentig, Hartmut von, Kreativität. Hohe Erwartungen an einen schwachen Begriff, Hanser Verlag, München 1998

Hesmondhalgh, David, The Cultural Industries, SAGE Publications Ltd., London 2002

Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung, Hessisches Ministerium für Wissenschaft und Kunst (Hrsg.), Kulturwirtschaft in Hessen. Erster Hessischer Kulturwirtschaftsbericht, Wiesbaden 2003, abrufbar unter <http://www.wirtschaft.hessen.de/Ministerium/Landesentwicklung/Regional/kultur2.html>, Zugriffsdatum: 21. Dezember 2005

Hofecker, Franz-Otto, Tschmuck, Peter (Hrsg.), Kulturpolitik. Kulturforschung und Kulturstatistik. Zur Abklärung einer spannungsreichen Textur, Bd. 2 der Reihe "Diskurs: Kultur - Wirtschaft - Politik" des Instituts für Kulturmanagement und Kulturwissenschaft der Universität für Musik und darstellende Kunst Wien, StudienVerlag, Wien 2003

Instinct Domain, Der Kultursektor im Burgenland 2000, Wien 2002, abrufbar unter http://www.burgenland.at/kultur/Images/kw_text-studie_tcm158-41528.pdf, Zugriffsdatum: 21. Dezember 2005

Institut für Kulturmanagement und Kulturwissenschaft, KMU Forschung Austria, Erster Österreichischer Kreativwirtschaftsbericht, Wien 2003, abrufbar unter http://www.wko.at/kreativwirtschaftsbericht/kwb_2003.pdf, Zugriffsdatum: 21. Dezember 2005

Inter-Secretariat Working Group on National Accounts, About the System of National Accounts 1993, Brüssel/Luxemburg/New York/Paris/Washington D. C. 1993, abrufbar unter <http://unstats.un.org/unsd/sna1993>, Zugriffsdatum: 21. Dezember 2005

Jackson, Phillip W., Messick, Samuel, "The Person, the Product and the Response: Conceptual Problems in the Assessment of Creativity", in: Journal of Personality, Nr. 33, Blackwell Publishing, Malden 1965, S. 309 - 329

Jähnke, Petra, Wolke, Manuela, Die Stadtregion Berlin im Focus - Gemeindetypisierung mit Hilfe eines Clusteransatzes, Leibniz-Institut für Regionalentwicklung und Strukturplanung e.V. (IRS), Erkner 2000, abrufbar unter: http://www.irs-net.de/download/berichte_6.pdf, Zugriffsdatum: 21. Dezember 2005

Krätke, Stefan, Kreatives Wissen in stadtreionaler Perspektive. Medienwirtschaft im Metropolenraum Berlin, in: Matthiesen Ulf (Hrsg.), Stadtregion und Wissen. Analyse und Plädoyers für eine wissensbasierte Stadtpolitik, VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden 2004, S. 93 - 108

Krätke, Stefan, Medienstadt. Urbane Cluster und globale Zentren der Kulturproduktion, Leske + Budrich, Opladen 2002

Kulturdokumentation, Mediacult, Wifo, Untersuchung des ökonomischen Potenzials der "Creative Industries" in Wien, Endbericht, Wien 2004, abrufbar unter <http://www.creativeindustries.at/pdf/Endbericht.pdf>, Zugriffsdatum: 21. Dezember 2005

Kunzmann, Klaus R., Wissensstädte: Neue Aufgaben für die Stadtpolitik, in: Matthiesen, Ulf (Hrsg.), Stadtregion und Wissen. Analysen und Plädoyers für eine wissensbasierte Stadtpolitik, VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden 2004, S. 29 - 41

Landry, Charles et al., The Creative City in Britain and Germany, Anglo-German Foundation Publications 1996, London 1996

Lange, Bastian, Beschreibung des Dissertationsthemas: "Raumkonstruktionen: Konstituierungsprozesse des Städtischen durch 'Culturepreneurs', dargestellt am Beispiel von Berlin", Arbeitstitel, Berlin 2001, abrufbar unter <http://www.sichtbar.info/projekte/Expose.pdf>, Zugriffsdatum: 21. Dezember 2005

Läpple, Dieter, Thesen zur Renaissance der Stadt in der Wissensgesellschaft, in: Gestring, Norbert, Glasauer, Herbert, Hannemann, Christine et al. (Hrsg.), Jahrbuch der StadtRegion. Schwerpunkt : Urbane Region, Leske + Budrich, Opladen 2004, S. 61 - 78

Magistrat der Stadt Linz - Amt für Presse und Information / Medienservice, Linzer sind stolz auf Kulturangebot, Informationsunterlage zur Pressekonferenz von Vizebürgermeister Dr. Reinhard Dyk und Kulturdirektor Mag. Siegbert Janko über die Ergebnisse der im April durchgeführten Spectra-Kulturmfrage am Dienstag, 9. Juli 2002, Linz 2002, abrufbar unter <http://www.linz.at/aktuell/presse/2002/020709.htm#4>, Zugriffsdatum: 21. Dezember 2005

Magistrat der Stadt Linz, Einzigartige Chance für Linz - Bewerbung als Kulturhauptstadt Europas, Linz 2005a, abrufbar unter http://www.linz.at/Kultur/kultur_24009.asp, Zugriffsdatum: 21. Dezember 2005

Magistrat der Stadt Linz, Kulturentwicklungsplan der Stadt Linz, Linz 2004a, abrufbar unter http://www.linz.at/images/KEP-Version_2004.pdf, Zugriffsdatum: 21. Dezember 2005

Magistrat der Stadt Linz, Kulturentwicklungsplan der Stadt Linz, Linz 2005c, abrufbar unter <http://www.linz.at/kultur/kep/k-start.htm>, Zugriffsdatum: 21. Dezember 2005

Magistrat der Stadt Linz, Linz 2009. Bewerbung Kulturhauptstadt Europas, Linz 2004b, abrufbar unter http://www.linz.at/images/Linz_2009_Buch.pdf, Zugriffsdatum: 21. Dezember 2005

