

Der wirtschaftliche Wert der Kultur in der Provinz Limburg und ihren Nachbarregionen



Impressum

Der wirtschaftliche Wert der Kultur in der Provinz Limburg und ihren Nachbarregionen - Bericht 2008

Bearbeitung: MKW Wirtschaftsforschung GmbH, Saarbrücken
im Auftrag der: Provinzregierung Limburg (Niederlande), Maastricht
Autor: Joachim Geppert
Statistik & Co-Autor: Philipp Geppert
Satz & Layout: Fabian Dussing
erschienen auf Deutsch, Französisch, Niederländisch

Veröffentlicht durch

Provinz Limburg
Limburglaan 10
P.O. Box 5700
NL - 6202 MA Maastricht
E-Mail: postbus@prvlimburg.nl
Internet: www.limburg.nl

Zusammenfassung

Anhand der nachfolgenden Beispiele wird der direkte Beitrag der Kultur und Kreativwirtschaft zu Wachstum und Beschäftigung hergestellt. Außerdem wird der indirekte Beitrag, als Zusammenhang zwischen Kreativität, Innovation, die Verknüpfungen mit der ICT-Branche, mit der Regionalentwicklung und der daraus resultierenden Attraktivität der Projektregion durch die Aktivitäten des kulturellen und kreativen Sektors herausgestellt.

Wirtschaftliche Kennzahlen

- ▶ Für das Projektgebiet weist die Kultur und Kreativwirtschaft im Jahre 2005 über 28.000 Betriebe auf, erzielt einen Umsatz von über 8 Mrd. € und beschäftigt ca. 122.000 Personen.

Beschäftigung und wirtschaftliche Bedeutung

- ▶ Geht man davon aus, dass ein Festangestellter bis zu 2 geringfügig Beschäftigte zusätzlich mit Arbeit versorgt, müssen die Beschäftigtenzahlen nach oben korrigiert werden. Insgesamt sind alle 12 Sektoren der Definition für Kultur und Kreativwirtschaft ausgeglichen mit Betrieben besetzt und von wirtschaftlicher Bedeutung.

Bedeutende Sektoren

- ▶ Design, Architektur und bildende Künste sind die mit Abstand bedeutendsten Sektoren nach Beschäftigten, Umsätzen und Anzahl der Betriebe. Auf dem ersten Platz liegt Design mit nahezu 37.000 beschäftigten Personen, erzielt einen Umsatz von nahezu 2.5 Mrd. € und liegt mit ca. 6.700 Betrieben für die gesamte Projektregion auf dem 2. Platz - damit ist Design mit einem hohen Anteil an hochqualifizierten ICT-Mitarbeitern der Spitzensektor aus dem Bereich der Kreativbranchen.

Viele KMU's und Kleinstbetriebe

- ▶ KMU's und Kleinstbetriebe sind charakteristisch für die Kultur und Kreativwirtschaft. Im Jahre 2005 macht die Anzahl der Betriebe der Kultur und Kreativwirtschaft in der deutschen Teilregion 13,9% der Anzahl der Betriebe an der Gesamtwirtschaft aus; der Anteil an der Gesamtbeschäftigung beträgt 5,2%. Das Gleiche trifft für die niederländische Provinz Limburg zu; dort betrug der Anteil der Betriebe an der Gesamtwirtschaft 12,3%, die Beschäftigung ebenfalls 5,2%.

Maastricht + Kulturhauptstadt 2018

- ▶ In einer SWOT (Strengths – Weaknesses – Opportunities – Threats)- Liste sind der Ist-Zustand und die Möglichkeiten der Bewerbung zur EU-Kulturhauptstadt 2018 der MAHHL-Städte (Maastricht – Aachen – Hasselt – Heerlen – Lüttich) erfasst. Im Rahmen eines Kooperationsrondells werden 7 Themenvorschläge zur gemeinsamen, grenzüberschreitenden Bewerbung als EU-Kulturhauptstadt vorgestellt.

Grenzüberschreitende Kooperationen

- ▶ In einer Liste grenzüberschreitender Aktivitäten zur Kultur und Kreativwirtschaft im Projektgebiet sind 31 Institutionen, Personen, Ereignisse und grenzüberschreitende Initiativen genannt, die das große Potenzial an euregionalen Möglichkeiten zur Zusammenarbeit auf allen Feldern der Kunst, Kultur und Kreativwirtschaft aufzeigen.

Die Projektregion dargestellt in Spots

- ▶ 13 spots (Kurzporträts) und Exkurse ergänzen die unzureichende statistische Datenlage, indem Beispiele vorgestellt werden, die den wirtschaftlichen Wert von Kunst, Kultur und Kreativwirtschaft darstellen – dazu gehören die Floriade 2012, das Restaurierungsprogramm MonuLisa, Linssen Yachtbau, diverse Open-Air-Festivals oder die euregionale Zusammenarbeit der Museen im Rahmen eines zukünftigen Clusters.

Inhalt

1.0 Kultur und Kreativwirtschaft in Europa und Limburg 2008	1
1.1 Ausgangslage und Ziele des Berichts	1
1.2 Methode, Vorgehensweise und Schwierigkeiten	4
1.3 Kultur und Kreativwirtschaft als Zukunftsaufgabe in der EU	7
2.0 Kultur und Kreativwirtschaft (KKW) in der Provinz Limburg und Grenzregionen	11
2.1 Geografische Abgrenzung des Projektgebietes	11
2.2 Historische und touristische Bedeutung der Teilregionen	13
3.0 Der Wert der Kultur und der Kreativwirtschaft im Projektgebiet	17
3.1 Die 12 Sektoren der Kultur und Kreativwirtschaft (KKW) - statistische Erfassung und Beschränkungen	17
3.11 Bildende Künste	22
3.12 Darstellende Künste	26
3.13 Kulturelles Erbe	30
EXKURS: Museums-Cluster	32
3.14 Film und Video	36
3.15 Fernsehen und Rundfunk	38
3.16 Software und Games	40
3.17 Musik	44
EXKURS: Musik-Cluster	47
3.18 Bücher und Presse	48
3.19 Design	52
3.20 Architektur	56

EXKURS: MonuLisa - MONUmentenLimburgSAfe	58
3.21 Werbung	60
EXKURS: Floriade 2012 in Venlo und wirtschaftliche Effekte	62
3.22 Kultur-Tourismus	68
3.3 Zusammenfassende Betrachtung	70
3.3.1 Die deutsche Teilregion	70
3.3.2 Die niederländische Teilregion	72
3.3.3 Die belgische Teilregion	74
3.3.4 Die Projektregion im Überblick	76
3.4 Liste grenzüberschreitender Aktivitäten zur Kultur und Kreativwirtschaft im Projektgebiet (Auszug)	78
4.0 Maastricht und Partnerstädte MAHHL+: die Bewerbung zur EU – Kulturhauptstadt 2018	85
4.1 Bewerbungsverfahren für die Europäische Kulturhauptstadt (ECoC)	85
4.2 SWOT Liste für Maastricht und MAHHL+ -Städte Bewerbung EcoC 2018	88
4.3 Kooperationsrondell MAHHL+ -Städte — Cultuur Cooperation Limburg	90
Anhang	
Anhang A: Kreativwirtschaft/Creative Industries im Branchenvergleich der EU-25	94
Anhang B: Statistische Erfassung der Kultur und Kreativwirtschaft auf Grundlage der EU-Definition [nach NACE]	96
Anhang C: Workshop am 25.04.2008, Maastricht in der Provinzregierung Limburg	99
Anhang D: Cultural Employment in the EU-25	103
Anhang E: Pressemitteilung zur EU-Studie Kulturwirtschaft 2006	105
Anhang F: Der Europäische Kreativitätsindex	107

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Bildende Künste	22
Tabelle 2: Darstellende Künste	26
Tabelle 3: Kulturelles Erbe	30
Tabelle 4: Museums-Cluster grenzüberschreitend (Auszug)	35
Tabelle 5: Film und Video	36
Tabelle 6: Fernsehen und Rundfunk	38
Tabelle 7: Software und Games	40
Tabelle 8: Musik	44
Tabelle 9: Bücher und Presse	48
Tabelle 10: Design	52
Tabelle 11: Architektur	58
Tabelle 12: Projekte des MonuLisa Programms	59
Tabelle 13: Werbung	60
Tabelle 14: Greenports in den Niederlanden	63
Tabelle 15: Zusammenfassung Berechnung Auswirkungen der Geldausgaben der Floriade	65
Tabelle 16: Zusammenfassung Berechnung Wohlstandseffekte der Floriade 2012	67
Tabelle 17: Kultur-Tourismus	68
Tabelle 18: Gesamtbeschäftigung in der deutschen Teilregion	70
Tabelle 19: Sektordaten der deutschen Teilregion	71
Tabelle 20: Gesamtbeschäftigung in der niederländischen Teilregion	72
Tabelle 21: Sektordaten der niederländischen Teilregion	73
Tabelle 22: Sektordaten der belgischen Teilregion	74
Tabelle 23: Überblick Projektregion	76

Grafiken

Grafik 1: Definition Kultur und Kreativwirtschaft in der EU	3, 21
Grafik 2: Berichte zur Kulturwirtschaft in der EU	8
Grafik 3: Etappen der Kulturwirtschaft in der EU	9
Grafik 4: Bevölkerung und Geographie im Projektgebiet	12
Grafik 5: Kooperationsrondell MAHHL+	90
Grafik 6: Cultuur Cooperation Limburg	91

Abkürzungen

KKW	Kultur und Kreativwirtschaft
BIP	Bruttoinlandsprodukt
ECoC	European Capital of Culture (Europäische Kulturhauptstadt)
MAHHL+	Die Städte Maastricht, Aachen, Hasselt, Heerlen, Lüttich unter Einschluss von Sittard-Geleen
CBS	Central Bureau of Statistics (NL)
NRW	(Bundesland) Nordrhein-Westfalen
eurostat	Statistical Office of the European Communities
Interreg	Gemeinschaftsinitiative des Europäischen Fonds für regionale Entwicklung zur Förderung der Zusammenarbeit zwischen den Regionen der Europäischen Union
KMU	Kleine und Mittlere Unternehmen
LDS-NRW	Landesamt für Datenverarbeitung und Statistik Nordrhein-Westfalen
OMK	Offene Methode der Koordinierung
NACE	Nomenclature Générale des Activités Économiques dans la Communauté Européenne
PPP / PPS	Public Private Partnership / Publiek-Private Samenwerking
AKP	Afrika-Karibik-Pazifik-Staaten.
DG	Deutschsprachige Gemeinschaft Belgiens

1.0 Kultur und Kreativwirtschaft in Europa und Limburg 2008

1.1 Ausgangslage und Ziele des Berichts

Kulturwirtschaft, Kreativwirtschaft, Creative Industries und Cultural Economy sind scheinbar verschiedene Begriffe, die seit 2006 vermehrt in der EU nahezu synonym diskutiert werden. Die EU-Kommission hat dazu am 10. Mai 2007 eine neue Mitteilung über eine europäische Kulturagenda im Zeichen der Globalisierung veröffentlicht. Vorausgegangen war die Veröffentlichung der EU Studie *The Economy of Culture in Europe*, die EU-Kultur-Kommissar Figel Ende 2006 in Brüssel der Öffentlichkeit vorgestellt hatte. Die MKW Wirtschaftsforschung hat diese Studie im Konsortium mit 2 europäischen Consultings erstellt, nachdem sie auch schon 2001 einen ähnlichen Bericht zum Thema im Auftrag der EU-Kommission publiziert hatte. Näheres siehe unter <http://www.cultural-economy.eu>

Die niederländische Provinz Limburg mit den angrenzenden euroregionalen Regionen in Belgien und Deutschland hat die Aktualität und die Chance erkannt, sich mit einem eigenen Kulturwirtschaftsbericht national, grenzüberschreitend und europäisch zu positionieren und zu empfehlen. Nationalstaaten, Regionen und zum Teil Hauptstädte haben in den letzten Jahren sogenannte Kulturwirtschaftsberichte erarbeiten lassen, um sich in diesem neuen und kreativen Bereich sichtbar zu machen und entsprechende Potenziale privatwirtschaftlich, öffentlich oder in Mischform zu fördern. Das Wissen um Umsätze, Anzahl der Beschäftigten und der Betriebe, Produktivität oder auch Ausbildungsmerkmale ist aber nirgendwo an einer Stelle gesammelt und abrufbar.

Aus diesem Grund ist es sinnvoll, dies mit einer nunmehr europäisch anerkannten Definition dieses zukunftsweisenden Wirtschaftssektors zu versuchen und damit wichtige Erkenntnisse für eine mutige, moderne und selbstbewusste Standort- und Strukturpolitik innerhalb der EUREGIOS der Öffentlichkeit zur Verfügung zu stellen.

Der vorliegende Bericht ist einmalig, da er zum ersten Mal die Bedeutung der Kultur und Kreativwirtschaft in einer cross-border Region, also grenzüberschreitend, darstellt.

EUREGIOS Maas-Rhein und Rhein-Maas-Nord

Durch die neuesten Veröffentlichungen der EU-Generaldirektion Erziehung und Kultur, insbesondere durch die oben zitierte EU- Studie aus dem Jahr 2006, kann jetzt die Kultur- und Kreativwirtschaft der Region nach einer als allgemeingültig anerkannten Standarddefinition abgebildet und quantifiziert werden. Als Vergleich: Von 16 Bundesländern des Nachbarn Deutschland haben schon 10 ihren Kulturwirtschaftsbericht vorgelegt und weitere folgen derzeit. Auch das benachbarte Nord-Rhein-Westfalen (NRW) hat die Bedeutung der Kultur- und Kreativwirtschaft längst erkannt und Ende 2007 schon seinen 5. Kulturwirtschaftsbericht vorgestellt.

Grenzen öffnen sich immer weiter durch die fortschreitende Integration und Erweiterung der EU. Das ist der Grund warum Limburg (NL), mehr als in der Vergangenheit, grenzüberschreitend agiert. Das wird deutlich aus der Teilnahme von Limburg in verschiedene grenzüberschreitende Netzwerken mit sich entwickelnden intensiven Beziehungen.

Nord- und Mittel-Limburg gehören zu dem Netzwerk, dass sich bis zum Rhein-Ruhr-Gebiet erstreckt. Die südlimburgischen Städtereionen sind ein wichtiges Kerngebiet des Städtensetzwerks Maastricht-Aachen-Hasselt-Heerlen-Lüttich. Außerdem hat Maastricht als Hauptstadt der Provinz Limburg, nicht nur als Verwaltungs- und Veranstaltungszentrum, durch die Maastrichter Verträge des Jahres 1992, einen europaweiten Ruf.

Die Stadt gilt als die Gemeinde mit den meisten Forschungseinrichtungen Europas, Stadt der Künste, Kultur mit moderner Universität an einem weltoffenen, europäisch agierenden Wirtschaftsstandort; alles eingebettet in eine sowohl wirtschaftlich wie touristisch hervorragenden Region, die ihre besonderen Merkmale in einer über Jahrzehnte erfolgreich und in der Bevölkerung im Konsens fundierte grenzüberschreitende Politik findet.

Kultur und Kreativwirtschaft: Die Definition

Im Rahmen der EU ist mit der Studie The Economy of Culture in Europe die bisher weitestgehende Definition formuliert und wissenschaftlich für die EU untersucht worden. Eine der Hauptaussagen und Feststellungen lautet, dass sich das Investieren in fast alle Sektoren der Kulturwirtschaft lohnt.

In Anlehnung an die EU-Definition dient die nachfolgende Definition als Arbeitsgrundlage für diesen Bericht für das Projektgebiet im Frühjahr 2008; sie ist damit die Definition, die wir im gesamten Bericht verwenden.

Grafik 1: Definition Kultur und Kreativwirtschaft in der EU

KREISE	SEKTOREN	SUBSEKTOREN	MERKMALE
KREIS 0: KERNGEBIETE DER KUNST	1. Bildende Künste	Handwerk – Malerei – Skulpturen – Fotografie – Schmuck	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nicht-industrielle Aktivitäten ▪ Diese Leistungen sind Prototypen und „potenziell urheberrechtlich geschützte Produkte“, d.h. ein Großteil dieser Produkte sind kreative Neuschöpfungen, die urheber rechtlich geschützt werden könnten. Wie auch bei den meisten handwerklichen Arbeiten und einigen Produktionen der darstellenden bzw. bildenden Künste etc. wird dieser urheberrecht liche Schutz jedoch nicht systematisch umgesetzt.
	2. Darstellende Künste	Theater – Tanz – Zirkus – Festivals	
	3. Kulturelles Erbe	Museen – Bibliotheken – Archäologische Stätten – Archive – Kunsthandel	
KREIS 1: KULTURBRANCHEN	4. Film und Video		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Industrielle Aktivitäten für die Massenproduktion. ▪ Ergebnisse beruhen auf urheberrechtlichem Schutz.
	5. Fernsehen und Rundfunk		
	6. Software und Games		
	7. Musik	Musikaufnahmen – Livemusikveranstaltungen – Einnahmen der Verwertungsgesellschaften der Musikbranche	
	8. Bücher und Presse	Bücherveröffentlichung – Zeitschriften und Presseerzeugnisse	
KREIS 2: KREATIVE BRANCHEN UND AKTIVITÄTEN	9. Design	Modedesign, grafische Gestaltung, Innenarchitektur, Produktentwicklung	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Aktivitäten müssen nicht unbedingt industrieller Art sein. Es kann sich um Prototypen handeln. ▪ Obwohl die Ergebnisse auf dem urheberrechtlichen Schutz beruhen, können andere durch geistiges Eigentum geschützte Produkte (z.B. Handelsmarken) einbezogen sein. ▪ Der Einsatz von Kreativität (kreative Fähigkeiten und kreative Personen aus den Bereichen Kunst und Kulturindustrie) ist eine wesentliche Grundlage für die Leistungen dieser nicht kulturellen Sektoren.
	10. Architektur		
	11. Werbung		
	12. Kultur-Tourismus		
KREIS 3: VERWANDTE INDUSTRIEN	13. Hersteller von PC, MP3-Playern, Mobiltelefonen usw.		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Diese Kategorie lässt sich nicht eingliedern oder mit klaren Kriterien definieren. Zu ihr gehören viele andere Wirtschaftsbereiche, die von den vorherigen „Kreisen“ wie z. B. dem IKT-Bereich abhängen.

Das erklärte Ziel des Berichts ist die Darstellung und Beschreibung der Kultur und Kreativwirtschaft in der Provinz Limburg (NL) und Grenzregionen im Sinne einer Bestandsaufnahme. Dabei wird untersucht und wo möglich analysiert, welche wirtschaftliche, regionalpolitische und kulturelle Bedeutung das Potenzial der Kreativwirtschaft in den 12 Sektoren

1. Bildende Künste
2. Darstellende Künste
3. Kulturelles Erbe
4. Film und Video
5. Fernsehen und Rundfunk
6. Software und Games
7. Musik
8. Bücher und Presse
9. Design
10. Architektur
11. Werbung
12. Kultur-Tourismus

über das gesamte Projektgebiet verteilt, hat.

Zu den Unterzielen zählt auch, Argumente für die Bewerbung von Maastricht und Grenzregionen zur EU-Kulturhauptstadt 2018 zu sammeln. Spätestens bis zum 1. Januar 2012 muss die niederländische Regierung einen Aufruf an ihre Städte veröffentlichen, sich als Kulturhauptstadt zu bewerben. Die Städte können innerhalb von 10 Monaten nach Bekanntmachung des Aufrufs ihre Kandidatur anmelden.

1.2 Methode, Vorgehensweise und Schwierigkeiten

Als Untersuchungszeitraum stand uns der 20.12.2007 bis 20.5.2008 (Redaktionsschluss) zur Verfügung. Es war also zu jedem Zeitpunkt klar, dass es sich mit dieser Untersuchung um eine Momentaufnahme im Sinne eines quick-scan handelt, der erstmalig die Null-Linie für eventuelle spätere Vergleiche festlegt. Sinnvollerweise geht die Arbeit am Thema auch nach Redaktionsschluss mit der Diskussion in den zuständigen Gremien und Institutionen, rollenden workshops und bei Interessierten weiter, was zu einem späteren Zeitpunkt zu einer aktualisierten Fassung führen sollte.

Unser Vorhaben ist einmalig und ohne Beispiel, weil wir in 3 Staaten statistisch-quantitativ und qualitativ an Hand von ausgewählten Beispielen nach vergleichbaren Daten und Fakten forschen, also 3 verschiedene Grenzen überschreiten. Dabei ist die Kulturwirtschaft in Belgien, Deutschland und den Niederlanden nicht statistisch einheitlich bzw. überhaupt nicht erfasst. Der an dieser Stelle sich anbietende Verweis auf eurostat (das statistische Amt der EU) führt auch nicht weiter, da eurostat für Nationalstaaten – und nicht für Teilregionen - in ihrer Gesamtheit statistisch erfasst; allerdings nicht für die Kulturwirtschaft in der oben beschriebenen Definition.

Wir betreten also Neuland und haben deshalb die nationalen und regionalen Statistikämter angesprochen und aufgesucht, um für Teilregionen aus Belgien, Deutschland und den Niederlanden valides Datenmaterial zu generieren, was in dieser Form vor unserer Anfrage so nicht vorlag. Dazu bedurfte es Zeit und Erklärungen und Dialoge über die Distanz.

