

GAW

Gesellschaft für Angewandte
Wirtschaftsforschung

Regionalwirtschaftliche Analyse der Umweg- rentabilität der Ausgaben im Kulturbereich

Eine regionalwirtschaftliche Analyse für das Bundesland Oberösterreich

Revidierte Fassung vom August 2016

Regionalwirtschaftliche Analyse der Umwegrentabilität der Ausgaben im Kulturbereich

Eine Studie im Auftrag des Amtes der Oberösterreichischen Landesregierung

Studienautoren:

Mag. Stefan **Jenewein**

Univ.-Prof. Dr. Dr. h. c. mult. Friedrich **Schneider**

Dr. Florian **Wakolbinger**

Inhaltsverzeichnis

Executive Summary	1
1 Motivation	7
2 Attraktivität von Regionen	11
2.1 Arbeitskräfte und Unternehmen: Wer folgt wem?	13
2.2 Was Opernhäuser mit Wirtschaft zu tun haben	15
2.3 Kunst und Kultur als Teil der Lebensqualität	18
2.4 Attraktivitätssteigerndes Beispiel: Ars Electronica	18
2.5 Fazit: Kulturausgaben als Investition	20
3 Einordnung der Kulturausgaben	21
3.1 Kulturausgaben der Länder und Gemeinden	23
3.2 Kennzahlen des Kultursektors	25
4 Datengrundlagen	31
4.1 Budget Land Oberösterreich	33
4.2 Kulturbudget Land Oberösterreich	33
4.3 Dateninput für die Berechnungen	36
5 Methodischer Hintergrund	39
6 Regionalwirtschaftliche Effekte: Ergebnisse	49
6.1 Zusätzliche Wertschöpfung, Einkommen und Beschäftigung	52
6.2 Ergebnisse nach Wirtschaftssektoren	53
7 Befragungsergebnisse	57
7.1 Kulturausgaben der Oberösterreichischen Haushalte	59
7.2 Einschätzung der Kulturausgaben des Landes	60
7.3 Kunst- und Kulturangebot wichtig für Wohnortwahl	61
8 Zusammenfassung und Schlussfolgerungen	63
9 Quellen	67

Verzeichnis der Tabellen

Tabelle 3-1:	Kulturausgaben der Länder und Gemeinden.....	23
Tabelle 3-2:	Wirtschaftsstatistische Kennzahlen des Kultursektors in Österreich.....	27
Tabelle 3-3:	Erwerbstätige mit Kulturbezug in den Bundesländern.....	28
Tabelle 4-1:	Kulturbudget Oberösterreich: Ausgaben 2013 bis 2015	34
Tabelle 4-2:	Wertschöpfungswirksames Nachfragevolumen	37
Tabelle 5-1:	Die 51 Inputsektoren.....	44
Tabelle 5-2:	Die 14 Outputsektoren	46
Tabelle 6-1:	Wertschöpfungs- und Beschäftigungseffekte.....	52
Tabelle 7-1:	Einschätzung der Kulturausgaben des Landes Oberösterreich.....	61
Tabelle 7-2:	Bedeutung des Kunst- und Kulturangebots für Wohnortwahl	61

Verzeichnis der Abbildungen

Abbildung 2-1: Opernhäuser und Anteile Hochqualifizierter in Deutschland	17
Abbildung 3-1: Kulturausgaben nach Bundesländern	24
Abbildung 3-2: Kulturausgaben der Länder und Gemeinden pro Kopf	25
Abbildung 3-3: Meistbesuchte Museen in Oberösterreich	29
Abbildung 4-1: Land Oberösterreich: Budget – Ausgaben	33
Abbildung 4-2: Kulturbudget Oberösterreich: Anteile der Ausgaben	35
Abbildung 4-3: Kulturbudget Oberösterreich: Investitionen	36
Abbildung 5-1: Direkter, indirekter und induzierter Effekt.....	42
Abbildung 5-2: Input-Output-Verflechtungen	43
Abbildung 5-3: Die Regionalmodelle der GAW und deren zentrale Module	47
Abbildung 6-1: Effekte auf Bruttoregionalprodukt und Beschäftigung	53
Abbildung 6-2: Durchschnittliche jährliche Bruttowertschöpfung nach Sektoren	54
Abbildung 6-3: Durchschnittliche jährliche Beschäftigung nach Sektoren	55
Abbildung 7-1: Kulturausgaben der Oberösterreichischen Haushalte	59
Abbildung 7-2: Einschätzung der Kulturausgaben des Landes Oberösterreich.....	60

Regionalwirtschaftliche Analyse der Umwegrentabilität der
Ausgaben im Kulturbereich

Executive Summary

Executive Summary

Auch wenn die meisten Menschen der Aussage zustimmen würden, dass Kunst und Kultur Teil des gesellschaftlichen Lebens sowie der kulturellen Identität sind, so kommen insbesondere in Zeiten angespannter öffentlicher Haushalte doch immer wieder Diskussionen über die damit zusammenhängenden öffentlichen Ausgaben auf.

Dabei wird meist übersehen, dass Kürzungen im Bereich Kunst und Kultur zu ungewollten und auch langfristigen hohen Kosten führen können, die die kurzfristigen Einsparungseffekte deutlich übersteigen können.

Dies zum einen, da die im Bereich Kunst und Kultur produzierten Güter und Dienstleistungen als meritorische Güter betrachtet werden können, von denen sogenannte positive externe Effekte ausgehen. Trifft dies zu, so ist eine Förderung aus ökonomischer Perspektive sogar notwendig, um ein mögliches Marktversagen zu verhindern. Ein zentraler Befund, da damit die Diskussion über eine rein normative gehoben wird.

Zudem muss gesehen werden, dass die Ausgaben der öffentlichen Hand niemals nur Kosten darstellen, sondern auch wichtige Impulse in einer Region setzen können.

1. Kunst und Kultur mit positiven externen Effekten

Der Bereich Kunst und Kultur kann im Wesentlichen aus zwei Gründen als förderwürdig gelten. Jedenfalls gilt, dass durch die Förderung das Ziel der Internalisierung sogenannter positiver externer Effekte erreicht werden kann.

Gemeint ist damit die Tatsache, dass der Bereich Kunst und Kultur nicht nur für die unmittelbar zahlenden Konsumierenden Nutzen stiftet, sondern mitunter auch weit darüber hinaus für all jene Bewohnerinnen und Bewohner einer Region, die in geographischer Nähe zur Kultureinrichtung leben.

Denn eine Region kann insgesamt vom Bereich Kunst und Kultur dadurch profitieren, dass diese attraktiver für Touristinnen und Touristen wird. Ähnlich wie die Land- und Forstwirtschaft gilt auch für den Bereich Kunst und Kultur, dass sie weit in andere Wirtschaftssektoren hineinwirkt und dort Beschäftigung und Einkommen sichert. Dies geschieht direkt durch die von Touristinnen und Touristen getätigten Ausgaben im Bereich Handel sowie Beherbergung und Gastronomie. Dies geschieht indirekt, über die vom Bereich Kunst und Kultur von anderen Sektoren bezogenen Vorleistungen, und dies geschieht sehr stark auch induziert, da die erzielten Einkommen wiederum verausgabt werden und so abermals – über alle Sektoren – Beschäftigung und Einkommen sichern.

2. Kunst und Kultur erhöhen die Attraktivität von Regionen

Hinzu kommt, dass Kunst und Kultur mehr und mehr als Teil der Lebensqualität verstanden wird und diese wiederum die Attraktivität einer Region hebt – wenn auch nur atmosphärisch. Eine Attraktivität auf die – insbesondere, aber nicht nur – kreative und hochqualifizierte Arbeitskräfte ansprechen.

Denn war noch vor wenigen Jahrzehnten das herrschende Paradigma, dass sich zunächst Unternehmen an ausgewählten Standorten ansiedeln und die Arbeitskräfte den Unternehmen auf der Suche nach passenden Arbeitsplätzen folgen („people follow jobs“), so ist das Bild heute insbesondere für gut (aus)gebildete ein anderes: Kreative und hochqualifizierte Arbeitskräfte suchen sich ihren Wohnort unter anderem auch nach der Attraktivität

Nach einer aktuellen market Umfrage spielt für 27% der Oberösterreicherinnen und Oberösterreicher das Angebot von Kunst und Kultur eine wichtige bzw. sehr wichtige Rolle bei der Wohnortwahl.

der Region aus. Die Unternehmen ihrerseits folgen diesen Arbeitskräften auf der Suche nach entsprechenden Fachkräften („jobs follow people“).

3. Kultureinrichtungen bedeuten positiven Wirtschaftsimpuls

Somit führt letztlich die höhere Attraktivität – und Kunst und Kultur ist ein expliziter Teil davon – von Regionen via entsprechendem Angebot an Arbeitskräften (Humankapital) und der Ansiedelung bzw. Gründung von Unternehmen langfristig zu einem höheren Wirtschaftswachstum in der betreffenden Region.

Dafür gibt es auch empirische Belege, die einen unmittelbaren Zusammenhang zwischen dem Vorhandensein von Kultureinrichtungen und dem Wirtschaftswachstum in einer Region bestätigen.

So untersuchten Forscher der renommierten Forschungsinstitute IZA und ifo für Deutschland, ob wirtschaftlicher Erfolg Voraussetzung für ein reichhaltiges Kunst- und Kulturangebot einer Region ist oder ob es nicht genau umgekehrt ist: Ob nicht ein reichhaltiges Kunst- und Kulturangebot seinerseits zu mehr Wirtschaftswachstum führt. Zur Überprüfung des Zusammenhangs zwischen kulturellen Einrichtungen und Wirtschaftswachstum gingen die Forscher in zwei Schritten vor. Im ersten Schritt untersuchen sie, ob es einen Zusammenhang zwischen der Verfügbarkeit kultureller Einrichtungen – sie wählten dazu barocke Opernhäuser aus – und dem Anteil hochqualifizierter Beschäftigter gibt und im zweiten Schritt untersuchten sie anschließend den Zusammenhang zwischen der Anzahl an Hochqualifizierten und dem Wirtschaftswachstum.

Kultureinrichtungen ziehen hochqualifizierte und begabte Arbeitskräfte an und pushen das Wirtschaftswachstum.

Das Ergebnis fiel eindeutig aus: Ein um einen Prozentpunkt höherer Anteil an hochqualifizierten Beschäftigten in einem Landkreis führt zu einer um 0,24 bis 0,49 Prozentpunkte höheren Wachstumsrate des Bruttoinlandsprodukts in diesem Landkreis.

Dieses Ergebnis verdeutlicht, dass Ausgaben im Zusammenhang mit Kunst und Kultur als eine Investition in die Zukunft zu sehen sind und langfristig den wirtschaftlichen Wohlstand einer Region sichern helfen.

4. Kulturausgaben stellen Nachfrageimpuls dar

Aber auch von den Kulturausgaben selbst gehen positive Effekte aus. Diese positiven Effekte zeigen sich durch mittel- oder unmittelbar geschaffene bzw. gesicherte Arbeitsplätze und damit zusammenhängenden Einkommen.

So erhöhten die Kulturausgaben des Landes Oberösterreich zusammen mit den eigenen Einnahmen der Kultureinrichtungen in den vergangenen drei Jahren das Bruttoregionalprodukt im Bundesland um durchschnittlich jährlich 189,7 Millionen Euro und die verfügbaren Einkommen um rund 121,2 Millionen Euro jährlich.

Darüber hinaus schafften bzw. sicherten diese Ausgaben jährlich durchschnittlich 2.518 Arbeitsplätze (Jahresvollzeitäquivalente).

Regionalwirtschaftliche Effekte pro Jahr im Bundesland Oberösterreich



Untersuchungszeitraum 2013 bis 2015.
Jahresdurchschnittswerte.
Quelle: Land Oberösterreich 2016a. GAW, 2016.

Dies unterstreicht, dass Kulturausgaben auch kurzfristig einen positiven regionalwirtschaftlichen Impuls bedeuten und positive Wertschöpfungs- und Beschäftigungseffekte zeigen.

Regionalwirtschaftliche Analyse der Umwegrentabilität der
Ausgaben im Kulturbereich

Motivation

1. Motivation

Der Bereich Kunst und Kultur kann grundsätzlich aus zwei scheinbar diametralen Perspektiven gesehen werden. So können sich beispielsweise Städte bzw. ganze Regionen am Beginn eines Markenbildungsprozesses zu aller erst sehr allgemein die Frage stellen, was ihre Stärken sind, die mit der Marke transportiert werden sollen bzw. überhaupt authentisch transportiert werden können. Neben vielen anderen Faktoren kann dabei natürlich der Bereich Kunst und Kultur als wesentlicher Faktor in der Markenbildung identifiziert werden. Letztendliches Ziel dieses Prozesses ist die Steigerung der Attraktivität der betreffenden Region und damit letztlich die Stärkung der regionalen Wirtschaftskraft.

Wird dem Bereich Kunst und Kultur in der Markenbildung keine herausragende Rolle zugeschrieben, so wird dem Bereich Kunst und Kultur dennoch häufig ein besonderer Stellenwert attestiert, nämlich jener des meritorischen Gutes. Der Begriff des meritorischen Gutes leitet sich dabei vom lateinischen Begriff „meritum“ „das Verdienst“ ab und bezeichnet in der ökonomischen Literatur Güter, deren Konsum aus einer ökonomischen Perspektive als gesellschaftlich wünschenswert eingestuft wird.

Verbunden mit dieser Perspektive ist häufig der Befund, dass der Konsum meritorischer Güter insgesamt zu gering ausfällt, die Menschen beispielsweise zu selten ins Theater oder ins Museum gehen. Als Konsequenz wird eine Incentivierung des Konsums als notwendig erachtet, um so das Konsumniveau zu heben und damit letztlich die Förderwürdigkeit begründet.

Die Incentivierung erfolgt dabei häufig dergestalt, dass die vom Bereich Kunst und Kultur produzierten und bereitgestellten Güter und Dienstleistungen zu Preisen angeboten werden, die nicht kostendeckend sind. Als logische Folge ist eine betriebswirtschaftliche Führung des jeweiligen Kulturbetriebes nicht bzw. nur dann möglich, wenn das Defizit von der öffentlichen Hand und damit letztlich von den Steuerzahlerinnen und Steuerzahlern getragen wird. Von der Allgemeinheit aber auch von politischer Seite werden diese Zuschüsse jedoch häufig ausschließlich als Kosten wahrgenommen, ohne gleichzeitig die ökonomische Besonderheit des Bereiches Kunst und Kultur zu sehen. Aber es ist gerade diese Besonderheit, die die ökonomische Förderwürdigkeit begründet.

Denn die Förderwürdigkeit leitet sich nicht alleine daraus ab, dass die Individuen „zu ihrem Glück verführt werden müssen“. Vielmehr ergibt sich die Förderwürdigkeit daraus, dass mit meritorischen Gütern sogenannte externe Effekte verbunden sind. Gemeint ist damit, dass mit meritorischen Gütern auch Nutzen für die Allgemeinheit einhergehen. Nutzen also, die nicht alleine beim entscheidenden Individuum selbst anfallen. Diesen „allgemeinen Nutzen“ wiederum berücksichtigen Individuen nicht in ihren Konsumentscheidungen, was zu besagtem Minderkonsum führt. Und um eben diesen gesellschaftlichen Nutzen heben zu können, bedarf es einer Förderung.

Dieser gesellschaftliche Nutzen fällt zunächst und unmittelbar dergestalt an, dass mit den Ausgaben der öffentlichen Hand Beschäftigung und Einkommen im Kulturbereich gesichert werden. Aber nicht nur dort. Denn durch die Ausgaben im Kulturbereich, werden auch Vorleistungen in anderen Sektoren nachgefragt. Das heißt, die Ausgaben im Kulturbereich sichern auch in anderen Sektoren Beschäftigung und Einkommen. Wird zusätzlich bedacht, dass diese Einkommen wiederum zum Teil in der Region verausgabt werden und damit wiederum Einkommen und Beschäftigung sichern, wird die Breite der regionalwirtschaftlichen Bedeutung der Ausgaben im Kulturbereich deutlich.

Zudem – und dies ist ja der eigentliche Grund für die Kulturausgaben – kommt es durch die Ausgaben im Kulturbereich erst zur Realisierung besagter positiver externer Effekte. Das heißt, erst durch die Ausgaben der öffentlichen Hand fallen diese regionalwirtschaftlichen Nutzen an.

Der diesbezüglich vielleicht offensichtlichste positive externe Effekt besteht darin, dass eine Region insgesamt an Attraktivität gewinnen kann. Ein Effekt von dem jedenfalls direkt der Tourismus, also die Beherbergung und Gastronomie, profitiert. Da dieser jedoch wiederum stark mit anderen Sektoren über den Bezug von Vorleistungen verflochten ist, und diese damit von einem starken Tourismus profitieren, beschränkt sich der positive externe Effekt nicht alleine auf den Sektor Tourismus. Ein wesentlicher Grund im Rahmen der Markenpositionierung für die Entscheidung, eine besondere Stärke verstärkt herauszustreichen.

Etwas weniger offensichtlich ist vielleicht die Tatsache, dass die Attraktivität einer Region noch aus einem ganz anderen Grund wichtig ist – und zukünftig immer wichtiger wird. Dies deshalb, da die Attraktivität einer Region stark mit der Lebensqualität einer Region zusammenhängt. Die Lebensqualität einer Region wiederum ist aber insbesondere für gut (aus)gebildete Personen oft entscheidend in ihrer Wahl des Wohnortes. In anderen Worten: Für gut (aus)gebildete ist in ihrer Wahl des Wohnortes immer weniger der Standort des Arbeitgebers entscheidend. Dies deshalb, weil gut (aus)gebildete und kreative Personen (Stichwort: Creative Industries, Start-up-Szene) immer weniger scharf zwischen Berufs- und Privatleben trennen und damit die Grenzen zwischen den Welten verschwimmen. In Folge hängt die Qualität des Berufslebens auch von der allgemeinen Lebensqualität in einer Region ab. Dies führt dazu, dass gut (aus)gebildete Arbeitskräfte verstärkt in Regionen leben wollen, die sich durch eine hohe allgemeine Lebensqualität auszeichnen und Unternehmen in ihrer Standortwahl letztlich diesen Arbeitskräften „nachziehen“. Ist dieser Kreislauf einmal in Gang gesetzt, werden dadurch weitere gut (aus)gebildete Arbeitskräfte und damit Unternehmen angezogen und eine Spirale nach oben in Gang gesetzt.