Magistrat der Stadt Linz, Vereinbarung zwischen dem Land Oberösterreich und der Stadtgemeinde Linz betreffend den Bau und den Betrieb von Kultureinrichtungen des Landes OÖ und der Stadt Linz im Zeitraum 2005-2012, Linz 2005b, abrufbar unter http://www.linz.at/images/kulturvereinbarung_stadt_land.pdf, Zugriffsdatum: 21. Dezember 2005

manager magazin ONLINE GmbH, Standort Österreich. Das bessere Deutschland, Hamburg 2005, abrufbar unter <http://www.manager-magazin.de/unternehmen/eu/0,2828,367374-2,00.html>, Zugriffsdatum: 21. Dezember 2005

Matthiesen Ulf, Reuter, Gerhard, Lernende Region - Mythos oder Praxis, wbv, Bielefeld 2003

Matthiesen, Ulf, Bürkner, Hans-Joachim, Wissensmilieus - Zur sozialen Konstruktion und analytischen Rekonstruktion eines neuen Sozialraum-Typus, in: Matthiesen, Ulf (Hrsg.), Stadtregion und Wissen. Analysen und Plädoyers für eine wissensbasierte Stadtpolitik, VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden 2004, S. 65 - 89

Mayerhofer, Elisabeth, Creative Industries - Mehr als eine politische Requisite? Creative Industries. Cultural Districts und das Wiener Museumsquartier. Ein internationaler Vergleich, Wien 2002, abrufbar unter <http://www.fokus.or.at/paper%20mayerhofer.pdf>, Zugriffsdatum: 21. Dezember 2005

O'Connor, Justin, The Cultural Production Sector in Manchester: Research and Strategy, Manchester 1999, abrufbar unter <http://www.mipc.mmu.ac.uk/iciss/reports/cultprod.pdf>, Zugriffsdatum: 21. Dezember 2005

OÖ. Technologie- und Marketinggesellschaft m.b.H., Standort- und Technologiebericht 2004, Linz 2004, abrufbar unter http://www.tmg.at/Standort_Technologiebericht_2004.pdf, Zugriffsdatum: 21. Dezember 2005

Peirce, Charles S., Deduction, Induction and Hypothesis, in: ders., Collected Papers Vol. II, Harvard University Press, Cambridge/MA 1955, S. 619 - 644

Porter, Michael E., "Clusters and the New Economics of Competition", in: Harvard Business Review, November/December 1998, Boston 1998, S. 77 - 90

Pratt, Andy C., "Understanding the Cultural Industries: Is More Less?", in: Mercer, Colin (Hrsg.), Convergence. Creative Industries and Civil Society: The New Cultural Policy, Culturelink Special Issue, Institute for International Relations, Zagreb 2001, S. 51 - 68

Pratt, Andy C., "The Cultural Industries Production System: A Case Study of Employment Change in Britain, 1984-91", in: Environment and Planning A, Vol. 29, London 1997, S. 1953 - 1974

Prenzel, Manfred, Sechs Möglichkeiten, Lernende zu demotivieren, in: Gruber, H., Renkel, A. (Hrsg.), Wege zum Können. Determinanten des Kompetenzerwerbs, Huber, Bern 1997, S. 32 - 43

Ratti, Remigio, Bramanti, Alberto, Gordon, Richard (Hrsg.), The Dynamics of Innovative Regions. The GREMI Approach. Ashgate, Aldershot 1997

Rothauer, Doris, Kreativität & Kapital. Kunst und Wirtschaft im Umbruch, WUV, Wien 2004

Salamon, Lester M., Partners in Public Service. The Scope and Theory of Government Nonprofit Relations, in: Powell, Walter W. (Hrsg.), The Nonprofit Sector. A Research Handbook, CT: Yale University Press, New Haven 1987, S. 99 - 117

Salamon, Lester M., The Nonprofit Sector and Government. The American Experience in Theory and Practice, in: Anheier, Helmut K., Seibel, Wolfgang (Hrsg.), The Third Sector. Comparative Studies of Nonprofit-Organizations, Walter de Gruyter, Berlin/New York 1990, S. 219 - 240

Salzburg Management GmbH, Neuer MBA setzt Impulse für die Kreativwirtschaft. Kulturmetropole Salzburg "meets the challenge", Salzburg 2004, abrufbar unter <http://www.presse-text.de/pte.mc?pte=041029033>, Zugriffsdatum: 21. Dezember 2005

Scheff, Josef, Lernende Regionen: regionale Netzwerke als Antwort auf globale Herausforderungen, Linde, Wien 1999

Sleich, Petra, Creative Industries und regionale Innovationssysteme. Eine theoretische Sicht, Joanneum Research Forschungsgesellschaft - Institut für Regionalpolitik (InTeReg), Graz 2005, abrufbar unter http://www.joanneum.at/cms_img/img2638.pdf, Zugriffsdatum: 21. Dezember 2005

Schlicksupp, Helmut, Kreativ-Workshop, Vogel-Verlag, Würzburg 1993

Scott, Allen J., The Cultural Economy of Cities, SAGE Publications Ltd., London 2000

Sellnow, Reinhard, Die mit den Problemen spielen ... Ratgeber zur kreativen Problemlösung, Stiftung Mitarbeit, Bonn 1997

Söndermann, Michael, Weckerle, Christoph, Das Umsatz- und Beschäftigungspotenzial des kulturellen Sektors: erster Kulturwirtschaftsbericht Schweiz, Hochschule für Gestaltung und Kunst Zürich (HGKZ), Zürich 2003, abrufbar unter http://www.kulturwirtschaft.ch/files/hgkz_kulturwirtschaft_deutsch.pdf, Zugriffsdatum: 21. Dezember 2005

Söndermann, Michael, Weckerle, Christoph, Kreativwirtschaft Zürich. Studie I: Der privatwirtschaftliche Teil des kulturellen Sektors im Kanton Zürich, Zürich 2005