Außerdem wollen wir nicht nur ein Jahr, sondern die Jahre 1999, 2003 und 2005 darstellen, um eine Entwicklung und Veränderungen aufzuzeigen. Die Ämter verweisen darauf, dass sich die Qualität ihrer Daten in den Jahren verbessert hat, die Erfassung der Kulturwirtschaft bei ihnen aber keine Priorität hat. Für alle Ämter ist eine gesetzliche Grundlage nötig, in der Regel also eine Gesetzesvorlage, um Primär - Statistiken zu generieren. Manche dieser Statistiken unterliegen (besonders rigide in Belgien und Deutschland) einer Geheimhaltungspflicht (Steuergeheimnis), so dass sie nicht übermittelt oder nur in Teilen übermittelt wurden.

Das führte dazu, dass wir letztendlich das gesamte Tabellenwerk in Kapitel 3.11 bis 3.22 auf der Grundlage des unvollständigen Datenmaterials der Statistikämter extrapolieren mussten. Nähere Angaben zur Berechnung und Schätzmethode befinden sich unter 3.1 bzw. im Anhang.

Über intensives desk-top research, war eine Vielzahl von qualitativen Informationen aus dem Internet abrufbar. Dieses Material wurde gesichtet und wo nötig in der Regel per Telefon- und e-mail-Abfrage vertieft, präzisiert und anschließend ausgewertet. Diese Arbeit war auf französisch, niederländisch und deutsch zu leisten, was hohe Anforderungen an die Mitarbeiter und die Gesprächspartner bedeutete.

Dasselbe kann für eine umfangreiche Literatur-Recherche ausgesagt werden. Schriften, Studien, Presse-Notizen, Zeitungsartikel, Verwaltungs-Vermerke und Gesetzestexte, Broschüren, Image-Blätter, Firmen-Porträts, flyer, Kunst- und Tourismus-Kataloge und andere redaktionell abgefasste Schriftstücke wurden studiert und ausgewertet. Außer den 3 Ländern des Projektgebietes war auch die EU-Kommission in Brüssel Quelle solcher Veröffentlichungen.

Zum Methoden-Einsatz zählte selbstverständlich das Führen von Experten-Interviews per Telefon, e-mail und per traditioneller Korrespondenz – ebenfalls drei-sprachig. Das Gutachter-Team der MKW-Wirtschaftsforschung führte dabei insgesamt an die 50 face-to-face Gespräche zum Beispiel in Maastricht, Venlo, Roermond und Heerlen beziehungsweise in Lüttich, Hasselt, Eupen und Tongeren sowie in Aachen und Umgebung, Köln, Heinsberg und Düsseldorf, um nur einige Städte zu nennen.

Schon im Angebot haben wir formuliert: Für den voraussehbaren Mangel an statistischen Instrumenten und vorhandener Grundlagenerhebung zur Kreativ- und Kulturwirtschaft, insbesondere im Vergleich zu anderen Industriesektoren, werden kurze Fallstudien, Porträts von markanten Betrieben und Institutionen angefertigt. So haben wir in den Text 13 sogenannte spots eingefügt.

Seit Januar 2008 war mindestens alle 4 Wochen ein MKW-Team für mehrere Tage im Projektgebiet unterwegs. Dabei fanden die oben genannten Gespräche sowie regelmäßige Sitzungen der Steuergruppe mit Mitgliedern aus der Provinz-Verwaltung Limburg sowie Maastricht und Venlo statt. In der Regel wurden die Interviews und Gespräche anhand von bestehenden standardisierten Fragebogen geführt, die auf Nachfrage auch verschickt wurden und als Gesprächsgrundlage dienten.



Der Methoden-Mix

Insgesamt kam also eine Methoden-Mix zum Einsatz, der seinen Schwerpunkt im sozio-kulturellen und sozio-ökonomischen Bereich hatte. Es soll aber deutlich an dieser Stelle vermerkt werden, dass viel Phantasie und manchmal auch detektivische Kleinarbeit ebenso zu unserem Handwerk gehörten.

Anlässlich eines in der Provinzverwaltung Limburg am 25.4. 2008 durchgeführten workshops mit 30 Vertretern der creative community aus Belgien, den Niederlanden und Deutschland, konnten Zwischenergebnisse und Annahmen vorgestellt und diskutiert werden. Von dieser Art Veranstaltungsform hätten wir mehr gebraucht, was in der Kürze der Zeit aber nicht möglich war. Deshalb schlagen wir an anderer Stelle auch vor, in der konkreten Phase der Bewerbung zur Kulturhauptstadt sogenannte rolling-workshops über die Provinz bzw. mit den an der Kandidatur zur EU-Kulturhauptstadt 2018 beteiligten MAHHL - Städten Maastricht, Aachen, Hasselt, Heerlen und Lüttich durchzuführen. Damit könnten Perspektiven, Programme, Unwägbarkeiten und Kooperationen bewertet und verabredet werden.

Abschließend und zusammenfassend ist davon auszugehen, dass für die Projekt-Region die Null-Linie für den gesamten Bereich der Kultur- und Kreativwirtschaft mit dem vorliegenden Bericht erstmals aufgrund einer Berechnung festgelegt wird. Damit ist es für die Zukunft leichter möglich, in diesem Wirtschaftsbereich Vergleiche anzustellen, Förderprogramme und Strategien zu formulieren.

Große Kooperationsbereitschaft überall

Bei Künstlern, Veranstaltungs-Managern, Wissenschaftlern, Mitgliedern der creative community, Verwaltungsmitarbeitern, Journalisten und Forschern trafen wir eine große Bereitschaft zur Mitarbeit an. War erst einmal der erste Widerstand überwunden, weil das Thema neu ist, begeisterten sich die Mehrzahl der Angesprochenen geradezu für den Kulturwirtschafts-Bericht.

Die Darstellung der Kultur und Kreativwirtschaft in der EU auf einen Blick (Grafik 1) war dabei der Schlüssel zum Verständnis. Allerdings musste dabei viel mündlich und schriftlich erklärt werden. So ist es keineswegs selbstverständlich, dass die in Kreis 2 genannten kreativen Branchen und Aktivitäten mit den Sektoren



Ministerin Odile Wolfs und Joachim Geppert (MKW) bei der Workshop-Eröffnung im April 2008 in Maastricht

- 9. Design
- 10. Architektur
- 11. Werbung
- 12. Kultur-Tourismus

für Fachleute in allen beteiligten Ländern als der Kreativwirtschaft zugehörig empfunden werden. Dasselbe trifft für den Sektor 6. Software und Games zu. Hier trifft der Satz: Andere Länder - andere Sitten (Einteilungen/Definitionen) in besonderem Maße zu.

Für die Umsetzungsphase, die nach Veröffentlichung des Berichtes beginnen muss, insbesondere was die ausgesprochenen Empfehlungen betrifft, gilt es diese Begeisterung der zitierten Institutionen und Personen am Leben zu erhalten und zu nutzen. In anschließenden round-tables, workshops und mit anderen adäquaten Veranstaltungsformen – die Inhalte und Bürgerbeteiligung transportieren und gewährleisten müssen - muss der effiziente Weg an die Öffentlichkeit der Bewerbungsstädte für die Kulturhauptstadt 2018 betreten werden.

1.3 Kultur und Kreativwirtschaft als Zukunftsaufgabe in der EU

An dieser Stelle muss notwendigerweise die europäische Ebene kurz beleuchtet werden; das heißt konkret auf der Ebene der EU mit ihren 27 Mitgliedstaaten, der Europäischen Kommission und dort im Rahmen der General-Direktion Erziehung und Kultur.

Seit 2006 steht die Kultur und Kreativwirtschaft vermehrt im Focus der EU-Politik. Die in diesem Jahr verfasste Studie *The economy of culture in Europe*¹ stellt dazu Grunddaten zur Verfügung: Demnach trägt im Jahr 2003 der KKW 2,6% zum BIP der EU bei und beschäftigt ca. 6 Mio. Menschen EU-weit – und gehört somit mit der chemischen und der Automobilindustrie zu den drei stärksten Sektoren (vgl. Anhang A). Während die Gesamtbeschäftigung in der EU zwischen 2002 und 2004 zurückging, stieg die Beschäftigung im Kultursektor im selben Zeitraum um 1,85%. Den Umsatz beziffert die Kommissionsstudie für 2003 auf mehr als 654 Milliarden €.

Die Kultur zählt allerdings ebenso wie die Sozial- und Beschäftigungspolitik nicht zu den vergemeinschafteten Politikbereichen der EU, wie es zum Beispiel bei der Agrar-, Kohle- und Stahl- oder der Wettbewerbspolitik der Fall ist.

Von besonderer Bedeutung ist §151 EG-Vertrag, der die kulturelle Komplementärfunktion näher erläutert, aus dem sich die Ergänzungskompetenz für den Kulturbereich ableiten lässt. Der Wortlaut im einzelnen:

„Die Gemeinschaft leistet einen Beitrag zur Entfaltung der Kulturen der Mitgliedstaaten unter Wahrung ihrer nationalen und regionalen Vielfalt sowie gleichzeitiger Hervorhebung des gemeinsamen kulturellen Erbes.

Die Gemeinschaft fördert durch ihre Tätigkeit die Zusammenarbeit zwischen den Mitgliedstaaten und unterstützt und ergänzt erforderlichenfalls deren Tätigkeit...

Die Gemeinschaft und die Mitgliedstaaten fördern die Zusammenarbeit mit dritten Ländern und den für den Kulturbereich zuständigen internationalen Organisationen, insbesondere mit dem Europarat.

Die Gemeinschaft trägt bei ihrer Tätigkeit aufgrund anderer Bestimmungen dieses Vertrags den kulturellen Aspekten Rechnung, insbesondere zur Wahrung und Förderung der Vielfalt ihrer Kulturen.“



In erster Linie sind für Kultur die Mitgliedstaaten zuständig und dies wird auch weitgehend so bleiben; in einigen Ländern ist diese Zuständigkeit zum größten Teil auf regionaler oder gar lokaler Ebene angesiedelt. Zum Beispiel ist auf der Grundlage von Artikel 151 keine Harmonisierung der Rechts- und Verwaltungsvorschriften möglich. Bei allen Maßnahmen der EU muss also das Subsidiaritätsprinzip voll berücksichtigt werden, wonach die EU Maßnahmen der Mitgliedstaaten unterstützt und ergänzt, aber nicht ersetzt - und dabei deren Vielfalt respektiert und den Austausch, den Dialog und das gegenseitige Verständnis fördert.

¹ Im download u.a. beim Mitverfasser MKW Wirtschaftsforschung unter <http://www.cultural-economy.eu/2006.php>

Grafik 2: Berichte zur Kulturwirtschaft in der EU

Berichte in der EU zur Kulturwirtschaft (Auszug)					
Creative Industries – Mapping Document	Ausschöpfung + Entwicklung des Arbeitsplatzpotenzials im kulturellen Sektor...	Kulturwirtschaftsbericht Nordrhein-Westfalen	Erster Österreichischer Kreativwirtschaftsbericht	The Economy of Culture in Europe	Der wirtschaftliche Wert der Kultur in der Provinz Limburg und ihren Nachbarregionen
GB - 1998	EU 15 - 2001	D - 2001	AU - 2003	EU 27 - 2006	Maastricht + / 2008
DCMS – London Kulturministerium	MKW Wirtschaftsforschung	Wirtschaftsministerium NRW	KMU Forschung Austria	KEA, MG, MKW	MKW Wirtschaftsforschung
Creative Industries (CI)	Kultureller Sektor	Kulturwirtschaft	Kreativwirtschaft	Kultur & Kreativ Sektor	Kultur & Kreativwirtschaft
Erstmals CI in der EU definiert	Eigenes Panel mit best practices	KW-Bericht eines Bundeslandes	Kreativ-Cluster	Weiteste EU-Definition überhaupt	Grenzüberschreitender Bericht für Limburg & Grenzregion

Neu: Die EU Kulturagenda

- Seit der Einführung von Artikel 92 Absatz 2 Buchstabe d durch den Vertrag von Maastricht spielen bei den staatlichen Beihilfen auch kulturelle Erwägungen eine Rolle. Die EU hat dadurch die Kultur- und Kreativwirtschaft in ihre politische Agenda einbezogen. Unter dieser Bestimmung hat die Kommission in der Vergangenheit ein breites Spektrum an Maßnahmen in den Mitgliedstaaten gebilligt, die so unterschiedlichen Bereichen wie Museen, nationalen Denkmälern, Theater- und Musikproduktionen, gedruckten Kulturmedien sowie dem Sektor Film und Audiovisuelles zugute kamen.
- In Zusammenarbeit mit dem Europarat wurde der Tag des Offenen Denkmals durchgeführt.
- Die EU hat 2008 zum Europäischen Jahr des interkulturellen Dialogs erklärt, um damit vorbildlichen Verfahren und Abläufen des interkulturellen Dialogs Geltung und Bedeutung zu verschaffen. Angestrebt wird damit eine nachhaltige Strategie für die Zeit nach 2008. Die Dimension der Mehrsprachigkeit des Dialogs findet dabei besondere Berücksichtigung.
- Mit Hilfe der bestehenden gemeinschaftlichen Förderprogramme erklärt die Kommission schließlich 2009 zum Europäischen Jahr von Kreativität und Innovation durch Bildung und Kultur, um dadurch die Öffentlichkeit zu sensibilisieren, die öffentliche Debatte in den Mitgliedstaaten zu fördern und zur Unterstützung von Kreativität, Innovation und interkulturellen Kompetenzen beizutragen.

Grafik 3 zeichnet die Etappen der letzten Jahre nach, in denen das Jahr 2008 zu einem Schlüsseljahr wurde. Mit der Verabschiedung der Europäischen Kulturagenda, auch als Europäische Kulturstrategie bezeichnet, und den dort genannten 3 Zielen:

1. Förderung der kulturellen Vielfalt (in Anlehnung an das 2007 angenommene UNESCO Übereinkommen gleichen Inhalts) und des interkulturellen Dialogs
2. Förderung der Kultur als Katalysator für Kreativität im Rahmen der Strategie von Lissabon für Wachstum und Beschäftigung als Bestandteil der Europäischen Beschäftigungsstrategie
3. Förderung der Kultur als wesentlicher Bestandteil der internationalen Beziehungen der EU; dazu zählt auch der zugunsten der AKP-Staaten eingerichtete Kulturfonds,

erfolgt die Umsetzung unter Einbeziehung der europäischen creative community und aller interessierten Bürger durch die schon in anderen Politikbereichen praktizierte Offene Methode der Koordinierung (OMK). Die Kommission versucht dabei in einen Dialog mit Organisationen, Institutionen, Netzwerken, Forschungseinrichtungen und interessierten, kompetenten Personen in allen Mitgliedstaaten zu treten, um die Programmatik möglichst nahe an den Europäischen Bürger heranzubringen und diesen weitestgehend mit einzubeziehen. Es geht also darum gemeinsame Ziele zu vereinbaren und Fortschritte bei der Umsetzung regelmäßig zu überprüfen.

Grafik 3: Etappen der Kulturwirtschaft in der EU



Die gesamte Thematik in Überblicksform und die Programme der EU-Kommission zur Kulturpolitik und den benachbarten Disziplinen befindet sich unter http://ec.europa.eu/culture/index_en.htm. Leider ist charakteristisch, dass die Seite nur in einer Amtssprache veröffentlicht wird – und damit große Chancen zu einer EU-weiten Verbreitung nicht wahrnimmt.

Zur gemeinschaftlichen Kulturförderung stellt die EU u.a. Fördermittel in Höhe von 400 Mio. € im Rahmen ihres Kultur-Programms 2007-13 zur Verfügung. Inhaltlicher Bestandteil dieser Strategie ist auch der von ihr jährlich vergebenen Titel Europäische Kultur-Hauptstadt – eine der erfolgreichsten inhaltlichen und länderübergreifenden Innovationen der letzten Jahrzehnte im Kultursektor überhaupt.

Der vorliegende Bericht reiht sich damit nahtlos in die Europäische Kulturstrategie ein, indem er die EU-weit propagierten und geförderten internationalen Ziele auf regionaler und grenzüberschreitende Ebene als Bestandsaufnahme aufgreift, weiter entwickelt und letztendlich im Rahmen des Subsidiaritäts-Prinzips realisiert.

Das bedeutet auch die theoretische Ebene der europäischen Politik zu verlassen und konkret zu werden. Zum Beispiel mit der Fragestellung nach dem Wert von Kultur und Kreativwirtschaft in einer Region - und einem anschließend formulierten Maßnahmen- und Förderkatalog mit dem Ziel, diesen im Idealfall grenzüberschreitend umzusetzen.

2.0 Kultur und Kreativwirtschaft (KKW) in der Provinz Limburg und Grenzregionen

2.1 Geografische Abgrenzung des Projektgebietes

Das Projektgebiet erstreckt sich geografisch über die 3 Nationalstaaten Belgien, Niederlande und Deutschland. Es besteht im einzelnen aus 3 Teilregionen mit

- den belgischen Provinzen Limburg und Lüttich einschließlich Deutschsprachiger Gemeinschaft (DG) mit dem Verwaltungszentrum Eupen,
- der niederländischen Provinz Limburg und
- den NRW-Kreisen Aachen, Neuss, Viersen, Düren, Euskirchen, Heinsberg, Kleve und den kreisfreien Städten Aachen, Mönchengladbach und Krefeld.

Hier wird schon deutlich, dass es keine geografische, bevölkerungsmäßige und verwaltungstechnische Gleichverteilung bei der territorialen Betrachtung gibt. Es versteht sich von selbst, dass die 3 Teilregionen von ihren jeweiligen Staaten höchst unterschiedliche Kompetenzen zugeordnet bekommen; für alle 3 gibt es eine bedeutsame Zuständigkeit in den Bereichen Kultur und regionale Wirtschaftsförderung. Ein kooperatives, zum Teil konkurrierendes Verhalten der angesprochenen Gebietskörperschaften und kulturellen Einrichtungen auf nationaler, regionaler und lokaler Ebene ist selbstverständlich und über Jahrzehnte eingeübt.



Damit wird an dieser Stelle aber auch deutlich, was es bedeutet, wenn diese Zuständigkeiten grenzüberschreitend angewendet werden müssen und – die Sprachbarrieren mit Französisch, Niederländisch, deutsch und Limburgisch Platt sowie unterschiedliche Amtsauffassungen noch hinzu kommen.

Grafik 4: Bevölkerung und Geographie im Projektgebiet

Bevölkerung und Geographie im Projektgebiet			
	Fläche in km ²	Bevölkerung in Mio.	Einwohner je km ²
Teilregion Belgien	6.260	1,84	294
Teilregion Niederlande	2.153	1,14	530
Teilregion Deutschland	5.513	2,67	484
Summe	13.926 km²	5,65 Mio.	Ø 436

Grafik 4 hält eine eindeutige Aussage bereit: Die beauftragende Region für die Studie, die niederländische Provinz Limburg, hat die mit Abstand geringste geografische Ausdehnung und Bevölkerungszahl. Andererseits liegt sie in jeder Hinsicht zwischen den belgischen und deutschen Teilregionen, so dass hier traditionell die größte grenzüberschreitenden Aktivität seit Jahrhunderten anzutreffen ist und damit zum täglichen Leben gehört.

Bei der Zahl der Einwohner je km² fällt auf, dass die belgische Teilregion mit Abstand die am dünnsten besiedelte des Projektgebietes ist. Dies ist auch darauf zurückzuführen, dass es sich bei den beiden belgischen Provinzen Limburg und Lüttich (mit Ausnahme der Stadt-Agglomeration Lüttich) eher um ländliche Gegenden handelt. Die niederländische Provinz Limburg hat die höchste Einwohnerzahl je km², ist aber von den demographischen und sozio-ökonomischen Angaben her am ehesten mit der deutschen Teilregion vergleichbar.

Eine sich entwickelnde Hilfe bei der qualitativen statistischen Betrachtung und dem Auffinden von kompetenten Ansprechpartnern ist die Existenz von 2 euregios – nämlich der EU-REGIO Maas-Rhein (gegründet 1976) und Rhein-Maas-Nord (gegründet 1978). Im Rahmen dieser euregionalen Kooperationen gibt es seit Jahren häufige Treffen und Kooperationen über die Grenzen mit wirtschaftspolitischen und kulturellen Themenstellungen. Hier ist die Plattform, zukünftig auch die Schwerpunkte Kultur und Kreativwirtschaft zu diskutieren; und dann zu vergleichbaren, wenn nicht harmonisierten statistischen Erhebungsmethoden und Betrachtungsweisen zu kommen.

Keine der beiden EUREGIONS hat eine explizite Kompetenz im Sinne von Mitarbeitern oder Arbeitsschwerpunkten zum Themenkomplex Kultur und Kreativwirtschaft geschaffen. Am weitesten ist hier die Kooperation noch in unserem Sektor 12 – Kultur-Tourismus entwickelt, zum Beispiel bei der Schrift Kulturregion Aachen, Lüttich und Maastricht – Reisetipps und Planungsmodule für Gruppen publiziert im Rahmen der EuRegionalen 2008.

2.2 Historische und touristische Bedeutung der Teilregionen

Eine kurze Beschreibung der Projektregionen nach markanten Ereignissen und Geografien an dieser Stelle verdeutlicht Unterschiede, Rivalitäten und Gemeinsamkeiten, auf die jeder Besucher hier trifft. Diese werden in der Außensicht oft deutlicher wahrgenommen und auch mutiger angesprochen, als von den Bewohnern und ihren Repräsentanten und Politikern selbst.