Die vorliegende Studie beleuchtet die einzelnen Aspekte im Detail und gliedert sich damit wie folgt. Zunächst wird in Abschnitt 2 dargelegt, wie sich kulturelle Einrichtungen auf die Attraktivität von Regionen und Städten auswirken und welche Implikationen dies für die wirtschaftliche Entwicklung dieser Regionen und Städte mit sich bringt.

In Abschnitt 3 folgt eine Einordnung der Kulturausgaben sowie in Abschnitt 4 die Aufbereitung jener Daten, die als Input für die Berechnung der regionalwirtschaftlichen Effekte dienen. Nach der Vorstellung des methodischen Hintergrundes werden im anschließenden Abschnitt 6 die Ergebnisse der Berechnungen präsentiert. Abschnitt 7 präsentiert Ergebnisse einer aktuellen Umfrage des market-Instituts rund um das Thema Kultur, wobei dabei vor allem auch die in Abschnitt 2 diskutierten theoretischen Erkenntnisse zur Bedeutung von Kunst und Kultur für die Attraktivität von Regionen und die Wohnortwahl gestützt werden.

Abschnitt 8 fasst die zentralen Ergebnisse zusammen und zieht Schlussfolgerungen aus den gewonnenen Erkenntnissen.

Regionalwirtschaftliche Analyse der Umwegrentabilität der
Ausgaben im Kulturbereich

Attraktivität von Regionen

2. Attraktivität von Regionen

Vor rund 15 Jahren stellte der US-Ökonom Richard Florida in seinem Buch „The Rise of the Creative Class“ (2002) seine zentralen Thesen zur Entwicklung von Regionen einem breiten Publikum vor. Einige sprechen im Zusammenhang mit seiner Theorie der Kreativen Klasse gar von einer neuen Wirtschaftstheorie, die Florida hier mitbegründete. Wie dem auch sei – Floridas Hauptthese lautet, dass letztlich Kreativität bzw. der durch die Kreativität hervorgebrachte kreative Output von Personen entscheidend für das wirtschaftliche Wachstum von Regionen ist. Nach Florida zeichnet sich die kreative Klasse dabei durch eine überdurchschnittlich hohe Mobilität aus und zieht in attraktive Regionen. Damit ballt sich in diesen Regionen entsprechendes Humankapital¹, lockt Unternehmen an und ist so letztlich für überdurchschnittliches Wachstum und Wohlstand der Region verantwortlich. Darüber hinaus trägt die kreative Klasse ihrerseits zu einem Erstarren der Kunst- und Kulturwirtschaft in der Region bei und erhöht somit die Attraktivität der Region weiter.

2.1 Arbeitskräfte und Unternehmen: Wer folgt wem?

Kreative gehen nicht dorthin, wo sie eine Beschäftigung finden, sondern die Standortwahl der Unternehmen orientiert sich an den Wohnortpräferenzen von Personen. Floridas Überzeugung, dass die Standortwahl eines Unternehmens durch das regionale Potenzial an kreativen Arbeitskräften bestimmt wird, widersprach damit der damaligen allgemeinen Auffassung, dass Unternehmen der Kern des regionalen Wirtschaftswachstums und ihrerseits der Anziehungspunkt für qualifizierte Arbeitskräfte und Investitionen seien. Befragungen von Florida ergaben darüber hinaus, dass drei Viertel dieser qualifizierten Arbeitskräfte der Wohnort wichtiger sei als der Job. Daraus schließt Florida, dass die Regionen selbst heute die sozialen und wirtschaftlichen Schlüsseleinheiten sind und nicht die Unternehmen (Gottschalk et al., 2010).

Nicht „People follow jobs“, sondern „jobs follow people“.

Exkurs: Die Kreative Klasse

Zur Kreativen Klasse zählen Arbeitende aufgrund der von ihnen ausgeübten Tätigkeit, wobei der Inhalt ihrer Arbeit durch einen „kreativen Prozess“ charakterisiert ist. Dazu zählen Arbeitende in wissensintensiven Bereichen wie etwa Wissenschaftler, Künstlerinnen, Designer, Publizistinnen, Architekten, Ingenieure, Lehrerinnen, Ärzte und Unternehmerinnen. Aber auch Anwälte, Facharbeiterinnen und Techniker werden der kreativen Klasse zugeordnet, da die Ausübung ihrer Tätigkeit in hohem Ausmaß kreative Problemlösung erfordert. Der Output dieser kreativ Tätigen ist der Kern wirtschaftlicher Prosperität und Wohlstand von Regionen.

Nach Florida ist es somit nicht das formale Ausbildungsniveau der entscheidende Faktor für regionalwirtschaftliches Wachstum – wie dies traditioneller Weise meist angenommen wird. Vielmehr ist es die kreative berufliche Tätigkeit, die das Wirtschaftswachstum treibt.

¹ Humankapital erklärt Florida dabei nicht durch den Bildungsgrad, sondern durch die Kreativität der jeweiligen Tätigkeit. Die Bedeutung von Humankapital für die regionale Entwicklung ist hingegen nicht neu, bereits in den 1950er Jahren identifizierte Ullmann (1958) das Humankapital als Schlüssel für die regionale Entwicklung. In den 1980er Jahren zeigte Lucas (1988) die Verdichtung von Humankapital in Großstädten auf und erkannte, dass dort Informationen und Wissen durch die kurzen Transferwege schneller und besser in „knowledge spillovers“ und somit in Wirtschaftswachstum umgesetzt werden können (Gottschalk et al., 2010).

Dabei sind es weniger die tangiblen Faktoren wie geographische Lage oder Erreichbarkeit einer Region, die zur wirtschaftlichen Prosperität einer Region beitragen als vielmehr intangible Faktoren, zu denen unter anderem die Kunst- und Kulturszene zählen.

„Standorte stehen in einem globalen Wettbewerb: Sie konkurrieren um Unternehmensansiedlungen und Arbeitsplätze, um Infrastrukturinvestitionen, touristische Attraktionen und immer mehr auch um hochqualifizierte Arbeitskräfte. Dabei sind Regionen komplex zu vermarktende Produkte [...]. Immer häufiger spielen daher die „weichen Standortfaktoren“ wie Kultur, Unternehmergeist, Flexibilität und Dynamik eine Rolle. Hier kommt es darauf an, sich eine einzigartige Identität zu schaffen, die mehr von intangiblen als von tangiblen Faktoren geprägt ist [...]“ (Pechlaner und Bachinger, 2010).

Traditioneller Weise sahen und sehen Ökonomen langfristig primär in der Technologie bzw. im technologischen Fortschritt den Schlüssel für Wirtschaftswachstum und den Wohlstand von Volkswirtschaften und Regionen. Vor dem Hintergrund der sich ändernden Produktions- und Arbeitsverhältnisse rückten in jüngerer Vergangenheit jedoch darüber hinaus weitere Faktoren in den Fokus, die neben der Technologie zentral für die positive Entwicklung von Regionen sind. Und hier kommt wieder die Attraktivität einer Region ins Spiel, wobei sich die Frage stellt, was zur Steigerung der Attraktivität einer Region beitragen kann.

Technologie, Talente und Toleranz als Voraussetzung für prosperierende Regionen.

Bei seiner Analyse von Regionen und deren Attraktivität entwickelte Florida (2002, 2005) das Modell der drei „T“. Dabei argumentiert er, dass für den wirtschaftlichen Erfolg einer Region neben „Technologie“ auch „Talente“ und „Toleranz“ notwendig seien, denn nur ein Mix aus diesen Voraussetzungen sorgt für eine entsprechende Attraktivität einer Region. Und diese Attraktivität einer Region ist es, die Kreative anzieht und so Humankapital ansammelt.

Wie schon erwähnt zeichnen sich nach Florida die heutigen attraktiven und wachstumsstarken Regionen dadurch aus, dass sie zunächst kreative und begabte Personen anziehen und die Unternehmen dann auf der Suche nach entsprechend qualifizierten Fachkräften diesen Personen nachziehen. Kunst und Kultur bzw. Künstler und kreative Berufsgruppen machen Regionen und Städte attraktiv und bilden somit eine Voraussetzung für den Zuzug von Fachkräften.

„Während hochqualifizierte Wissensarbeiter in wissensintensiven Branchen die Voraussetzung und die Garanten für die internationale Wettbewerbsfähigkeit einer Region darstellen, machen Künstler und Angehöriger kreativer Berufsgruppen eine Stadt – salopp gesprochen – vielfältig und interessant. Sie sorgen nach Ansicht Floridas dafür, dass wiederum die Stadt für andere hochqualifizierte Wissensarbeiter attraktiv ist“ (Hafner und von Streit in: Pechlaner und Bachinger, 2010).

Unter derartigen Rahmenbedingungen sieht sich eine erfolversprechende Wirtschaftspolitik großen Anforderungen gegenüber, klassische Denkmuster müssen überdacht und neue Ansätze verfolgt werden. Um Erfolg zu haben, ist es zentral, die spezifischen Bedürfnisse der Kreativen Klasse zu berücksichtigen.

„So müssten die Angebote (Freizeit, Kultur...) sich z. B. danach richten, dass die Kreativen häufig in einer anderen Zeiteinteilung leben und Arbeit bei ihnen prinzipiell immer „stattfindet“ – auch nachts

und am Wochenende: In den Pausen mal zwischendurch den Arbeitsplatz verlassen, kurz entspannen, auftanken und wieder an den Arbeitsplatz zurückkehren, so ist der Rhythmus der kreativen Arbeit“
(Gottschalk et al., 2010)

Diese Ausführungen unterstreichen zugleich einen weiteren Aspekt, der speziell auf Oberösterreich bzw. Linz als ehemalige Industriestadt zutrifft, nämlich den wirtschaftlichen Wandel von Regionen. Zwar zählt das Bundesland Oberösterreich nach wie vor zu den stärksten Industrie-Bundesländern Österreichs², allerdings ist die Bedeutung von Linz als Kunst- und Kulturstadt gewachsen. Dass Linz diesem Wandel Rechnung tragen und sich diesbezüglich positionieren will, zeigt sich unter anderem auch an der Bewerbung der Stadt zur Kulturhauptstadt Europas, zu der sie im Jahr 2009 gewählt wurde. Ein Jahr später, 2010, wurde mit Essen bzw. der Metropole Ruhr abermals eine Region zur Kulturhauptstadt Europas gewählt, die noch vor wenigen Jahrzehnten – ähnlich wie Linz – als klassische Industrieregion wahrgenommen wurde.

„Die Auswahl der Stadt Essen bzw. der Metropole Ruhr zur Kulturhauptstadt Europas 2010 weist auf die hohe Bedeutung hin, die der Kulturwirtschaft und Kulturproduktion im Zuge des wirtschaftsstrukturellen Wandels industriell geprägter Regionen und Gesellschaften von Politik und Wirtschaft zugemessen wird. Kultur und Medien erhalten zu Beginn des 21. Jahrhunderts einen immer bedeutenderen Stellenwert für die industrielle Produktion und die Organisationsformen gesellschaftlicher Arbeit sowie für die regionale Entwicklung und die Ökonomie im Ganzen. Ein wachsender Anteil der wirtschaftlichen Wertschöpfung wird durch die Entwicklung, Erstellung und den Vertrieb von Gütern und Dienstleistungen der Kultur- und kreativen Industrien erzielt“ (Promotionskolleg Ruhr-Universität Bochum, 2008).

Was diesbezüglich über Essen ausgesagt wird, trifft ebenso auf Linz zu. Jedenfalls versuchen Regionen, ihre Attraktivität auch vor dem Hintergrund ihres reichhaltigen Kunst- und Kulturangebotes herauszustreichen und so Kreative und Begabte anzulocken. Und damit letztlich eine wesentliche Voraussetzung für die wirtschaftliche Entwicklung der Region zu schaffen.

2.2 Was Opernhäuser mit Wirtschaft zu tun haben

Auch ein Beitrag von Autoren des deutschen Forschungsinstituts IZA bzw. des ifo-Institutes (Falck et al., 2010 und 2011) stützt die These, dass Ausgaben und somit die Förderung von Kunst und Kultur aus ökonomischer Sicht wichtig und notwendig sind – auch in Zeiten knapper öffentlicher Kassen.

„Leere Haushaltskassen verleiten die politischen Verantwortlichen schnell dazu, am Kulturetat zu sparen. Das könnte sich als kontraproduktiv erweisen, denn kulturelle Angebote steigern das regionale Wirtschaftswachstum“ (Falck et al., 2011).

Die Autoren gingen in ihrer Studie der spannenden Frage nach, ob wirtschaftlicher Erfolg Voraussetzung für ein reichhaltiges Kunst- und Kulturangebot einer Region ist oder

Kulturausgaben sind auch aus ökonomischer Sicht wichtig und richtig.

² In Oberösterreich belief sich Die Bruttowertschöpfung des Sekundären Sektors (ÖNACE B bis F) zuletzt (2014) auf knapp 40 Prozent der gesamten Bruttowertschöpfung Oberösterreichs (Durchschnitt Österreich: 28 Prozent).

ob es aber genau umgekehrt ist. Denn allein die Beobachtung, dass es einen Zusammenhang zwischen einem reichhaltigen Kunst- und Kulturangebot und dem wirtschaftlichen Erfolg von Regionen gibt, sagt noch nichts über die Kausalität aus. Ein klassisches Henne – Ei Problem.

Zur Überprüfung des kausalen Effekts zwischen Kultureinrichtungen und der Attraktivität einer Region für Hochqualifizierte³ greifen die Studienautoren auf die regionale Verteilung von barocken Opernhäusern im 17. und 18. Jahrhundert zurück. Dies deshalb, da die Standorte dieser Opernhäuser

„weder von der heutigen Nachfrage Hochqualifizierter nach Kulturgütern noch von Regionalpolitikern beeinflusst werden. Ihre Standorte sind historisch bestimmt und sind darüber hinaus nicht ausschließlich das Ergebnis regionalen ökonomischen Wohlstands in der Vergangenheit, der bis in die Gegenwart ausstrahlt, sondern vielmehr das Ergebnis eines Wettbewerbs um Prestige zwischen absolutistischen Fürsten.“

Eingebettet in dieses Studiendesign gehen die Autoren zur Überprüfung des Zusammenhangs zwischen kulturellen Einrichtungen und Wirtschaftswachstum in zwei Schritten vor. Im ersten Schritt untersuchen sie, ob es (heute) einen Zusammenhang zwischen der Verfügbarkeit kultureller Einrichtungen und dem Anteil hochqualifizierter Beschäftigter gibt.⁴ Das Ergebnis:

„Alle 10 km, die ein Landkreis näher am Standort eines barocken Opernhauses liegt, steigt der Anteil der heute vorhandenen hochqualifizierten Beschäftigten um 0,28 Prozentpunkte an. Dies entspricht ca. 4% des durchschnittlichen Anteils der hochqualifizierten Beschäftigten über alle Landkreise.“⁵

Im zweiten Schritt untersuchen die Studienautoren anschließend den Zusammenhang zwischen der Anzahl an Hochqualifizierten und dem Wirtschaftswachstum. Je nach Modellspezifikation kommen sie dabei zum Ergebnis, dass

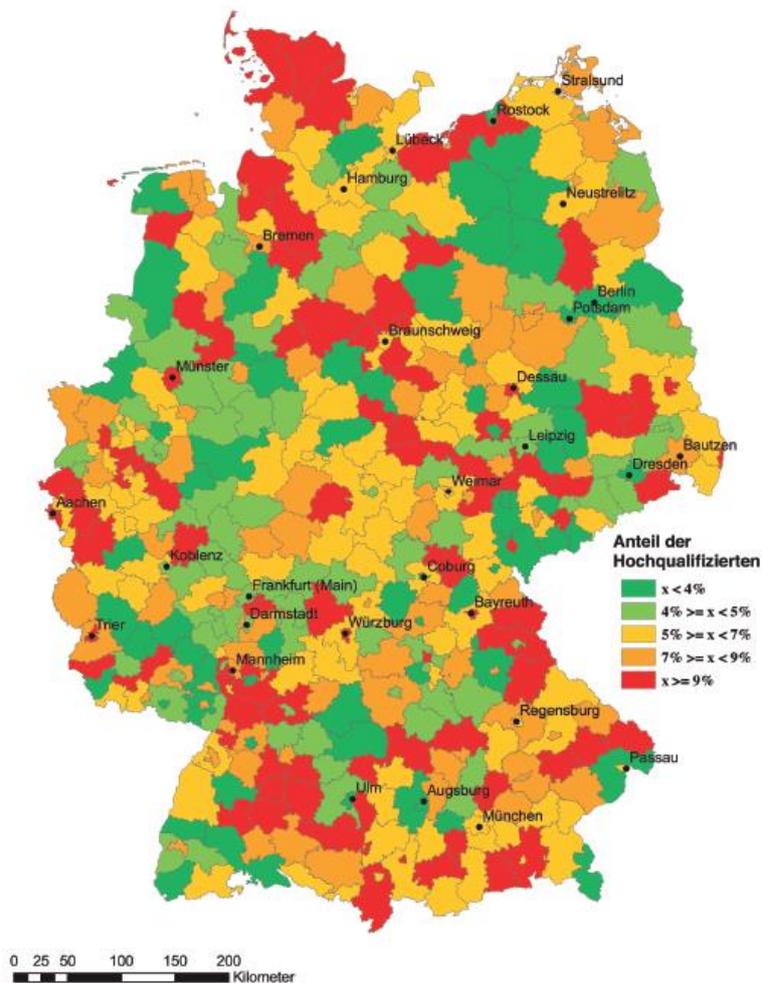
„ein um einen Prozentpunkt höherer Anteil an hochqualifizierten Beschäftigten im Landkreis zu einer um 0,24 bis 0,49 Prozentpunkte höheren Wachstumsrate des Bruttoinlandsprodukts im Landkreis führt. Dieser Effekt ist ökonomisch relevant und bestätigt die Bedeutung von Humankapital für das Wirtschaftswachstum in der modernen Wissensgesellschaft.“

³ Zu den Hochqualifizierten zählen Falck et al. (2011) Personen mit einem tertiären Bildungsabschluss (tertiary degree). Indem die Autoren Qualifikation anhand formaler Bildungsabschlüsse verorten, folgen sie dem traditionellen Ansatz hinsichtlich der Definition von Humankapital und nicht dem Ansatz von Floridas „Kreativer Klasse“, der den Fokus nicht auf den formalen Bildungsabschluss, sondern auf den kreativen Output der Tätigkeiten der kreativen und begabten Personen legt.