Statistik Austria, Archive, Wien 2003d, abrufbar unter http://www.statistik.at/fachbereich_03/kultur_txt12_03.shtml, Zugriffsdatum: 21. Dezember 2005

Statistik Austria, Ausbildung und Weiterbildung, Wien 2003j, abrufbar unter http://www.statistik.at/fachbereich_03/kultur_txt8_03.shtml, Zugriffsdatum: 21. Dezember 2005

Statistik Austria, Bibliotheken, Wien 2003e, abrufbar unter http://www.statistik.at/fachbereich_03/kultur_txt11_03.shtml, Zugriffsdatum: 21. Dezember 2005

Statistik Austria, Bücher und Presse, Wien 2003i, abrufbar unter http://www.statistik.at/fachbereich_03/kultur_txt7_03.shtml, Zugriffsdatum: 21. Dezember 2005

Statistik Austria, Definition, Wien 2003a, abrufbar unter <http://www.statistik.at/oenace/allgemeines.shtml>, Zugriffsdatum: 21. Dezember 2005

Statistik Austria, Kino und Film, Wien 2003g, abrufbar unter http://www.statistik.at/fachbereich_03/kultur_txt4_03.shtml, Zugriffsdatum: 21. Dezember 2005

Statistik Austria, Leistungs- und Strukturstatistik. Produktion und Dienstleistung, Verlag Österreich GmbH, Wien 2004

Statistik Austria, Museen und Ausstellungen, Wien 2003c, abrufbar unter http://www.statistik.at/fachbereich_03/kultur_txt14_03.shtml, Zugriffsdatum: 21. Dezember 2005

Statistik Austria, Öffentliche Kulturfinanzierung, Wien 2003k, abrufbar unter http://www.statistik.at/fachbereich_03/kultur_txt13_03.shtml, Zugriffsdatum: 21. Dezember 2005

Statistik Austria, Theater und Musik, Wien 2003f, abrufbar unter http://www.statistik.at/fachbereich_03/kultur_txt2_03.shtml, Zugriffsdatum: 21. Dezember 2005

Statistik Austria, Visuelle Kunst, Wien 2003h, abrufbar unter http://www.statistik.at/fachbereich_03/kultur_txt6_03.shtml, Zugriffsdatum: 21. Dezember 2005

Statistik Austria, Volkszählung 2001. Bildungsschlüssel. Systematische Version. Arbeitsbehelf, Wien 2005

Statistik Austria, Wirtschaftliche Tätigkeit: Haupttätigkeit, Nebentätigkeit, Wien 2003b, abrufbar unter <http://www.statistik.at/oenace/regeln1.shtml>, Zugriffsdatum: 21. Dezember 2005

Sternberg, Rolf, Innovative Netzwerke und Regionalentwicklung, in: Akademie für Raumforschung und Landesplanung (Hrsg.), Europäische Einflüsse auf die Raum- und Regionalentwicklung am Beispiel des Naturschutzes, der Agenda 2000 und des regionalen Milieus, Arbeitsmaterial der ARL, Nr. 257, Hannover 1999, S. 78 - 104

Sternberg, Rolf, Thomi, Walter, "Wissen und Innovation als neue Paradigmen der Regionalentwicklung?", in: Zeitschrift für Wirtschaftsgeographie, Heft 3/4, Buchenverlag, Düsseldorf 2001, S. 137 - 138

Tröger-Gordon, Ingrid, Kultur und Kreativwirtschaft als innovatives Potenzial für Stadtentwicklung und Profilbildung, Salzburg 2005, abrufbar unter http://www.staedtebund.at/staedte-tag/2005/internet/ak3_troeger_gordon.pdf, Zugriffsdatum: 21. Dezember 2005

Weber, Max, Wirtschaft und Gesellschaft. Grundriß der verstehenden Soziologie, J.C.B. Mohr (Paul Siebeck), Tübingen 1922

Weisberg, Robert W., Creativity, Genius and Other Myths, WH Freeman & Co, New York 1986 (deutsch in: Weisberg, Robert W., Kreativität und Begabung, Spektrum, Heidelberg 1989)

wikipedia, Abduktion, 2005b, abrufbar unter <http://de.wikipedia.org/wiki/Abduktion>, Zugriffsdatum: 21. Dezember 2005

wikipedia, Kreativität, 2005a, abrufbar unter <http://de.wikipedia.org/wiki/Kreativit%C3%A4t>, Zugriffsdatum: 21. Dezember 2005

wu-memo, WUglossar. Creative Industries, Ausgabe 53/03, 27. Juni 2003, Wien 2003, abrufbar unter <http://www.wu-wien.ac.at/rektorat/memos/WU-MEMO53.pdf>, Zugriffsdatum: 21. Dezember 2005

Zimmer, Annette, Vereine - Basiselemente der Demokratie. Eine Analyse aus der Dritte-Sektor-Perspektive, in: Grundwissen Politik 16, Leske + Budrich, Opladen 1996

Zukunftszentrum Tirol, Kreativwirtschaft: Nutzt Tirol seine Chancen?, Innsbruck 2005, abrufbar unter http://www.zukunftszentrum.at/pics_db/TB5-KONTUR_Endbericht.pdf, Zugriffsdatum: 21. Dezember 2005