Im eher landwirtschaftlich und kleinstädtisch orientierten **belgischen Limburg** ist mit **Tongeren** die älteste Stadt Belgiens gelegen, die ihre Ursprünge auch auf die frühchristliche Zeit zurückführt. Im 4. Jahrhundert wurde sie Bischofssitz des heiligen Servatius, der diesen aber bald nach Maastricht verlegte und somit Tongeren wieder erheblich an Bedeutung verlor; bis es im Tuchhandel reich geworden von den Truppen Ludwig des XIV. zerstört wurde und heute ein touristisches Kleinod ist. Bekannt für Antiquitätenhandel und den Sonntagsmorgens stattfindenden größten Antik- und Trödelmarkt der Benelux-Länder. Sein Beguinenhof zählt zum UNESCO-Weltkulturerbe, in dessen Nachbarschaft die Beguijnkerk seit 1998 als Kulturzentrum dient und eine Station auf dem St. Jakobs-Pilgerweg ist.



Hasselt mit 70.000 Einwohnern war nach der Teilung Limburgs 1839 Hauptstadt der belgischen Provinz Limburg. 2 international anerkannte Museen stehen heraus: das Jenever- und das Mode-Museum zeugen von bedeutsamen Industrien dieser Bereiche in der Stadt. Außerdem bietet die Domäne Bokrijk nördlich von Hasselt eines der größten europäischen Freilichtmuseen mit animierten Dörfern aus der alten Zeit.



Die Industriemetropole **Lüttich** mit 187.000 Einwohnern und französischem Flair versehen, ist Hauptstadt der gleichnamigen Provinz und des Bistums sowie das kulturelle Zentrum der wallonischen Region Belgiens, wo auch bekannte Universitäten, Theater- und Opernhäuser anzutreffen sind. Ende des 18. Jahrhunderts war es die Wiege für die Kohle- und Stahlindustrie (mit dem Engländer John Cockerill – unverwechselbarer Schöpfer der südenglisch anmutenden Industriestadt Verviers mit 53.000 Einwohnern) auf dem europäischen Festland und verfügt heute noch immer über den 2. größten Flusshafen Europas. Durch den Zusammenbruch des Kohlebergbaus und die anschließende Stahlkrise im Lütticher Becken geriet die Region vor 35 Jahren in starke finanzielle Probleme mit hoher Arbeitslosigkeit, von der sie sich heute wieder erholt.

Die Innenstadt rund um den Place St. Lambert kann als Tourismus- und regionales Einkaufsparadies bezeichnet werden und hat sich mit frisch restaurierten Vierteln und Museen 2008 herausgeputzt. Die Stadt hat ihrem bekannten Sohn Georges Simenon, Erfinder des berühmten Kommissar Maigret, einen eigenen geführten Stadtrundgang gewidmet.

Über Stavelot und Malmedy, die historisch und im regionalen Karneval inkl. Museum eine bedeutende Rolle spielen, gelangen wir zur Deutschsprachigen Gemeinschaft Belgiens mit seiner Hauptstadt Eupen. Sie erlebte im 18. Jahrhundert als Tuch- und Textilienzentrum ihre wirtschaftliche Hochzeit und wechselte zwischen limburgischen, brabantischen, österreichischen, spanischen, französischen und preußischen Herrscher und dokumentiert damit die bewegte Geschichte der Gesamtregion. Hier beginnt auch mit dem Eifelpark - Hohen Venn und seinem Hochmoor einer der bedeutendsten grenzüberschreitenden Naturparks Europas, der bei geschickter deutsch-belgisch-luxemburgischer Kooperation seine beste Zeit und touristische Bedeutung noch vor sich haben dürfte.

Mit ähnlich bewegter Geschichte, aber in Teilbereichen eher industriell geprägt, stellt sich die **niederländische Provinz Limburg** mit ihrer Hauptstadt **Maastricht** vor. Die Maas durchzieht das Projektgebiet vom Süden bis zum Norden in einer Abwechslung zwischen Industrie- und Kulturlandschaft; zwischen ihr und deutscher Grenze liegen Naturgebiete mit Wald, Heide und Flussdünen. Das einst wildromantische Peelgebiet mit einem Nationalpark liegt an der Grenze zu Nord-Brabant. Mit den Maasplassen und den Baggerseen an der Maas in Mittellimburg verfügt die Provinz über eines der beliebtesten Wassersportgebiete der Niederlande. Bei Kerkrade und Heerlen erheben sich mit Abraumhalden die letzten Zeugen des einst traditionsreichen Steinkohlebergbaus.



Servatius, Bischof von Tongeren !, gilt als Gründer des christlichen Maastricht und starb hier auch 384 – außerhalb der damaligen Stadt; auf dem Vrijthof. Über seinem Grab wurde die St. Servaasbasiliek erbaut. Maastricht gilt als älteste Stadt der Niederlande mit einer nahezu uneinnehmbaren Festung, von der beträchtliche Bauwerke erhalten geblieben sind. Sie zählt heute zu den touristischen Perlen neben modernen Museen und einer pulsierenden Altstadt, die mehr ist als nur beliebte, grenzüberschreitende shopping-Zone mit Luxusgeschäften, großen Umsätzen und hohem Unterhaltungswert.

Am Beispiel Maastrichts zeigt sich die bewegte Geschichte der Provinz. Von strategischer Bedeutung schon 50 v. Christus als Kreuzung mehrerer römischer Heeresstraßen, über mehrere Jahrhunderte hinweg als Bollwerk im Freiheitskampf gegen die Spanier, Habsburger und Napoleonische Armeen - wobei die alte Maasbrücke und die Befestigungsanlagen die Stadt nahezu uneinnehmbar machten – bewahrte sie sich wo möglich immer ihre Unabhängigkeit. Zur Not verschanzte sich die Bevölkerung in den Grotten von Sint Pietersberg mit ihrem Labyrinth aus etwa 20.000 Gängen und 200 km Länge.

Zuletzt nach der belgischen Revolution 1830 war anfangs die gesamte Provinz mit Ausnahme Maastrichts und des äußersten Nordens belgisch. Venlo wurde im Zuge eines Waffenstillstands 1833 geräumt. Die heutige Grenze wurde 1839 durch das Londoner Protokoll festgelegt und Limburg in eine niederländische und eine belgische Provinz aufgeteilt. Der niederländische Teil (mit Ausnahme Maastrichts und Venlos) war von 1839 bis 1866 als neugeschaffenes Herzogtum, (das in Personalunion vom niederländischen Königshaus, zusammen mit dem östlichen Teil des heutigen Luxembourgs mitregiert wurde), Teil des Deutschen Bundes.

Die Maastrichter Verträge von 1992 dokumentieren den politischen Ausbau der Europäischen Gemeinschaft-EG zur Europäischen Union-EU, haben die Stadt aktuell weltweit berühmt gemacht und sie auf die politische Agenda zurück gebracht.

Bis heute ist beiden Limburgs – belgisch und niederländisch – der gemeinsame Dialekt Limburgisch Platt, erhalten geblieben. Er erfährt zur Zeit sowohl im praktischen Sprechen wie in der regionalen Forschung einen revival – und könnte ein Werkzeug für die vertiefende grenzüberschreitende Zusammenarbeit in der Zukunft sein, das es zu nutzen gilt.

Entlang der Maas-Schiene sind bedeutende Industrieansiedlungen u. a. aus den Bereichen Chemie, Keramik, moderne unternehmensbezogenen Dienstleister und Engineering sowie Petro-Chemie anzutreffen. Eine herausragende Rolle spielt selbstverständlich die Auto-Industrie und ihre Zulieferer mit der Kfz-Produktionsstätte Nedcar des Mitsubishi-Konzerns in **Sittard-Geleen**.

Das als Einkaufsstadt bekannte **Roermond** hat in letzter Zeit mit dem 2001 errichteten McArthurGlen Designer Outlet Center Aufsehen erregt. Das auf einem aufgebebenen Kasernengelände erbaute Einkaufszentrum hat mehr als 130 Geschäfte mit an die 3 Mio. Besuchern jährlich – auch aus dem nahegelegenen Ruhrgebiet, die mittlerweile auch die Innenstadt besuchen. Damit könnte Roermond der traditionell eingesessenen deutschen Einkaufsstadt **Venlo** den Rang ablaufen. Die Gegend um **Heerlen** hat nach dem Verlust der Bergbaus über Jahrzehnte einen erfolgreichen Restrukturierungsprozess hinter sich gebracht und erfreut sich großer Beliebtheit.

Beim Übergang zu den deutschen Regionen des Projektgebietes fällt neben der gemeinsamen Vergangenheit beim Steinkohleabbau die Gegenwart mit Obst- und Gemüseanbau (Spezialität auf beiden Seiten: Spargel) auf. Beim Übergang von der die ganze Provinz durchziehenden Maas in Richtung Niederrhein bemerkt man die Staatsgrenze im Stadt- und Landschaftsbild kaum.

Dies trifft vor allem für die Geografie und das Stadtbild rund um **Mönchengladbach** und **Krefeld** zu. Beides Städte, die ebenfalls mit Chemie (Bayer-Werke), Textil- und Bekleidungsindustrie aufwarten und erfolgreich über Jahrzehnte einen Restrukturierungsprozess wie auf niederländischer Seite hinter sich gebracht haben. Bedeutende Teile der Werkzeugmaschinen-, Metall-, Nahrungsmittel- und Fahrzeugbauindustrie sind hier wie auch in **Neuss** erhalten geblieben. Neuss hat neben seiner Eisen- und Aluminium-Industrie sowie Papierverarbeitung durch seine direkte Rhein - Lage bedeutende Hafen- und Logistikbedeutung als Verkehrsknotenpunkt erlangt.

Alle genannten Städte liegen in jeder Hinsicht im wirtschaftlichen, politischen und kulturellen Einzugsbereich und Speckgürtel der NRW-Landeshauptstadt **Düsseldorf** und der bedeutendsten rheinischen Industrie- und Kultur-Metropole **Köln** – wodurch sich insgesamt eine hohe Wohn- und Arbeitsqualität der Millionenbevölkerung ergibt, aber ebenso Rivalitäten an der Tagesordnung sind, die in aller Regel politisch ausgleichend gelöst werden.

Die bedeutendste deutsche Stadt in der Projektregion ist allemal **Aachen**. Hier leben in einem veritablen städtischen Verdichtungsraum 260.000 Menschen mit steigender Tendenz, die ihre grüne Lunge und die landschaftlich reizvollsten Flecken im Drei-Ländereck Belgien, Niederlande, Deutschland finden.

Mit seiner europäisch herausragenden Geschichte als Residenz Karls des Großen, einer bedeutenden industriellen Gegenwart (Elektronik, Automobil-Zulieferer und Maschinenbau, Chemie, Nahrungsmittel und Süßwarenproduktion, High-Tech-Unternehmen und spin-offs aus den Hochschulen), wissenschaftlichen Zentren (Universitäten, Hochschulen, und Forschungseinrichtungen mit 37.000 Studenten) und als der kulturelle Leuchtturm an der Grenze schlechthin, verfügt es über eine reiche Theater- und Veranstaltungsszene mit ebenso herausragenden Museen. Aachen ist eine der wenigen deutschen Städte, wo sogar vom Bau einer neuen Konzerthalle die Rede ist. Das Wahrzeichen Aachens, der Aachener Dom und sein Domschatz wurden 1978 als erstes deutsches Kulturdenkmal in die Weltkulturerbeliste der UNESCO aufgenommen.

Die alljährliche Verleihung des Internationalen Karlspreises an Personen mit Verdiensten um die Europäische Einigung hat Aachen eine stattliche Anzahl internationaler Botschafter vom Papst bis zu europäischen Staatschefs eingetragen, so dass die Stadt auch im europäischen Kontext eine kulturpolitische Bedeutung hat. Außerdem ist Aachen eine weltoffene Stadt an der Grenze mit einem Ausländeranteil von ca. 15%: Christen, Juden, Moslems (Aachen hat 2 Moscheen) und andere Weltreligionen leben hier unkompliziert zusammen. Auch hier gilt die Beobachtung wie an anderer Stelle für die Niederlande von R. Florida bestätigt, die 3 T's: Talent, Toleranz, Technologie² schaffen den Rahmen für Kreativität in allen Bereichen in Politik, Wirtschaft, Wissenschaft und Kultur.

Trotz der Aachener grenznahen Bedeutung kommt es vor, dass es beim Blick von zum Beispiel Lüttich oder anderen größeren Städten der Projektregion nach Köln und NRW gelegentlich übersehen wird. Die Stadt könnte sich deshalb selbst prägnanter und aktiver positionieren, weil alte Meriten und grenzüberschreitender Tourismus mit hohen Besucherzahlen, auch im Kurbereich und als Konferenzstadt, heute nicht mehr ausreichen, um europäisch wahrgenommen zu werden.



² S. Anhang F: Kreativitätsindex

3.0 Der Wert der Kultur und der Kreativwirtschaft im Projektgebiet

3.1 Die 12 Sektoren der Kultur und Kreativwirtschaft (KKW) - statistische Erfassung und Beschränkungen

Für die Sammlung statistischer Daten in den 3 Teilregionen des Projektgebietes musste für Grafik 1, der Definition von Kultur und Kreativwirtschaft in der EU, eine statistische Präzisierung vorgenommen werden. Für die 12 Sektoren wurden die NACE-Codes³, das heißt, die in der EU gebräuchliche Nomenklatur für die Beschreibung der Wirtschaftszweige, auf 4-Steller-Basis ausgewählt.

Angefangen vom 1-stelligen Code, der ganze Wirtschaftsbereiche darstellt, wird diese Nomenklatur immer genauer, die genannten 4-Steller bieten die größtmögliche Genauigkeit in dieser Wirtschaftsklassifikation. Da die Kultur und Kreativwirtschaft keine eigene Definition (als Summe oder Aufzählung einzelner Wirtschaftszweige) innerhalb dieser Klassifikationen besitzen, liegen die Vorteile in der Genauigkeit dieser 4-stelligen Codes, welche eine verwertbare Interpretationsgrundlage darstellen. Die Nachteile sind allerdings, dass diese Genauigkeit in vielen Bereichen dazu führt, dass von den Statistik-Ämtern entweder nur bis zum 3-stelligen NACE-Code erfasst wird, dies betrifft insbesondere die Regionalstatistiken (also z.B. Provinzen, Bundesländer oder Kreise), oder dass diese unter das Steuergeheimnis fallen können. Dies war insbesondere bei den Nationalstaaten Belgien und Niederlande aufgrund der Größe der Fall. Zum Vergleich die Niederlande haben ca. 16,3 Mio., Belgien ca. 10,5 Mio. und NRW ca.18 Mio. Einwohner.

Das Jahr 1999 kann in unserer Definition nur als ein eingeschränktes Basisjahr gelten, da ab dem Jahr 2003 die Wirtschaftsklassifikationen der Nationalstaaten an NACE angepasst wurden, um eine bessere europäische Vergleichbarkeit abzubilden. Dies bedeutet für die Kultur und Kreativwirtschaft, dass einige NACE-Codes von 1999 auf 2003 umgezogen sind und nun eine neue Nummer erhalten haben, oder dass in einigen Bereichen neue 5-stellige NACE-Codes hinzukamen, die aufgrund des Steuergeheimnisses nicht in absoluten Zahlen geliefert wurden und von daher geschätzt werden mussten. In Belgien führte dies dazu, dass aufgrund eines Computerfehlers in einigen Bereichen keine Daten für das Jahr 2003 vorliegen.

³ Nomenclature Générale des Activités Économiques dans la Communauté Européenne

Die Datenlieferung für die belgische Teilregion war zudem zu lückenhaft um diese auswerten zu können, aus diesem Grund mussten die Ergebnisse für Belgien komplett extrapoliert werden. Als Grundlage für die Berechnung dienten die Daten der anderen Teilregionen, die Bevölkerungszahl der Teilregionen und das BIP pro Kopf für Belgien. Eine Interpretation dieser Daten über mehrere Jahre wäre äußerst zweifelhaft gewesen, deswegen wurde für Belgien nur das Jahr 2005 geschätzt und nachrichtlich in die Tabellen eingefügt.

Auch in den Niederlanden gibt es eine Besonderheit, so konnten zwar die Daten für Beschäftigung und Anzahl der Betriebe in der Provinz Limburg geliefert werden, nicht aber die Umsätze, da CBS Netherlands keine Regionalstatistiken führt. Auf Grundlage der Daten für die gesamten Niederlande, der Beschäftigten und der Anzahl der Betriebe in der Provinz Limburg sowie einer Vergleichsquote zum BIP aus der deutschen Teilregion haben wir die Umsätze für die niederländische Teilregion berechnet. Für das Jahr 2007 lagen uns die Umsatzzahlen für die deutsche Teilregion nicht vor, dies führte dazu, dass wir keine Vergleichsquote für 2007 hatten und damit nur die Umsätze bis einschließlich 2005 schätzen konnten. Die Vergleichsquote ist von Bedeutung, da der durchschnittliche Umsatz je Beschäftigtem von Sektor zu Sektor variiert.

Insgesamt gehört es bisher nicht zu den Aufgaben und Prioritäten der Statistischen Ämter, diese Angaben für die Kultur und Kreativwirtschaft zu erheben oder aus verschiedenen Quellen zusammen zu stellen. Statistische Ämter werden nur mit einer juristischen Grundlage tätig, die für unsere Untersuchungszwecke nicht vorliegt.

Die EU ist sich dessen bewusst, und hat innerhalb ihrer Europäischen Kulturagenda unter Punkt 4.3 Unterstützung einer empirischen Politikgestaltung - im Hinblick auf das unzureichende Datenmaterial sowohl in den Nationalstaaten wie bei eurostat vorausseilend selbstkritisch formuliert⁴:



„Die Kommission würde bei jedem der genannten Ziele und der vorgeschlagenen Koordinierungsmethode für die Unterstützung und Koordinierung zur Verfügung stehen. Um die genannten Ziele erreichen zu können, muss besser verstanden werden, welchen Beitrag der Kultursektor zur Agenda von Lissabon leisten könnte, um eine empirische Politik zu fördern. Dazu zählt die gemeinsame Nutzung bereits vorliegender Daten und Fallstudien und die Zusammenarbeit bei der Methodik zur Bewertung und Folgenanalyse. Voraussetzung sind aber auch die Prüfung und gegebenenfalls Verbesserung nationaler Statistiken und die Gewährleistung einer besseren Vergleichbarkeit derselben, was von Eurostat koordiniert werden könnte.“

Die in den folgenden Tabellen abgebildeten Zahlen sind deshalb eine Kombination aus der Analyse und Verarbeitung der quantitativen statistischen Grundlagen. Die Ämter verweisen darauf, dass sich die Qualität ihrer Daten in den Jahren verbessert, die Erfassung der Kulturwirtschaft bei ihnen aber keine Priorität hat. Für alle Ämter ist eine gesetzliche Grundlage nötig, in der Regel also eine Gesetzesvorlage, um Primär - Statistiken zu generieren. Manche dieser Statistiken unterliegen (besonders rigide in Belgien und Deutschland) einer Geheimhaltungspflicht (Steuergeheimnis), so dass sie nicht übermittelt oder nur in Teilen übermittelt wurden.

Diese unzureichende Datenlage führte dazu, dass wir letztendlich das gesamte Tabellenwerk in Kapitel 3.11 – 3.22 auf der Grundlage des unvollständigen statistischen Zahlenmaterials der Statistikämter extrapolieren mussten. Diese Daten mussten für 3 Nationalstaaten innerhalb von 3 Monaten beschafft und ausgewertet werden. Teilweise mussten dabei Wartezeiten von bis zu 2 Monaten in Kauf genommen werden, bis die ersten verwertbaren statistischen Zahlen vorlagen.

⁴ Mitteilung über eine Europäische Kulturagenda im Zeichen der Globalisierung, Mitteilung der Kommission an das Europäische Parlament, Brüssel 10.5. 2007

Trotz allem ist es gelungen, auch aufgrund einiger sehr engagierter Mitarbeiter der Provinzregierung Limburg (NL) namentlich: Sonja Troisfontaine und Nico Herzig, Simone van der Steen von der Stadt Maastricht, Carine Jamine von der Stadt Venlo sowie Hans Op de Coul, Kulturredakteur des Senders Limburg 1, eine erste Momentaufnahme zur Kreativwirtschaft in der Projektregion zu liefern. Die vorgenannten Personen bildeten zusammen mit Joachim Geppert von der MKW Wirtschaftsforschung Saarbrücken die Steuergruppe, die Inhalte, Vorgehensweisen, Unzulänglichkeiten, einen Teil der Methodik sowie Kontakte mit Dritten für die Abfassung dieses Berichts koordinierte.

Eine Neuauflage des Berichtes mit einer längeren Bearbeitungszeit, unter Hinzunahme der Kontakte zu Organisationen, Personen und Kenntnisse die nun vorhanden sind, würde zweifelsohne zu einer größeren Genauigkeit führen. Im weiteren Bewerbungsverfahren zur EU-Kulturhauptstadt und einer begleitenden Evaluierung und Monitoring wird dies ohnehin nötig sein.