⁴ Die dahinterliegende These ist, dass von kreativen (hochbegabten) Köpfen innovative Impulse und Wissensspillover (Wissensexternalitäten) ausgehen. Diese Wissensspillover und die damit zusammenhängenden Innovationsaktivitäten stellen ihrerseits – so die moderne Wachstumstheorie – eine treibende Kraft für nachhaltiges Wirtschaftswachstum dar.

⁵ Die Autoren kontrollieren für diverse alternative Einflussfaktoren, um sicherstellen zu können, dass tatsächlich die durch die (historischen) Opernhäuser stimulierte Kultur (heute) Ursache für den höheren Anteil an Hochqualifizierten sind und nicht etwa andere ökonomische oder institutionelle Faktoren. Ihr Ergebnis wird bestätigt.

Abbildung 2-1: Opernhäuser und Anteile Hochqualifizierter in Deutschland



Die Karte zeigt die 29 Standorte barocker Opernhäuser sowie den durchschnittlichen Anteil der Hochqualifizierten an der Gesamtbeschäftigung pro Landkreis im Untersuchungszeitraum 1998 – 2004.
Quelle: Falck et al., 2011.

Zusammengefasst liefert diese Studie empirische Evidenz dafür,

„dass es einen statistisch signifikanten kausalen Zusammenhang zwischen regionalen kulturellen Einrichtungen und der regionalen Verteilung von Hochqualifizierten gibt“

Die Studienautoren schließen ihre Ausführungen, indem sie die Bedeutung von Kultur Ausgaben in den öffentlichen Budgets hervorstreichen. Wirtschaftspolitikern und Budgetverantwortlichen geben sie einen dringenden Rat mit:

„Kulturelle Einrichtungen können die Attraktivität einer Region für Hochqualifizierte wesentlich erhöhen. Viele ihrer Wirkungen sind langfristig und eher „atmosphärischer“ Natur, weshalb sie sich einer direkten Messung auch häufig entziehen. Gerade deshalb ist es wichtig, auf solche positiven indirekten Wirkungen hinzuweisen, damit sie im Rahmen von Budgetentscheidungen nicht vernachlässigt werden.“

Kulturelle Einrichtungen ziehen Hochqualifizierte an. Deren Aktivitäten wiederum führen zu einem höheren Wirtschaftswachstum.

2.3 Kunst und Kultur als Teil der Lebensqualität

Dass Lebensqualität eine maßgebliche Rolle für den wirtschaftlichen Erfolg einer Region spielt, konstatierte jüngst auch eine Studie von BAK Basel (2016). Dieser Studie zufolge ist eine Region nicht nur dann erfolgreich, wenn sie als Standort attraktiv für Unternehmen ist, sondern sie muss auch ein attraktiver Wohnort für Privatpersonen sein. Besonders relevant für die Wohnortentscheidung von Privatpersonen ist dabei neben anderen wie etwa steuerlichen Aspekten vor allem auch die Lebensqualität in der Region. Mit zunehmender Lebensqualität steigt die Wahrscheinlichkeit, dass sich Personen in der Region ansiedeln bzw. nicht abwandern und sich so die Attraktivität der Region – auch für Unternehmen – erhöht. Zur Lebensqualität zählen die Studienautoren dabei neben der öffentlichen Sicherheit und Umwelt auch explizit die Bereiche Freizeit und Kultur.

2.4 Attraktivitätssteigerndes Beispiel: Ars Electronica

Ein Merkmal attraktiver Regionen ist die Vernetzung von Aktivitäten kreativer und begabter Individuen. Vernetzung nicht nur zwischen den Individuen oder den Unternehmen, sondern auch Vernetzung zwischen – auf den ersten Blick – fremden Bereichen wie Kultur, Wissenschaft, Wirtschaft und Technologie. Eine Institution, der es in Oberösterreich gelungen ist, diese Vernetzung zu leben, ist die Ars Electronica, die mittlerweile weit über Linz und die Region hinaus für ihre kreativen Ideen bekannt ist. Ars Electronica zeigt beinahe lehrbuchmäßig, wie Kunst nicht nur mit Wissenschaft, Innovation und Forschung, sondern auch mit Technologie und Wirtschaft einhergehen kann und wie sich diese Felder gegenseitig befruchten. So zeigt und bearbeitet etwa das Center der Ars Electronica

„allerlei Verschmelzungen verschiedenster Kunst-, Wissenschafts- und Technologierichtungen. Bio- und Gentechnik, Neurologie, Robotik, Prothetik und Medienkunst tummeln sich hier gleichberechtigt und bilden Versuchsanordnungen, in denen ausprobiert werden kann, wie wir vielleicht morgen schon mit unserer Umgebung und anderen Menschen umgehen und kommunizieren werden und was diese Veränderung für uns und unsere Gesellschaft bedeuten“ (Ars Electronica, 2016)

„Das Ars Electronica Futurelab ist ein Paradebeispiel für einen kreativwirtschaftlichen Think Tank.“ (AEC, 2016)

In der Forschungs- und Entwicklungszelle der Ars Electronica, dem Futurelab, wiederum arbeiten

„Expertinnen und Experten aus verschiedensten Disziplinen an den Ideen, die unsere Zukunft mitbestimmen. Medienkunst, Architektur, Design, Interaktive Ausstellungen, Virtual Reality, Echtzeitgrafik bilden hier den Inspirationspool, in dem vorhandenes Wissen neu arrangiert, die Brücke zur Kunst geschlagen wird und Konzepte entstehen, die uns den Umgang mit der Welt von heute und von morgen erleichtert. Als außeruniversitäres Forschungs- und Entwicklungsinstitut betrachtet das Ars Electronica Futurelab seinen alltäglich praktizierten Brückenbau zwischen unterschiedlichen Disziplinen als ureigene, wichtige Innovationsbatterie.“ (Ars Electronica, 2016).

Dass hier Kunst weiter über ihre enge Definition hinaus Bedeutung erreicht und tief in andere Bereiche eindringt, zeigt sich auch an der internationalen Bedeutung von Ars Electronica und die mittlerweile aufgebauten Netzwerke aus den unterschiedlichsten Bereichen.

„Die Marke Ars Electronica ist weit über die Grenzen von Österreich hinaus bekannt. Sie steht für Innovation und Kreativität. Fundament dieser Erfolgsgeschichte bildet ein über nunmehr drei Jahrzehnte aufgebautes Netzwerk aus KünstlerInnen, Forschungsinstitutionen und Universitäten in Europa, Amerika und Asien. Erst diese Vernetzung eröffnet Ars Electronica die Chance, weltweite Entwicklungstendenzen aufspüren, präsentieren und auf diese Weise weitertragen zu können. Ars Electronica entwickelte sich damit zur internationalen Plattform“ (Ars Electronica, 2016).

Ars Electronica wagt sich jedoch auch weit hinaus in die Zukunft und setzt sich mit utopischen Themen und Visionen auseinander. So widmet sich das diesjährige Ars Electronica Festival mit „Radical Atoms“ den Alchemisten unserer Zeit. Das Festival geht dabei der Frage nach, wie die Beschränkungen, denen Atome im Gegensatz zu digitalen Bits unterliegen, aufgehoben werden können⁶ (ORF, 2016). Als wissenschaftlicher Berater dieses Festivals wurde mit Hiroshi Ishii ein Professor für mediale Kunst und Wissenschaft am Bostoner MIT Media Lab gewonnen. Das Ars Electronica Future Lab kuratiert gemeinsam mit dem MIT die Themenausstellung. Diese Zusammenarbeit mit hochkarätigen Wissenschaftlern und Institutionen zeigt dabei die Bedeutung von Ars Electronica weit über die Bereiche Kunst und Kultur hinaus. Dass für die Bespielung des Festival Campus die Pekinger Tsinghua University verantwortlich zeichnet, unterstreicht zusätzlich auch die internationale künstlerische Vernetzung und Bedeutung dieses Festivals an der Schnittstelle zwischen Kunst, Wissenschaft und Forschung.

Zentrale Bedeutung des Ars Electronica Festivals ist der Austausch zwischen Kunst, Wissenschaft, Forschung, Gesellschaftspolitik sowie Technik und Wirtschaft. So treffen etwa im Rahmen des Festivals beim sogenannten „Future Innovators Summit“ neben

„erfahrenen Fachleuten auch JungunternehmerInnen, SozialaktivistInnen, TechnikerInnen und WissenschaftlerInnen mit KünstlerInnen und DesignerInnen zusammen, um Ideen und Know-how auszutauschen und einander zu inspirieren“ (Ars Electronica, 2016a).

Austausch zwischen Kunst, Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft wird beim Ars Electronica Festival groß geschrieben.

Die große Bedeutung des Ars Electronica Festivals spiegelt sich auch in Zahlen wider. So beteiligen sich mittlerweile mehrere hundert KünstlerInnen, Netzwerk-NomadInnen, TheoretikerInnen und TechnologInnen aus mehr als 20 Ländern am Festival. Für die mediale Verbreitung und die Diskussion in unzähligen Foren akkreditieren sich rund 500 JournalistInnen und BloggerInnen. Dass das Festival jedoch nicht nur eine Veranstaltung für „Freaks oder Nerds“ ist, beweisen die rund 35.000 BesucherInnen, die dem Festival zu seiner Bedeutung verhelfen (Ars Electronica, 2016b).⁷

Darüber hinaus wird im Rahmen von Ars Electronica auch der STARTS-Prize vergeben. So sucht die Europäische Kommission gemeinsam mit Ars Electronica nach innovativen Projekten aus Wissenschaft, Technologie und Kunst. KünstlerInnen, WissenschaftlerInnen und UnternehmerInnen aus aller Welt werden eingeladen, ihre innovativen Projekte zum STARTS-Prize einzureichen.

⁶ „Radical Atoms“ geht in der Vision von Ishii von einer neuen Generation von Materialien aus, die ihre Formen dynamisch ändern können. Es sei möglich, diese Stoffe mittels Computer zu transformieren und auch wieder zu rekonfigurieren, so die Annahme (ORF, 2016).

⁷ 2015 verbuchte das Festival gar mehr als 90.000 Besuche. In Summe konnte Ars Electronica 2015 knapp 172.000 BesucherInnen verbuchen.

Die Institutionen, mit denen Ars Electronica bzw. die einzelnen „Labs“ zusammenarbeiten, lesen sich wie ein „Who is who“ der forschungsstarken Unternehmen und Organisationen. Vom MIT Boston, über ESO, die Europäische Südsternwarte, und CERN, der Europäischen Organisation für Kernforschung, bis hin zu INTEL – um nur einige wenige zu nennen. Mit Letzteren hat das Ars Electronica Futurelab zuletzt sogar einen neuen Weltrekord aufgestellt, als bei einer Performance für einen Image-Film von Intel 100 Spaxels⁸ gleichzeitig in die Luft stiegen. Dies taten die 100 mit LED-Modulen bestückten Quadrocopter zu einem eigens komponierten Sound (Ars Electronica, 2016d). Der Eintrag ins Guinness Buch der Rekorde erfolgt unter der Kategorie „Most Unmanned Aerial Vehicles airborne simultaneously“.

2.5 Fazit: Kulturausgaben als Investition

Vor dem Hintergrund dieser Ausführungen wird ersichtlich, dass Ausgaben des öffentlichen Budgets für Kunst und Kultur weit mehr sind als nur Kosten. Sie sind definitiv eine Investition in die Zukunft. Eine Investition in die Lebensqualität und damit die Attraktivität einer Region, die damit zu einem Anziehungspunkt für kreative, gut gebildete Individuen werden soll. Diese wiederum legen den Grundstein für wirtschaftlichen Wohlstand der Region, denn Kreative und Gebildete ziehen Unternehmen an und erhöhen somit das Wirtschaftswachstum.

Ausgaben für Kunst und Kultur als Fundament wirtschaftlicher Prosperität.

Abschließend soll nicht unerwähnt bleiben, dass sich Wirtschaft und Kultur nicht ausschließen dürfen, wie dies womöglich bei der Zuweisung oder Verteilung von Förderungen und Subventionen teilweise den Anschein erweckt. Denn

„die Wirtschaft hat eine Verpflichtung, Kultur zu fördern, weil sie heute – wie die höfische Gesellschaft und Kultur von damals – den gesellschaftlichen Reichtum abschöpft und bündelt. Aus diesem Überfluss kann und muss sie Kultur fördern im Bewusstsein, dass Kultur als Entwicklungspotenzial moderner Gesellschaften eine entscheidende Größe ist. Eine Gesellschaft verfällt auch ökonomisch, wenn das kulturelle Leben in seiner Dynamik retardiert“ (Heinze, 1995).

⁸ Spaxels steht für „Space Pixels“. Das sind mit LED bestückte Quadrocopter (Drohnen).

Regionalwirtschaftliche Analyse der Umwegrentabilität der
Ausgaben im Kulturbereich

Einordnung der Kulturausgaben

3. Einordnung der Kulturausgaben

Nachdem im vorangegangenen Abschnitt aus ökonomischer Sicht dargelegt wurde, dass sich ein reichhaltiges Kunst- und Kulturangebot letztlich positiv auf die wirtschaftliche Entwicklung von Regionen auswirkt, erfolgt in weiterer Folge eine Berechnung der regionalwirtschaftlichen Effekte, die mit den Ausgaben für Kunst und Kultur verbunden sind.

Bevor die Datengrundlagen für die Berechnungen dieser regionalwirtschaftlichen Effekte aufbereitet werden, werden zuvor noch die Kulturausgaben in einen größeren Rahmen eingebettet. Dabei wird dargestellt, wie hoch die Kulturausgaben in Österreich und in den Bundesländern sind, wie sie sich auf die einzelnen Gebietskörperschaften verteilen und wie hoch ihr Anteil an den gesamten öffentlichen Ausgaben ist. Darüber hinaus wird ausgeführt, wie der – noch näher zu definierende – Kultursektor in der gängigen Wirtschaftsstatistik erfasst wird.

Dies soll den Rahmen aufspannen, in dem die Berechnungen der regionalwirtschaftlichen Effekte vorgenommen werden und so das Verständnis für die Vorgangsweise sowie die Interpretation der Ergebnisse fördern.

3.1 Kulturausgaben der Länder und Gemeinden

In Summe geben die österreichischen Bundesländer und Gemeinden jährlich gut 1,6 Milliarden Euro für Kultur aus.

Tabelle 3-1: Kulturausgaben der Länder und Gemeinden

	Land	Gemeinden	Zusammen [§]
Burgenland	€ 22,4 Mio.	€ 11,2 Mio.	€ 33,6 Mio.
Kärnten	€ 62,4 Mio.	€ 41,6 Mio.	€ 93,9 Mio.
Niederösterreich	€ 138,4 Mio.	€ 187,8 Mio.	€ 294,5 Mio.
Oberösterreich	€ 201,3 Mio.	€ 127,4 Mio.	€ 303,5 Mio.
Salzburg	€ 60,2 Mio.	€ 59,1 Mio.	€ 117,8 Mio.
Steiermark	€ 96,8 Mio.	€ 166,3 Mio.	€ 237,5 Mio.
Tirol	€ 87,4 Mio.	€ 94,1 Mio.	€ 164,8 Mio.
Vorarlberg	€ 49,2 Mio.	€ 63,1 Mio.	€ 103,1 Mio.
Wien	€ 290,2 Mio.	n.a.	€ 289,8 Mio.
Alle Bundesländer	€ 1.008,3 Mio.	€ 750,5 Mio.	€ 1.638,3 Mio.

[§] ohne intergovernmentale Transfers (ohne Transferzahlungen der Länder an andere Gebietskörperschaften sowie der Gemeinden an das Land).

n.a. nicht verfügbar.

Stand 2013.

Quelle: Statistik Austria, 2016.

Nicht berücksichtigt sind dabei zum einen die Ausgaben des Bundes für Bundeseinrichtungen in den Bundesländern, wie es in Oberösterreich etwa die KZ-Gedenkstätte Mauthausen ist. Ebenso wenig sind zum anderen die privaten Ausgaben für Einrichtungen

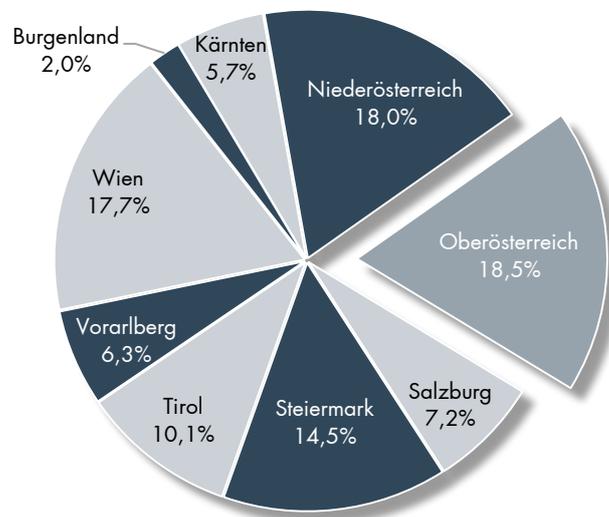
Länder und Gemeinden geben 1,6 Milliarden jährlich für Kultur aus.

inkludiert, deren Eigentümer oder Erhalter Private sind. Dies trifft in Oberösterreich etwa auf das Museum Arbeitswelt Steyr oder die Kaiservilla Bad Ischl zu.⁹

Die Kulturausgaben der österreichischen Bundesländer beliefen sich im Jahr 2013 – jüngere Daten liegen zum Zeitpunkt der Erstellung der Studie nicht vor – auf rund 1 Milliarde Euro, die entsprechenden Ausgaben der Gemeinden auf weitere gut 750 Millionen Euro. Das Land Oberösterreich gab mehr als 200 Millionen Euro aus, die oberösterreichischen Gemeinden knapp 130 Millionen Euro.

Bezogen auf die gesamten Kulturausgaben der österreichischen Bundesländer und Gemeinden gab Oberösterreich mit 18,5% den größten Anteil aus, knapp gefolgt von Niederösterreich mit 18,0%.