10.2 Tabellenverzeichnis

Tab. 1:	ÖNACE 1995: Unterabschnitte, Abschnitte und Abteilungen.....	54
Tab. 2:	ÖNACE 1995: Unterabschnitte, Abschnitte und Abteilungen (Fortsetzung).....	55
Tab. 3:	Klassifikation der Kreativwirtschaft in der Stadtregion Linz.....	69
Tab. 4:	Klassifikation der Kreativwirtschaft in der Stadtregion Linz (Fortsetzung).....	70
Tab. 5:	Beispiele für die Domänen der Kreativwirtschaft in der Stadtregion Linz.....	75
Tab. 6:	Gemeinden der Stadtregion Linz nach politischen Bezirken.....	79
Tab. 7:	Übersicht über verwendete Indikatoren und Datenquellen.....	81
Tab. 8:	Gemeinden mit Bevölkerungsrückgängen in der Stadtregion Linz zwischen 1991 und 2001 (Datenquellen: Statistik Austria, Amt der Oö. Landesregierung - Abteilung Statistik, eigene Berechnungen).....	82
Tab. 9:	Gemeinden mit den höchsten absoluten Bevölkerungszuwächsen in der Stadtregion Linz zwischen 1991 und 2001 (Datenquellen: Statistik Austria, Amt der Oö. Landesregierung - Abteilung Statistik, eigene Berechnungen).....	82
Tab. 10:	Die einwohnerstärksten Gemeinden der Stadtregion Linz 2001 und deren Entwicklung zwischen 1991 und 2001 (Datenquellen: Statistik Austria, Amt der Oö. Landesregierung - Abteilung Statistik, eigene Berechnungen).....	83
Tab. 11:	Entwicklung der Bevölkerungsdichte und Fläche in km ² in der Stadtregion Linz zwischen 1991 und 2001 (Datenquellen: Statistik Austria, Amt der Oö. Landesregierung - Abteilung Statistik, eigene Berechnungen).....	83
Tab. 12:	Wohnbevölkerungsentwicklung in der Stadtregion Linz nach Alters- und Geschlechterstruktur zwischen 1991 und 2001 (Datenquellen: Statistik Austria, Amt der Oö. Landesregierung - Abteilung Statistik, eigene Berechnungen).....	87
Tab. 13:	Bildungsstand nach höchst abgeschlossener Ausbildung (Wohnbevölkerung 15 Jahre oder älter) und Geschlechterstruktur in der Stadtregion Linz 2001 (Datenquellen: Statistik Austria, Amt der Oö. Landesregierung - Abteilung Statistik, eigene Berechnungen).....	92
Tab. 14:	Entwicklung der Erwerbsspersonen nach Geschlechterstruktur in der Stadtregion Linz zwischen 1991 und 2001 (Datenquellen: Statistik Austria, Amt der Oö. Landesregierung - Abteilung Statistik, eigene Berechnungen).....	93
Tab. 15:	Entwicklung der Erwerbsquote nach Geschlechterstruktur in den Gemeinden mit den höchsten Werten in der Stadtregion Linz zwischen 1991 und 2001 (Datenquellen: Statistik Austria, Amt der Oö. Landesregierung - Abteilung Statistik, eigene Berechnungen).....	94
Tab. 16:	Entwicklung der Erwerbsquote nach Geschlechterstruktur in den Gemeinden mit den geringsten Werten in der Stadtregion Linz zwischen 1991 und 2001 (Datenquellen: Statistik Austria, Amt der Oö. Landesregierung - Abteilung Statistik, eigene Berechnungen).....	95

Tab. 17:	Gemeinden mit mehr als 400 Arbeitsstätten in der Stadtregion Linz 2001 (Datenquelle: Statistik Austria, eigene Berechnungen).....	96
Tab. 18:	Arbeitsstätten und (unselbständig) Beschäftigte nach Wirtschaftssektoren in der Stadtregion Linz 2001 (Datenquelle: Statistik Austria, eigene Berechnungen).....	97
Tab. 19:	Arbeitsstätten und (unselbständig) Beschäftigte nach Wirtschaftsabschnitten in der Stadtregion Linz 2001 (Datenquelle: Statistik Austria, eigene Berechnungen).....	97
Tab. 20:	Entwicklung der vorgemerkten Arbeitslosen (Jahresdurchschnittswerte) in der Stadtregion Linz zwischen 1999 und 2004 (Datenquelle: Arbeitsmarktservice Oberösterreich, eigene Berechnungen).....	99
Tab. 21:	Entwicklung der vorgemerkten Arbeitslosen (Jahresdurchschnittswerte) nach Geschlechterstruktur in der Stadtregion Linz zwischen 1999 und 2004 (Datenquelle: Arbeitsmarktservice Oberösterreich, eigene Berechnungen).....	100
Tab. 22:	Entwicklung der vorgemerkten Arbeitslosen (Jahresdurchschnittswerte) in der Stadtregion Linz zwischen 2003 und 2004 (Datenquelle: Arbeitsmarktservice Oberösterreich, eigene Berechnungen).....	100
Tab. 23:	Entwicklung von Kulturvereinen in Oberösterreich und Oberösterreich zwischen 1997 und 2004 (Datenquelle: BMI, eigene Berechnungen (ab 2001 Schätzungen))	141
Tab. 24:	Kreativwirtschaft (i. w. S.) in der Stadtregion Linz 2004.....	142
Tab. 25:	Betriebe der Kreativwirtschaft (i. e. S.) in der Stadtregion Linz 2004.....	143
Tab. 26:	Entwicklung der Betriebszahlen der Kreativwirtschaft (i. e. S.) in der Stadtregion Linz von 1995 bis 2004.....	144
Tab. 27:	Beschäftigte in der Kreativwirtschaft (i. e. S.) 2004.....	146
Tab. 28:	Entwicklung der Beschäftigtenzahlen der Kreativwirtschaft (i. e. S.) in der Stadtregion Linz von 1995 bis 2004.....	147
Tab. 29:	Arbeitslose in den Bereichen der Kreativwirtschaft (i. e. S.) in der Stadtregion Linz zwischen 1999 und 2004.....	150
Tab. 30:	Offene Stellen in den Bereichen der Kreativwirtschaft (i. e. S.) in der Stadtregion Linz zwischen 1999 und 2004.....	151
Tab. 31:	ÖNACE-Klassen in der Domäne Buch-, Literatur- und Pressemarkt	155
Tab. 32:	Betriebe und Beschäftigte im Buch-, Literatur- und Pressemarkt (i. w. S.) 2004.....	156
Tab. 33:	Betriebe im Buch-, Literatur- und Pressemarkt (i. e. S.) 2004.....	156
Tab. 34:	Entwicklung der Anzahl der Betriebe im Buch-, Literatur- und Pressemarkt (i. e. S.) von 1995 bis 2004.....	157
Tab. 35:	Beschäftigte im Buch-, Literatur- und Pressemarkt (i. e. S.) 2004.....	158
Tab. 36:	Entwicklung der Anzahl der Beschäftigten im Buch-, Literatur- und Pressemarkt (i. e. S.) von 1995 bis 2004.....	158
Tab. 37:	ÖNACE-Klassen in der Domäne Musikwirtschaft und Phonomarkt	159