Da aufgrund der statistischen Unsicherheiten mangels Datenlieferung für die belgische Teilregion nur eine Schätz-Annahme im Zahlenwerk abgebildet wird, wurde diese Annahme nur für das Jahr 2005 hochgerechnet. Damit lassen sich keine Vergleiche im Mehrjahreszeitraum anstellen; allerdings kommentieren wir die Lage in der gesamten Projektregion unter Einbeziehung der beiden belgischen Provinzen Limburg und Lüttich. Diese Feststellung gilt auch für alle folgenden Sektoren.

In das nun folgende Zahlenwerk fügen wir sogenannte spots als Kurzporträts ein, die Betriebe, Initiativen, Ereignisse oder Personen beschreiben, die im kulturellen und kreativen Leben der Projektregion eine Rolle spielen. Die spots unterstreichen den wirtschaftlichen, kulturellen und innovativen Charakter der creative community in den grenzüberschreitenden Teilregionen als Ganzes. Sie ergänzen damit neben dem analytischen Statistikeil qualitativ den kreativen Reichtum im Bereich der beiden Limburgs, Lüttich, Aachen und angrenzender Gebiete. Der Schwerpunkt der spot-Darstellung liegt im niederländischen Limburg, dem Auftraggeber dieses Berichts.



SPOT: CHIO Aachen : Pferd und Sinfonie

Bereits seit 1924 findet einmal im Jahr in Aachen der CHIO statt (Concours Hippique International Officiel), welcher auch als das Weltfest des Pferdesports bekannt ist. Laut der ritterlichen Einigung der FEI (die internationale Dachorganisation für Pferdesport) darf jedes Mitgliedsland nur ein CHIO pro Jahr austragen. Somit ist der CHIO in Aachen eine exklusive Veranstaltung.



Insgesamt gibt es 5 Disziplinen: Springen, Dressur, Fahren, Vielseitigkeit, Voltigieren, an denen rund 500 Pferde, 275 Fahrer / Reiter aus rund 30 Nationen teilnehmen. Während des CHIO wird auch der Große Preis von Aachen ausgetragen, welcher das Hauptspringen am Veranstaltungssonntag ist. 2008 erstreckte sich das Turnier zum ersten Mal in seiner Geschichte über 10 anstatt normalerweise 6 Tage.

Während des Turniers beschäftigt der CHIO ca. 1200 ehrenamtliche Mitarbeiter, ca. 450 akkreditierte Journalisten berichten über den CHIO die sportlichen Aspekte, aber auch über die CHIO-Auktion die 2008 am Freitag den 4. Juli in der Albert-Vahle-Halle stattfindet und bei der zwischen 30 und 35 Spitzenpferde versteigert wurden.

Am Samstag dem 28. Juni fand unter dem Motto „Eine Reise um die Welt“ zum vierten Mal das Konzert „Pferd und Sinfonie“ im Deutsche Bank Stadion statt. Zu spektakulären Pferdeschaubildern und Gastauftritten der mehrfachen Dressur-Olympiasiegerin Monica Theodorescu und des Voltigier-Weltmeisters Kai Vorberg wurden unter anderem Teile aus Tschaikowskys „Schwanensee“, Walzer von Strauß sowie Stücke aus der „West Side Story“ und aus „My Fair Lady“ von dem Sinfonieorchester Aachen gespielt.

Dates & Facts

Gründungsjahr: 1924
 Wettbewerbe in den 5 Disziplinen Springen, Dressur, Fahren, Vielseitigkeit, Voltigieren
 450 akkreditierte Journalisten, 1200 ehrenamtliche Mitarbeiter, 340.000 Zuschauer
 Cross-over von Sport und Kultur

Dem CHIO gelingt damit die äußerst erfolgreiche Kombination von Sport und Kultur zu einem wegweisenden Musikalisch-Sportlichem Highlight.

Grafik 1: Definition Kultur und Kreativwirtschaft in der EU

KREISE	SEKTOREN	SUBSEKTOREN	MERKMALE
KREIS 0: KERNGEBIETE DER KUNST	1. Bildende Künste	Handwerk – Malerei – Skulpturen – Fotografie – Schmuck	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nicht-industrielle Aktivitäten ▪ Diese Leistungen sind Prototypen und „potenziell urheberrechtlich geschützte Produkte“, d.h. ein Großteil dieser Produkte sind kreative Neuschöpfungen, die urheberrechtlich geschützt werden könnten. Wie auch bei den meisten handwerklichen Arbeiten und einigen Produktionen der darstellenden bzw. bildenden Künste etc. wird dieser urheberrechtliche Schutz jedoch nicht systematisch umgesetzt.
	2. Darstellende Künste	Theater – Tanz – Zirkus – Festivals	
	3. Kulturelles Erbe	Museen – Bibliotheken – Archäologische Stätten – Archive - Kunsthandel	
KREIS 1: KULTURBRANCHEN	4. Film und Video		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Industrielle Aktivitäten für die Massenproduktion. ▪ Ergebnisse beruhen auf urheberrechtlichem Schutz.
	5. Fernsehen und Rundfunk		
	6. Software und Games		
	7. Musik	Musikaufnahmen – Livemusikveranstaltungen – Einnahmen der Verwertungsgesellschaften der Musikbranche	
	8. Bücher und Presse	Bücherveröffentlichung – Zeitschriften und Presseerzeugnisse	
KREIS 2: KREATIVE BRANCHE N UND AKTIVITÄTEN	9. Design	Modedesign, grafische Gestaltung, Innenarchitektur, Produktentwicklung	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Aktivitäten müssen nicht unbedingt industrieller Art sein. Es kann sich um Prototypen handeln. ▪ Obwohl die Ergebnisse auf dem urheberrechtlichen Schutz beruhen, können andere durch geistiges Eigentum geschützte Produkte (z.B. Handelsmarken) einbezogen sein. ▪ Der Einsatz von Kreativität (kreative Fähigkeiten und kreative Personen aus den Bereichen Kunst und Kulturindustrie) ist eine wesentliche Grundlage für die Leistungen dieser nicht kulturellen Sektoren.
	10. Architektur		
	11. Werbung		
	12. Kultur-Tourismus		
KREIS 3: VERWANDTE INDUSTRIEN	13. Hersteller von PC, MP3-Playern, Mobiltelefonen usw.		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Diese Kategorie lässt sich nicht eingliedern oder mit klaren Kriterien definieren. Zu ihr gehören viele andere Wirtschaftsbereiche, die von den vorherigen „Kreisen“ wie z. B. dem IKT-Bereich abhängen.

3.11 Bildende Künste

Entsprechend der Definition für die Kultur und Kreativwirtschaft in der EU ist der Sektor Bildende Künste das 1. Kerngebiet der Kunst. Es umfasst die Bereiche Malerei, Skulpturen und Fotografie. Mit eingeschlossen sind alle damit verbundenen Leistungen des Handwerks und zum Beispiel die Herstellung von Schmuck. In der Regel handelt es sich um nicht-industrielle Aktivitäten von Künstlern, Dienstleistern und anderen Leistungserbringern.

Das Zahlenwerk und die Lage - Tabelle 1: Bildende Künste

Provinz Limburg (NL)			
Jahr	1999	2003	2005
Anzahl der Betriebe	245	250	265
Beschäftigte	3.650	3.435	3.340
Umsatz (x 1000)	237.600 €	258.500 €	268.630 €

Teilregion Deutschland			
Jahr	1999	2003	2005
Anzahl der Betriebe	610	570	550
Beschäftigte	6.500	5.150	5.090
Umsatz (x 1000)	345.720 €	397.670 €	464.490 €

Nachrichtlich:

Provinz Limburg (NL)	
Jahr	2007
Anzahl der Betriebe	285
Beschäftigte	3.320
Umsatz (x 1000)	-

Teilregion Belgien	
Jahr	2005
Anzahl der Betriebe	335
Beschäftigte	3.495
Umsatz (x 1000)	303.785 €

Quelle: eurostat, LDS NRW, CBS Netherlands, Statistics Belgium, etil B.V., eigene Berechnungen

Der Sektor der Bildenden Künste zeichnet sich durch einen hohen Beschäftigungs- und Umsatzanteil innerhalb der Kultur und Kreativwirtschaft in der gesamten Projektregion aus.

Es fällt auf, dass sich in dem deutschen Teil der Projektregion der Umsatz von 1999 bis 2005 um 34% erhöht hat, während im gleichen Zeitraum die Beschäftigung um 22% und die Anzahl der Betriebe um 10% zurückging. Dies spricht für eine höhere Produktivität der Beschäftigten in diesem Sektor. Dieser Eindruck spiegelt sich, wenn auch nicht ganz so ausgeprägt, in den Niederlanden wider. Dort ging die Beschäftigung von 1999 bis 2007 um 9% zurück, die Anzahl der Betriebe stieg aber um 16%, der Umsatz um 13%. Dies spricht für eine höhere Anzahl kleinerer, aber

produktiverer Betriebe. Auch für die belgische Teilregion lässt sich aufgrund der Schätz-Annahme feststellen, dass die Bildenden Künste zu den umsatz- und beschäftigungsreichen Sektoren innerhalb der Kultur und Kreativwirtschaft zählen.

Zusammengefasst gilt, dass der Sektor der Bildenden Künste aktuell das Kerngebiet der Kunst mit der größten wirtschaftlichen Bedeutung und Leistung ist. Obwohl die Beschäftigung teilweise stark rückläufig war, konnte der Umsatz im Betrachtungszeitraum gesteigert werden. Insgesamt erwirtschaftet dieser Sektor mehr Umsatz als die beiden anderen Kerngebiete der Kunst und hat mehr als doppelt so viele Beschäftigte.

Positiv ist festzustellen, dass die Produktivität in diesem Sektor stark gewachsen ist. Die Bildenden Künste bleiben mit ihrer wirtschaftlichen Bedeutung in den nächsten Jahren eine konstante Säule in der Kultur und Kreativwirtschaft.

Empfehlungen

- Die professionellen Akteure, Organisationen und Betriebe in den belgischen, niederländischen und deutschen Teilregionen haben zwar durchaus Kenntnis davon, was in den Nachbarregionen passiert; es gibt aber keine institutionalisierte Ebene, auf der man sich austauscht. Es müsste also beispielsweise eine grenzüberschreitende Plattform geschaffen werden, mittels derer der Austausch und das gegenseitige Kennenlernen ermöglicht würde.
- Zusammen mit dem 2. Sektor – den Darstellenden Künsten – aus dem Kerngebiet der Kunst, könnte ein Internet-Portal ins Leben gerufen werden. Zum Inhalt gehören dann Projektbörsen für professionelle Anbieter, Informationsangebote, als innovativer Bestandteil auch grenzüberschreitende Ausschreibungen beispielsweise für das euregional tätige Kunsthandwerk und ein Verzeichnis der Ständeorganisationen, Innungen und Kammern.
- Die durchschnittliche Größe der Betriebe in diesem Sektor liegt über dem Durchschnitt der Betriebsgrößen in der Kultur und Kreativwirtschaft allgemein; deshalb eignet sich dieser Sektor besonders, um zukünftig grenzüberschreitende Initiativen zu starten und als Leuchtturm-Projekte zu verwirklichen.



SPOT: TEFAF

The European Fine Arts Fair, Maastricht



TEFAF, die Abkürzung für The European Fine Arts Fair, ist eine der bedeutendsten und umsatzstärksten Kunstmessen der Welt. Veranstalter ist The European Fine Arts Foundation. Die TEFAF gehört zu den wichtigsten Kunstmessen überhaupt und etabliert die gesamte Region unter den Kunstsachverständigen weltweit als Standort mit kultureller Bedeutung. Sie findet jährlich im Frühjahr im Maastrichter Kongreßzentrum (MECC) über einen Zeitraum von 10 Tagen statt. In der Liste der ca. 220 Aussteller sind die wichtigen Galerien und Kunsthandlungen aus aller Welt vertreten.

Dates & Facts

Termin 2009: 13. bis 22. März

220 Aussteller aus 15 Ländern

2006: Rekordbesuch mit 84.000 Besuchern

Weblink: www.tefaf.com



Die Vielfalt exquisiter Stücke, die bei TEFAF Maastricht angeboten werden, ist bemerkenswert. Die Reputation der Messe basiert auf den flämischen und holländischen Alten Meistern. Außerdem werden italienische, spanische, französische, deutsche und englische Gemälde mit höchster Qualität gezeigt.

In den vergangenen acht Jahren hat sich die Messe zu einem bedeutenden Schauplatz für moderne und zeitgenössische Kunst entwickelt. Mehr als 40 renommierte Kunsthändler mit diesem Spezialgebiet aus 9 Ländern nehmen nun an der Messe teil und gestalten eine großartige Selektion europäischer und amerikanischer Kunst des 20. Jahrhunderts. Zu den vertretenen Künstlern zählen Picasso, Miro, Calder, Poliakoff, Kandinsky, Pollock, Rothko und zeitgenössische Künstler wie Richter, Flanagan und Tapes.

In Ergänzung dazu ist eine glänzende Auswahl mittelalterlicher Handschriften, Karten und Münzen sowie französischer, englischer und italienischer Möbel zu finden. Klassische Antiken, Objekte aus Ägypten, Asien und Afrika, Ozeanien und Südamerika sind ebenso vertreten wie Porzellan, Silber, Juwelen und Möbel des 20. Jahrhunderts.

TEFAF Maastricht hat wegweisend eine strenge Jurierung eingeführt, die heute als die strengste ihrer Art gilt. 142 internationale Experten überprüfen jedes Stück auf Echtheit, Zuschreibung und Zustand.

2006 wurde mit über 84.000 Besuchern ein Rekord aufgestellt. Der Umsatz wird nicht veröffentlicht, aber inkl. dem Nach-Messe-Geschäft auf bis zu 1 Mrd. € geschätzt. Während der Messe finden in ganz Maastricht und Umgebung vielfältige kulturelle Veranstaltungen (Theater, Konzerte, Ausstellungen etc) statt. Hauptsponsor ist derzeit der europäische Versicherungskonzern AXA, aber auch die Deutsche Bank.

3.12 Darstellende Künste

Das 2. Kerngebiet der Kunst sind die Darstellenden Künste; dieser Sektor umfasst in erster Linie die Bühnenkunst wie beispielsweise Theater- und Konzertbühnen, selbständige Artisten, Tanzschulen und andere kulturell unterhaltenden Dienstleistungen.

Das Zahlenwerk und die Lage - Tabelle 2: Darstellende Künste

Provinz Limburg (NL)			
Jahr	1999	2003	2005
Anzahl der Betriebe	390	560	630
Beschäftigte	1.050	1.315	1.350
Umsatz (x 1000)	28.880 €	38.700 €	42.465 €

Teilregion Deutschland			
Jahr	1999	2003	2005
Anzahl der Betriebe	715	770	875
Beschäftigte	1.850	1.725	1.770
Umsatz (x 1000)	51.050 €	52.100 €	43.230 €

Nachrichtlich:

Provinz Limburg (NL)	
Jahr	2007
Anzahl der Betriebe	735
Beschäftigte	1.430
Umsatz (x 1000)	-

Teilregion Belgien	
Jahr	2005
Anzahl der Betriebe	620
Beschäftigte	1.290
Umsatz (x 1000)	35.505 €

Die Darstellenden Künste sind ein Wachstumssektor in allen Regionen des Projektgebietes. Insbesondere in der Provinz Limburg (NL) fällt auf, dass sich die Anzahl der Betriebe zwischen 1999 und 2007 nahezu verdoppelt hat (+ 88%). Dies schlägt sich auch in der Beschäftigung nieder, die aber ein nicht ganz so hohes Wachstum wie die Anzahl der Betriebe zu verzeichnen hat (+ 36%). Auffallend ist, dass das Wachstum sich trotz den konjunkturell schwierigeren Jahren 2003 bis 2005 fortgesetzt hat. Die Darstellenden Künste kann man also als eine konjunkturunabhängige Wachstumsbranche bezeichnen.

Quelle: eurostat, LDS NRW, CBS Netherlands, Statistics Belgium, etil B.V., eigene Berechnungen

In diesem Sektor ist die Anzahl der Betriebe im Vergleich zu der Anzahl der Beschäftigten signifikant hoch: Dies ist ein typisches Merkmal der Kultur und Kreativwirtschaft, denn gerade hier finden wir oft Kleine und Mittlere Unternehmen (KMU's) sowie Mikro-Betriebe. Reduziert man die Betrachtung im deutschen Teil der Projektregion auf die Anzahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten, so fällt auf, dass die Anzahl der Betriebe und der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten annähernd gleich ist. Dies verdeutlicht, dass es sich hierbei oft um Mikro-Betriebe handelt, welche ihrerseits geringfügig Beschäftigte beschäftigen, die unter die Abschneidegrenzen der Statistik fallen und somit nicht erfasst werden.

Empfehlungen

- Schon vorhandene Theater- und Opernhauskooperationen ebenso wie publikumswirksame gemeinsame Werbungen für Festivals in der Projektregion sind teilweise vorhanden. In den meisten Fällen aber bilateral, also zwischen Städten wie Maastricht und Aachen auf der einen bzw. Maastricht und Lüttich auf der anderen Seite. Diese Kooperationen müssen multilateral und mehrsprachig verankert werden. Dabei ist das Sprachenproblem ein großes Hindernis, weil Veranstaltungen in der Regel französisch, niederländisch und deutsch beworben und veranstaltet werden müssten
- Copyright-Abgaben, im deutschen GEMA-Gebühren, und andere Kosten wie Zölle und Abgaben beim grenzüberschreitenden Waren- und Dienstleistungsverkehr, die bei mehrsprachigen Veranstaltungen beim Grenzübertritt zusätzlich entstehen, müssten von einer euregionalen Instanz bezahlt oder aufgehoben werden, damit es keine Mobilitäts-Hemmnisse für Aufführungen, Künstler oder Kunstwerke/Exponate gibt.
- Theater-, Tanz- und Zirkusaufführungen ebenso wie Festivals müssten sowohl die alte wie die junge Generation und die benachbarten Ausländer schon in der Konzeptionsphase und der Werbung ansprechen, damit auch der soziale Zusammenhalt und die euregionale Identität erlebbar wird. Das ist im übrigen ein Inhalt der EU- Lissabon-Ziele, zu der die Kooperation im Kultur- und Kreativbereich beiträgt.
- Mehrere Theater-Compagnien wählen gemeinsam ein Theaterstück aus, um es zusammen in allen 3 Sprachen der Projektregion zur Aufführung zu bringen und zu inszenieren. Das wäre ein Beitrag zum EU-Jahr des interkulturellen Dialogs 2008, der dann aus der Projektregion käme.
- Gemeinsame Events/öffentliche Aufführungen, die kostenfrei für alle zugänglich sind, können das Zusammengehörigkeitsgefühl der Bevölkerung in den Teilregionen stärken und so die Bürger für die Nähe zu ihren Nachbarn und den damit verbundenen Chancen sensibilisieren (z.B. Gemeinsame Straßentheatertage).



GründerZentrum Kulturwirtschaft Aachen



SPOT: GründerZentrum Kulturwirtschaft e.V., Aachen



Schon früh hat sich die Stadt Aachen mit den Potenzialen der Kulturwirtschaft in Aachen beschäftigt und zwar nicht nur unter dem Aspekt der viel zitierten „weichen Standortfaktoren“, sondern vielmehr unter dem Aspekt der Kulturwirtschaft als eigener Wirtschaftsfaktor und Innovationsmotor für andere Branchen. Erste Studien ließen zudem ein Wachstumspotenzial bei Existenzgründungen im Raum Aachen erkennen. Konsequenz dieser Erkenntnis war die Eröffnung eines Gründerzentrums für kulturwirtschaftliche Existenzgründungen im Jahr 2004.

Da die klassischen Förderinstrumente bei Kulturschaffenden in der Regel nicht greifen, wurden im GründerZentrum Kulturwirtschaft e.V. zusätzliche, neue und individuelle Förderinstrumente entwickelt. Das Beratungsangebot umfasst als Kernleistung das Programm KULTURunternehmen, in dem die Kulturschaffenden durch regelmäßige Coachings und Workshops kontinuierlich begleitet werden. Zudem werden Erstberatungen und weiterführende Beratungen durchgeführt. Wie groß der Bedarf und das Interesse an solchen innovativen Instrumenten ist, belegt die eindrucksvolle Statistik, die zeigt, dass bereits in den ersten drei Jahren 41 Existenzgründer und 36 Freiberufler langfristig begleitet wurden. Insgesamt wurden 468 Erstkontakte gewonnen und 362 einstündige Erstberatungen durchgeführt (Vorgündungs-, Gründungs-, Sicherungs- und Wachstumsberatung).

Die Aktivitäten und Erfolge bei der Beratung von Kulturschaffenden führten zu einer überregionalen Aufmerksamkeit auf das GründerZentrum Kulturwirtschaft e.V., die sich darin niederschlägt, dass es auf vielen nationalen und internationalen Fachtagungen als Best-Practice-Beispiel präsent ist. Weiterhin wurde das GründerZentrum Kulturwirtschaft e.V. aufgrund seiner Erfahrungen mit der Bearbeitung des Gutachtens für die Enquete-Kommission des Deutschen Bundestages „Kultur in Deutschland“ zum Thema „Existenzgründung und Existenzsicherung von selbständig und freiberuflich arbeitenden Künstlerinnen und Künstlern“ beauftragt. Das GründerZentrum Kulturwirtschaft e.V. arbeitet inzwischen mit einem internationalen Expertenkreis zusammen. So hat es sich im INTERREG IIIB Projekt ECCE (Developing Economic Clusters of Cultural Enterprises) mit sechs weiteren Partnern aus den Ländern Frankreich, Niederlande und Großbritannien zusammengeschlossen, um in einem grenzüberschreitenden Projekt Maßnahmen und Instrumente zur Förderung von Einzelunternehmen und KMU's aus dem Bereich Creative Industries zu entwickeln.