Abbildung 3-1: Kulturausgaben nach Bundesländern



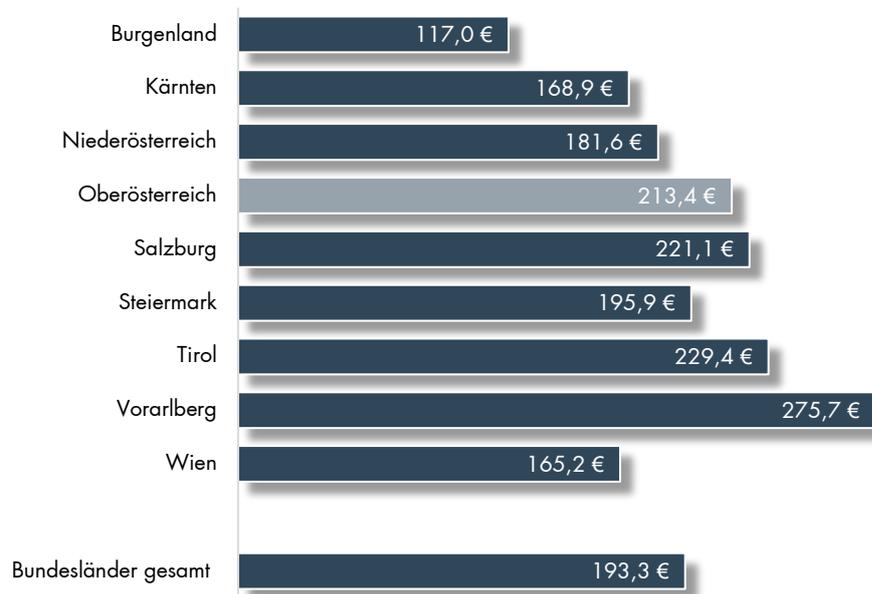
Die Kulturausgaben beziehen sich auf die Kulturausgaben der österreichischen Bundesländer und Gemeinden. Stand 2013.

Quelle: Statistik Austria, 2016.

Betrachtet man hingegen die Kulturausgaben vor dem Hintergrund der unterschiedlichen Bevölkerungsgröße, so zeigt sich, dass Vorarlberg mit gut 275 Euro pro Kopf die höchsten relativen Kulturausgaben aufweist. Oberösterreich gibt mit rund 213 Euro pro Kopf ähnlich viel wie Salzburg (221 Euro) und Tirol (229 Euro) aus. Diese Bundesländer liegen – zusammen mit der Steiermark (knapp 196 Euro) über dem österreichischen Durchschnitt, der rund 193 Euro beträgt.

⁹ Die Kulturausgaben des Bundes beliefen sich 2013 auf rund 826 Millionen Euro, wovon rund 1/3 auf Ausgaben für Aus- und Weiterbildung entfiel (Statistik Austria, 2016).

Abbildung 3-2: Kulturausgaben der Länder und Gemeinden pro Kopf



Stand 2013.

Quelle: Statistik Austria, 2016.

3.2 Kennzahlen des Kultursektors

Doch die Ausgaben sind nicht die einzige Kennzahl, mit der der Sektor Kunst und Kultur beschrieben werden kann – diese Sichtweise wäre sehr verkürzt. Im Gegensatz zu anderen, „klassischen“ Wirtschaftszweigen wie etwa dem Bau oder dem Handel ist der Sektor Kunst und Kultur allerdings wesentlich schwerer zu fassen bzw. abzugrenzen. Dies wiederum hat zur Folge, dass wirtschaftsstatistische Kennzahlen wie Wertschöpfung oder Anzahl an Beschäftigten, die Wirtschaftssektoren für gewöhnlich charakterisieren, für den Sektor Kunst und Kultur in den seltensten Fällen in adäquater Form vorliegen. Sehr häufig sind die Definition bzw. die Abgrenzung dieses Sektors und damit zusammenhängend die erfassten Kennzahlen nur bedingt zur Beantwortung von konkreten Fragestellungen geeignet. Kunst und Kultur nehmen somit in der wirtschaftsstatistischen Erfassung eine Sonderstellung ein.

Grund für diese Sonderstellung von Kunst und Kultur ist, dass dieser Sektor keinen klassischen Wirtschaftszweig darstellt, der private Güter für Märkte produziert – etwa im Gegensatz zu einem Handelsunternehmen. Somit wird etwa auch die unmittelbare (direkte) Wertschöpfung von Kunst und Kultur in der Leistungs- und Strukturstatistik von Statistik Austria nicht bzw. nur unzureichend abgebildet. In der Klassifikation der Wirtschaftszweige (ÖNACE 2008) beinhaltet der Code „R“ zwar „Kunst, Unterhaltung und Erholung“, allerdings umfasst dieser Sektor neben kreativen, künstlerischen und unterhaltenden Tätigkeiten auch botanische und zoologische Gärten sowie das Spiel-, Wett- und Lotteriewesen und die Erbringung von Dienstleistungen des Sports, der Unterhaltung und der Erholung. Gleich-

zeitig erfasst diese Statistik keine Zuwendungen der öffentlichen Hand an Kultureinrichtungen. Dies bedeutet, dass die Wertschöpfungs- und Beschäftigungswirkungen von Kunst und Kultur in dieser Statistik nicht angemessen abgebildet werden können.¹⁰

Zwar wurden in jüngerer Vergangenheit von diversen, meist statistischen, Institutionen Anstrengungen unternommen, einen „Kultursektor“ zu definieren, allerdings entschärft dies lediglich die Problematik hinsichtlich einer klaren Abgrenzung zu anderen Wirtschaftssektoren.¹¹ Bei dieser Art der Erfassung werden so genannte „Kulturberufe“ festgelegt sowie anschließend Kennzahlen wie Beschäftigung und Wertschöpfung veröffentlicht. Aber auch dieser derart definierte Kultursektor ist umfassender als der Sektor „Kunst und Kultur“ gemeinhin verstanden wird. So zählen neben bildenden Künstlern, Musikerinnen, Sängern und Komponistinnen auch Architekten, Übersetzerinnen, Raumgestalter und Dekorateurinnen sowie Tätigkeiten von Werbeagenturen zu den Kulturberufen. Eines wird daraus jedenfalls ersichtlich. Der derart definierte Kultursektor ist ein Wirtschaftssektoren übergreifender Sektor.

Dass der Kultursektor zuletzt stärker auf den wirtschaftsstatistischen Radar wahrgenommen wird, ist auch vor dem Hintergrund der im vorangegangenen Abschnitt geführten Diskussion zu sehen. Wie gezeigt wurde, beeinflussen Kunst und Kultur ganz wesentlich die Attraktivität von Regionen und somit letztlich den wirtschaftlichen Wohlstand von Regionen.

Vor dem Hintergrund der Schwierigkeiten bei der Abgrenzung und Erfassung des Kultursektors werden im Folgenden einige wenige zentrale Kennzahlen des Kultursektors ausgewiesen und diskutiert.

10 Prozent aller Unternehmen entfallen auf den Kultursektor.

Zunächst ist Tabelle 3-2 zu entnehmen, dass in Österreich von gesamt rund 407.000 Unternehmen in allen Wirtschaftssektoren¹² knapp 10 Prozent (37.040 Unternehmen) auf den Kultursektor entfallen, wobei davon wiederum allein rund jedes dritte Unternehmen (12.379 Unternehmen) dem Werbebereich zuzurechnen ist. Die Unternehmen des Kultursektors unterscheiden sich vor allem auch hinsichtlich der Unternehmensgröße von allen Unternehmen. Während in Summe rund 89 Prozent aller Unternehmen zu den Mikrounternehmen zu zählen sind – also Unternehmen mit bis zu 9 unselbständig Beschäftigten, sind es im Kultursektor mehr als 96 Prozent. Das bedeutet, dass in Gesamtösterreich lediglich rund 1.440 Unternehmen im Kultursektor 10 Personen oder mehr beschäftigen.

Die Bruttowertschöpfung des Kultursektors belief sich in Österreich auf rund 5,7 Milliarden Euro und betrug damit 3,1 Prozent gemessen an der Wertschöpfung der Unternehmen aller Wirtschaftssektoren. Jeweils mehr als eine Milliarde Euro an Wertschöpfung wird von den Unternehmen im Bereich „Darstellende Kunst“ sowie „Bücher und Presse“ erwirtschaftet. Die Wertschöpfung der Unternehmen aus dem Bereich „Werbung“ liegt knapp unter einer Milliarde Euro.

¹⁰ Darüber hinaus wird in der Veröffentlichung der Leistungs- und Strukturstatistik der Code R gemeinsam mit den Codes „S“ (Erbringung von sonstigen Dienstleistungen) und „T“ (Private Haushalte) ausgewiesen, so dass de facto keine Rückschlüsse mehr auf die Wertschöpfung von „Kunst und Kultur“ möglich sind. Im Jahr 2013 belief sich die gesamte Bruttowertschöpfung im Bundesland Oberösterreich auf 49,1 Milliarden Euro. Mit rund 950 Millionen Euro entfielen davon knapp 2 Prozent auf die Codes R, S und T.

¹¹ Die Abgrenzung des „Kultursektors“ folgt Vorschlägen des ESSnet Culture – eines Projekts im Rahmen des Europäischen Statistischen Systems, das im Zeitraum 2009 bis 2011 Grundlagen für die kulturstatistische Berichterstattung auf europäischer Ebene erarbeitete (Statistik Austria, 2016).

¹² Wirtschaftssektoren Abschnitte B-N, 90, 91, 95.

Vor dem Hintergrund des oben angeführten Anteils der Unternehmen des Kultursektors an allen Unternehmen und deren Unternehmensgröße bedeuten diese Zahlen, dass die Wertschöpfung pro beschäftigter Person im Kultursektor unterdurchschnittlich hoch ist.¹³

Tabelle 3-2: Wirtschaftsstatistische Kennzahlen des Kultursektors in Österreich

	Unternehmen	Bruttowertschöpfung [§]	Beschäftigte
Alle Wirtschaftssektoren ^{§§}	406.787	€ 184.947,0 Mio.	3.469.667
davon Kultursektor	37.040	€ 5.729,5 Mio.	128.079
Kulturerbe, Archive, Bibliotheken	204	€ 398,2 Mio.	5.138
Bücher und Presse	3.328	€ 1.040,4 Mio.	22.125
Bildende Künste	7.224	€ 170,2 Mio.	11.461
Architektur	6.072	€ 788,6 Mio.	18.292
Darstellende Kunst	4.475	€ 1.497,1 Mio.	16.031
Audiovision und Multimedia	3.003	€ 858,2 Mio.	17.445
Werbung	12.379	€ 976,9 Mio.	35.536
Ausbildung	356	n.a.	2.052

Stand 2012.

[§] zu Faktorkosten. ^{§§} Abschnitte B-N, 90, 91, 95. n.a. nicht verfügbar.

Quelle: Statistik Austria, 2016.

Etwas höher als der Anteil der Bruttowertschöpfung des Kultursektors an allen Wirtschaftssektoren (3,1 Prozent) ist der Anteil der Beschäftigten in diesem Sektor gemessen an allen Beschäftigten. Etwas mehr als 128.000 Beschäftigte im Kultursektor entsprechen einem Anteil von 3,7 Prozent der in allen Wirtschaftssektoren beschäftigten Personen. Auch hier zeigt sich eine Besonderheit des Kultursektors: Während von allen Beschäftigten knapp 90 Prozent unselbständig beschäftigt sind, sind es im Kultursektor knapp 73 Prozent. Das bedeutet, dass mehr als jede vierte im Kultursektor tätige Person nicht unselbständig beschäftigt ist.

Abschließend zeigt ein Blick auf die Bundesländer, dass im Schnitt 4,4 Prozent aller Erwerbstätigen eine Tätigkeit mit Kulturbezug ausüben – sei es innerhalb oder außerhalb des Kultursektors.¹⁴ Wien führt hier mit 8,5 Prozent die Rangliste an, Oberösterreich liegt mit einem Anteil von 3,1 Prozent im unteren Mittelfeld der österreichischen Bundesländer.

¹³ Während sich die Bruttowertschöpfung (zu Faktorkosten) pro beschäftigter Person im Durchschnitt über die Unternehmen aller Wirtschaftssektoren auf rund 65.000 Euro beläuft, beträgt sie im Kultursektor 49.000 Euro (Statistik Austria, 2016).

¹⁴ Diese Zahlen weichen von den Zahlen der vorangegangenen Tabelle ab, da in dieser Statistik sämtliche Personen, die eine Tätigkeit mit einem *Kulturbezug* ausüben, erfasst werden. Dazu zählen nicht nur Personen, die im *Kultursektor* tätig sind (sowohl *Kulturberuf* ja/nein), sondern auch jene Personen, die außerhalb des Kultursektors einen *Kulturberuf* ausüben.

Tabelle 3-3: Erwerbstätige mit Kulturbezug in den Bundesländern

	Erwerbstätige insgesamt	Erwerbstätige mit Kulturbezug	
		Absolut	In Prozent
Burgenland	134.000	3.900	2,9%
Kärnten	257.500	8.700	3,4%
Niederösterreich	782.300	24.000	3,1%
Oberösterreich	719.200	22.000	3,1%
Salzburg	273.800	13.200	4,8%
Steiermark	584.600	16.200	2,8%
Tirol	369.800	17.100	4,6%
Vorarlberg	187.400	8.100	4,3%
Wien	796.200	67.800	8,5%
Österreich	4.104.800	181.200	4,4%

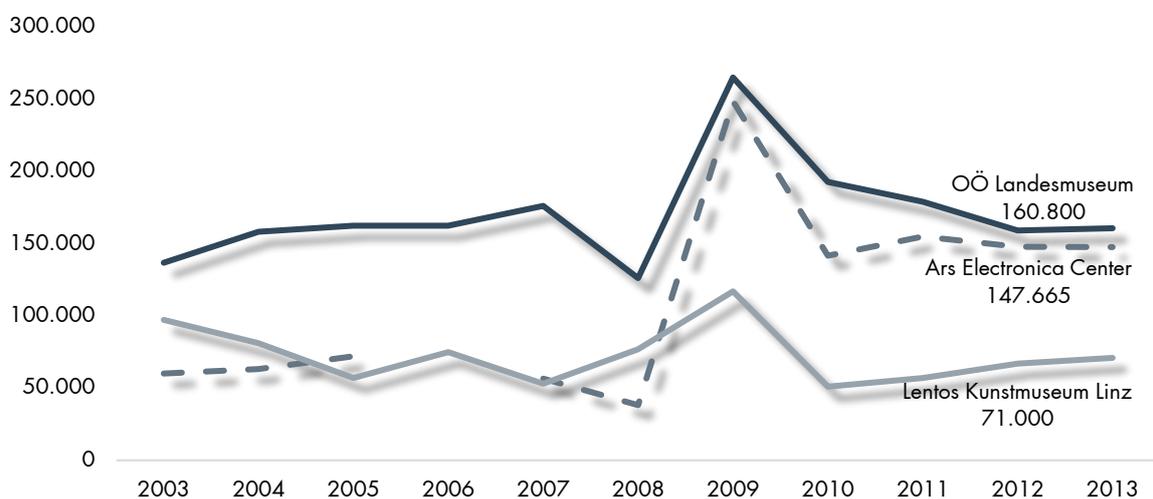
Stand 2013.

Quelle: Statistik Austria, 2016a.

Die drei meistbesuchten Museen Oberösterreichs im Jahr 2013

Bei weitem am meisten Besucherinnen und Besucher zieht regelmäßig die Oberösterreichische Landesausstellung an (285.000). Von den permanenten Einrichtungen ist die KZ-Gedenkstätte Mauthausen mit rund 175.000 Besucherinnen und Besuchern jährlich die meistbesuchte Kultureinrichtung. Unter jenen Einrichtungen, deren Eigentümer bzw. Erhalter das Land Oberösterreich bzw. die oberösterreichischen Gemeinden sind, verbucht das Oberösterreichische Landesmuseum mit gut 160.000 Besucherinnen und Besuchern mehr Besucher als die anderen Einrichtungen. Mit rund 147.000 Besuchern folgt das Ars Electronica Center. Mit weniger als der Hälfte an jährlichen Besuchern (etwa 71.000) liegt das Lentos Kunstmuseum Linz bereits relativ weit abgeschlagen an der dritten Stelle. Die privat betriebene Kaiservilla in Bad Ischl kam zuletzt auf 77.000 Besucherinnen und Besucher.

Abbildung 3-3: Meistbesuchte Museen in Oberösterreich



Eigentümer/Erhalter: Land Oberösterreich und/oder Gemeinden.

Keine Zahlen für Ars Electronica Center des Jahres 2006.

Zahlen für 2015: Das Ars Electronica Center knapp 172.000 Personen (Ars Electronica, 2016) sowie Landesmuseum Oberösterreich 269.000 Besucherinnen und Besucher, wobei im Fotomuseum Bad Ischl über 100.000 Besucher und Besucherinnen im Rahmen der Landesgartenschau gezählt wurden (OÖ Landesmuseum, 2016). Für das Lentos Kunstmuseum Linz liegen den Studienautoren keine Zahlen für das Jahr 2015 vor.

Quelle: Statistik Austria, 2016.

Aus Abbildung 3-3 sind darüber hinaus zwei Entwicklungen ersichtlich. Zum einen wiesen alle drei Museen im Jahr 2009, als Linz Europäische Kulturhauptstadt war, Rekordwerte an Besucherzahlen auf. Zum anderen fällt auf, dass das Ars Electronica Center seit 2003 seine Besucherzahlen um knapp 150 Prozent steigern konnte, während der Zuwachs beim Oberösterreichischen Landesmuseum mit 17 Prozent überschaubar war und das Lentos Kunstmuseum Linz gar einen Rückgang um mehr als ein Viertel verzeichnen musste.