Tab. 38:	Betriebe und Beschäftigte in der Musikwirtschaft und im Phonomarkt (i. w. S.) 2004.....	160
Tab. 39:	Betriebe in der Musikwirtschaft und im Phonomarkt (i. e. S.) 2004.....	161
Tab. 40:	Entwicklung der Anzahl der Betriebe in der Musikwirtschaft und im Phonomarkt (i. e. S.) von 1995 bis 2004.....	162
Tab. 41:	Beschäftigte in der Musikwirtschaft und im Phonomarkt (i. e. S.) 2004.....	162
Tab. 42:	Entwicklung der Anzahl der Beschäftigten in der Musikwirtschaft und im Phonomarkt (i. e. S.) von 1995 bis 2004.....	163
Tab. 43:	ÖNACE-Klassen in der Domäne Film-, Video-, Fernseh- und Radiowirtschaft.....	164
Tab. 44:	Betriebe und Beschäftigte in der Film-, Video-, Fernseh- und Radiowirtschaft (i. w. S.) 2004.....	165
Tab. 45:	Betriebe in der Film-, Video-, Fernseh- und Radiowirtschaft (i. e. S.) 2004.....	165
Tab. 46:	Entwicklung der Anzahl der Betriebe in der Film-, Video-, Fernseh- und Radiowirtschaft (i. e. S.) von 1995 bis 2004.....	166
Tab. 47:	Beschäftigte in der Film-, Video-, Fernseh- und Radiowirtschaft (i. e. S.) 2004.....	166
Tab. 48:	Entwicklung der Anzahl der Beschäftigten in der Film-, Video-, Fernseh- und Radiowirtschaft (i. e. S.) von 1995 bis 2004.....	167
Tab. 49:	ÖNACE-Klassen in der Domäne Werbung und Werbewirtschaft.....	168
Tab. 50:	Betriebe in der Werbewirtschaft (i. e. S.) 2004.....	168
Tab. 51:	Entwicklung der Anzahl der Betriebe in der Werbewirtschaft (i. e. S.) von 1995 bis 2004.....	169
Tab. 52:	Beschäftigte in der Werbewirtschaft (i. e. S.) 2004.....	169
Tab. 53:	Entwicklung der Anzahl der Beschäftigten in der Werbewirtschaft (i. e. S.) von 1995 bis 2004.....	169
Tab. 54:	ÖNACE-Klassen in der Domäne Architektur und kulturelles Erbe	170
Tab. 55:	Betriebe in Architektur und kulturellem Erbe 2004	170
Tab. 56:	Entwicklung der Anzahl der Betriebe in Architektur und kulturellem Erbe von 1995 bis 2004.....	171
Tab. 57:	Beschäftigte in Architektur und kulturellem Erbe 2004.....	171
Tab. 58:	Entwicklung der Anzahl der Beschäftigten in Architektur und kulturellem Erbe von 1995 bis 2004.....	172
Tab. 59:	ÖNACE-Klassen in der Domäne Informations-, Kommunikations-, Multimedia- und Internetwirtschaft.....	173
Tab. 60:	Betriebe und Beschäftigte in der Informations-, Kommunikations-, Multimedia- und Internetwirtschaft (i. w. S.) 2004.....	174
Tab. 61:	Betriebe in der Informations-, Kommunikations-, Multimedia- und Internetwirtschaft (i. e. S.) 2004.....	175
Tab. 62:	Entwicklung der Anzahl der Betriebe in der Informations-, Kommunikations-, Multimedia- und Internetwirtschaft (i. e. S.) von 1995 bis 2004	175
Tab. 63:	Beschäftigte in der Informations-, Kommunikations-, Multimedia- und Internetwirtschaft (i. e. S.) 2004.....	176

Tab. 64:	Entwicklung der Anzahl der Beschäftigten in der Informations-, Kommunikations-, Multimedia- und Internetwirtschaft (i. e. S.) von 1995 bis 2004.....	176
Tab. 65:	ÖNACE-Klassen in der Domäne Kunstmarkt (Bildende Kunst, Grafik, Mode, Design, Fotografie) und Kunsthandwerk.....	177
Tab. 66:	ÖNACE-Klassen in der Domäne Kunstmarkt (Bildende Kunst, Grafik, Mode, Design, Fotografie) und Kunsthandwerk (Fortsetzung).....	178
Tab. 67:	Betriebe und Beschäftigte im Kunstmarkt und Kunsthandwerk (i. w. S.) 2004.....	179
Tab. 68:	Betriebe im Kunstmarkt und Kunsthandwerk (i. e. S.) 2004.....	180
Tab. 69:	Entwicklung der Anzahl der Betriebe im Kunstmarkt und Kunsthandwerk (i. e. S.) von 1995 bis 2004.....	180
Tab. 70:	Beschäftigte im Kunstmarkt und Kunsthandwerk (i. e. S.) 2004.....	181
Tab. 71:	Entwicklung der Anzahl der Beschäftigten im Kunstmarkt und Kunsthandwerk (i. e. S.) von 1995 bis 2004.....	181
Tab. 72:	ÖNACE-Klassen in der Domäne Darstellende und unterhaltungsbezogene Kunst.....	182
Tab. 73:	Betriebe und Beschäftigte in der Darstellenden und unterhaltungsbezogenen Kunst (i. w. S.) 2004.....	182
Tab. 74:	Betriebe in der Darstellenden und unterhaltungsbezogenen Kunst (i. e. S.) 2004.....	183
Tab. 75:	Entwicklung der Anzahl der Betriebe in der Darstellenden und unterhaltungsbezogenen Kunst (i. e. S.) von 1995 bis 2004.....	183
Tab. 76:	Beschäftigte in der Darstellenden und unterhaltungsbezogenen Kunst (i. e. S.) 2004.....	184
Tab. 77:	Entwicklung der Anzahl der Beschäftigten in der Darstellenden und unterhaltungsbezogenen Kunst (i. e. S.) von 1995 bis 2004.....	184
Tab. 78:	ÖNACE-Klassen in der Domäne Forschung, Entwicklung, Bildung und Beratung.....	185
Tab. 79:	Beschäftigte und Betriebe in der Forschung, Entwicklung, Bildung und Beratung (i. w. S.) 2004.....	185
Tab. 80:	Betriebe in der Forschung, Entwicklung, Bildung und Beratung (i. e. S.) 2004.....	186
Tab. 81:	Entwicklung der Anzahl der Betriebe in der Forschung, Entwicklung, Bildung und Beratung (i. e. S.) von 1995 bis 2004.....	186
Tab. 82:	Beschäftigte in der Forschung, Entwicklung, Bildung und Beratung (i. e. S.) 2004.....	187
Tab. 83:	Entwicklung der Anzahl der Beschäftigten in der Forschung, Entwicklung, Bildung und Beratung (i. e. S.) von 1995 bis 2004.....	187
Tab. 84:	Anzahl der Betriebe der Kreativwirtschaft in der Stadtregion Linz im Vergleich mit den Kreativwirtschaftsberichten Wien (2004) und Tirol (2004).....	188
Tab. 85:	Anzahl der unselbständig Beschäftigten der Kreativwirtschaft in der Stadtregion Linz im Vergleich mit den Kreativwirtschaftsberichten Wien (2004) und Tirol (2004).....	189