Dates & Facts:

Juni 2004: Gründung

2005: Aachen - Erstes kulturwirtschaftliches Portrait einer Stadt in Deutschland

2006: Gutachter der Enquete-Kommission des Dt. Bundestages „Kultur in Deutschland“

Juni 2007: 362 Erstberatungen, 77 Kulturschaffende im Programm „KULTURunternehmen“

Weblink: www.kulturunternehmen.info

SPOT: Zachte G [www.zachteg.nl]

Zachte G ist die Anlaufstelle für junge Talente aus Limburg beim Zusammentreffen mit kreativen Geistesverwandten, die nicht in der eigenen Disziplin beschränkt bleiben. Zachte G gibt Raum für all das Schöne, das aufblüht, wenn sich Kreative begegnen und gegenseitig inspirieren. Grafiker, Musiker, Theatermacher, Modedesigner, Illustratoren, Fotografen, Scenaristen und Künstler: Zachte G macht die kreativen Talente für alle Interessierten sichtbar. Zachte G ist Qualität aus Limburg.

Zachte G hat die folgenden Ziele:

1. Zachte G bietet der creative community die Möglichkeit ihre Arbeiten vorzustellen, sich selbst zu profilieren und Netzwerk-Kontakte.
2. Zachte G stellt die befruchtende Verbindung zwischen Kreativen und Betrieben her.



Dates & Facts:

- Bis Ende Mai 2008 gab es 6.500 Zugriffe auf die Zachte G website;
- Jedes Zachte G Mitglied kann von seiner Arbeit eine eigene Ausstellung mit Fotos und Videos ins Netz stellen;
- Wichtige Mitglieder der Limburger creative community schreiben für den Zachte G weblog und Zachte G bietet einen eigenen newsletter an;
- Zachte G hat im letzten Jahr 12 Pitches veröffentlicht;
- Die Zachte G Roadshow informiert Besucher virtuell über Veranstaltungen der Kreativitätswirtschaft web;
- Zachte G arbeitet u.a. zusammen mit Studio Kernland, Q4 / Koekoek, Huis van Bourgondië, ExPats (Hogeschool Zuyd, Expertisecentrum Creative City), Arculeis, stARTfabriek, Symposium Cultuur ontmoet Economie, ABK Maastricht en HS Zuyd opleiding CMD;
- Zachte G wird Koordiniert durch projectbureau driezesnul.

3.13 Kulturelles Erbe

Das dritte Kerngebiet der Kunst ist das Kulturelle Erbe. Zu diesem Sektor gehören Bibliotheken und Archive, Denkmalschutzeinrichtungen, Museen und Kunstausstellungen sowie der Kunsthandel.

Das Zahlenwerk und die Lage - Tabelle 3: Kulturelles Erbe

Provinz Limburg (NL)			
Jahr	1999	2003	2005
Anzahl der Betriebe	550	575	575
Beschäftigte	1.300	1.395	1.415
Umsatz (x 1000)	64.300 €	77.260 €	83.760 €

Teilregion Deutschland			
Jahr	1999	2003	2005
Anzahl der Betriebe	-	935	925
Beschäftigte	-	2.200	1.915
Umsatz (x 1000)	-	125.030 €	118.630 €

Nachrichtlich

Provinz Limburg (NL)	
Jahr	2007
Anzahl der Betriebe	585
Beschäftigte	1.430
Umsatz (x 1000)	-

Teilregion Belgien	
Jahr	2005
Anzahl der Betriebe	620
Beschäftigte	1.380
Umsatz (x 1000)	83.865 €

Quelle: eurostat, LDS NRW, CBS Netherlands, Statistics Belgium, etil B.V., eigene Berechnungen

Aufgrund der Umstellung der NACE-Codes von 1999 auf 2003 waren die Angaben des Statistik-Amtes für das Jahr 1999 und die deutsche Teilregion in diesem Sektor nicht verwertbar. Während in der niederländischen Provinz Limburg ein geringes Wachstum zu verzeichnen ist, sind die Werte für die deutsche Teilregion gerade bei der Beschäftigung stark rückläufig. Trotzdem ist hier der Umsatz stabil geblieben. Hier ist ein Übergang zur lean production zu erkennen.

Eines der Ziele der Provinzregierung von Limburg (NL) ist die Schaffung einer von außen erkennbaren kulturellen Identität ihrer Region. Dafür ist die reiche Museumslandschaft Limburgs ein Indikator. Dies schlägt sich in den Zahlen nieder. So entspricht die Bevölkerung der deutschen Teilregion dem 2,3-fachen der niederländischen Provinz Limburg, dennoch ist der Umsatz in diesem Sektor nur um 41% höher als in Limburg (NL). Besonders im Vergleich mit Belgien, mit dem 1,6-fachen der Bevölkerung, fällt dies auf, da hier die Umsatzzahlen annähernd identisch sind. Dies verdeutlicht wie stark integriert dieser Sektor in der Kultur und Kreativwirtschaft der niederländischen Provinz Limburg ist.

Empfehlungen

- Das schon unter 3.11. in die Diskussion gebrachte gemeinsame Kultur-Internetportal für die Projektregion - zum Beispiel mit dem Namen [euregio-cultuur.net](#) – könnte mehrere Funktionen parallel erfüllen. Es könnte Ticket-Schalter zum Kauf von Eintrittskarten, Kulturführer als Überblick über die Kultureinrichtungen der EUREGIOs, Kulturkalender nach Datum, Ort und Thema, und sogar Projektbörse für grenzüberschreitende Kooperationen der im [euregio-cultuur.net](#) aufgeführten Organisationen und Institutionen sein.
- Alle teilnehmenden Museen, Bibliotheken, archäologischen Stätten und andere Ausstellungsorte müssen im dreisprachigen Kultur-Portal vertreten sein. Regionale oder kommunale Portale verlieren dadurch nicht ihre Bedeutung, im Gegenteil: Sie füttern mit ihren Beiträgen das grenzüberschreitende Portal und sind komplementär und nicht in Konkurrenz stehend. In einer gemeinsamen Kraftanstrengung und finanziert durch Interreg IV ist dieses Projekt zu realisieren. Andere europäische Kulturportale wie [plurio.net](#) in der Großregion Saar-Lor-Lux-Rheinland-Pfalz-Wallonie! Haben das mit all ihren Schwächen vorgemacht.
- Als erstes Pilot-Projekt sollte ein gemeinsames [euregio-cultuur.net](#) - Museumsticket geschaffen werden, was einmal bezahlt zum freien Eintritt in die übrigen euregionalen Museen für einen vorgegebenen Zeitraum berechtigt. Mit seinem 2008 eingerichteten Museumsportal hatte Berlin innerhalb weniger Tage 11.000 Zugriffe und 10mal so viele Seitenaufrufe nach Detailinformationen.
- Nicht nur durch die TEFAF, sondern auch durch die vielen hochwertigen Galerien und die regelmäßig stattfindenden Antiquitätenmärkte in allen Veranstaltungsformen, hat der Kunsthandel in der Projektregion einen besonderen Stellenwert. Für die Einrichtung eines selbständigen [euregiogalerieantiquitäten.net](#) treffen dieselben Gründe wie oben genannt zu. Nur müsste hier die Kooperation aus der Privatwirtschaft und nicht von der öffentlichen Hand initiiert werden.



EXKURS: Museums-Cluster

Definition: Cluster

Der Begriff Cluster kommt in verschiedenen Bereichen vor, etwa in der Chemie, der Physik, bei Computernetzwerken und in der Wirtschaft. Generell bezeichnet er ein als Einheit betrachtetes Ganzes. Aus ökonomischer Sicht können Cluster wie folgt definiert werden: Cluster sind durch räumliche Konzentration von kleinen und größeren Betrieben einer Branche gebildete Netzwerke von Produzenten, Zulieferern, Forschungseinrichtungen oder Dienstleistern. Dies alles trifft auch für eine im Verbund geleistete Zusammenarbeit von Museen zu.

Die Mitglieder eines Clusters stehen dabei über Liefer- bzw. Wettbewerbsbeziehungen oder gemeinsame Interessen miteinander in Beziehung und kooperieren in Netzwerken, obwohl sie am Markt auch als Konkurrenten auftreten. Wirtschaftspolitisch gilt die Schaffung von Clustern aus kooperationswilligen Unternehmen als bevorzugtes regionalpolitisches Ziel; zur Stärkung der (internationalen) Wettbewerbsfähigkeit, Innovationskraft, Information und Kommunikation, Qualifizierung oder Marketing & PR.



Diese Charakteristika treffen auch auf ein zu bildendes, grenzüberschreitendes Museums-Cluster zu – wie es sich in Anfängen zwischen den Projekt-Teilregionen eher zufällig etabliert hat. Ein bekanntes EU-Beispiel dafür ist das Museumsquartier in Wien oder sogenannte Automobil-Cluster. Grenzüberschreitend sei das an anderer Stelle genannte Cluster crossart genannt, in dem das Museum van Bommel van Dam in Venlo beteiligt ist.

Die Projektregion verfügt über eine große Anzahl von öffentlichen und privaten Museen. Am selben Ort gibt es oft langjährige Kooperationen zwischen den Ausstellungshäusern; ansonsten findet die Zusammenarbeit eher zufällig statt, oder initiiert durch starke Persönlichkeiten wie Museumsdirektoren, Politiker, andere Personen des öffentlichen Lebens (Mäzenatentum) bis hin zu fördernden Betrieben (Sponsoring). In den letzten 2 Jahrzehnten haben sich auch in der Projektregion Kooperationen aus den oben genannten Gründen entwickelt – die wir als grenzüberschreitende Museums-Cluster darstellen wollen.

Im Rahmen der Kandidatur zur EU-Kulturhauptstadt gilt es, das Museums-Cluster grenzüberschreitend als Label mit Inhalt zu etablieren und eventuell in Sub-Clustern nach den Kriterien räumliche Nähe, Sprache oder Ausstellungsinhalte zu unterteilen. So orientieren sich die Museen in Nord-Limburg in ihrem Wirken weniger auf Limburg in Nord-Süd-Richtung, sondern eher nach Brabant und innerholländisch und in Richtung Deutschland mit Krefeld, Mönchengladbach und dem nahen Ruhr-Gebiet; also in Ost-West-Richtung.

Im traditionellen Sinn stellen Museen themenbezogen in Dauer- oder Sonderausstellungen aus ihren Sammlungen Exponate von Künstlern zum Beispiel aus der regionalen oder Menschheitsgeschichte oder der Umwelt zur Schau. Sie geben Zeugnis zur historischen, technischen, künstlerischen oder auch soziokulturellen und philosophischen Entwicklung der Gesellschaft. Damit werden Museen auch Häuser des öffentlichen Diskurses über Stilrichtungen und Kunstkonzeptionen.

Neben der viel umworbenen 50+-Generation erfüllen Museen auch die Aufgabe, die jüngere Generation und Familien für die kulturellen Belange ihrer Region zu sensibilisieren und damit eine Bindung zum Wohn- Arbeitsort zu schaffen. Wenn dann noch eine entsprechende touristische Infrastruktur mit Wegenetz, Hotels und anspruchsvoller Gastronomie gepaart mit einer traditionellen Gastfreundschaft vorhanden ist, trägt auch das zur grenzüberschreitenden kulturellen Identität der Gesamtregion bei. Diese weiter zu entwickelnde Identität ist Voraussetzung zu einer erfolgreichen Bewerbung zur EU-Kulturhauptstadt 2018.



EXKURS: Museums-Cluster



Der museale Begriff hat durch die Einrichtung von Industrie-Museen über Landschaftsexpositionen (Grünmetropole) bis hin zu Wanderstrecken (grenzüberschreitende Wanderwege im Hohen Venn und den Ardennen; Jakobsweg) eine Erweiterung erfahren, die sich am besten bei der Verleihung des UNESCO Weltkulturerbes-Titel zeigt. UNESCO-Weltkulturerbe-Stätten sind in Tongeren mit dem Begijnenhof sowie in Aachen mit der Kathedrale immerhin vorhanden; für Maastricht wäre zu überlegen, dass es sich um einen UNESCO-Titel im Innenstadtbereich bewirbt, zum Beispiel für seine Befestigungsanlagen.



In der Regel sind Ausstellungen museums-didaktisch für unterschiedliche Zielgruppen aufgebaut und haben einen hohen und anerkannten Stellenwert im gesellschaftlichen Leben – sie zählen auch zu den weichen Standortfaktoren und erhöhen unbestritten die Lebensqualität und wirtschaftliche Attraktivität an ihren jeweiligen Standorten.



Dazu gehört auch die derzeitige Diskussion in einigen europäischen Ländern, ob man auf Eintrittsgelder verzichten soll, um die Anzahl der Besucher zu erhöhen; zumal fast alle Ausstellungsgelder aus öffentlichen Budgets (mit-) finanziert werden. Museums-Shops nach Umsätzen und Mitarbeiter bei der Beschäftigungsbetrachtung dokumentieren die wirtschaftliche Bedeutung von Museen.

Es ist nicht Aufgabe des Berichtes die Museen im Projektgebiet zu beschreiben; aber an dieser Stelle sollen in ihrer Bedeutung wichtige Museen genannt werden, die sich zu einer Clusterbildung eignen. Eine solche Kooperation müsste auf diesem Gebiet ohnehin bei der Bewerbung zur EU-Kulturhauptstadt gebildet werden, da Museen laut unserer Definition zu den Kerngebieten der Kunst gerechnet werden. Für die Kulturbranche Musik erfolgt später ein ähnlicher Vorschlag zur Cluster-Bildung.

**Tabelle 4: Museums-Cluster grenzüberschreitend
(Auszug – ohne Anspruch auf Vollständigkeit in dem Sinne, dass alle Museen genannt sind)**

Land	Stadt	Name
Belgien	Tongeren	Begijnhof, Gallo-Römisches Museum Antiquitätenmärkte und Ambiorixroute als Stadtwanderung zu Museen + touristischen Höhepunkten der ältesten Stadt Belgiens
	Hasselt	Nationales Jenever- und Modemuseum, Kulturzentrum Z 33, größter Japanischer Garten Europas; Domäne Bokrijk als lebendiges Freilichtmuseum
	Lüttich	Musees de la Vie Wallone und Ansembourg, de l'Art Wallon, Musée d'Art Religieux et d'Art Mosan, Treppenstraße Montagne de Bueren; ausgeschilderter Georges Simenon (Autor/Erfinder des Kommissar Maigret) - Stadtrundgang
	Malmedy	Karnevalsmuseum + Nationales Papiermuseum
	St. Vith	Biermuseum und Ardennen Poteau'44 Militärtouristik
	Spa	Museum der Kurstadt und Spa Monopole
	Verviers	Tourismuszentrum für Wolle + Mode
	Visé	3 Waffenmuseen
Niederlande	Venlo	Limburgs Museum mit Historoscoop; van Bommel van Dam Museum; Kreativ-Zentrum Q4 als Stadtentwicklung - und Haupt-Einkaufsstadt für grenznahe Deutsche
	Roermond	Städtisches Museum mit Werken des Baumeisters P. Cuypers und im Zentrum der Maasplassen gelegen, zieht es mit modernstem outlet-Center In- und Ausländer in Millionen an
	Maasplassen	Größtes Binnen-Wassersportgebiet der Niederlande mit kompletter touristischer + Beherbungs-Infrastruktur
	Heerlen	Thermen- und Bergbaumuseum + architektonisch auffällig restaurierte Glaspaleis als Kulturzentrum
	Sittard-Geleen	Het Domain in einer ehemaligen Schule im Zentrum
	Maastricht	Bonnefanten-Museum, in weltweit beachteter Aldo Rossi Architektur, Museum Het Spaans Gouvernement; Centre Céramique mit Wechselausstellungen, Naturhistorisches Museum, Rathaus mit Glockenspiel, autofreier Vrijthof mit St. Servaas-Basilika und Brücke gleichen Namens, Grotten St. Pietersberg, begehbare Stadtbefestigungsanlagen + Kasematten, The European Fine Arts Fair (TEFAF) jährlich im MECC-Messecenter, Netherlands Architectuur Institut
	Landgraaf	SnowWorld als lebendes Wintersport-Museum
	Valkenburg	Touristendorf Schin op Geul und Zechenmuseum
Deutschland	Krefeld	Kaiser Wilhelm Museum mit Joseph Beuys Ensemble
	Xanten	Archäologischer Park und Freizeitzentrum
	Mönchengladbach	Museum Abteiberg
	Eifel	Grenzüberschreitende Eifel-Wanderwege als Naturmuseum mit Übergang zu Hohem Venn
	Düren	Leopold-Hoesch- und Karnevalsmuseum
	Aachen	Couven-Museum, Ludwig Forum für Internationale Kunst im Bauhaus-Stil, Dom mit Schatzkammer und Thron von Karl dem Großen, Suermondt-Ludwig-Museum, Rathaus mit Krönungssaal, Burg Frankenberg, Computermuseum der RWTH, barrierefreie Altstadt

3.14 Film und Video

Der Sektor Film und Video, zugehörig zu dem Kreis der Kulturbranchen, beinhaltet neben Kinos und dem Filmverleih auch die Herstellung und den Vertrieb von Filmen jeglicher Art. Nicht darunter fallen Fernsehfilme oder Serien; diese gehören zum Sektor Fernsehen und Rundfunk.

Das Zahlenwerk und die Lage- Tabelle 5: Film und Video

Provinz Limburg (NL)			
Jahr	1999	2003	2005
Anzahl der Betriebe	55	70	75
Beschäftigte	215	265	260
Umsatz (x 1000)	10.900 €	15.320 €	15.990 €

Teilregion Deutschland			
Jahr	1999	2003	2005
Anzahl der Betriebe	110	140	145
Beschäftigte	430	550	570
Umsatz (x 1000)	25.800 €	32.480 €	34.000 €

Nachrichtlich

Provinz Limburg (NL)	
Jahr	2007
Anzahl der Betriebe	85
Beschäftigte	275
Umsatz (x 1000)	-

Teilregion Belgien	
Jahr	2005
Anzahl der Betriebe	35
Beschäftigte	345
Umsatz (x 1000)	20.715 €

Quelle: eurostat, LDS NRW, CBS Netherlands, Statistics Belgium, etil B.V., eigene Berechnungen

Laut EU-Definition gehören die Fernsehfilme und damit auch die großen Produktionen der öffentlich rechtlichen TV-Anstalten im deutschen Teil des Projektgebietes in den Sektor Fernsehen und Rundfunk; damit ist dieser Sektor eher eine Nischensparte. Dennoch ist ein vergleichsweise konstantes Wachstum zu verzeichnen. Während im deutschen Teil der Projektregion die Beschäftigung stabil geblieben und der Umsatz leicht gestiegen ist, wird in der Provinz Limburg (NL) seit 1999 ein stabiles kontinuierliches Wachstum sowohl bei den Betrieben (16% Wachstum je Jahr im Durchschnitt 1999-2007) wie auch bei der Beschäftigung (9% Wachstum je Jahr im Durchschnitt 1999-2007) verzeichnet.

Trotz der Krise an den Kinokassen und dem Filmverleih, zum Teil auch hervorgerufen durch die Veröffentlichung von Kinofilmen im Internet über Tauschbörsen u.ä., ist dieser Sektor stabil geblieben bzw. konnte sogar in der Provinz Limburg (NL) mit Wachstumsraten aufwarten. Dies verdeutlicht ein weiteres Mal, dass ein Sektor in der niederländischen Provinz Limburg – entgegen dem allgemeinen Trend – kontinuierlich wächst.

Empfehlungen für den Sektor 4. und 5.