Regionalwirtschaftliche Analyse der Umwegrentabilität der
Ausgaben im Kulturbereich

Datengrundlagen

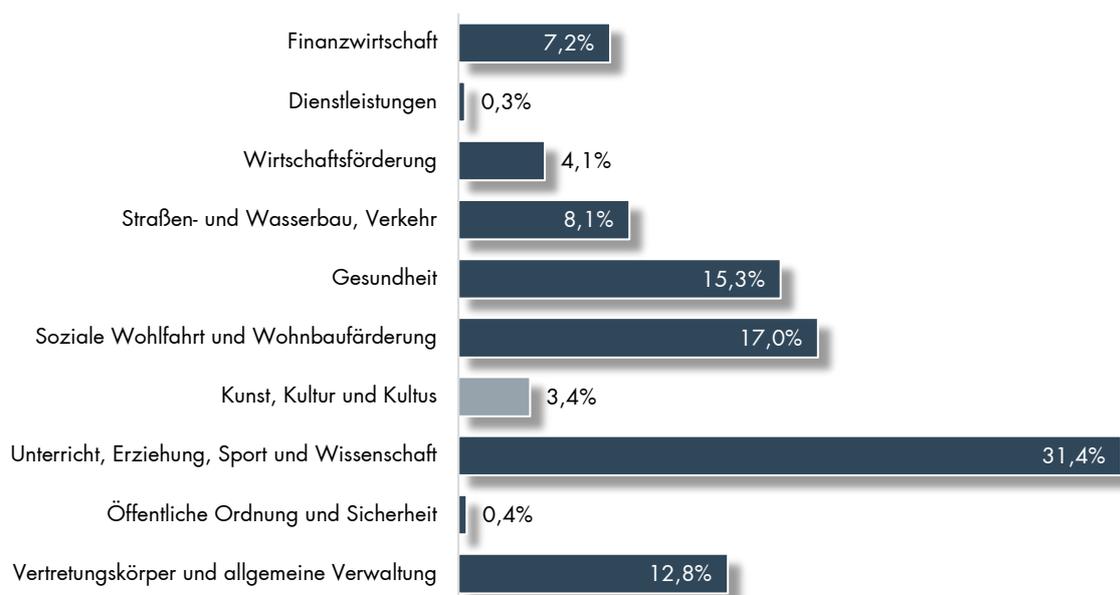
4. Datengrundlagen

Die im Folgenden ausgewiesenen Zahlen bilden die Datengrundlage zur Berechnung der regionalwirtschaftlichen Effekte, die von den Kulturausgaben des Landes Oberösterreich ausgehen.

4.1 Budget Land Oberösterreich

Für das Jahr 2015 belief sich der Voranschlag für das Budget des Landes Oberösterreich auf knapp fünf Milliarden Euro. Ein detaillierter Blick auf dieses Budget zeigt dabei, dass die Ausgaben für „Kunst, Kultur und Kultus“ weniger als 3,5 Prozent des gesamten Landesbudgets betragen. Knapp ein Drittel des gesamten Budgets wird für „Unterricht, Erziehung, Sport und Wissenschaft“, 17 Prozent für „Soziale Wohlfahrt und Wohnbau“ sowie rund 15 Prozent für „Gesundheit“ ausgegeben. Der Anteil der Ausgaben für „Vertretungskörper und allgemeine Verwaltung“ beläuft sich auf knapp 13 Prozent.

Abbildung 4-1: Land Oberösterreich: Budget – Ausgaben



Voranschlag für das Jahr 2015.
Quelle: Land Oberösterreich, 2016.

4.2 Kulturbudget Land Oberösterreich

Das Kulturbudget des Landes Oberösterreich belief sich laut dem vorläufigen Rechnungsabschluss 2015 auf gut 204 Millionen Euro. Dies entspricht in etwa dem Niveau des Jahres 2013, während das Budget 2014 mit rund 190 Millionen Euro um etwa 8 Prozent geringer ausfiel.

Oberösterreich gibt jährlich rund 200 Millionen Euro für Kultur aus.

Tabelle 4-1: Kulturbudget Oberösterreich: Ausgaben 2013 bis 2015

	2013	2014	2015
Personalaufwand	€ 63,9 Mio.	€ 65,2 Mio.	€ 67,6 Mio.
Pflichtausgaben	€ 85,2 Mio.	€ 73,1 Mio.	€ 78,3 Mio.
davon Sachaufwand	€ 24,5 Mio.	€ 18,6 Mio.	€ 23,7 Mio.
davon OÖ Theater und Orchester GmbH	€ 43,0 Mio.	€ 39,7 Mio.	€ 40,0 Mio.
davon Anton Bruckner Privatuniversität	€ 12,7 Mio.	€ 13,3 Mio.	€ 14,0 Mio.
davon Sonstiges	€ 4,9 Mio.	€ 1,4 Mio.	€ 0,7 Mio.
Ermessensausgaben	€ 27,3 Mio.	€ 23,2 Mio.	€ 29,1 Mio.
Institute	€ 23,6 Mio.	€ 24,8 Mio.	€ 26,8 Mio.
Sonstiges	€ 3,4 Mio.	€ 2,6 Mio.	€ 2,6 Mio.
Summe	€ 203,3 Mio.	€ 189,0 Mio.	€ 204,4 Mio.

2013 und 2014 Rechnungsabschlüsse, 2015 vorläufiger Rechnungsabschluss.

Quelle: Land Oberösterreich, 2016a.

Mit zuletzt 78,3 Millionen Euro entfielen knapp 40 Prozent der jährlichen Kulturausgaben auf Pflichtausgaben.¹⁵ Von diesen Pflichtausgaben floss rund die Hälfte an die Oberösterreichische Theater und Orchester GmbH (40,0 Millionen Euro) und rund ein Fünftel ging an die Anton Bruckner Privatuniversität (14,0 Millionen Euro). Auf rund ein Drittel belief sich der allgemeine Sachaufwand (23,7 Millionen Euro). Bei den Pflichtausgaben nicht berücksichtigt sind die Ausgaben für die Musiktheater GmbH zur Errichtung des Musiktheaters, die sich 2013 auf 4 Millionen Euro beliefen. Seit dem Jahr 2014 werden diese jährlichen Ausgaben jedoch nicht aus dem Kulturbudget, sondern aus dem Budget der Finanzdirektion bezahlt und scheinen somit im Kulturbudget nicht mehr auf. Im Jahr 2014 waren dies rund 9,2 Millionen Euro, für das Jahr 2015 wird ein Betrag in derselben Höhe angenommen. In Summe waren die Pflichtausgaben um rund sieben Prozent höher als im Jahr zuvor, allerdings lagen sie um knapp 7 Millionen Euro unter dem Niveau des Jahres 2013, in dem die Pflichtausgaben 85,2 Millionen Euro betragen.

Auf 67,6 Millionen Euro, und damit auf rund ein Drittel der jährlichen Kulturausgaben des Landes Oberösterreich, belief sich der Personalaufwand. Dieser stieg seit dem Jahr 2013 kontinuierlich um durchschnittlich knapp drei Prozent jährlich. Nicht enthalten in diesen Personalausgaben sind die Personalausgaben, die bei den Instituten anfallen, denn diese Personalausgaben werden separat und direkt bei den Instituten erfasst.

Knapp 30 Millionen Euro standen 2015 für Ermessensausgaben zur Verfügung. Dies war im Vergleich zum Vorjahr ein starker Anstieg um ein Viertel und bedeutet auch im Vergleich zum Jahr 2013 einen – wenn auch geringen – Anstieg um immerhin noch mehr als sechs Prozent. Zu den Ermessensausgaben zählen etwa Werkankäufe, die Theater-, Musik- und Denkmalpflege sowie Förderungen des Ortsbildes, der Volkskultur und der Blasmusik.

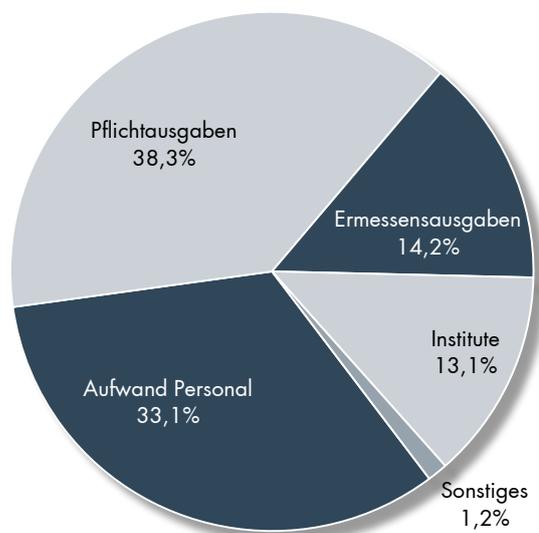
¹⁵ Im Rahmen der Pflichtausgaben leistet das Land Oberösterreich an die jeweilige Einrichtung einen Gesamtzuschuss gemäß den Finanzierungsvereinbarungen. Die Einrichtungen finanzieren mit diesem Zuschuss sowie den eigenen Einnahmen sämtliche Ausgaben, also ihren gesamten Personal- und Sachaufwand.

Rund 27 Millionen Euro schwer waren die Ausgaben für die so genannten Institute, zu denen das Adalbert Stifter Institut, das Oberösterreichische Landesarchiv, die Oberösterreichischen Landesmuseen, die Oberösterreichische Landesbibliothek sowie das Oberösterreichische Kulturquartier zählen. An die Institute flossen um zwei Millionen Euro mehr als im Jahr zuvor und weitere 1,2 Millionen Euro mehr als im Jahr 2013. Somit lagen die Ausgaben für die Institute zuletzt um knapp 14 Prozent über den Ausgaben des Jahres 2013. Von den gesamten Ausgaben für die Institute entfielen in den vergangenen drei Jahren jeweils knapp mehr als die Hälfte auf Personalausgaben und knapp die Hälfte auf Ausgaben zur Deckung des Sachaufwandes.

Zusammengefasst war 2015 im Vergleich zu den Budgetzahlen des Jahres 2013 ein Rückgang der Pflichtausgaben (- 6,8 Millionen Euro) bei einem gleichzeitigen Anstieg der Ermessensausgaben (+ 1,8 Millionen Euro), des Personalaufwands (+ 3,7 Millionen Euro) sowie der Ausgaben für Institute (+ 3,2 Millionen Euro) zu beobachten. Die sonstigen Ausgaben sanken in diesem Zeitraum von 3,4 auf 2,6 Millionen Euro und beliefen sich damit auf etwas mehr als ein Prozent des gesamten Kulturbudgets des Landes. Zu den sonstigen Ausgaben zählen etwa die Wissenschaftsförderungen als Teil der Ermessensausgaben sowie Pflichtausgaben an das Ars Electronica Center und an die Kreativwirtschaft.

Die prozentuale Verteilung der Ausgaben des Kulturbudgets des Landes Oberösterreichs für das Jahr 2015 ist abschließend folgender Abbildung zu entnehmen.

Abbildung 4-2: Kulturbudget Oberösterreich: Anteile der Ausgaben



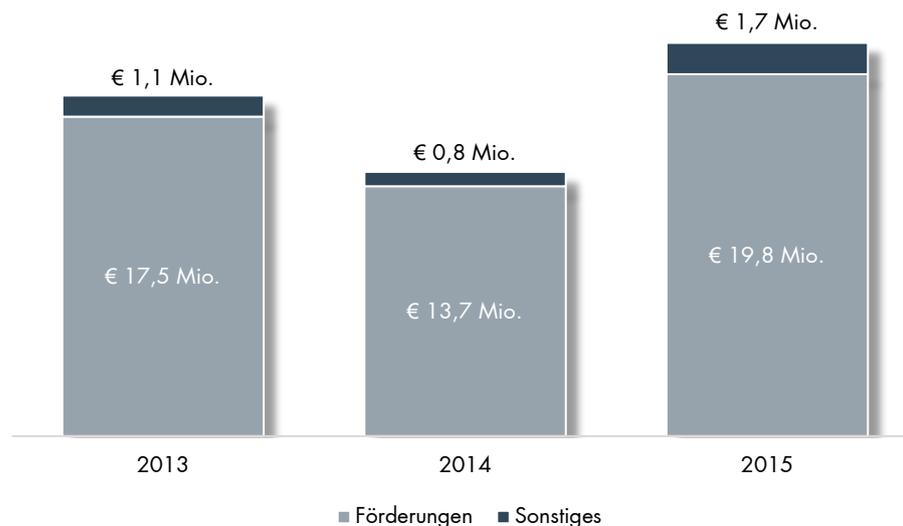
Zahlen gemäß vorläufigem Rechnungsabschluss 2015.
Quelle: Land Oberösterreich, 2016a.

Den Kulturausgaben standen im Jahr 2015 Einnahmen in Höhe von rund 27,5 Millionen Euro gegenüber, wobei knapp die Hälfte davon auf den Beitrag der Stadt Linz zur Oberösterreichischen Theater und Orchester GmbH (TOG) entfiel. Mehr als 40 Prozent stammten aus Einnahmen des allgemeinen Kulturbetriebs und 10 Prozent aus Einnahmen der Institute. Die Einnahmen sind seit 2013 de facto unverändert.

Ein Teil des Kulturbudgets des Landes Oberösterreich steht für Investitionen zur Verfügung. Im Jahr 2015 beliefen sich diese auf rund 22 Millionen Euro, wobei mit 19,8 Millionen Euro über 90 Prozent davon der Kategorie „Förderungen“ zuzurechnen waren. Der

Rest verteilte sich etwa auf Werkankäufe (2015 rund 223.000 Euro)¹⁶ und Ausgaben zur Anschaffung von Instrumenten für die Landesmusikschulen (2015 rund 175.000 Euro). Das Investitionsvolumen lag 2015 rund 50 Prozent über dem Niveau des Jahres 2014, nachdem es im Vergleich zum Jahr 2013 um mehr als 20 Prozent gesunken ist. Bezogen auf die gesamten Kulturausgaben beliefen sich die Investitionen in den Jahren 2013 bis 2015 auf etwa weniger als 10 Prozent.

Abbildung 4-3: Kulturbudget Oberösterreich: Investitionen



Zahlen gemäß vorläufigem Rechnungsabschluss 2015.
Quelle: Land Oberösterreich, 2016a.

4.3 Dateninput für die Berechnungen

Zur Quantifizierung der regionalwirtschaftlichen Effekte, die von den Kulturausgaben im Bundesland Oberösterreich ausgehen, können die oben ausgewiesenen Zahlen nicht 1:1 übernommen werden, sondern sie sind noch entsprechend zu „bereinigen“. Dies deshalb, da nicht sämtliche Kulturausgaben im Bundesland Oberösterreich wertschöpfungswirksam werden.

Am offensichtlichsten ist dies bei den Personalausgaben, von denen die Steuern und Sozialversicherungsbeiträge abzuziehen sind. Denn nur der so verbleibende Teil stellt für die Haushalte verfügbares Einkommen dar, das sie für Konsumausgaben verwenden können. Tatsächlich wird jedoch nicht das gesamte verfügbare Einkommen für Konsumzwecke ausgegeben, vielmehr wird ein Teil davon gespart (Sparquote). Im langjährigen Durchschnitt der letzten 30 Jahre betrug die Sparquote in Österreich 10 Prozent, wobei sie zuletzt etwas gesunken ist. Um diesem Umstand Rechnung zu tragen, wird die Sparquote für die Berechnungen mit 9 Prozent angesetzt.

¹⁶ Die Förderungen und die Werkankäufe sind Teil der oben ausgewiesenen Ermessensausgaben.

Darüber hinaus werden neben den Kulturausgaben des Landes Oberösterreich auch die Einnahmen berücksichtigt, denn auch von letzteren gehen entsprechende Nachfrageimpulse aus. Zur Berechnung der regionalwirtschaftlichen Effekte ist es irrelevant, ob die Nachfrageimpulse aus öffentlichen oder privaten Mitteln finanziert werden.

Unter Berücksichtigung all dieser Bereinigungen ergeben sich die in Tabelle 4-2 ausgewiesenen Nachfrageimpulse, die im Bundesland Oberösterreich als wertschöpfungs- und beschäftigungswirksam unterstellt werden.

Tabelle 4-2: Wertschöpfungswirksames Nachfragevolumen

	2013	2014	2015
Konsumnachfrage	€ 65,6 Mio.	€ 64,2 Mio.	€ 68,5 Mio.
Investitionsnachfrage	€ 23,1 Mio.	€ 22,6 Mio.	€ 24,1 Mio.
Nachfrage Sachgüter, Handel, Energie etc.	€ 76,3 Mio.	€ 74,6 Mio.	€ 79,6 Mio.
Sonstige Nachfrage wie Kultur, Mieten etc.	€ 20,8 Mio.	€ 18,6 Mio.	€ 20,0 Mio.
Wertschöpfungswirksames Volumen	€ 185,8 Mio.	€ 179,9 Mio.	€ 192,1 Mio.

Quelle: Land Oberösterreich, 2016a. GAW, 2016.

Im Jahr 2013 belief sich das wertschöpfungswirksame Volumen auf knapp 186 Millionen Euro. 2014 ging es auf knapp 180 Millionen Euro zurück, bevor es zuletzt im Jahr 2015 auf gut 192 Millionen Euro anstieg.

Basierend auf diesem wertschöpfungswirksamen Volumen werden im übernächsten Abschnitt die Ergebnisse der Berechnungen der regionalökonomischen Effekte ausgewiesen. Zuvor wird das Regionalmodell, mit dem diese Effekte berechnet werden, kurz vorgestellt.

Im nun folgenden Abschnitt wird zuvor noch auf die Methodik, die hinter den Modellen der GAW steht, eingegangen. Dies soll die interessierte Leserin und den interessierten Leser in die Lage versetzen, die Unterschiede zu herkömmlichen, meist einfacheren Modellen zu erkennen und damit zusammenhängend die Qualität der Berechnungsergebnisse soweit möglich eigenständig beurteilen zu können.

Regionalwirtschaftliche Analyse der Umwegrentabilität der
Ausgaben im Kulturbereich

Methodischer Hintergrund

5. Methodischer Hintergrund

Die Wertschöpfungsmodelle der GAW sind makroökonomische Regionalmodelle, die die regionalwirtschaftlichen Zusammenhänge eines Bundeslandes in über 100 Einzelgleichungen unter Einbindung von mehreren Hundert Wirtschaftsindikatoren abbilden.

Auf diese Weise kann die regionalwirtschaftliche Bedeutung von Projekten, die die regionale Nachfrage nach Gütern und Dienstleistungen erhöhen, im Hinblick auf deren Auswirkungen auf

- die regionale Wertschöpfung (regionales BIP),
- die regionale Beschäftigung,
- das regionale Einkommen,
- einzelne Branchen im Rahmen regionaler Produktions- und Vorleistungsverflechtungen

objektiv und datenbasiert untersucht werden.