10.3 Abbildungsverzeichnis

Abb. 1:	Eigenschaften von Kreativität.....	29
Abb. 2:	Vierteilige Wertschöpfungskette der Cultural Industries von Pratt (Quelle: Pratt 1997).....	42
Abb. 3:	Vierteilige Wertschöpfungskette der Creative Industries von Scottish Enterprise (Quelle: Freundt 2003, S. 37).....	45
Abb. 4:	Sektoren der Ökonomie (Quelle: Birkhölzer 2000, S. 74).....	48
Abb. 5:	Drei-Sektoren-Modell im Kulturwirtschaftsbericht der Schweiz (Quelle: Weckerle, Söndermann 2003).....	52
Abb. 6:	LIKUS-Gliederung der Kulturstatistik in Österreich (Quelle: Hofecker, Tschmuck 2003, S. 57).....	58
Abb. 7:	Domänen, Hauptkategorien und ausgewählte Branchen der Gesamtwirtschaft von LIKUSkreativ (Quelle: Institut für Kulturmanagement und Kulturwissenschaft 2003, KMU Forschung Austria, S. 24).....	59
Abb. 8:	Oberösterreich und die Stadtregion Linz.....	80
Abb. 9:	Die Stadtregion Linz.....	80
Abb. 10:	Entwicklung der Wohnbevölkerung nach Altersgruppen in der Stadtregion Linz zwischen 1991 und 2001 (Datenquellen: Statistik Austria, Amt der Oö. Landesregierung - Abteilung Statistik, eigene Berechnungen).....	85
Abb. 11:	Entwicklung der Wohnbevölkerung nach Altersgruppen und Geschlechterstruktur in der Stadtregion Linz zwischen 1991 und 2001 (Datenquellen: Statistik Austria, Amt der Oö. Landesregierung - Abteilung Statistik, eigene Berechnungen).....	86
Abb. 12:	Bildungsstand und Qualifikationsniveau der Wohnbevölkerung (15 Jahre oder älter) nach höchst abgeschlossener Ausbildung in der Stadtregion Linz 2001 (Datenquellen: Statistik Austria, Amt der Oö. Landesregierung - Abteilung Statistik, eigene Berechnungen).....	88
Abb. 13:	Entwicklung des Bildungsstandes und Qualifikationsniveaus in der Stadtregion Linz zwischen 1991 und 2001 (Datenquellen: Statistik Austria, Amt der Oö. Landesregierung - Abteilung Statistik, eigene Berechnungen).....	90
Abb. 14:	Bildungsstand und Qualifikationsniveau nach Geschlechterstruktur in der Stadtregion Linz 2001 (Datenquellen: Statistik Austria, Amt der Oö. Landesregierung - Abteilung Statistik, eigene Berechnungen).....	91
Abb. 15:	Entwicklung der Erwerbsquote nach Geschlechterstruktur in der Stadtregion Linz zwischen 1991 und 2001 (Datenquellen: Statistik Austria, Amt der Oö. Landesregierung - Abteilung Statistik, eigene Berechnungen).....	94
Abb. 16:	Arbeitsstätten und unselbständig Beschäftigte nach Wirtschaftssektoren in der Stadtregion Linz 2001 (Datenquelle: Statistik Austria, eigene Berechnungen).....	96
Abb. 17:	Entwicklung der Arbeitslosigkeit (Jahresdurchschnittswerte) in der Stadtregion Linz zwischen 1999 und 2004 (Datenquelle: Arbeitsmarktservice Oberösterreich, eigene Berechnungen).....	98