- Für die Sektoren 4. Film und Video bzw. 5. Fernsehen und Rundfunk aus dem Kreis der von uns so genannten Kulturbranchen trifft für die meisten Betriebe in allen Teilregionen zu, dass oftmals die kritische Masse der betriebswirtschaftlichen Größenordnung nicht erreicht wird, bei der man im großen Stile auftreten und produzieren kann. Deshalb sollten hier Gemeinschaftsproduktionen für Rundfunk, TV, Schulen, Mediatheken und Tourismuszentralen mit öffentlicher – und hier wiederum Interreg-IV Gelder verwenden – Unterstützung realisiert werden. Themen könnten aus dem euregionalen Kulturellen Erbe, Wirtschaftsdokumentationen über erfolgreiche Architektur oder Design-, Software- und Musikproduzenten aus der Projektregion sein. Dazu gibt es genug Beispiele; auch Museen, Festivals und Musikwettbewerbe wie das WMC in Kerkrade eignen sich dazu.
- Ein zweites Element könnte eine Verbund-Ausbildung von jungen Auszubildenden oder Studenten im Medienwesen sein. Oftmals bietet ein Sender oder eine Produktionsfirma nicht die Möglichkeit zur Komplettausbildung. Das machen dann mehrere artverwandte Betriebe im Verbund – und warum nicht grenzüberschreitend?, da Mehrsprachigkeit in dieser Branche zur Grundausstattung für eine erfolgreiche Karriere zählt. Vielleicht reicht die kritische Masse eines Tages zur Einrichtung einer ambulanten euregionalen Medienakademie mit 3 Standorten im belgisch, niederländisch, deutschen Projektgebiet.
- Auch wenn mehrfach vorgeschlagene - und nur schwer marktfähig zu haltende - Rundfunk- oder TV-Magazine mit grenzüberschreitenden Inhalten und Informationen darüber, was in der Nachbarregion passiert, kaum marktfähig zu produzieren sind, sollte dieser Gedanke nicht aufgegeben werden. Jede Teilregion verfügt über staatliche bzw. Rundfunk- und TV-Veranstalter einschließlich der vor- und nachgelagerten Wertschöpfungskette von Produzenten und Verwertern. Die Chefs dieser Programmhäuser etablieren auf Initiative der politisch Zuständigen einen festen Jahrestreff zur Diskussion und Umsetzung euregionaler Programme.
- Die Gründung eines grenzüberschreitenden Filmfonds, der von der Privatwirtschaft und den offiziellen Förderstellen in den Teilregionen getragen wird, ermöglicht zukünftig enger abgestimmte Kooperationen zwischen den in diesem Sektor aktiven Betrieben, Organisationen und Personen. Denkbar wäre hier auch ein cross-over zum Beispiel zwischen Theater, Film und TV-Produktionen.
- Eine Anregung, die über die Grenzen der Projektregion hinausgeht, ist die Suche nach Kooperationspartnern am nationalen Medienstandort Köln. Die Domstadt, mit einem international erfolgreichen Medien- und TV-Film-Produktionsmarkt, liegt in Reichweite der betreffenden Unternehmen aus der Projektregion.

3.15 Fernsehen und Rundfunk

Der Sektor Fernsehen und Rundfunk, zugehörig zu den Kulturbranchen, umfasst die TV- und Rundfunkanbieter, Herstellung von Hörfunk- und Fernsehprogrammen sowie die Herstellung von Fernsehfilmen. Außerdem wurde die Vervielfältigung von bespielten Bildträgern anteilmäßig einbezogen, da dieser Bereich stark abhängig von den Inhalten ist.

Das Zahlenwerk und die Lage - Tabelle 6: Fernsehen und Rundfunk

Provinz Limburg (NL)			
Jahr	1999	2003	2005
Anzahl der Betriebe	28	35	30
Beschäftigte	280	225	235
Umsatz (x 1000)	15.500 €	14.410 €	16.090 €

Teilregion Deutschland			
Jahr	1999	2003	2005
Anzahl der Betriebe	190	180	180
Beschäftigte	980	1.100	950
Umsatz (x 1000)	50.020 €	72.300 €	74.000 €

In der niederländischen Provinz Limburg fällt auf, dass dieser Sektor zwar leichten Schwankungen unterliegt, im großen und ganzen über die Jahre aber ein konstantes Niveau hält. So gab es zwar von 1999 auf 2003 einen Rückgang in der Beschäftigung um 20%, dies hat sich aber bis 2007 nahezu wieder ausgeglichen. Auffallend ist auch hier, dass die Anzahl der Betriebe zwar gestiegen ist, die Gesamtbeschäftigung aber leicht zurückging. Im deutschen Teil der Projektregion ist dieser Sektor bei Beschäftigung und Anzahl der Betriebe nahezu gleich geblieben, dennoch konnte beim Umsatz ein hohes Wachstum von 1999 auf 2005 in Höhe von 25% erzielt werden.

Nachrichtlich:

Provinz Limburg (NL)	
Jahr	2007
Anzahl der Betriebe	40
Beschäftigte	260
Umsatz (x 1000)	-

Teilregion Belgien	
Jahr	2005
Anzahl der Betriebe	85
Beschäftigte	485
Umsatz (x 1000)	37.330 €

Quelle: eurostat, LDS NRW, CBS Netherlands, Statistics Belgium, etil B.V., eigene Berechnungen

Für am Rande der Nationalstaaten liegende Provinzen ist es charakteristisch, dass hier nicht die großen Sender, Rundfunk- und TV-Anbieter in großer Zahl anzutreffen sind. Das stellt sich für die Projektregion ähnlich dar – allerdings mit einer ausreichenden Grundversorgung in allen Bereichen: eine typisch Erscheinung für die mitteleuropäische Medienlandschaft, in der sich Fernsehen und Rundfunk in der Regel auf die Hauptstadt und einige wenige regionale Zentren konzentrieren.

SPOT: *André Rieu*

Der in Maastricht geborene André Rieu ist sowohl Violinist, Orchesterleiter, Arrangeur und Musikproduzent. Seine Ausbildung erhielt er an den Konservatorien in Lüttich, Maastricht und Brüssel. Mit seinem ersten Orchester Het Maastricht Salon Orkest wurde er vor allem in den Niederlanden und im belgisch-holländisch-deutschen Grenzraum Ende der 1970er Jahre bekannt. Sein Johann-Strauß Orchester führt ihn seit Mitte der 1990er Jahre durch die ganze Welt – per TV, Rundfunk, Tonträger oder als Live-Auftritte.

Über Jahrzehnte führt der Weg steil nach oben; A. Rieu ist ein musikalisches Markenzeichen für Maastricht geworden – obwohl viele Fans bei oberflächlicher Betrachtung des Namens seine Herkunft im frankophonen Raum vermuten.

Mit seinem Orchester spielt er vorwiegend Populäre Klassik und Walzermusik bei seinen Auftritten in der ganzen Welt; zuletzt in den USA und Toronto, wo er Schloss Schönbrunn-Atmosphäre mit einem der größten Bühnenbildern der Welt vor 25. 000 Zuschauern produzierte. Neben den Konzerten auf Tourneen produziert Rieu jährlich an traditionsreichen Orten auf der Welt aufwendige abendfüllende Specials, die von Fernsehanstalten ausgestrahlt und auf DVD aufge-

zeichnet werden. In seinen Specials treten auf Einladung verschiedene Popgrößen auf. Dazu zählen auch regelmäßige Open-Airs in seiner Geburtsstadt auf dem Maastrichter Vrijthof-Gelände, die eine große grenzüberschreitende Resonanz finden.

Rieu spielt mit seinem Orchester bewusst klassische Stücke in populärer Form und will durch Präsentation und Showeffekte auch ein breites Publikum erreichen, was in den Niederlanden eine anerkannte Tradition hat. Er setzt neben Beleuchtungseffekten viel Technik zur Tonverstärkung und Färbung ein. Damit erntet er bei seinen der ernsten Musik zugewandten Kritikern verständlicherweise kein Lob, weil sie seine Produktionen für musikalisch oberflächlich halten und behaupten, Rieu nutze Melodien der klassischen Musik lediglich, um sie gefällig zu präsentieren.

Sein straff organisiertes Unternehmen mit kollegialer Firmenkultur und langjährigem Musikerstamm verfügt derzeit in Maastricht über eines der modernsten europäischen Tonstudios, das ideale Voraussetzungen für ein Ensemble dieser Größe bietet. Das Unternehmen beschäftigt über 120 feste und viele freie Mitarbeiter –Tendenz steigend und gilt damit als Maastrichter Erfolg-Story im Bereich Musik- und Kreativwirtschaft.



Auf seiner Internetseite bekennt er sich zu seinem Stil und zu seiner Heimat Maastricht : „Musik ist für mich eins der wichtigsten Dinge. Ein Leben ohne Musik wäre für mich etwas Unerträgliches. Sie hat mich mein ganzes Leben lang begleitet. Mein Vater war Dirigent eines Symphonieorchesters und bei uns zu Hause drehte sich alles um die Musik“.

Weblink:

<http://www.andrerieu.com>

3.16 Software und Games

Der Sektor Software und Games – zugehörig ebenfalls zu den Kulturbranchen – umfasst die Softwareberatung und Softwareentwicklung, das Verlegen von Software sowie anteilmäßig die Vervielfältigung von bespielten Datenträgern und die Aufbereitung von Digitaldaten.

Diese Erklärung umfasst ein weites Feld und wird auch von Fachleuten und von der älteren Generation in ihrer Bedeutung vielfach unterschätzt. Im Grunde genommen fallen in diesen Sektor alle Büros, die firmenbezogene Dienstleistungen im IT-Bereich anbieten.

Das Zahlenwerk und die Lage - Tabelle 7: Software und Games

Provinz Limburg (NL)			
Jahr	1999	2003	2005
Anzahl der Betriebe	145	250	540
Beschäftigte	850	1.075	2.055
Umsatz (x 1000)	40.730 €	59.545 €	121.650 €

Teilregion Deutschland			
Jahr	1999	2003	2005
Anzahl der Betriebe	420	510	595
Beschäftigte	2.650	3.550	4.250
Umsatz (x 1000)	147.730 €	210.770 €	287.870 €

Nachrichtlich:

Provinz Limburg (NL)	
Jahr	2007
Anzahl der Betriebe	650
Beschäftigte	2.395
Umsatz (x 1000)	-

Teilregion Belgien	
Jahr	2005
Anzahl der Betriebe	470
Beschäftigte	2.615
Umsatz (x 1000)	169.695 €

Quelle: eurostat, LDS NRW, CBS Netherlands, Statistics Belgium, etil B.V., eigene Berechnungen

Durch die Klassifizierung dieses Sektors als Kulturbranche (und nicht als Kreativbranche) trägt die EU-Definition dem fortschreitenden Einzug von Software und Games in den Alltag Rechnung. Insbesondere bei den jüngeren Generationen stehen Games heutzutage von der Bedeutung her auf gleicher Stufe wie z.B. Bücher, Fernsehen oder andere Freizeitaktivitäten. Der Personal-Computer ist in den Industrienationen zum Kulturgut geworden und dient nicht mehr nur der Arbeit oder Kommunikation, sondern auch der Unterhaltung. In vielen anderen Bereichen des täglichen Lebens nutzen die Verbraucher, teils bewusst - teils unbewusst, täglich Software.

Dieser Sektor ist im gesamten Projektgebiet die Boombranche in der Kultur und Kreativwirtschaft. Im deutschen Teil der Projektregion ist die Anzahl der Betriebe von 1999 bis 2005 um 42% gestiegen und auch in der Beschäftigung (+60%) sowie bei den Umsätzen (+95%) konnten hohe Zuwachsraten erzielt werden. Noch bemerkenswerter ist diese Bilanz in der niederländischen Provinz Limburg: Hier hat sich die Anzahl der Betriebe im gleichen Zeitraum mehr als vervierfacht (+445%); die Beschäftigung hat sich nahezu verdreifacht (+281%).

Es ist davon auszugehen, dass Software und Games in naher Zukunft die Boombranche der Kultur und Kreativwirtschaft bleiben. Dies ist auf die natürliche Entwicklung am Markt zurückzuführen - von Online-Spielen über private Anwenderprogramme bis hin zu Handyspielen. Der Bedarf an Software und Games sowie den damit verbundenen Arbeitskräften ist gestiegen und trägt sicherlich weiterhin zum Wachstum bei. Je mehr der Mensch sich mit moderner Technik umgibt, desto mehr wird auch diese Branche davon profitieren.

Empfehlungen

- Der Sektor Software und Games gehört zwar nicht zu den bedeutendsten Bereichen im Rahmen der Definition für die Kultur und Kreativwirtschaft, auch nicht zu den ersten 4 Spitzenreitern wie zum Beispiel Design - im Rahmen der Gesamtbetrachtung. Er wartet aber mit den höchsten Steigerungsraten bei der Beschäftigung, den Umsätzen und der Anzahl der Betriebe auf. In den Niederlanden ist diese positive Entwicklung am auffälligsten – wie oben im Detail beschrieben. Es sollte deshalb für die Projektregion untersucht werden, welche die Gründe für eine solche positive Entwicklung sind. Für diese Fragestellung könnte also eine euregionale Arbeitsgruppe gebildet werden, die die Kammern, Berufsverbände, öffentlichen Institutionen und natürlich die betreffenden Betriebe bei der Recherche mit einbezieht.
- Ein Ziel der oben zitierten euregionalen Arbeitsgruppe könnte es sein, Unternehmensgründungen mit innovativen Konzepten in diesem Sektor gezielt zu fördern und zu unterstützen, da sie ein großes Potenzial besitzen. Bestes Beispiel hierfür sind die sogenannten Handyspielen und Klingeltöne. Diese Branche hat bis vor einigen Jahren noch gar nicht existiert, erzielt aber heute insbesondere bei den jüngeren Konsumenten beträchtliche Umsätze.
- Ein weiteres bemerkenswertes Beispiel sind die Entwicklungen von Online-Spielen. Führte diese Art von Spielen in den vergangenen Jahren noch eine Art Schattendasein, so sind sie spätestens mit World of Warcraft (8 Millionen angemeldete User weltweit) und Second Life salonfähig geworden. Der nächste größere Europastart steht hier auch schon wieder bevor; Age of Conan, von der europäischen Softwareschmiede Funcom entwickelt, ist heute schon in vielen europäischen Charts vertreten, obwohl das Spiel noch nicht im Handel war und es sich nur um Vorbestellungen handelte (Stand 08. Mai 2008).

SPOT: Koekoek in Q4 Venlo

Koekoek BV ist die Entwicklungsgesellschaft für die Kreativindustrie im Kulturquartier Q4 der niederländischen Grenzstadt Venlo. Koekoek stimuliert und initiiert Initiativen im Assoziationsfeld Kreativindustrie in und um Venlo.



Seit 2006 haben sich fast 20 Firmen dem Qreamteam-Q4-Kollektiv angeschlossen. Diese Kreativ-Betriebe und besonders die Menschen, die hinter ihnen stehen, haben dabei eine deutliche Wirkung auf die gesellschaftliche Entwicklung der Region. Die neuen Kreativ-Betriebe tragen zur städtischen Dimension von Venlo als Submetropole bei. Wirtschaft wie auch Politik suchen immer häufiger das Qreamteam als Ansprechpartner. Dabei entstehen Querverbindungen zwischen Bildung, Kreativität, Wirtschaft, Politik und Gesellschaft. Im Rapport Design Factories around Europe wird Koekoek als good practice mit Manchester, Amsterdam, Barcelona, London und anderen Städten in einem Atemzug genannt.

Nachhaltigkeit in Produkten und Prozessen wie eine weiter um sich greifende Globalisierung sind eine Herausforderung für Wirtschaft und Politik - anders und vor allem kreativer über die Zukunft nachzudenken. Wie tritt die niederländische Provinz Limburg gegen den regionalen und internationalen Wettbewerb an? Talent, Kreativität und unkonventionelles Denken sind unerlässlich. Das sind Fragestellungen, die im Q4 innerhalb der creative community diskutiert werden.



Limburg leidet unter einem gewissen Braindrain, der Abwanderung von Talent aus der Provinz. Gerade die Kreativen sind gesellschaftliche Kristallisationskerne, in deren Umgebung Aktivität und Kreation stattfinden. Kreatives Talent bildet oftmals das Fundament für außergewöhnliche Fähigkeiten: Koekoek wirkt hier als Katalysator für neue Firmen und Initiativen der Kreativ-Industrie. Ein klarer Arbeits-Schwerpunkt und ein klar ausgerichtetes Thema erzeugen Interesse: Die Verknüpfung von Kreativität und Innovation mit den Themen Nachhaltigkeit und Cradle To Cradle ergänzen sich.

Kreativindustrie, präzise und zielgerichtet formuliert mit einem klaren Thema als Fokus hat Erfolg. Koekoek BV hat durch die Neuprogrammierung eines städtischen Quartiers – Q4 in Venlo - der Stadtentwicklung einen positiven Impuls gegeben. Die Zusammenarbeit zwischen den Q4-Firmen und den Unternehmern der Kreativ-Industrie funktioniert zum gegenseitigen Nutzen: Das Q4-Stadtviertel erlebte in den vergangenen Jahren eine Metamorphose von einer No-Go-Area hin zu einem Hotspot of Creativity.

Dates&Facts

Stadt-Quartier-Entwicklung via Kreativ-Wirtschafts-Entwicklung

Instrumente: Förderung mit Koekoek und 20 Firmenneugründungen

Weblink: www.koekoek.nl

SPOT: Odapark



Seit dem 16. Jahrhundert wird die Heilige Oda als Sint Oeike in Venray verehrt und ist heute die offizielle Stadtpatronin. Die Kunstinstitution Odapark Venray wirkt aus dem gleichnamigen Park in die Welt. Die Pfade des geschützten, fast 20 Hektar großen Naturareals führen seine Besucher entlang exotischer Baumarten, seltener Sträucher und Pflanzensorten und mehr als 70 dauerhaft aufgestellter Skulpturen. Scheinbar willkürlich inmitten der Bäume postiert, werden sie förmlich eins mit ihrer natürlichen Umgebung. Im Wechsel der Jahreszeiten erzählt eine jede ihre ganz eigene Geschichte.

Der Skulpturenpark ist in den Niederlanden einzigartig und bietet sich als Ausgangspunkt für viele Aktivitäten an. Mitten im Park liegt der Projektraum (Ausstellungen) der durch ein Foyer mit dem markanten Teehaus verbunden ist, das sich mit seiner hervorragenden Akustik besonders für klassische, Jazz-Konzerte, Literaturlesungen und Theateraufführungen eignet.

Der Odapark war ursprünglich ein Naturschutzgebiet mit vielen Baumarten und Pflanzenarten, die um 1900 von den Ursulinen angelegt wurde. Im Skulpturenpark werden heute Werke von 75 internationalen Künstlern und im Teehaus Wechselausstellungen junger zeitgenössischer Künstler gezeigt. In unregelmäßigen Abständen finden multidisziplinäre Kunstveranstaltungen mit einheimischen und internationalen Künstlern statt. Das Teehaus ist Schauplatz von Konzerten und Lesungen. Der Odapark bietet neben seiner Dauer- Präsentation und den regelmäßigen Ausstellungen auch ein abwechslungsreiches kunstpädagogisches Programm an.

Im Teehaus liegen 7 Broschüren zur Regenbogenroute mit thematischen Wanderungen durch das Vlakwatergebied bereit. Der Avonturenpad (Abenteuerepfad) lädt Kinder zu Spiel und Bewegung, zum Kaffee und Tee lädt das Foyer im Teehaus ein. Der Odapark Venray präsentierte zeitgenössische Kunst in den Jahren 1999 - 2003 aus den Nachbarländern. „Die Welt nach...“ („De wereld volgens...“) erwies sich als großer Erfolg mit mehr als 30.000 Besuchern pro Jahr.

Inzwischen hat der Odapark Venray seine Ambitionen noch weiter gesteckt. 2004 startete LAT – Living Apart Together, eine Kunstaktion über das Zusammenleben in der modernen, westlichen Gesellschaft. Mit der Teilnahme international renommierter Künstler etablierte sich der Odapark als Kunstadresse einer ganzen Region. Verschiedene Projekte von LAT fanden u.a. im Venloer Kreativviertel Q4 statt.

Dates & Facts

Grundungsjahr:	1991
Besucherrekord:	Kunstmanifestation DE WAAN 2002 Kunstmanifestation ROCK MY RELIGION 2007
Weblink:	www.odapark.nl

3.17 Musik

Die Musik, der vierte Sektor der Kulturbranchen, umfasst das Herstellen und die Vervielfältigung von bespielten Tonträgern, das Verlegen von Musik mit dem angeschlossenen Einzelhandel und die Komponisten.

Die Vervielfältigung der bespielten Tonträger fließt hier anteilmäßig mit ein, da auch in diesem Bereich das Hauptprodukt die verkaufte Musik ist. Dies führt u.a. dazu, dass die Produktivität je Beschäftigtem hier höher ist als in den meisten anderen Sektoren.

Das Zahlenwerk und die Lage - Tabelle 8: Musik

Provinz Limburg (NL)			
Jahr	1999	2003	2005
Anzahl der Betriebe	220	230	235
Beschäftigte	750	750	775
Umsatz (x 1000)	79.220 €	91.565 €	97.900 €

Teilregion Deutschland			
Jahr	1999	2003	2005
Anzahl der Betriebe	680	620	615
Beschäftigte	2.050	2.150	2.250
Umsatz (x 1000)	353.330 €	269.330 €	395.845 €

Nachrichtlich:

Provinz Limburg (NL)	
Jahr	2007
Anzahl der Betriebe	230
Beschäftigte	735
Umsatz (x 1000)	-

Teilregion Belgien	
Jahr	2005
Anzahl der Betriebe	350
Beschäftigte	1.295
Umsatz (x 1000)	204.570 €

Quelle: eurostat, LDS NRW, CBS Netherlands, Statistics Belgium, etil B.V., eigene Berechnungen

Obwohl in dem deutschen Teil der Projektregion der Umsatz im Sektor Musik zwischen 1999 und 2003 einen Einbruch um 23% zu verzeichnen hatte, konnte durch eine Umsatz-Steigerung von 2003 bis 2005 um 47% der Umsatz sogar gesteigert werden. Entgegen der bisher betrachteten Sektoren gibt es im Sektor Musik eine Besonderheit: Die Beschäftigung zwischen 1999 und 2005 nahm um 10% zu, während im gleichen Zeitraum die Anzahl der Betriebe um 10% zurückging. Bei den übrigen Sektoren war dieses Verhältnis eher umgekehrt.