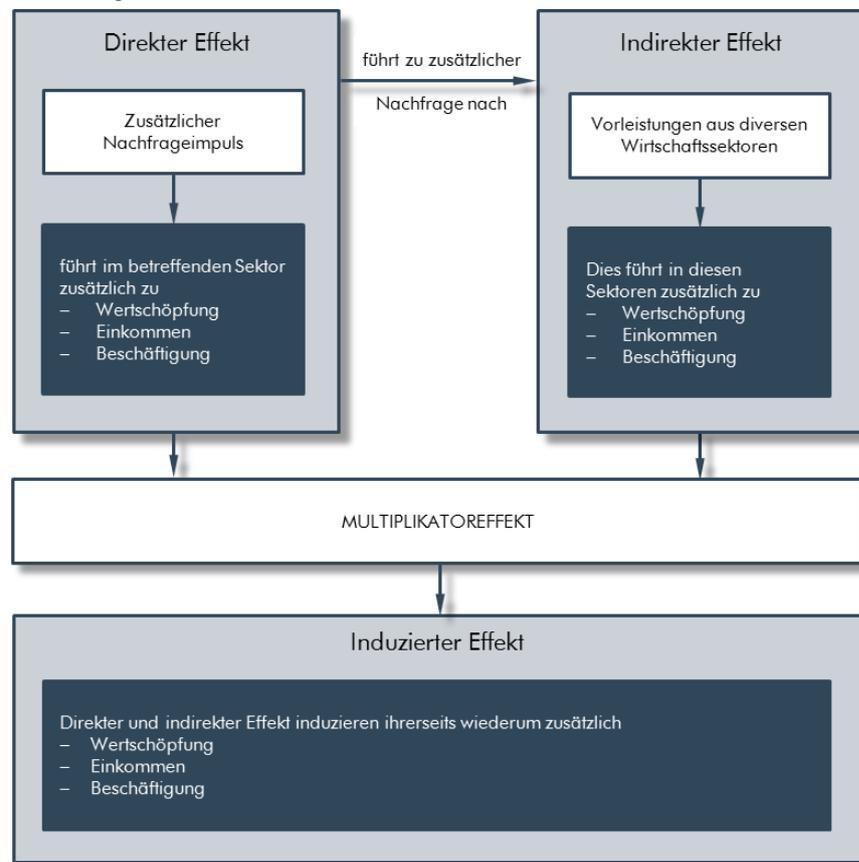
Typische Projekte, die die regionale Nachfrage stimulieren, sind beispielsweise

- private Investitionsprojekte
(z.B. Ankauf von Maschinen, Bauprojekte etc.)
- öffentliche Investitionsprojekte
(z.B. im Bereich Verkehrsinfrastruktur, Energieversorgung, öffentliches Gesundheitswesen etc.)
- Änderungen des Steuer/Transfersystems, durch die mit erhöhter Konsumnachfrage zu rechnen ist
(z.B. Steuererleichterungen, Ausweitungen von Transfers)
- Maßnahmen, die Anreize für Investitionen setzen
(z.B. Investitionsfreibetrag)

Dabei berücksichtigen die makroökonomischen Regionalmodelle der GAW bei allen Analysen sowohl

- direkte Effekte
(Nachfrage nach Endgütern im Rahmen eines Investitionsprojektes),
- indirekte Effekte als auch
(Nachfrage nach Vorleistungsgütern im Rahmen eines Investitionsprojektes)
- induzierte Effekte
(zusätzlicher Konsum und zusätzliche Investitionen aus den gestiegenen Einkommen der Anbieter von End- und Vorleistungsgütern).

Abbildung 5-1: Direkter, indirekter und induzierter Effekt



Quelle: GAW, 2016.

Die makroökonomischen Regionalmodelle der GAW basieren auf Daten der regionalen volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung (VGR) und den von STATISTIK AUSTRIA für Österreich publizierten Input-Output-Tabellen.

Die regionale VGR beinhaltet jährliche Zeitreihen (beginnend mit dem Jahr 1988) über Bruttowertschöpfung, Bruttoanlageinvestitionen, Beschäftigung und Einkommen. Die Daten sind für 14 Wirtschaftssektoren gemäß der ÖNACE 2008-Klassifikation gegliedert.

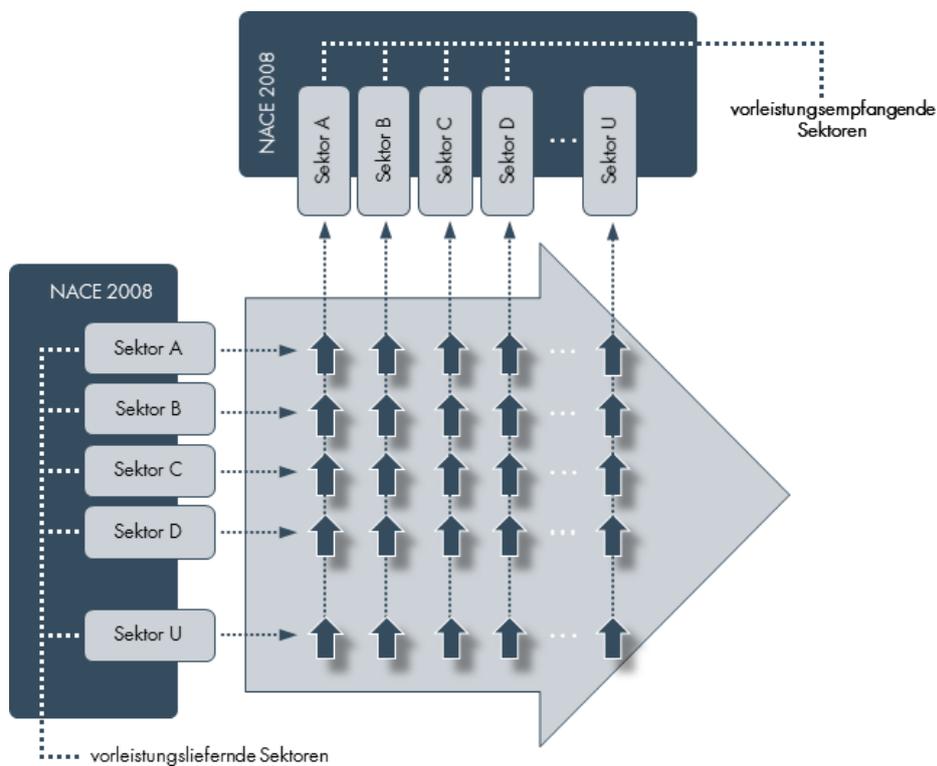
Dabei stellen in einer regionalwirtschaftlichen Betrachtung die regionalen Exporte wie auch die Importe eine empirische wie auch theoretische Herausforderung dar. Dies deshalb, weil in den amtlichen Statistiken im Regelfall ausschließlich die Exporte und Importe in das bzw. aus dem Ausland erfasst werden, nicht aber der Handel mit anderen Bundesländern bzw. Regionen desselben Staates. Dabei ist in der kleinräumigen Betrachtung aber gerade dieser Handel von besonderer Bedeutung.

Würde die Berechnung der interregionalen Importe und Exporte anhand klassischer Methoden wie der Location-Quotient- oder auch der Commodity-Balance-Schätzmethode erfolgen, so käme es zu einer deutlichen Unterschätzung der regionalen Handelsverflechtungen, da diese Methoden auf der Annahme der Homogenität innerhalb einzelner Güter-

gruppen basieren. Die Regionalisierung der Handelsmatrix erfolgt bei den beiden Methoden somit unter der Annahme, dass innerhalb einer Gütergruppe immer entweder Exporte oder Importe stattfinden, nie aber beides gleichzeitig.

Tatsächlich werden aber gerade im interregionalen Handel Produkte derselben Gütergruppe in hohem Ausmaß sowohl exportiert als auch importiert, wobei derartige Handelsströme mit steigender Heterogenität innerhalb der Gütergruppe typischerweise zunehmen. Die interregionalen Handelsströme werden somit unterschätzt, was sich systematisch verzerrend auf die regionalen Multiplikatoreffekte auswirkt.

Abbildung 5-2: Input-Output-Verflechtungen



Quelle: GAW, 2016.

In den makroökonomischen Regionalmodellen der GAW kommt daher die sogenannte Cross-Hauling-Adjusted-Regionalisation-Methode nach Kronenberg (2009) zum Einsatz, welche eine Berücksichtigung von Unterschieden innerhalb von Gütergruppen erlaubt. Die Unterschiede werden dabei über sogenannte Heterogenitätsparameter abgebildet. Erst dadurch kann das gleichzeitige Importieren und Exportieren von Gütern derselben Produktkategorie, welches insbesondere in der kleinräumigen Betrachtung von Wirtschaftsräumen typischerweise eine große Rolle spielt, geschätzt und damit berücksichtigt werden.

Die regionalisierte Input-Output-Tabelle ist in 51 verschiedene Sektoren gegliedert. Sie erlaubt es zu untersuchen, welche Effekte eine zusätzliche Nachfrage nach Endgütern innerhalb eines oder mehrerer der 51 Sektoren via Vorleistungen und induzierten Effekten in den anderen Sektoren nach sich zieht.

Tabelle 5-1: Die 51 Inputsektoren

CODE	TITEL
A	Land- und Forstwirtschaft, Fischerei
B	Bergbau und Gewinnung von Steinen und Erden
C10	Herstellung von Nahrungs- und Futtermitteln
C11	Getränkeherstellung
C12	Tabakverarbeitung
C13	Herstellung von Textilien
C14	Herstellung von Bekleidung
C15	Herstellung von Leder, Lederwaren und Schuhen
C16	Herstellung von Holz-, Flecht-, Korb- und Korkwaren (ohne Möbel)
C17	Herstellung von Papier, Pappe und Waren daraus
C18	Herstellung von Druckerzeugnissen; Vervielfältigung von bespielten Ton-, Bild- und Datenträgern
C19	Kokerei und Mineralölverarbeitung
C22	Herstellung von Gummi- und Kunststoffwaren
C20	Herstellung von chemischen Erzeugnissen
C21	Herstellung von pharmazeutischen Erzeugnissen
C23	Herstellung von Glas und Glaswaren, Keramik, Verarbeitung von Steinen und Erden
C24	Metallerzeugung und -bearbeitung
C25	Herstellung von Metallerzeugnissen
C26	Herstellung von Datenverarbeitungsgeräten, elektronischen und optischen Erzeugnissen
C27	Herstellung von elektrischen Ausrüstungen
C28	Maschinenbau
C29	Herstellung von Kraftwagen und Kraftwagenteilen
C30	Sonstiger Fahrzeugbau
C31	Herstellung von Möbeln
C32	Herstellung von sonstigen Waren
C33	Reparatur und Installation von Maschinen und Ausrüstungen
D	Energieversorgung
E	Wasserversorgung; Abwasser- und Abfallentsorgung und Beseitigung von Umweltverschmutzungen
F41	Hochbau

F42	Tiefbau
F43	Vorbereitende Baustellenarbeiten, Bauinstallation und sonstiges Ausbaugewerbe
G45	Handel mit Kraftfahrzeugen; Instandhaltung und Reparatur von Kraftfahrzeugen
G46	Großhandel (ohne Handel mit Kraftfahrzeugen und Krafträdern)
G47	Einzelhandel (ohne Handel mit Kraftfahrzeugen)
H49	Landverkehr und Transport in Rohrfernleitungen
H50	Schifffahrt
H51	Luftfahrt
H52	Lagerei sowie Erbringung von sonstigen Dienstleistungen für den Verkehr
H53	Post-, Kurier- und Expressdienste
I	Beherbergung und Gastronomie
J58	Verlagswesen
J59	Herstellung, Verleih und Vertrieb von Filmen und Fernsehprogrammen; Kinos; Tonstudios und Verlegen von Musik
J60	Rundfunkveranstalter
J61	Telekommunikation
J62	Erbringung von Dienstleistungen der Informationstechnologie
J63	Informationsdienstleistungen
K	Erbringung von Finanz- und Versicherungsdienstleistungen
L	Grundstücks- und Wohnungswesen
M69	Rechts- und Steuerberatung, Wirtschaftsprüfung
M70	Verwaltung und Führung von Unternehmen und Betrieben; Unternehmensberatung
M71	Architektur- und Ingenieurbüros; technische, physikalische und chemische Untersuchung
M72	Forschung und Entwicklung
M73	Werbung und Marktforschung
M74	Sonstige freiberufliche, wissenschaftliche und technische Tätigkeiten
M75	Veterinärwesen
N77	Vermietung von beweglichen Sachen
N78	Vermittlung und Überlassung von Arbeitskräften
N79	Reisebüros, Reiseveranstalter und Erbringung sonstiger Reservierungsdienstleistungen
N80	Wach- und Sicherheitsdienste sowie Detekteien
N81	Gebäudebetreuung; Garten- und Landschaftsbau
N82	Erbringung von wirtschaftlichen Dienstleistungen für Unternehmen und Privatpersonen a. n. g.
O	Öffentliche Verwaltung, Verteidigung; Sozialversicherung
P	Erziehung und Unterricht
Q	Gesundheits- und Sozialwesen
R	Kunst, Unterhaltung und Erholung
S	Erbringung von sonstigen Dienstleistungen

Anmerkung: Die Sektoren T (priv. Haushalte mit Hauspersonal; Herstellung von Waren und Erbringung von Dienstleistungen durch priv. Haushalte für den Eigenbedarf) und U (Exterritoriale Organisationen und Körperschaften) bleiben unberücksichtigt.

Quelle: Statistik Austria, 2015.

Die Darstellung der Ergebnisse erfolgt gemäß nachfolgender Tabelle in kondensierter Form.

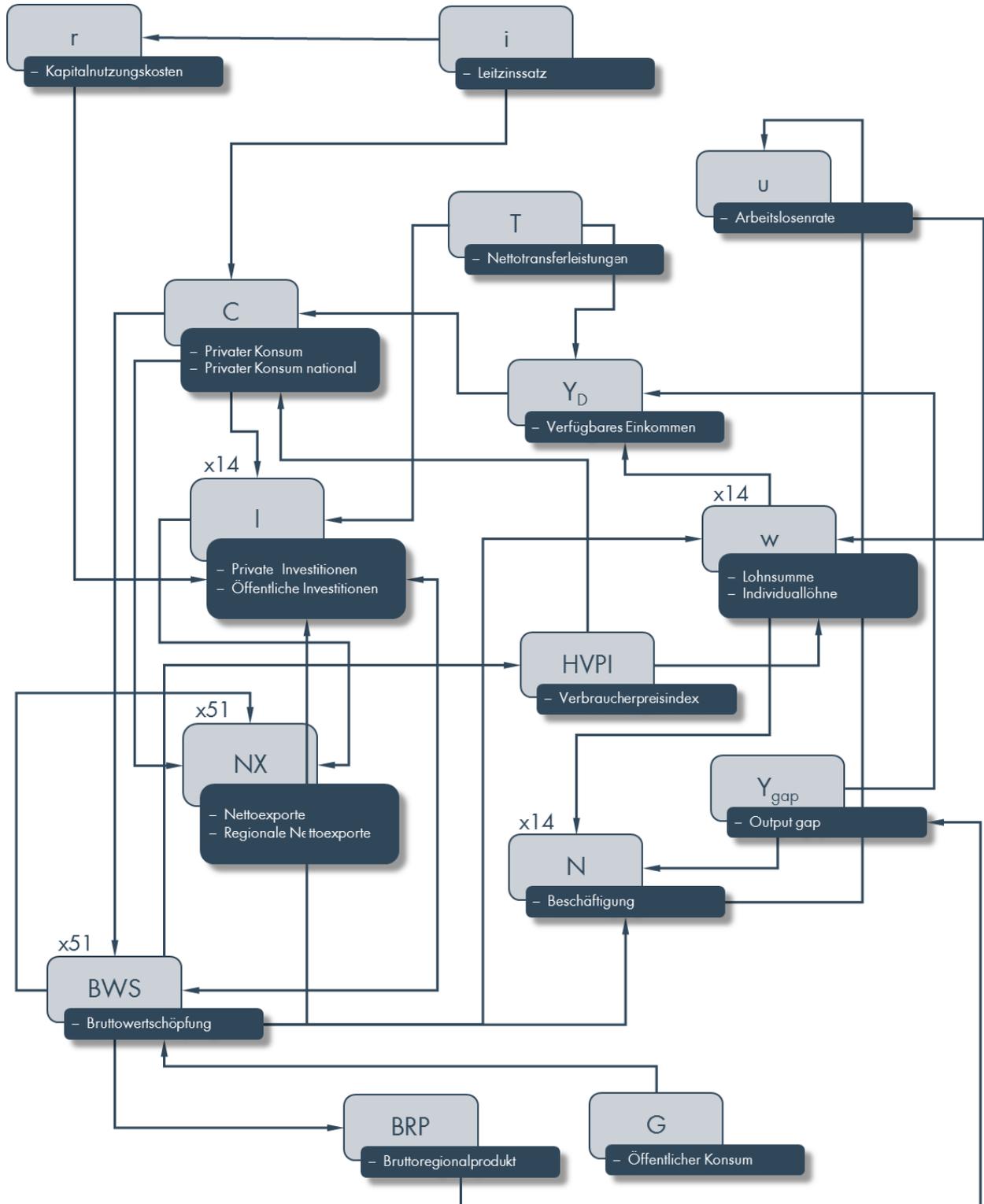
Tabelle 5-2: Die 14 Outputsektoren

GAW-Klassifikation		ÖNACE 2008	
TITEL	CODE	TITEL	
Bau	F	Bau	
Beherbergung und Gastronomie	I	Beherbergung und Gastronomie	
Bergbau	B	Bergbau und Gewinnung von Steinen und Erden	
Energie/Wasserversorgung	D, E	Energieversorgung, Wasserversorgung; Abwasser- und Abfallentsorgung und Beseitigung von Umweltverschmutzungen	
Erziehung/Unterricht	P	Erziehung und Unterricht	
Finanz/Versicherung	K	Erbringung von Finanz- und Versicherungsdienstleistungen	
Gesundheit/Soziales	Q	Gesundheits- und Sozialwesen	
Grundstücke/Wohnungen/ Freiberufler	L, M, N	Grundstücks- und Wohnungswesen; Erbringung von freiberuflichen, wissenschaftlichen und technischen Dienstleistungen; Erbringung von sonstigen wirtschaftlichen Dienstleistungen	
Handel	G	Handel; Instandhaltung und Reparatur von Kraftfahrzeugen	
Kunst/Unterhaltung/Sonstiges	R, S	Kunst, Unterhaltung und Erholung; Erbringung von sonstigen Dienstleistungen	
Landwirtschaft	A	Land- und Forstwirtschaft, Fischerei	
Öffentliche Verwaltung	O	Öffentliche Verwaltung, Verteidigung, Sozialversicherung	
Sachgütererzeugung	C	Herstellung von Waren	
Verkehr/Telekommunikation	H, J	Verkehr und Lagerei; Information und Kommunikation	

Anmerkung: Die Sektoren T (priv. Haushalte mit Hauspersonal; Herstellung von Waren und Erbringung von Dienstleistungen durch priv. Haushalte für den Eigenbedarf) und U (Exterritoriale Organisationen und Körperschaften) bleiben unberücksichtigt.