Abb. 18:	Entwicklung der Besuchszahlen in museumsverwandten Einrichtungen in Oberösterreich zwischen 2002 und 2003 (Datenquelle: Statistik Austria, eigene Berechnungen)	126
Abb. 19:	Entwicklung der MitarbeiterInnenstruktur in öffentlichen Bibliotheken in Oberösterreich zwischen 2001 und 2003 (Datenquelle: Statistik Austria, eigene Berechnungen)	128
Abb. 20:	Entwicklung der durchschnittlichen Besuche je Theatervorstellung in Oberösterreich und Österreich zwischen 1996 und 2003 (Datenquelle: Statistik Austria, eigene Berechnungen).....	130
Abb. 21:	Entwicklung der Anzahl von Veranstaltungen in Häusern des Linzer Landestheaters zwischen den Spielsaisons 2000/2001 und 2002/2003 (Datenquelle: Statistik Austria, eigene Berechnungen).....	131
Abb. 22:	Verteilung der Besuche auf die Häuser des Linzer Landestheaters in der Spielsaison 2002/2003 (Datenquelle: Statistik Austria, eigene Berechnungen).....	132
Abb. 23:	Entwicklung der Kulturausgaben des Landes Oberösterreich zwischen 2001 und 2003 in Mio. Euro (Datenquelle: Statistik Austria, eigene Berechnungen).....	140
Abb. 24:	Entwicklung der Betriebszahlen der Kreativwirtschaft (i. e. S.) in der Stadtregion Linz von 1995 bis 2004.....	144
Abb. 25:	Anteil der kreativwirtschaftlichen Betriebe (i. e. S.) an den gesamten Betrieben in den Bezirken 2004.....	145
Abb. 26:	Entwicklung der Beschäftigtenzahlen der Kreativwirtschaft (i. e. S.) in der Stadtregion Linz von 1995 bis 2004.....	147
Abb. 27:	Anteil der kreativwirtschaftlich Beschäftigten (i. e. S.) an den gesamten Beschäftigten in den Bezirken 2004.....	148
Abb. 28:	Entwicklung der Kreativwirtschaft (i. e. S.) in der Stadtregion Linz im Vergleich zur Gesamtwirtschaft OÖ (1999 = 100 %)	149
Abb. 29:	Verteilung der Zahl der Betriebe in der Kreativwirtschaft (i. e. S.) in der Stadtregion Linz 2004.....	152
Abb. 30:	Verteilung der Zahl der Beschäftigten in der Kreativwirtschaft (i. e. S.) in der Stadtregion Linz 2004.....	152
Abb. 31:	Verteilung der Zahl der Betriebe innerhalb der Kreativwirtschaft (i. e. S.) in den Bezirken 2004.....	153
Abb. 32:	Verteilung der Zahl der Beschäftigten innerhalb der Kreativwirtschaft (i. e. S.) in den Bezirken 2004.....	154

10.4 InterviewpartnerInnen

Mit folgenden ExpertInnen wurden qualitative, leitfaden-gesteuerte Interviews durchgeführt:

- Michael Badics und Dipl.-Ing. Christopher Lindinger (Ars Electronica Center, Futurelab)
- Drⁱⁿ Christine Schöpf (Vorsitzende Stadtkulturbeirat Linz, ORF OÖ - Kulturredaktion, Festival Ars Electronica)
- Dr. Wolfgang Hofmann (Wirtschaftsservice der Stadt Linz)
- Mag^a Gerda Forstner (Linz Kultur - Abteilung Städtische Kulturentwicklung)
- Dr. Thomas Denk (Wirtschaftskammer OÖ, Bezirksstelle Linz-Stadt)
- Vass. Mag. Rainer Zendron (Kunstuniversität Linz - Vizerektorat für Forschung und Lehre)
- Univ.-Profⁱⁿ Dipl.artⁱⁿ Andrea van der Straeten (Kunstuniversität Linz - Institut für Bildende Kunst und Kulturwissenschaften - Experimentelle Gestaltung)
- Mag^a Elfriede Sonnberger (AK Bildung und Kultur, stv. Vorsitzende Stadtkulturbeirat Linz)
- Mag. Wolfgang Steininger (Movimiento/City-Kino Linz, Kino Freistadt, crossing europe - Filmfestival Linz)
- Tina Auer (Time's Up)
- Ing. Gerald Hanisch (HMH Engineering-Consulting-Trading GmbH)
- Bgmⁱⁿ Uli Böker (Bürgermeisterin der Marktgemeinde Ottensheim)
- Barbara Merckens (Verein Mühlviertler Festspiele Schwertberg)
- Mag. Roman Scheuchenegger (Zentrum für Kultur und Regionalentwicklung Bruckmühle)
- Dipl.-Ing. (FH) Thomas Kern (FH Hagenberg - F&E-Programme)
- Mag^a Sigrid Prammer (OÖ TMG - Themennetzwerk Design und Medien)
- Ambros Pree (OÖ TMG - Betriebsansiedlung und Standortentwicklung)
- HR Mag^a Eva Zsigo (Amt der oö. Landesregierung - Abteilung Gewerbe/Wirtschaftspolitik)
- HR Mag. Josef Ecker (Land Oberösterreich - Institut für Kunst und Volkskultur)
- Manfred Berghammer (Kulturplattform Oberösterreich)
- Karl Stadler (Wirtschaftskammer OÖ - Sparte Gewerbe und Handwerk - Fachgruppe Fotografen, Wirtschaftskammer OÖ - Sparte Gewerbe und Handwerk - Fachgruppe Buchbinder, Kartonagewaren und Etuierzeuger)

- Mag. Bernhard Eckmayr (Wirtschaftskammer OÖ - Sparte Gewerbe und Handwerk - Fachgruppe Bildhauer, Binder, Bürsten- und Pinselmacher, Drechsler, Korb- und Möbelflechter, Spielzeughersteller, Wirtschaftskammer OÖ - Sparte Gewerbe und Handwerk - Fachgruppe Musikinstrumentenerzeuger)
- Ing. Helmut Brunner (Wirtschaftskammer OÖ - Sparte Gewerbe und Handwerk - Fachgruppe Gold- und Silberschmiede, Uhrmacher, Modeschmuckerzeuger)
- MBA Gernot Fellingner (Wirtschaftskammer OÖ - Sparte Information + Consulting - Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation, Fachgruppe Unternehmensberatung und Informationstechnologie, Fachgruppe Telekommunikations- und Rundfunkunternehmen)
- Ing. Mag. Thomas Wolfmayr (Wirtschaftskammer OÖ, Sparte Information + Consulting - Fachgruppe Technische Büros - Ingenieurbüros, Fachgruppe Druck, Fachgruppe Buch und Medienwirtschaft)
- Franz Mittmannsgruber (Wirtschaftskammer OÖ - Sparte Tourismus und Freizeitwirtschaft - Fachgruppe Freizeitbetriebe, Fachgruppe Lichtspieltheater und Audiovisionsveranstalter, Fachgruppe Vergnügungsbetriebe)
- Mag. Ewald Warras (AMS Linz)
- o. Univ.-Prof. Dipl.-Ing. Dr. Gustav Pomberger (Johannes Kepler Universität Linz - Institut für Wirtschaftsinformatik/Software Engineering)
- Michael Schinko (Schinko GmbH)
- MBA Mag. Heinrich Mayr (Wirtschaftskammer OÖ - Sparte Allgemeines Gewerbe)
- Dr. Wilhelm Burger (FH Hagenberg, Medientechnik und -design)
- Ing. Otto Kalab (Wirtschaftskammer OÖ - Abteilung Energiewirtschaft und Energietechnik)