In der niederländischen Provinz Limburg fällt auf, dass der Sektor Musik nach Umsätzen, Anzahl der Betriebe und Beschäftigten eine konstante Entwicklung zeigt. Über den gesamten Zeitraum waren die Veränderungen nur marginal. Ein leichter Rückgang um 2% bei der Beschäftigung ist im Mehrjahresverlauf zu verzeichnen, während die Anzahl der Betriebe um 4,5% zunahm.

Die Musikindustrie wird sich auch in den folgenden Jahren neuen Herausforderungen stellen und ihre Vermarktungsinstrumente an den Markt anpassen müssen. Dies betrifft insbesondere die Vermarktung von Musik über das Internet. Jeder Privatanwender kann über sogenannte Peer-to-Peer Tauschbörsen, illegale Kopien seiner gewünschten Musiktitel herunterladen. Die gesamte Branche ist im Umbruch.

Hier setzt die Musikindustrie mit neuen Kopierschutzverfahren, aber auch mit Portalen für den kostenpflichtigen Download von Musik dagegen. Dies ist eine konsequente Entwicklung, denn immer mehr junge Leute setzen auf selbst zusammengestellte Titellisten in ihren MP3-Playern anstatt ganze Alben zu erwerben. Derzeit ziehen viele Handyhersteller nach, die ihre Produkte mit eingebauten MP3-Playern ausrüsten. Dies ist nicht nur ein Risiko, sondern auch eine Chance, Musik auf neuen Wegen zu vermarkten wie es Apple mit seinem I-Tunes Store im Internet vormacht. Über I-Tunes werden jedes Jahr mehrerer Milliarden Titel zu überschaubaren Preisen heruntergeladen.

Musik bleibt ein kulturelles Gut, welches in der Regel täglich von allen Menschen in den Industriestaaten konsumiert wird und aus dem Alltag nicht wegzudenken ist.

Empfehlungen

- Für das überaus reichhaltige Musikleben aller Genres in der Projektregion fehlt die Euregionale Musikakademie der Projektregion mit 5 Standorten (Hasselt, Lüttich, Maastricht, Venlo, Aachen). Was heißt das konkret? Entsprechend dem Huis voor de Kunsten in Roermond mit seinem Fundament an Musikgesellschaften, und seiner möglichen Erweiterung im AINSI-Maastricht, sollte es eine kulturelle Begegnungsstätte als Branchentreff Musik - im Sinne des weiter unten aufgezeigten Musik-Clusters – mit dezentraler Struktur und einer schon vorhandenen, festen Mitarbeiterstruktur geben. Hier koordinieren und organisieren die entsprechenden Verantwortlichen events, Fortbildungen, Kooperationen zwischen Orchestern und anderen Klangkörpern, Musikstudiengängen der Hochschulen und Konservatorien, Veranstaltungsstätten sowie Geldgebern/ und Sponsoren und die Produkte von Musikverlegern und Komponisten. Eine adäquate Internet-Site gehört zum festen Öffentlichkeitsprogramm – und ist in der euregiocultuur.net Seite integriert.
- Die Auslobung eines euregionalen Musikpreises für Kreativität - beispielsweise für Komponisten, Musiker, Veranstalter oder Journalisten gibt der euregionalen Musikszene eine Identität und Zusammengehörigkeitsgefühl – jenseits aller Konkurrenz. Die Jury ist international und interregional besetzt und verleiht den Preis dezentral abwechselnd in den Teilregionen.
- Die oben erwähnte Euregionale Musikakademie könnte in Teilbereichen nach dem Curriculum der Popakademie Mannheim eingerichtet werden. Die Mannheimer Akademie ist Teil der ortsansässigen Hochschule und damit in eine feste Struktur integriert. Als besonders innovativen Teil hat sie auch betriebswirtschaftliche Elemente, Marketing und Kulturmanagement in den Studiengang eingebaut. Da die Popakademie Mannheim regelmäßig an EU-Projekten teilnimmt (MUSE), sollte mit ihr Kontakt aufgenommen und nach Kooperationsmöglichkeiten gesucht werden.

SPOT: Pukkelpop



Pukkelpop ist ein seit 1985 organisiertes Musikfestival in Kiewit Hasselt in der belgischen Provinz Limburg. Während das erste Pukkelpop-Festival im Startjahr noch auf einem alten Fußballfeld in Leopoldsburg mit 2.500 Zuschauern und 8 Bands stattfand, kamen 2001 erstmalig mehr als 100.000 Besucher, so dass 2005 mit 184 Bands und 137.000 Zuschauern ein neuer Besucherrekord erzielt wurde. Pukkelpop ist damit eines der größten Open-Air-Festivals in Europa.



Veranstaltet wird das Festival von der Humanistischen Jugend Leopoldsburg, aus deren Reihen viele freiwillige Helfer bei dem Festival mitwirken. Pukkelpop gilt als ein Trendsetter unter den Musikfestivals: Die Veranstalter legen sehr großen Wert darauf, aktuelle Underground-Musik spielen zu lassen und damit neue Trends zu setzen. So spielen auf demselben Festival nicht allzu bekannte Musiker zusammen mit Bands von Weltruhm – zum Beispiel Metallica, die 2008 innerhalb der 3 Tage vom 14. –17. August auftreten.

Wegen der Popularität und des Bekanntheitsgrades des Festivals kooperiert mittlerweile auch die belgische Bahn SCNB mit dem Festival. Besucher mit gültigem Eintrittsticket können während des Festivals innerhalb von ganz Belgien mit der Bahn kostenlos nach Hasselt anreisen sowie kostenlos den öffentlichen Nahverkehr in Hasselt nutzen.

Dates & Facts:

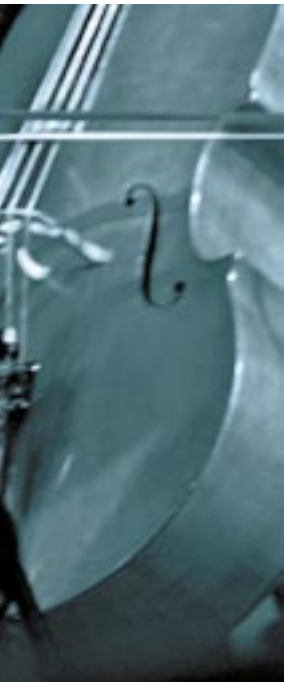
180 + Bands

über 130.000 Besucher

größtes Open-Air-Festival Belgiens und eines der größten in ganz Europa

Dauer: 3 Tage

Weblink: <http://pukkelpop.be>



EXKURS: Musik-Cluster

Ähnliche Merkmale wie beim Museums-Cluster fallen bei der Betrachtung der unterschiedlichsten Musikaktivitäten im Projektgebiet auf, das im europäischen Vergleich betrachtet, außerordentlich reich an Veranstaltungen, Festivals, Spielstätten und Klangkörpern dieses Genres für jung und alt ist. Hinzukommen beispielsweise Komponisten und Musik-Verleger, von denen einige u.a. im Zusammenhang mit dem WMC in Kerkrade Weltgeltung haben.

Konzert-, Theater- und Opernhäuser zum Beispiel in Lüttich, Aachen und Maastricht haben eine lange Tradition mit eigenen Ensembles und Orchestern – auch in der grenzüberschreitenden Zusammenarbeit; diese hat sich im letzten Jahrzehnt teilweise erheblich verdichtet und strukturiert.

Beispielhaft sei die aktuell praktizierte Zusammenarbeit zwischen dem Maastrichter Vrijthof-Theater mit dem Lütticher Théâtre de la Place und der Opéra Royal de Wallonie genannt. Gemeinsame Busreisen in die jeweils andere Stadt zum Theaterbesuch gehören ebenso dazu wie Hinweise auf Kunstgalerien. In Lüttich laufen manche Stücke jetzt zum Beispiel in 3 Sprachen übertitelt.

Eine mögliche Aufzählung beginnt in Hasselt mit dem Pukkelpop-Festival, setzt sich fort mit dem Pinkpop-Festival in Landgraaf, reicht weiter über Musica Sacra, Jazz Maastricht Masters bis hin zum weltbekannten – hier beheimateten – Star-Geiger mit Showorchester André Rieu in Maastricht, Festival de la Guitare in Verviers, Musik-Marathon in Eupen, Cultura Nova in Heerlen, dem Orlando Festival oder WMC-World Music Contest in Kerkrade (alle 4 Jahre quasi als Weltmeisterschaft in der sinfonischen Blasmusik), setzt sich weiterhin fort mit Jazz à Liège, dem Aachener September Special und den Bachtagen in der Domstadt oder dem Sommerparkfest in Venlo – um nur unvollständig einige Musik-events aus dem traditionellen und modern-szenischen Bereich aufzuzählen. Dazu zählt auch das Charlemagne Musik Festival an mehreren Orten der Projektregion.

Für die oben genannten Beispiele kann man dieselben Kriterien zur grenzüberschreitenden Musik-Cluster Bildung anlegen, wie es für das Museums-Cluster formuliert wurde (s. S. 32ff). Auch hier gilt es, das Musik - Cluster grenzüberschreitend als label mit Inhalt zu etablieren und eventuell in Sub-Clustern nach den Kriterien räumliche Nähe, Sprache oder Musikgenre für verschiedene Städte zu unterteilen.



3.18 Bücher und Presse

Der vierte Sektor der Kulturbranchen, Bücher und Presse, umfasst das Verlegen und den Handel von Büchern, Tageszeitungen und Zeitschriften sowie die Druck-Industrie.

Ähnlich wie bei der Musik kommt es durch den hohen Anteil des Handels mit Büchern und Zeitschriften in diesem Sektor zu einer sehr hohen Produktivität je Beschäftigtem.

Das Zahlenwerk und die Lage - Tabelle 9: Bücher und Presse

Provinz Limburg (NL)			
Jahr	1999	2003	2005
Anzahl der Betriebe	430	420	415
Beschäftigte	2.950	2.855	2.785
Umsatz (x 1000)	215.360 €	240.905 €	251.155 €

Teilregion Deutschland			
Jahr	1999	2003	2005
Anzahl der Betriebe	860	880	825
Beschäftigte	5.850	5.200	4.795
Umsatz (x 1000)	430.670 €	450.220 €	451.400 €

Nachrichtlich:

Provinz Limburg (NL)	
Jahr	2007
Anzahl der Betriebe	400
Beschäftigte	2.575
Umsatz (x 1000)	-

Im gesamten Projektgebiet ist ein Rückgang bei der Anzahl der Unternehmen und der Beschäftigung zu verzeichnen. Im deutschen Teil der Projektregion fällt auf, dass bei Reduzierung der Anzahl der Betriebe und der Beschäftigung der Umsatz nahezu stabil geblieben ist.

Teilregion Belgien	
Jahr	2005
Anzahl der Betriebe	515
Beschäftigte	3.140
Umsatz (x 1000)	291.120 €

In der niederländischen Provinz Limburg ist dieser Sektor einer der wenigen mit rückläufiger Anzahl der Betriebe und Beschäftigung. Während die meisten anderen Sektoren in Limburg (NL) wenigstens ein geringes Wachstum zu verzeichnen hatten, ging im Berichtszeitraum die Anzahl der Betriebe um 7% und die Beschäftigung um 13% zurück; dennoch konnte beim Umsatz ein Wachstum um 17% erzielt werden.

Quelle: eurostat, LDS NRW, CBS Netherlands, Statistics Belgium, etil B.V., eigene Berechnungen

Wie für die Musikindustrie, so gilt es für den Sektor Bücher und Presse, dass derzeit neue Vertriebsmöglichkeiten für die Produkte entwickelt werden. Ein markantes Beispiel sind die sogenannten Hörbücher, die bei der jüngeren Generation immer mehr in Mode kommen. Dennoch ist die Konkurrenz sehr groß, da heute tagesaktuelle Meldungen jederzeit über das Internet abgerufen werden können.

Empfehlungen

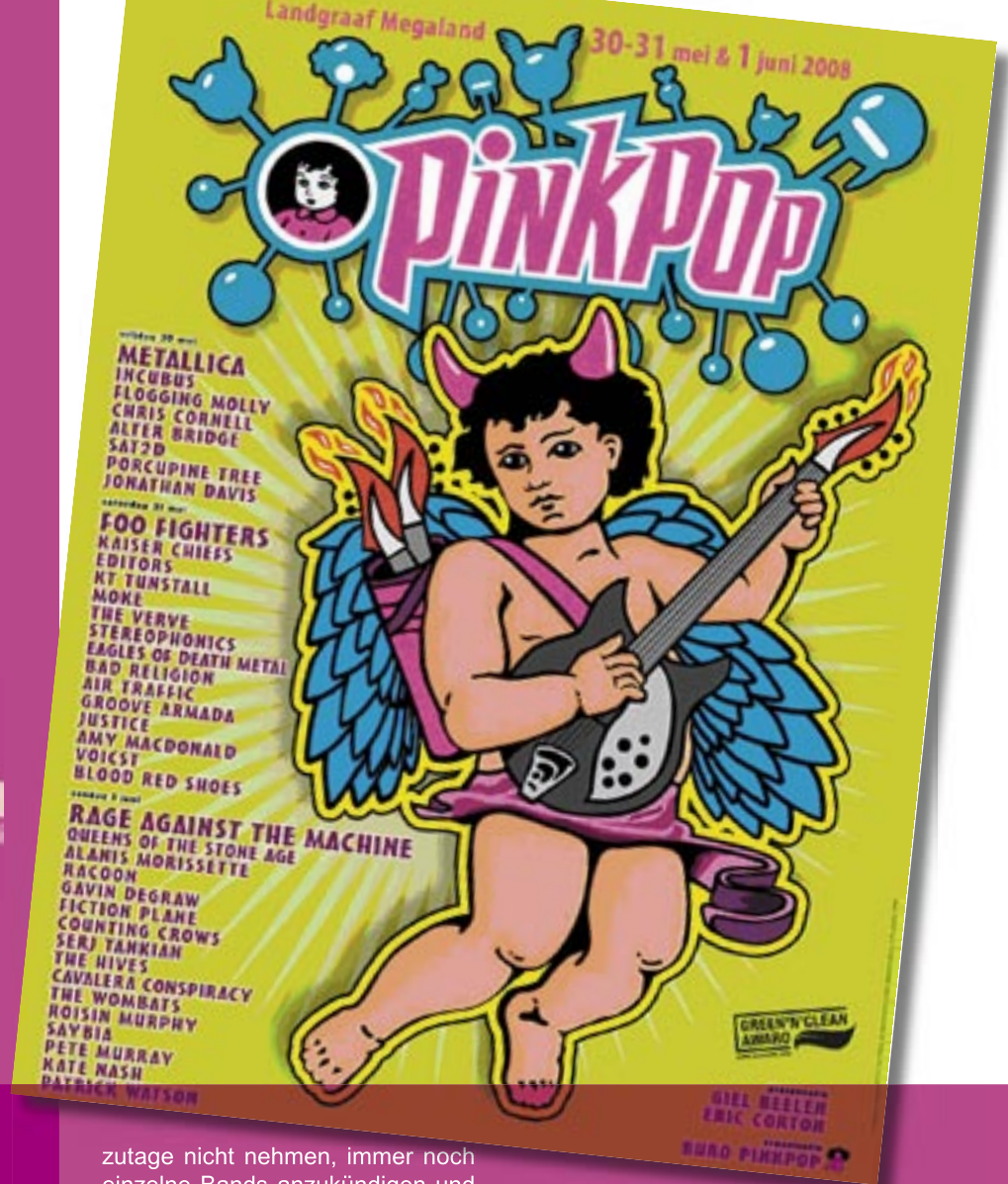
- Bücher und Presse als Wirtschaftszweig sind fast ausschließlich privat organisiert und unterliegen damit den Marktgesetzen von Angebot und Nachfrage. Gutgemeinte Ratschläge wie die Produktion gemeinsamer, mehrsprachiger Seiten mit Berichten aus den benachbarten Grenzregionen lassen sich nur auf Dauer realisieren, wenn sie sich rechnen; was überwiegend nicht der Fall ist. Für die belgische und niederländische Provinz Limburg kann die gemeinsame Sprache bzw. Limburgs Platt als Dialekt ein Vehikel sein, gemeinsame Presseprodukte oder Veröffentlichungen regelmäßig zu publizieren.
- Es gibt kleinere Literaturwettbewerbe in der Projektregion, die zusammenhängend beworben und veranstaltet werden könnten. Damit könnte eine größere Öffentlichkeitswirkung für diesen Sektor erzielt werden; die Eifel-Romane bieten dafür ein Beispiel. Auch das Eifel-Literatur-Festival 2008 überschreitet regelmäßig Grenzen in Richtung Belgien und könnte entsprechend geografisch weiter grenzübergreifend ausgebaut werden.



SPOT: PinkPop

Bereits seit 1970 findet am Pfingst-wochenende bei Landgraaf in der Region Limburg (NL) das größte niederländische Open-Air-Festival statt: PinkPop. Das Festivalgelände befindet sich auf einer alten Trabrennbahn, nur wenige Kilometer westlich von Kerkrade und Aachen und hat deshalb große grenzüberschreitende Bedeutung.

PinkPop steht für Pinksteren (Pfingsten) und Pop. Da das Festival seit 1970 ununterbrochen stattfindet, ist es Europas ältestes kontinuierliches Open-Air und bekam sogar einen Eintrag im Guinness Buch der Rekorde. Hervorgegangen ist das Festival aus der Idee des Limburgers Jan Smeets, der nach dem legendären Woodstock (USA 1969) Festival etwas ähnliches in den Niederlanden veranstalten wollte. Diese Idee wurde ein Jahr später dann erstmals in Geleen mit 10.000 Besuchern umgesetzt. Jan Smeets lässt es sich übrigens auch heut-



zutage nicht nehmen, immer noch einzelne Bands anzukündigen und den Besuchern am letzten Tag des Festivals persönlich für ihr Kommen zu danken. Mit den ebenfalls am Pfingstwochenende organisierten Festivals „Rock am Ring“ und „Rock im Park“ in Deutschland ist die Konkurrenz sehr groß. Dadurch wird es eine Herausforderung, genügend deutsche Zuschauer anzuziehen.

Seit 1970 hat sich allerdings viel getan. So hat die Gesellschaft 1988 die alte Trabrennbahn in Landgraaf aufgekauft und nun wird dort unter dem neuen Namen „Megaland“, neben anderen events, jedes Jahr das PinkPop Festival veranstaltet. Bereits im Jahr 1993 kamen 60.000 Zuschauer, um an dem Festival teilzunehmen und im Jahr 2006 wurde mit 68.000 Besuchern ein absoluter Besucherrekord aufgestellt.

2008 wurde das PinkPop Festival am 30. und 31. Mai veranstaltet, und nicht an Pfingsten. Dafür gab es am Pfingstwochenende das 2. PinkPop-Classic, welches erstmals 2007 mit Bands wie Marillion oder Status Quo (die bereits in den 70er und 80er Jahren dort spielten) veranstaltet wurde. Für 2008 waren unter anderem Bands wie Metallica, Foo Fighters, Rage against the machine und viele andere namhafte Gruppen angekündigt, was die internationale Bedeutung dieses Festivals erhöht.

Dates & Facts

Gründungsjahr: 1970

Besucherrekord: 2006 mit 68.000 Zuschauern

Ältestes, kontinuierlich veranstaltetes Open-Air-Festival Europas

Mehrere Mio.€ Umsatz mit ca. 500 Beschäftigten während der Veranstaltung

Weblink: www.pinkpop.nl

SPOT: Haus für die Künste in Limburg, Roermond*

Wer das Gebäude an der Kapellerlaan in Roermond zum ersten Mal sieht, erkennt sofort, dass es Heim- und Wirkungsstätte von mehr als einer Person ist. Es bietet einen gemeinschaftlichen kulturellen Raum und einen zentralen Zugangsweg für alle Kulturinteressierten in der Provinz Limburg.

Dreißig begeisterte Mitarbeiter arbeiten im Haus für die Künste an der kulturellen Entwicklung Limburgs. Das machen sie für und gemeinsam mit ihren virtuellen Hausgenossen - den Kultur- und Kunstschaaffenden in der ganzen Provinz. Diese „virtuellen Hausgenossen“ nutzen das Huis auch für persönliche Begegnungen und Besprechungen und entwickeln dabei Ideen, um das kulturelle Leben in Limburg zu bereichern und voran zu bringen.

Auf dem Papier sind sie Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, Büroangestellte in der Verwaltung, sei es als Sachbearbeiter, Sekretärin, Buchhalterin oder auch als Direktor. Gleichfalls sind sie Ratgeber in Fragen der Finanzierung und der inhaltlichen Umsetzung von kulturellen Projekten. Ob das alles ist? Natürlich nicht. Sie hören zu, stellen Fragen, auch sich selbst, und erkennen so die Bedürfnisse ihrer Partner. Sie unterstützen diese bei ihren Kontakten zur Politik und helfen bei Zuschussanträgen.

Das Huis voor de Kunsten ist auch die Plattform für die PR- und Kommunikationsarbeit der Kulturvereine in Limburg. Kurse und Fortbildungen gehören zum Angebot; auch die Mitarbeiter selbst sind kreativ tätig, zum Beispiel als Regisseure. Kurz gesagt ist die Arbeit des Huis voor de Kunsten so vielfältig wie das kulturelle Leben in Limburg. Es wurde eingerichtet und wird unterhalten von vielen engagierten Menschen aus dem Kunst- und Kulturbereich.