Quelle: GAW, 2016.

Abbildung 5-3: Die Regionalmodelle der GAW und deren zentrale Module



Quelle: GAW, 2016.

Die Ergebnisse werden in einem iterativen Prozess gewonnen, in dessen Rahmen Rückkoppelungen (z.B. Nachfrage beeinflusst die Beschäftigung, zusätzliche Beschäftigung beeinflusst wiederum die Nachfrage) berücksichtigt sowie die einzelnen Indikatoren mehrmals neu berechnet werden.

Die Ergebnisse stellen die Differenz zwischen einem Status-Quo-Szenario und einem Simulationsszenario dar. Das Status-Quo-Szenario ist dabei jene Situation, in der es zu keiner zusätzlichen Nachfrage (etwa aufgrund von Investitionen oder konsumfördernden Maßnahmen) gekommen wäre. Das Simulationsszenario bildet dementsprechend die Situation mit zusätzlicher Nachfrage ab.

Die Differenz in den solcherart berechneten Aggregaten wie Wertschöpfung oder Beschäftigung zwischen Simulationsszenario und Status-Quo-Szenario kann damit als der mit dem analysierten Investitionsprojekt kausal ausgelöste Effekt interpretiert werden. Diese Differenzbetrachtung kann in Bezug auf zusätzliche Wertschöpfung und zusätzliche Beschäftigung für jeden im Modell abgebildeten Sektor und getrennt für jedes Jahr quantifiziert werden.

Regionalwirtschaftliche Analyse der Umwegrentabilität der
Ausgaben im Kulturbereich

Regionalwirtschaftliche Effekte: Ergebnisse

6. Regionalwirtschaftliche Effekte: Ergebnisse

Die Kulturausgaben des Landes Oberösterreich sind weit mehr als ausschließlich ein Kostenfaktor im Landesbudget. Denn die Kulturausgaben – von den Personalausgaben über die Förderungen bis hin zu den Investitionen – stellen aus ökonomischer Sicht Nachfrageimpulse dar, die ihrerseits regionalwirtschaftliche Effekte auslösen.

Der Wirkungskreislauf sei anhand eines Beispiels illustriert: Die Nachfrage nach einem Theaterstück der Oberösterreichischen Theater und Orchester GmbH (TOG) führt zunächst dazu, dass dieses Stück „produziert“ wird. Dadurch entstehen Einkommen in dieser Höhe – beim Theater selbst und bei jenen Unternehmen, von denen das Theater Vorleistungen bezieht: Von den Schauspielerinnen angefangen über den Regisseur und die Handwerker, die das Bühnenbild erstellen, bis hin zur Eigentümerin des Theaters, die etwa Mieteinkommen erzielt, profitieren Haushalte und Unternehmen von dieser Nachfrage. Die öffentlichen Ausgaben des Landes an die TOG ermöglichen bzw. unterstützen dabei diese Nachfrage und sind somit zusammen mit den eigenen Einnahmen als Nachfrageimpulse zu sehen.

Die derart bei Haushalten und Unternehmen entstandenen Einkommen induzieren ihrerseits wiederum weitere Nachfrageeffekte. So verwenden die Schauspielerinnen, der Regisseur, die Handwerker und die Vermieterin zumindest einen Teil ihrer Einkommen für Konsum und Investitionen und erhöhen damit die gesamtwirtschaftliche Nachfrage abermals.

Im Folgenden werden die Ergebnisse der Berechnungen der regionalwirtschaftlichen Effekte präsentiert, wobei dabei immer sowohl direkte als auch indirekte und induzierte Effekte berücksichtigt sind.

Exkurs: Bedeutung induzierter Effekte

Bei der Erstellung von Wertschöpfungsstudien werden häufig lediglich die sog. direkten und indirekten Wertschöpfungseffekte quantifiziert. Das heißt, meist liegt das Augenmerk der Analyse auf jenen Wertschöpfungseffekten, die direkt beim Anbieter einer (bspw.) Dienstleistung und den Zulieferern (den Erbringern der Vorleistungen) entstehen. Der methodische Grund dafür ist, dass diese Analysen ausschließlich auf sog. Input-Output-Tabellen beruhen, welche die Berechnung dieser beiden Effekte erlauben. Die Bedeutung sogenannter induzierter Effekte wird ignoriert.

Unter induzierten Effekten werden jene Wertschöpfungseffekte verstanden, die dadurch entstehen, dass die Löhne und Gewinne, die bei den Anbietern und Zulieferern (sowie deren Mitarbeitenden) entstehen, wieder ausgegeben werden und somit ihrerseits zusätzliche Wertschöpfungseffekte bei (anderen) Unternehmen auslösen. Diese induzierten Effekte sind in ihrer Höhe signifikant und nicht selten so groß wie die direkten und indirekten Effekte zusammengenommen. Daher würde deren Vernachlässigung zu einer deutlichen Unterschätzung der gesamten Wertschöpfungseffekte und damit zusammenhängend auch der generierten Einkommen und Beschäftigung führen.

Das heißt, die Vernachlässigung induzierter Effekte führt ...

- zu einer deutlichen Unterschätzung der regionalwirtschaftlichen Effekte auf Bruttoregionalprodukt, Einkommen und Beschäftigung.
- zu einer deutlichen Unterschätzung der regionalwirtschaftlichen Bedeutung eines Vorhabens für andere, nicht direkt vom Vorhaben betroffene Wirtschaftssektoren.

Bei der Interpretation der Ergebnisse ist darauf Bedacht zu nehmen, dass bei den Berechnungen unterstellt wird, dass sämtliche Nachfrageimpulse zusätzlicher Natur sind. Dies bedeutet, dass die Ergebnisse im Vergleich zu einem Szenario zu interpretieren sind,

in dem keine Nachfrageimpulse gesetzt und damit die Mittel keiner alternativen Verwendung zugeführt worden wären, die Wertschöpfungseffekte im Bundesland Oberösterreich auslösen. Die Analyse erfolgt somit unter der sogenannten ceteris-paribus-Annahme. Mit einem Satz: Im Referenzszenario ist eine „Welt ohne Kulturausgaben des Landes Oberösterreich“ unterstellt.

Die regionalwirtschaftlichen Effekte werden anhand der Aggregate Bruttoregionalprodukt bzw. Bruttowertschöpfung, verfügbares Einkommen sowie Beschäftigung dargestellt.

6.1 Zusätzliche Wertschöpfung, Einkommen und Beschäftigung

In Summe leisteten die Kulturausgaben des Landes Oberösterreich zusammen mit den Einnahmen der Einrichtungen einen positiven Beitrag zum Bruttoregionalprodukt Oberösterreichs in Höhe von durchschnittlich 189,7 Millionen Euro, die verfügbaren Einkommen stiegen im Schnitt um 121,2 Millionen Euro. Darüber hinaus wurden durchschnittlich 2.518 Arbeitsplätze¹⁷ gesichert bzw. geschaffen.

Tabelle 6-1: Wertschöpfungs- und Beschäftigungseffekte

	2013	2014	2015 [§]	Durchschnitt
Zusätzliches Bruttoregionalprodukt	€ 162,3 Mio.	€ 175,1 Mio.	€ 231,6 Mio.	€ 189,7 Mio.
Zusätzliches verfügbares Einkommen	€ 103,7 Mio.	€ 111,9 Mio.	€ 148,0 Mio.	€ 121,2 Mio.
Gesicherte / Geschaffene Arbeitsplätze	2.192	2.333	3.031	2.518

[§] Nachfrageimpulse lösen nicht nur in dem Jahr, in dem sie gesetzt werden, sondern auch in Folgejahren regionalwirtschaftliche Effekte aus, wobei letztere jedoch rasch abnehmen. Daher sind die Effekte, die in den Jahren 2016 und folgende ausgelöst werden, dem Jahr 2015 zugerechnet.

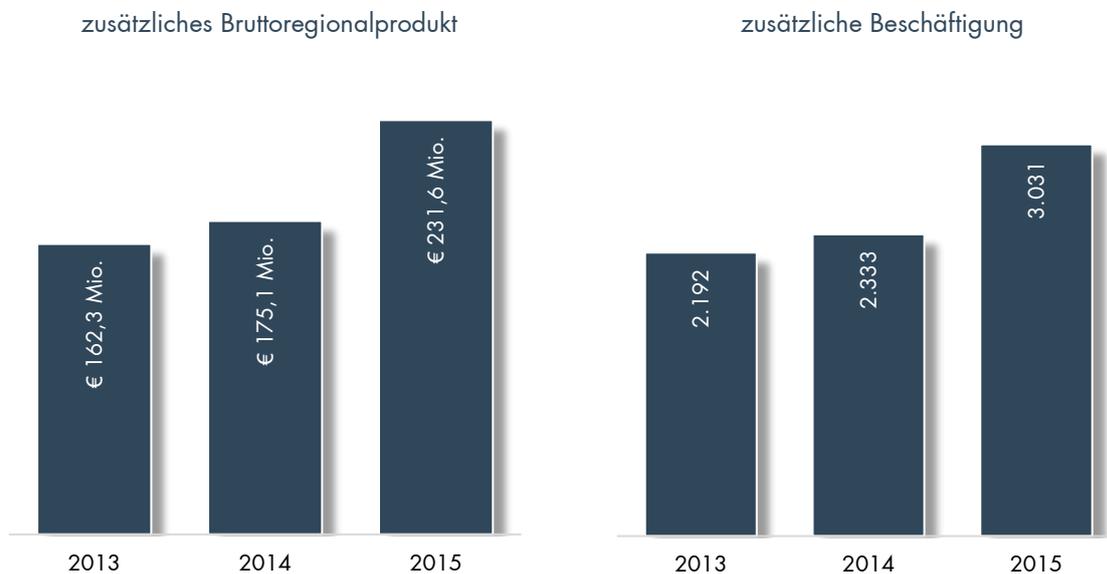
Quelle: GAW, 2016.

Die zeitliche Verteilung der regionalwirtschaftlichen Effekte – hinsichtlich Bruttowertschöpfung und Beschäftigung – ist der folgenden Abbildung zu entnehmen. In dieser Abbildung sind beim Jahr 2015 auch die „Nachwirkungen“ der Nachfrageimpulse der Jahre 2013 bis 2015 berücksichtigt.

Wie ersichtlich werden die stärksten Effekte im Jahr 2015 erreicht, da in diesem Jahr die Kulturausgaben höher waren als in den Jahren zuvor und darüber hinaus auch die Kulturausgaben der Jahre 2013 und 2014 zumindest zu einem kleinen Teil auch im Jahr 2015 noch regionalwirtschaftliche Effekte mit sich brachten.

¹⁷ Gemessen in Vollzeitjahresarbeitsplätzen.

Abbildung 6-1: Effekte auf Bruttoregionalprodukt und Beschäftigung



Beschäftigung in Jahresvollzeitäquivalenten.
Quelle: GAW, 2016.

6.2 Ergebnisse nach Wirtschaftssektoren

Werden die regionalwirtschaftlichen Effekte im Detail analysiert, so zeigt sich, dass die einzelnen Wirtschaftssektoren Oberösterreichs unterschiedlich stark von den Nachfrageimpulsen, die die Kulturausgaben des Landes zusammen mit den Einnahmen der diversen Kultureinrichtungen zeitigen, profitieren. Die nachfolgenden Abbildungen weisen daher die Effekte auf Bruttowertschöpfung sowie Beschäftigung zusammengefasst nach Sektoren aus.

Abbildung 6-2: Durchschnittliche jährliche Bruttowertschöpfung nach Sektoren



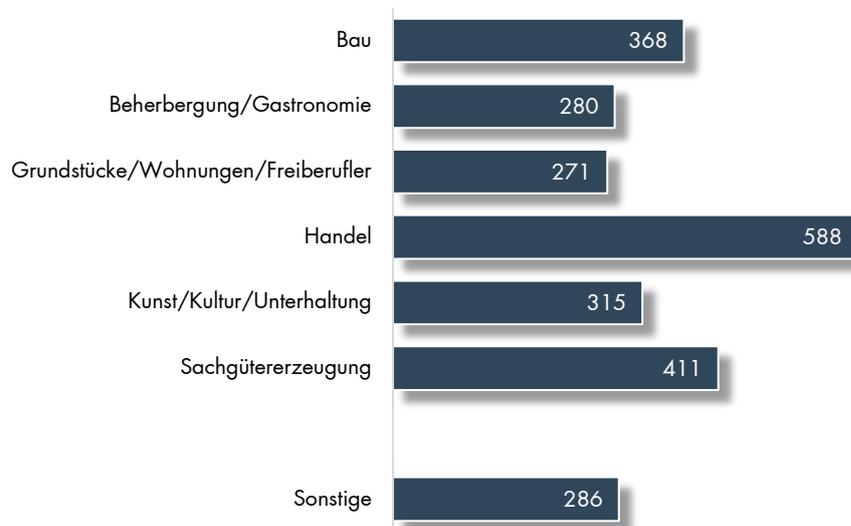
Quelle: GAW, 2016.

Mit durchschnittlich jährlich mehr als 30 Millionen Euro an zusätzlicher Wertschöpfung am stärksten profitierten dabei der Sektor Sachgütererzeugung, die Sektoren Grundstücks- und Wohnungswesen sowie Dienstleistungen sowie der Sektor Handel. Auf den Sektor Kunst, Kultur und Unterhaltung entfallen gut 13 Millionen Euro an Wertschöpfung und damit in etwa gleich viel wie auf den Sektor Beherbergung und Gastronomie.

Ein etwas anderes Bild ergibt sich hinsichtlich der Beschäftigungseffekte. Dies deshalb, da ein Euro an Wertschöpfung mit unterschiedlich hohen Beschäftigungseffekten in den einzelnen Wirtschaftssektoren einhergeht.

Wie sich zeigt, profitiert hier der Handel mit 588 Beschäftigungsverhältnissen am stärksten. Aber auch in den Sektoren Sachgütererzeugung (411), Bau (368) sowie Kunst, Kultur und Unterhaltung (315) sind die Beschäftigungseffekte bedeutend.

Abbildung 6-3: Durchschnittliche jährliche Beschäftigung nach Sektoren



Werte sind als Jahresvollzeitäquivalente zu interpretieren.
Quelle: GAW, 2016.

Es fällt auf, dass die Beschäftigungseffekte im Sektor Kunst, Kultur und Unterhaltung vor dem Hintergrund der errechneten Wertschöpfungseffekte relativ größer sind als in den anderen Sektoren. Dies korrespondiert mit den Ausführungen in Abschnitt 3, in denen gezeigt wurde, dass – jeweils im Vergleich zu allen Wirtschaftssektoren – der Anteil an Beschäftigten im Kultursektor höher ist als der Anteil der Wertschöpfung.

Somit zeitigen die Nachfrageimpulse, die von den Kulturausgaben im Land Oberösterreich sowie den eigenen Einnahmen der Kultureinrichtungen ausgehen, positive Auswirkungen auf Einkommen und Beschäftigung in verschiedenen Wirtschaftssektoren im Bundesland Oberösterreich. Dies unterstreicht wie zu Beginn der Ausführungen diskutiert auch die kurzfristige, regionalwirtschaftliche Bedeutung von Kulturausgaben.

Das Ausmaß der langfristigen Bedeutung von Kulturausgaben in Form einer höheren Attraktivität der Region und damit letztlich einem höheren Wirtschaftswachstum in der Region ist in diesen Berechnungen nicht berücksichtigt.

Regionalwirtschaftliche Analyse der Umwegrentabilität der
Ausgaben im Kulturbereich

Befragungsergebnisse

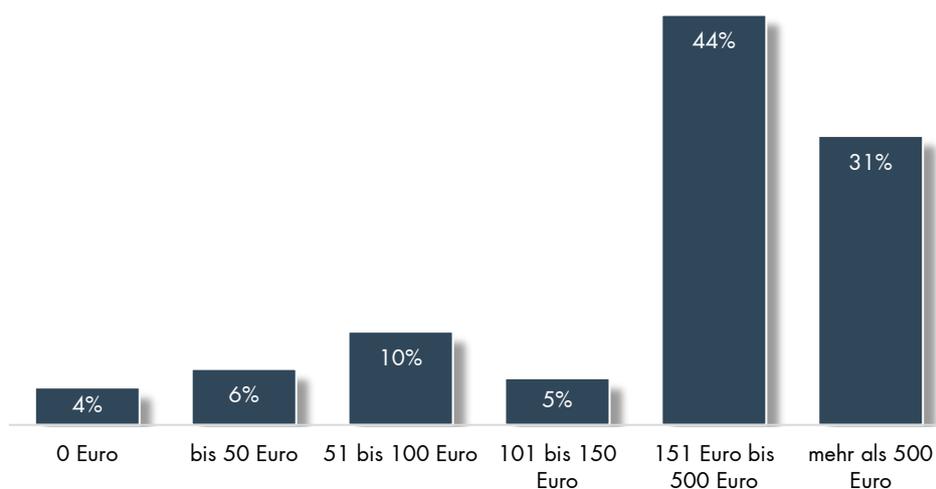
7. Befragungsergebnisse

Im Sommer 2016 (vom 11. Juli bis 3. August) wurde vom market Institut in Oberösterreich die Umfrage für die Kulturstudie 2016 für das Land Oberösterreich durchgeführt (market, 2016). Dabei konnten die Autoren der vorliegenden Studie drei Fragen stellen, die in Zusammenhang mit dieser Arbeit stehen und die oben präsentierten Ergebnisse entsprechend ergänzen.¹⁸ Die Fragen betrafen dabei die persönlichen Ausgaben für Kultur, die Einschätzung der Kulturausgaben des Landes Oberösterreich sowie die Bedeutung des Kunst- und Kulturangebotes im Falle eines Wohnortwechsels. Die Ergebnisse der Umfrage bzw. die Antworten auf diese Fragen werden im Folgenden präsentiert.