10.5 Leitfaden für ExpertInnen-Interviews

Für die Interviews wurde ein eigener Leitfaden erarbeitet, der im Laufe des Forschungsprozesses mehrfach leicht adaptiert wurde. Der Leitfaden untergliederte sich dabei in folgende Bereiche:

Einleitung

- Kurze Vorstellung des Forschungsprojekts: Intentionen, Inhalte, Ziele
- Zur Person und Einrichtung, Funktionen/Beruf, frühere Funktionen/Berufe
- regionale Reichweite der Zuständigkeit
- Mitgliedschaft in Dachverbänden, Plattformen, Netzwerken, ...
- bei Interessensvertretungen: Tätigkeitsfelder; wer wird vertreten? kurze Charakterisierung der vertretenen Personen bzw. Branchen durch wichtigste Kennzahlen (Anzahl der Unternehmen, Anzahl der Beschäftigten, Berufsgruppen, ...)
- bei Einrichtungen/Unternehmen: Tätigkeitsfelder, Beschäftigte, ...

Zu einzelnen Begriffen

- Was wird unter dem Begriff "Kreativität" verstanden?
- Was wird unter dem Begriff "Kreativwirtschaft" verstanden?
- (Was wird politisch-ideologisch damit verbunden?)

Situation

- Wie wird die derzeitige kulturelle Situation in der Stadtregion Linz allgemein beurteilt?
- Wie wird die derzeitige wirtschaftliche Situation in der Stadtregion Linz allgemein beurteilt?
- Wie werden die derzeitigen Arbeitsmarktchancen für die eigenen Branchen / für das eigene Feld / für die vertretenen Disziplinen eingeschätzt?
- Wie sieht es mit den Arbeitsbedingungen in den eigenen Branchen / im eigenen Feld / in den vertretenen Disziplinen aus? Welche Arbeitsverhältnisse dominieren? (Welche arbeitsrechtlichen Regelungen existieren?)
- Wenn die eigenen Branchen / das eigene Feld / die vertretenen Disziplinen in der Stadtregion Linz betrachtet werden: Wo liegen die besonderen Stärken? Wo liegen die besonderen Schwächen?
- (Wenn das persönliche Umfeld betrachtet wird: Kann so etwas wie eine kreative Klasse ausgemacht werden? Wie könnte diese beschrieben werden (Beruf, Freizeitverhalten, Lebensstil, ...)?)

Zusammenarbeit

- Wie sieht die Zusammenarbeit in den eigenen Branchen / im eigenen Feld / in den vertretenen Disziplinen in der Stadtregion Linz aus? Ist diese eher konkurrenzorientiert oder eher kooperativ? Wo sind innerhalb der Branchen / des Feldes / der Disziplinen "Gräben" sichtbar?
- Wie wird die Zusammenarbeit zwischen Wirtschaft und Kunst/Kultur in der Stadtregion Linz allgemein eingeschätzt? Sind good- oder best-practice-Modelle in der Stadtregion Linz bekannt, wo diese Zusammenarbeit besonders gut funktioniert, vor allem im Hinblick synergetischer Effekte?
- Wie wird die Zusammenarbeit in den eigenen Branchen / im eigenen Feld / in den vertretenen Disziplinen mit den umliegenden Bezirken, also zwischen Zentrum und Peripherie, eingeschätzt?

Entwicklung

- (Welches sind die drei größten Hemmnisse bei der Entwicklung der eigenen Branchen / des eigenen Feldes / der vertretenen Disziplinen in der Stadtregion Linz?)
- Wenn die Entwicklung der eigenen Branchen / des eigenen Feldes / der vertretenen Disziplinen in der Stadtregion Linz betrachtet wird: Wo liegen die besonderen Chancen? Wo liegen die besonderen Risiken?
- Welche Branchen / Felder / Disziplinen werden als besonders zukunftssträftig für die Stadtregion Linz eingeschätzt? Weshalb?
- (Welche Fördermöglichkeiten für Kreativwirtschaft sind bekannt?)

Regionalplanung

- Besteht Kenntnis über das Vorhandensein von regionalen Leitbildern bzw. Entwicklungsplänen für die Stadtregion Linz, bei denen die eigenen Branchen / das eigene Feld / die vertretenen Disziplinen eine Rolle spielen?
- Wie wird das Cluster-Konzept beurteilt: wird eher die Bildung von Clustern oder die Entwicklung von dezentralen Strukturen oder beides für die eigenen Branchen / das eigene Feld / die vertretenen Disziplinen bevorzugt? Weshalb?

Themen

- Was werden die zukünftigen Hauptthemen für die eigenen Branchen / das eigene Feld / die vertretenen Disziplinen in der Stadtregion Linz sein?
- Stichwort Europäische Kulturhauptstadt 2009: Wie wird die Bewerbung um die Europäische Kulturhauptstadt 2009 für die eigenen Branchen / das eigene Feld / die vertretenen Disziplinen beurteilt? Spielt dieses Thema eine Rolle? Welche Ideen für die Einbringung existieren hier?