7.1 Kulturausgaben der Oberösterreichischen Haushalte

In Oberösterreich belaufen sich die durchschnittlichen Ausgaben für Kunst und Kultur je Haushalt und Jahr auf 720 Euro. Beinahe jeder zweite Haushalt gibt dabei 151 bis 500 Euro jährlich aus, jeder dritte sogar mehr als 500 Euro. Lediglich 4 Prozent der Haushalte geben an, keine Ausgaben für Kunst und Kultur zu tätigen.

Abbildung 7-1: Kulturausgaben der Oberösterreichischen Haushalte



Frage: Versuchen Sie bitte abzuschätzen, wie viel Geld in Ihrem Haushalt für Kunst und Kultur pro Jahr ausgegeben wird.

Quelle: market, 2016.

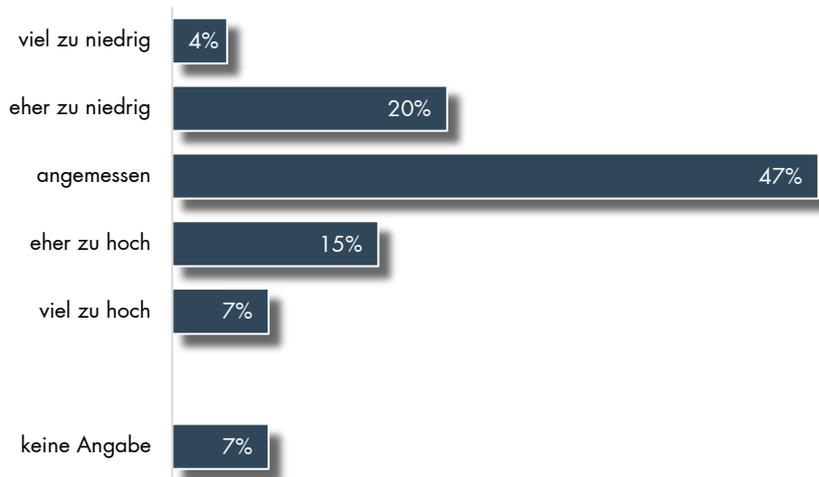
Dabei haben der Kauf von Büchern, Kinobesuche, Ausgaben für Fotografie und Filme, der Kauf von CDs und DVDs sowie Kulturreisen für viele Befragte einen großen bzw. zumindest kleinen Anteil am Budget. Im Vergleich zu den letzten Jahren steigt jedoch auch der Anteil, den die Oberösterreicherinnen und Oberösterreicher für den Besuch von Opern, Operetten und Musicals ausgeben. So haben diese Ausgaben für 10 Prozent der Befragten einen großen und für 35 Prozent einen kleinen Anteil an den gesamten Ausgaben für Kunst und Kultur.

¹⁸ Die Autoren danken dem market Institut für die Möglichkeit, diese drei Fragen im Rahmen der Umfrage zu stellen.

7.2 Einschätzung der Kulturausgaben des Landes

Rund die Hälfte der befragten Personen (47 Prozent) stuft die Höhe der Kulturausgaben des Landes Oberösterreich als angemessen ein, rund ein Viertel (24 Prozent) als zu niedrig und ein knappes Viertel (22 Prozent) als zu hoch.

Abbildung 7-2: Einschätzung der Kulturausgaben des Landes Oberösterreich



Frage: 3 Prozent des Budgets des Landes Oberösterreich fließen jährlich in den Kunst- und Kulturbereich - dies entspricht rund 210 Euro pro Kopf. Erachten Sie diesen Beitrag als...

Quelle: market, 2016.

Männer sehen diese Ausgaben offensichtlich etwas skeptischer, denn immerhin 26 Prozent erachten die Ausgaben als zu hoch, während es bei den Frauen lediglich 20 Prozent sind. Wenig überraschend sinkt der Anteil der Personen, die die Ausgaben als zu hoch erachten, mit zunehmendem Bildungsgrad.

Tabelle 7-1: Einschätzung der Kulturausgaben des Landes Oberösterreich

	Viel zu niedrig	Eher zu niedrig	Angemessen	Eher zu hoch	Viel zu hoch	Keine Angabe
Bevölkerung ab 15 Jahre	4%	20%	47%	15%	7%	7%
Männer	5%	20%	45%	16%	10%	4%
Frauen	4%	19%	49%	15%	5%	8%
Volks-/Hauptschule	4%	17%	46%	19%	9%	5%
Weiterführende Schule ohne Matura	4%	17%	49%	15%	8%	7%
Matura/Universität	5%	29%	45%	12%	4%	5%

Frage: 3 Prozent des Budgets des Landes Oberösterreich fließen jährlich in den Kunst- und Kulturbereich - dies entspricht rund 210 Euro pro Kopf. Erachten Sie diesen Beitrag als...

Quelle: market, 2016.

7.3 Kunst- und Kulturangebot wichtig für Wohnortwahl

Abschließend wurden die Personen noch gefragt, welchen Stellenwert das Kunst- und Kulturangebot für die Wahl ihres Wohnorts hat. Dabei zeigt sich, dass für rund ein Viertel der Befragten ein diesbezügliches Angebot wichtig oder sehr wichtig ist. Auch hier gibt es wieder geschlechtsspezifische Unterschiede, denn für Männer ist das Angebot weniger wichtig als für Frauen. Ebenfalls spielt das Angebot an Kunst und Kultur eine umso bedeutendere Rolle für die Wahl des Wohnortes, je höher der Bildungsabschluss ist.

Tabelle 7-2: Bedeutung des Kunst- und Kulturangebots für Wohnortwahl

	Sehr wichtig	Wichtig	Weniger Wichtig	Gar nicht wichtig	Keine Angabe
Bevölkerung ab 15 Jahre	6%	21%	37%	35%	1%
Männer	4%	20%	38%	37%	1%
Frauen	7%	23%	37%	33%	0%
Volks-/Hauptschule	5%	16%	36%	42%	1%
Weiterführende Schule ohne Matura	4%	22%	36%	37%	1%
Matura/Universität	9%	26%	41%	23%	1%

Frage: Angenommen, Sie müssen sich einen neuen Wohnort in einer anderen Region aussuchen. Spielt dabei für die Wahl Ihres Wohnortes das Angebot an Kunst und Kultur wie z.B. Theater, Museen, Galerien, Festivals und ähnliches in dieser Region eine Rolle oder eher nicht? Würden Sie sagen, das Angebot von Kunst und Kultur ist bei der Wahl des Wohnorts...

Quelle: market, 2016.

Interessant ist aber vor allem auch, dass für 30 Prozent der jüngsten Altersgruppe der 15 bis 29-Jährigen das Angebot wichtig oder sehr wichtig ist – ein überdurchschnittlich hoher Wert. Eine gleich hohe Bedeutung ist erst wieder für die Altersgruppe ab 50 Jahren zu beobachten.

Regionalwirtschaftliche Analyse der Umwegrentabilität der
Ausgaben im Kulturbereich

Zusammenfassung und Schlussfolgerungen

8. Zusammenfassung und Schlussfolgerungen

Zusammenfassend kommt die vorliegende Studie damit zu folgenden Ergebnissen und Schlussfolgerungen.

Kulturausgaben steigern Attraktivität der Region

Kulturausgaben sind in zweierlei Hinsicht aus einer ökonomischen Perspektive für die wirtschaftliche Entwicklung einer Region wichtig.

Zum einen sichern Kulturausgaben ein reichhaltiges Kunst- und Kulturangebot und tragen so unmittelbar zur Attraktivität einer Region bei. Dies wirkt sich wiederum direkt positiv auf Bereiche wie Beherbergung, Gastronomie, Handel oder das Transportwesen aus. Durch die wirtschaftlichen Verflechtungen dieser Sektoren mit anderen Sektoren profitieren in weiterer Folge aber viele andere Sektoren. Damit wirken Kulturausgaben über direkte, indirekte und letztlich induzierte Effekte weit in die Wirtschaft hinein.

Kulturausgaben stellen langfristige Investition in die Zukunft dar

Die Attraktivität einer Region hängt dabei unmittelbar mit der wahrgenommenen Lebensqualität in einer Region zusammen. Diese wiederum wird in Zukunft eine immer stärkere Rolle in der Wohnortentscheidung von hoch qualifizierten, gut (aus)gebildeten und kreativen Arbeitskräften spielen.

Damit hat die Attraktivität einer Region aber auch unmittelbaren Einfluss auf den Arbeitsmarkt bzw. auf das regionale Angebot an Arbeitskräften. Dieser Effekt wurde beispielsweise in einer Studie des deutschen Forschungsinstituts zur Zukunft der Arbeit (IZA) und des ifo-Instituts aufgezeigt, aus der hervorgeht, dass in Deutschland signifikant mehr Hochqualifizierte im Umkreis von barocken Opernhäuser leben. Kultureinrichtungen ziehen Hochqualifizierte und begabte Arbeitskräfte an.

Kulturausgaben pushen das Wirtschaftswachstum

Die Forscher belegen in ihrer Studie weiter, dass diese Hochqualifizierten letzten Endes für ein höheres Wirtschaftswachstum in der entsprechenden Region verantwortlich sind. Somit kann ein höheres Wirtschaftswachstum kausal auf das Vorhandensein kultureller Einrichtungen zurückgeführt werden.

Dieses Faktum ist aber wiederum auch für Unternehmen im Rahmen ihrer Standortwahl von entscheidender Bedeutung. Hinzu kommt, dass durch den Zuzug von qualifizierten, gut (aus)gebildeten und kreativen Arbeitskräften und damit zusammenhängend durch den Zuzug und die Gründung von Firmen (Stichwort: Creative Industries, Start-ups) eine positive Sogwirkung erzeugt wird, von der abermals erhebliche positive Wachstumseffekte für die betreffende Region erwartet werden können.

Kunst und Kultur ist kein „normales“ Gut

Letztlich bedeutet dies, dass von Kunst und Kultur positive Effekte für die Region insgesamt ausgehen. In der Literatur wird diesbezüglich von meritorischen Gütern gesprochen. Diese sind aus einer ökonomischen Perspektive zu fördern, damit es zu keiner „Unterversorgung“ in der Bereitstellung dieser Güter und Dienstleistungen kommt, da ansonsten diese positiven Effekte nicht gehoben werden können.

Im Kern bedeutet dies, dass Kunst und Kultur bzw. die damit zusammenhängenden öffentlichen Ausgaben von den öffentlichen Stellen nicht aus einer rein betriebswirtschaftlichen Sicht gesehen werden dürfen. Vielmehr ist es Aufgabe der öffentlichen Hand die volkswirtschaftliche Dimension zu sehen und dementsprechend zu fördern. Eine rein betriebswirtschaftliche Rechnung würde dem ökonomischen Charakter von Kunst und Kultur nicht gerecht werden.

Kulturausgaben steht auch unmittelbarer Nutzen gegenüber

Doch auch kurzfristig gehen von den Kulturausgaben positive regionalwirtschaftliche Effekte auf Wirtschaftsleistung und Beschäftigung aus. Denn diese Ausgaben stellen zusammen mit den Einnahmen der kulturellen Einrichtungen Nachfrageimpulse dar, die diese Effekte auslösen.

In den Jahren 2013 bis 2015 lieferten die Kulturausgaben des Landes Oberösterreich einen positiven Beitrag zum Bruttoregionalprodukt Oberösterreichs in Höhe von durchschnittlich 189,7 Millionen Euro und zum verfügbaren Einkommen in Höhe von 121,2 Millionen Euro.

Darüber hinaus konnten im Schnitt rund 2.518 Vollzeitjahresarbeitsplätze geschaffen bzw. gesichert werden.

Nutzen auch außerhalb der Region

Dabei ist zu bedenken, dass nicht sämtliche Kulturausgaben auch im Land Oberösterreich wertschöpfungswirksam werden. So fließt ein nicht unerheblicher Teil der Ausgaben für Personal in Form von Beiträgen zur Sozialversicherung und Einkommensteuer direkt an den Bund bzw. an die Sozialversicherungsträger. Dieser Teil wurde daher in den Berechnungen nicht berücksichtigt, da sie im Bundesland Oberösterreich keine regionalwirtschaftlichen Effekte auslösen.

Verloren sind diese Ausgaben jedoch keineswegs. Zum einen werden diese Mittel seitens des Bundes für vielfältige Zwecke wie etwa Sicherheit, öffentliche Verwaltung, Verkehr und Bildung ausgegeben, von denen die Bundesländer und somit auch Oberösterreich profitieren. Zum anderen lukriert das Bundesland Oberösterreich aus diesen Steuereinnahmen aber auch direkt Mittel, beispielsweise über den Finanzausgleich. Diese Nutzen abseits der regionalwirtschaftlichen Effekte der Kulturausgaben sind in den Berechnungen der vorliegenden Arbeit nicht berücksichtigt.

Regionalwirtschaftliche Analyse der Umwegrentabilität der
Ausgaben im Kulturbereich

Quellen

9. Quellen

- AEC (2016).** Tourism and the Creative Economy. <http://www.aec.at/c/tourism-creative-economy/>. Zuletzt abgerufen am 18.04.2016.
- Ars Electronica (2016).** <http://www.aec.at/about/de/>. Zuletzt abgerufen am 15.03.2016.
- Ars Electronica (2016a).** <http://www.aec.at/radicalatoms/de/program/>. Zuletzt abgerufen am 18.04.2016.
- Ars Electronica (2016b).** About Ars Electronica Festival. http://www.aec.at/press/files/2014/09/About-Ars-Electronica-Festival_DE.pdf. Zuletzt abgerufen am 18.04.2016.
- Ars Electronica (2016c).** "Lieber QuerdenkerInnen als Mainstream fördern." <http://www.aec.at/aeblog/2016/03/04/nurture-contrarians/>. Zuletzt abgerufen am 18.04.2016.
- Ars Electronica (2016d).** Drone 100: Ein Weltrekord mit 100 Punkten. <http://www.aec.at/feature/drone100/>. Zuletzt abgerufen am 18.04.2016.
- BAK Basel (2016).** Regionale Kompetenzverteilung und wirtschaftlicher Erfolg – Studie der BAK Basel Economics AG. Föderalismusdokumente Band 36. Herausgeber: Institut für Föderalismus IFÖ. Innsbruck.
- Falck, O., Fritsch, M. Heblich, St. (2010).** The Phantom of the Opera: Cultural Amenities, Human Capital, and Regional Economic Growth. Discussion Paper No. 5065. Forschungsinstitut zur Zukunft der Arbeit. Institute for the Study of Labor (IZA). Bonn
- Falck, O., Fritsch, M. Heblich, St. (2011).** Das Phantom der Oper: Wie die Prunksucht absolutistischer Fürsten noch heute für blühende Landschaften sorgt. ifo Schnelldienst 5/2011. 64. Jahrgang. München.
- Florida, R. (2002).** The rise of the creative class: And how it's transforming work, leisure, community and everyday life. Perseus Book Group. New York.
- Florida, R. (2005).** Cities and the creative class. Routledge. New York.
- GAW (2015).** ÖRemo – Regionales Simulationsmodell für das Bundesland Oberösterreich. Innsbruck.
- Gottschalk, Ch., Hamm, R., Imöhl, I. (2010).** Die Bedeutung der Kreativen Klasse für die wirtschaftliche Entwicklung der nordrhein-westfälischen Regionen. Niederrhein Institut für Regional- und Strukturforchung. Hochschule Niederrhein. Mönchengladbach.
- Heinze, Th. (Hrsg.) (1995).** Kultur und Wirtschaft. Perspektiven gemeinsamer Innovation. Westdeutscher Verlag. Opladen.
- Land Oberösterreich (2016).** Budget. Voranschlag und Rechnungsabschluss. Linz.
- Land Oberösterreich (2016a).** Ausgaben, Investitionen und Einnahmen Kultur Land Oberösterreich. Übermittelt per Email. April 2016.
- Lucas, R.E. (1988).** On the mechanism of economic development. Journal of Monetary Economics XXII. pp 3 – 44.

- market (2016)**. Kulturstudie 2016. Land OÖ – Zusatzfragen Prof. Schneider. Erhebungszeitraum 11.07. – 03.08.2016. n = 1.149 Interviews. market Institut Linz.
- OÖ Landesmuseum (2016)**. Presseinformation. Präsentation des Jahresberichtes 2015. Linz.
- ORF (2016)**. Moderne Alchemisten bei Ars Electronica. <http://oe.orf.at/news/stories/2768193/>. Zuletzt abgerufen am 18.04.2016.
- Pechlaner H. und Bachinger M. (Hrsg.) (2010)**. Lebensqualität und Standortattraktivität. Kultur, Mobilität und regionale Marken als Erfolgsfaktoren. Erich Schmidt Verlag. Berlin.
- Promotionskolleg Ruhr-Universität Bochum (2008)**. Die Produktivität von Kultur. Die Kultur- und Kreativwirtschaft unter den Bedingungen globalisierter Mediennetzwerke mit den Forschungsschwerpunkten „Kulturalisierung der Ökonomie“ und „Medialisierung von Arbeit und Kommunikation“. http://www.ruhr-uni-bochum.de/ifm/_downloads/antrag_promotionskolleg.pdf. Zuletzt abgerufen am 02.03.2016.
- Puchta, D., Schneider, F., Haigner, St., Wakolbinger, F., Jenewein, S. (2009)**. Kreative Industrien. Eine Analyse von Schlüsselindustrien am Beispiel Berlins. Gabler Research. Wiesbaden.
- Statistik Austria (2015)**. ÖNACE Klassifikation. Wien.
- Statistik Austria (2016)**. Diverse Statistiken abgerufen unter http://www.statistik.at/web_de/statistiken/index.html.
- Statistik Austria (2016a)**. Kulturstatistik 2013. Wien.
- Ullmann, E.L. (1958)**. Regional Development and the Geography of Concentration. Papers and Proceedings of the Regional Science Association 4. pp. 179-198.

Gesellschaft für Angewandte Wirtschaftsforschung KG
Sparkassenplatz 2/1/115
6020 Innsbruck
www.gaw-mbh.at

Firmenbuch-Nr.: 440348 x
Firmenbuchgericht: Landesgericht Innsbruck