Das Fundament und die Steine des Hauses

Ein Blick zurück: 1999 entschieden sich vier große Amateur-Kunst-Organisationen zu einem Zusammenschluss und einer Neugründung. Sie legten den Grundstein für das Huis voor de Kunsten, getragen von einer einzigen Stiftung.

Die Gründungsmitglieder sind: de Limburgse Bond van Muziekgezelschappen (Allianz von Musikgesellschaften, meistens Blasinstrumente: Blaskapellen und Fanfaren), de Limburgse Bond van Tamboerkorpsen (Allianz von Musikgesellschaften, meistens Trommel auch Spielmannszüge), de Limburgse Federatie van Amateurtoneelspelers (Allianz von Schauspielergesellschaften), de Stichting Verenigde Nederlandse Korenorganisaties Limburg (Allianz von Vokalmusikgesellschaften).

Wie die Steine eines Hauses auf dem Fundament einer Mauer und dann ein ganzes Haus ergeben, so ist das Huis voor de Kunsten nicht nur äußerlich gewachsen. Fasziniert von der Begeisterung der Gründer haben sich zwischenzeitlich 40 Organisationen aus ganz Limburg dieser Idee angeschlossen. Sie bilden die „virtuellen Steine“ des Huis voor de Kunsten und nutzen seine Möglichkeiten und die sich ergebenden Synergieeffekte.

Mit ihren Dienstleistungen und Angeboten unterstützen sie in erster Linie die Mitglieder der Stiftung. Jeder kann an ihre Tür klopfen. Sie sind offen für Neues und heißen jeden Kulturbereich willkommen. Von Musik bis Tanz, bildende Künstler, Schauspieler, aber auch Institutionen wie Museen und Stiftungen, die sich mit (historischen) Baudenkmalern befassen, finden immer ein offenes Ohr und eine helfende Hand.



Dates & Facts:

1999: Gründungsjahr mit 4 Organisationen
2008: 44 Organisationen nutzen die Dienste des Hauses
Weblink: www.hklimburg.nl

* Redigierter Text vom Haus der Künste

3.19 Design

Der Sektor Design, zugehörig zu den Kreativ-Branchen, umfasst Industriedesign, Ateliers für Textil-, Schmuck- oder ähnliches Design und anteilmäßig den verbundenen Groß- und Einzelhandel. Mitaufgenommen wurde der Boots- und Yachtbau, da es sich entweder um individuelle Maasanfertigungen handelt oder das Design als Hauptverkaufsargument dient.

Der Gebrauch des Begriffs Design ist heute so vielfältig, so dass er vom Szenekünstler, über industriell gefertigte Massen- und Lifestyle-Produkte bis hin zum hochwertigen Unikat reicht.

Das Zahlenwerk und die Lage - Tabelle 10: Design

Provinz Limburg (NL)			
Jahr	1999	2003	2005
Anzahl der Betriebe	1.500	1.550	1.580
Beschäftigte	7.400	7.860	8.035
Umsatz (x 1000)	439.210 €	539.210 €	589.110 €

Teilregion Deutschland			
Jahr	1999	2003	2005
Anzahl der Betriebe	3.010	2.970	3.140
Beschäftigte	14.850	15.800	18.100
Umsatz (x 1000)	828.040 €	1.112.150 €	1.160.670 €

Der Sektor Design, ist mit Abstand der bedeutendste Sektor in der Kultur und Kreativwirtschaft. Dies trifft auf alle 3 Größen Umsatz, Beschäftigung und Anzahl der Unternehmen zu. In der gesamten Projektregion ist hier ein kontinuierliches Wachstum in allen 3 Bereichen zu verzeichnen.

Nachrichtlich:

Provinz Limburg (NL)	
Jahr	2007
Anzahl der Betriebe	1.710
Beschäftigte	8.335
Umsatz (x 1000)	-

Teilregion Belgien	
Jahr	2005
Anzahl der Betriebe	1.955
Beschäftigte	10.830
Umsatz (x 1000)	725.060 €

Der Sektor Design stellt an Umsatz und Beschäftigung einen großen Teil der gesamten Kreativwirtschaft dar. Im Berichtszeitraum wurde ein geringes, aber stetiges Wachstum verzeichnet. Design umfasst auch anteilig den Handel mit Textilien, da hier das beste Verkaufsargument, neben dem Preis, das Design ist. Ein gutes Beispiel sind hier die Nobelmärkte mit ihren Marken-Shops überall auf der Welt (z.B. Boss, Prada, Gucci, Dolce & Gabbana).

Quelle: eurostat, LDS NRW, CBS Netherlands, Statistics Belgium, etil B.V., eigene Berechnungen

Obwohl in der deutschen Teilregion die Anzahl der Betriebe zwischen 1999 und 2003 leicht zurückging, sind Beschäftigung und Umsatz in diesem Zeitraum weiter gewachsen. Über den gesamten Berichtszeitraum konnte bei der Anzahl der Unternehmen ein Wachstum von 4% erzielt werden, während die Beschäftigung um 22% und der Umsatz um 40% zulegte.

Dieser Eindruck bestätigt sich in der niederländischen Provinz Limburg. Auch hier ist Design eine der Wachstumsbranchen und ist nach Umsatz, Anzahl der Betriebe und Beschäftigung stark gewachsen. Die Anzahl der Betriebe wuchs um 5%, während bei der Beschäftigung ein Zuwachs in Höhe von 9% und beim Umsatz in Höhe von 34% zu verzeichnen war.

Bei der Betrachtung der Zahlen für alle Regionen fällt auf, dass Limburg (NL) - vergleicht man die Bevölkerung der 3 Teilregionen - in diesem Sektor mit Abstand am stärksten vertreten ist. Für die gesamte Projektregion und insbesondere Limburg (NL) gilt, dass der Sektor Design auf sehr hohem Niveau weiterhin eine Wachstumsbranche bleibt. Betrachtet man das Wachstum im Berichtszeitraum dieses Sektors im Verhältnis zum Startniveau 1999, so ist der Sektor Design nicht nur der bedeutendste Sektor in der Kultur und Kreativwirtschaft, sondern in absoluten Zahlen auch der mit dem größtem Wachstum.

Empfehlungen

- Nahezu an allen Hochschulen der Projektregion spielt der Studiengang Design eine Rolle und ist präsent. Es sollte deshalb eine institutionalisierte Zusammenarbeit speziell im Design-Sektor zwischen den Fakultäten und Studiengängen der betroffenen Hochschulen erfolgen. Das ist Grundlagenarbeit – bis hin zur gegenseitigen Anerkennung der Studienabschlüsse im Nachbarland. Bei der Recherche im Bereich Design wurde von vielen Betroffenen der Wunsch zur grenzüberschreitenden Kooperation geäußert – aber nirgendwo real angetroffen. Die eher inaktive Universitäten-Kooperation ALMA (u.a. für Aachen, Lüttich und Maastricht) sollte hier neu diskutiert, wieder belebt und ihre positiven und negativen Erfahrungen konstruktiv genutzt werden.
- Um die vielen Firmen-Neugründungen in diesem Bereich auf Dauer marktfähig zu halten, sollte für diese ein Business-Programm zur Existenzsicherung angeboten werden, wie junge Firmen betriebswirtschaftlich, marketingmäßig und mit ausreichender Liquidität die ersten Jahre überleben. Dies kann auf Grundlage der Arbeitsweise des Aachener Gründerzentrums für Kulturwirtschaft erfolgen – das ohnehin euregional weiter ausgebaut wird
- Ähnlich wie für die Musik als Cluster empfohlen, sollte sich ein Branchentreff design euregional an dezentralen Standorten etablieren. Wie mit Z33 in Hasselt, Q4 Venlo oder vergleichbar dem NAI in Maastricht für Architektur und der EUREGIO Platform Design in Lüttich organisiert, gibt es dazu funktionierende Beispiele. Diese müssen miteinander vernetzt und geografisch gleich verteilt in der Projektregion vorhanden sein.
- Es sollte ein Kongress Dutch-Design (was dabei ist, ein ähnliches Markenzeichen wie Scandinavian Design zu sein) in der Provinz Limburg organisiert werden, auf dem Positionen und Erfahrungen in dieser Wachstums-Branche provinzintern und mit den Nachbarregionen ausgetauscht werden. Ziel: Entwicklung eines euregionalen Design-Clusters. Im Idealfall ist dieses Cluster in der Folge auch inhaltlicher Bestandteil für die Bewerbung zur EU-Kultur-hauptstadt der MAHHL-Städte (Maastricht-Aachen-Hasselt-Heerlen-Lüttich) ist. Jede Provinz allein erreicht nicht die kritische Masse, um effizient handeln zu können. Im übrigen wird entlang der Wertschöpfungskette Design nur niederländisch kommuniziert, was um französisch und deutsch erweitert werden kann.

SPOT :: Linssen Yachts Maasbracht



In der Regel werden Yachten aus Plastik, Verbundstoffen oder Holz hergestellt. Stahlyachten sind eine typisch niederländische Tradition. Linssen Yachts ist der Marktführer in Europa bei Stahlyachten zwischen 9 und 15 Metern.

Bereits kurz nach dem Ende des zweiten Weltkrieges wurde Linssen Yachts in Maasbracht gegründet und ist noch heute in Familienbesitz. Die Anfänge machte Linssen mit Steuerständen, die er als einer der ersten seiner Branche komplett aus Teakholz herstellte und mit Steuerrädern aus tropischem Hartholz, die mit einer patentierten Nabenkonstruktion ausgestattet waren. Diese Produkte fanden bei den europäischen Schiffswerften schnell viele Abnehmer.

Heute ist Linssen eine feste Größe im internationalen Yachtbau. Neben seinen hervorragend verarbeiteten Yachten und hoher Wertbeständigkeit ist Linssen auch für Innovationen bekannt. So entwickelte die Werft die innovative Art der Serienfertigung, Logicam genannt. Entscheidend ist aber, dass eine Linssen Yacht kein Allerweltsmodell darstellt, sondern eine eigene individuelle Art des Yachtbaus. Im Vordergrund stehen weniger Geschwindigkeit und Leistung, sondern vielmehr das außergewöhnliche Design, der Werkstoff Stahl und der Wohlgefühlcharakter einer Linssen Yacht, der sich auch in dem Motto: Slow down and start living widerspiegelt.

Damit ist Linssen Yachts B.V. ein bemerkenswertes Beispiel dafür, wie man den cross-over aus Tradition und Innovation zu einer erfolgreichen Geschäftsidee entwickeln kann und damit integrierter Bestandteil der Kreativwirtschaft in Limburg.



Dates & Facts

ca. 130 Mitarbeiter

ca. 30 Mio. Umsatz

11 Modelle im Angebot

ca. 85 verkaufte Schiffe je Jahr

Gründungsjahr: 1949

Produktionslinie ausverkauft bis 2010

Weblink: www.linssenyachts.com

SPOT: EUREGIO Platform für Design Lüttich



Ziel der EUREGIO Platform für Design Lüttich ist es, innerhalb der EUREGIO Maas-Rhein ein nachhaltiges und beständiges Design-Cluster zu entwickeln. Begriffe wie ecoDesign, ecoconcept, nachhaltiges Design oder cradle to cradle sind in der gegenwärtigen Diskussion über Design-Fragen in der EUREGIO Maas-Rhein nicht mehr wegzudenken. Es geht hier um ein dauerhaftes Design, das auch Begrifflichkeiten wie Ökologie, Verwendbarkeit, Preis-Kostenrelation, Produktivität und Vermarktbarkeit berücksichtigt. Die Initiatoren beschränken sich nicht auf die ästhetischen Werte der Endprodukte, sondern betrachten den gesamten Design-Prozess: Von der Schaffung eines Prototyps bis zum Endprodukt.

Im Rahmen des Pilotprojekts EUREGIO Design Platform als geplantes INTERREG-IV Projekt, wurde mit euregionalen Designern Kontakt aufgenommen, weil es zu wenig Informationen über die euregionale Design-Szene und ihre Leistungsfähigkeit rund um die Städte Maastricht, Hasselt, Aachen und Lüttich gibt. Zu den Zielgruppen zählen die kleinen und mittleren Unternehmen (KMU's) ebenso wie Mikrobetriebe, Ausbildungseinrichtungen, Forschungszentren sowie die gesamte creative community mit Designern, Architekten, Künstlern und die bereite Öffentlichkeit. Das Pilotprojekt EUREGIO Platform für Design hat 3 Prioritäten:

1. Das Herstellen von grenzüberschreitenden Kontakten zwischen den Design-Akteuren und der Aufbau eines interdisziplinären Netzwerkes sowie die Promotion für dieses Netzwerk auch auf europäischer Ebene
2. Das Werben um Unterstützung bei den Unternehmen entlang der Wertschöpfungskette sustainable design living
3. Das Aufbauen und den Austausch von Fachwissen und Expertise zwischen Forschungszentren, Schulen, Universitäten und Betrieben etc

Mit einem solchen Expertise-Cluster könnte die EUREGIO Maas-Rhein auch auf europäischer Ebene dauerhaft vertreten sein und einen Beitrag zur Schaffung von hochwertigen Arbeitsplätzen leisten. Der grenzüberschreitende Mehrwert dieses Projekt liegt vor allem im Austausch von komplementären Kenntnissen, die zusammen genommen die einzelnen Entwicklungspotenziale in der EUREGIO zusammen führen und für alle wahrnehmbare Vorteile bringen.

Dazu fand auf Initiative der EUREGIO Platform für Design am 14.5. 2008 in Aachen eine grenzüberschreitende Konferenz statt, die die oben genannten Forderungen und Prioritäten zum Inhalt hatte und eine Etappe zur gemeinsamen EUREGIO Design Platform ist.



Weblink

www.euregiodesignplatform.eu

3.20 Architektur

Der Sektor Architektur ist neben dem Sektor Werbung der einzige der Kultur und Kreativwirtschaft, der seinen eigenen NACE-Code besitzt und somit statistisch einwandfrei erfasst wurde. Hierzu zählen Architektenbüros für Hochbau und Innenarchitektur, Orts-, Regional-, und Landschaftsplanung sowie Garten- und Landschaftsbau.

Das Zahlenwerk und die Lage - Tabelle 11: Architektur

Provinz Limburg (NL)			
Jahr	1999	2003	2005
Anzahl der Betriebe	1.050	1.235	1.335
Beschäftigte	5.600	5.569	5.610
Umsatz (x 1000)	190.460 €	219.965 €	235.690 €

Teilregion Deutschland			
Jahr	1999	2003	2005
Anzahl der Betriebe	4.132	4.090	4.342
Beschäftigte	13.350	13.450	13.400
Umsatz (x 1000)	517.880 €	542.500 €	518.355 €

Nachrichtlich:

Provinz Limburg (NL)	
Jahr	2007
Anzahl der Betriebe	1.520
Beschäftigte	6.184
Umsatz (x 1000)	-

Teilregion Belgien	
Jahr	2005
Anzahl der Betriebe	2.350
Beschäftigte	7.875
Umsatz (x 1000)	312.455 €

Im gesamten Projektgebiet zeichnet sich die Architektur durch konstantes Wachstum aus. Auch wenn im deutschen Teil der Projektregion die Beschäftigung leicht zurückging (- 5,5%), blieb der Umsatz konstant und die Anzahl der Betriebe wuchs leicht (+ 5%). Auch in der niederländischen Provinz Limburg ist ein starkes und konstantes Wachstum zu verzeichnen. Während die Anzahl der Betriebe über den gesamten Zeitraum kontinuierlich zunahm, konnte die Beschäftigung erst von 2005 auf 2007 mit einem Wachstum von 10,2% aufholen.

Quelle: eurostat, LDS NRW, CBS Netherlands, Statistics Belgium, etil B.V., eigene Berechnungen

In der niederländischen Provinz Limburg ist die rege und anspruchsvolle Bautätigkeit täglich deutlich zu sehen, so dass der Sektor Architektur eine Wachstumsbranche ist. Hier wurden und werden aktuell einige große Projekte in Angriff genommen (Belvedere – Maastricht, Stadtsanierung Roermond, Industriebauten und Gewerbebauten entlang der Maas-Schiene, Autobahnausbau nach Norden, Floriade im Greenport Venlo), wobei der Restaurierung und Stadtteil-Sanierung ein hoher Stellenwert eingeräumt wird. Vergleichbares gilt für Hasselt, mit starker Bautätigkeit im City-Bereich und insbesondere für Lüttich im Stadtkern mit gelungenen Restaurierungen von Museen und öffentlichen Bauwerken, u.a. mit dem Viertel um den neuen TGV-Bahnhof. Im Bereich Architektur ist deshalb auch in den nächsten Jahren Wachstum zu erwarten.

Ähnlich wie für die Entwicklung in Limburg (NL) kann man für die deutsche Teilregion davon ausgehen, dass bei zu beobachtender wachsender Anzahl der Betriebe in der Folge auch die Beschäftigung wieder zunimmt.

Empfehlungen

- Tourismuswerbung und die Resultate der Architektur –Szene in der Provinz Limburg sollten miteinander verknüpft werden. Es gibt neben vielen interessanten vollendeten Bauwerken im öffentlichen Bereich wie das Bonnefanten-Museum von Aldo Rossi, das Centre Céramique von Jo Coenen oder die gesamte städtebauliche Neuplanung des Belvedere-Vietels viel interessante Architektur zu erleben, die nicht im Zusammenhang präsentiert wird. Es könnten also spezielle Architektur-Routen durch die einzelnen Orte wie Maastricht, Venlo oder Roermond organisiert werden, die die dortige Architektur zum Inhalt haben. Für andere Städte im Projektgebiet wie Lüttich, Hasselt oder Aachen ließe sich selbstverständlich ähnliches organisieren.
- Das niederländische Beispiel von speziellen Bauzonen für Nachwuchs-Architekten sollte bei öffentlich erschlossenen Renovierungs- und Stadtentwicklungs-Projekten wie Belvedere, Kwalitätssprung oder MonuLisa (s. S. 58ff) für die ganze Provinz mehr Anwendung finden. Konkret bedeutet das, einen gewissen Anteil von Neu- oder Umbauten von jungen, neu in den Markt drängenden, Architekten in der Entwurfsplanung ausführen zu lassen.
- Auch die Architekturszene in der Provinz und grenzüberschreitend, hat keinen Branchentreff, in dem man sich regelmäßig austauscht; obwohl der Sektor 10. Architektur nach Umsätzen, Anzahl der Betriebe und Beschäftigten von so großer wirtschaftlicher Bedeutung innerhalb der Kreativitätswirtschaft ist. Die Kammern sollten aufgerufen werden, einen solchen Treff zu schaffen – jenseits aller Konkurrenz – und eventuell im Ausland gemeinsam als euregionale, innovative Architektur-Gemeinschaft aufzutreten und zum Beispiel gemeinsam Angebote abgeben. Die Referenz-Bauten im gesamten Projektgebiet sind dazu geeignet – insbesondere die Behandlung alter Bausubstanz bei der Renovierung oder Umwidmung von Produktionsstätten in Kulturtreffs – wie die Timmerfabrik zur Zeit im Maastrichter Belvedere-Bezirk.



EXKURS: MonuLisa - MONUmentenLimburgSAfe

Die Limburgische Provinzregierung hat im Dezember 2006 ein wichtiges städtebauliches Restaurierungs-Projekt beschlossen und auf den Weg gebracht: MonuLisa – die Abkürzung steht für MONUmentenLimburgSAfe. Alte, zum Teil dem Verfall preisgegebene Bauwerke, oder Bauten, die in ihrem ursprünglichen Bestimmungszweck nach nicht mehr genutzt werden, sollen erhalten bleiben und einer neuen Verwendung zugeführt werden.

Diese neue, zielgerichtete Politik wird durch Provinzmittel in Höhe von 2,5 Mio. €, beginnend ab 2008, realisiert. Zusätzlich sollen komplementäre Gelder aus dem entsprechenden nationalen Fonds der Niederlande akquiriert werden, so dass für die Anfangsphase mehrere Limburger Baudenkmäler mit gemischten Subventionen erhalten bzw. wieder hergestellt werden können. Die Devise ist, dass ein gut gepflegtes Denkmal mit dauerhafter Nutzung der Umgebung eine neue Dimension und Ausstrahlung verschafft. Deshalb findet die Erhaltung von Denkmälern weitestgehend im Rahmen einer damit verbundenen regionalen und lokalen neuen Gebietsentwicklung statt.

Die Tabelle zeigt deutlich, dass für MonuLisa noch keine ex-post Evaluierungsdaten vorliegen können, da sich das gesamte Projekt noch in der Anlaufphase befindet. Es wird hier aufgeführt, weil Investitionen in diesen Bereich und in die Infrastruktur auch auf die Sektoren der Kultur und Kreativwirtschaft ausstrahlen können, wenn es in der Planungsphase beabsichtigt ist. Außerdem ist beabsichtigt, Baudenkmäler in der gesamten Provinz Limburg zu berücksichtigen. Besucherzahlen und Beschäftigungseffekte können 2008 noch nicht geschätzt werden; fest steht aber, dass gut erhaltene Gebäude mit neuer Nutzung deren gesamte räumliche Umgebung aufwerten und Besucher anziehen.

Dates & Facts:

Ziel:	Erhaltung von Bauwerken durch Umwidmung der Nutzung – zum Teil für die Kultur und Kreativwirtschaft
Laufzeit:	ab 2008 für mehrere Jahre
Auftraggeber:	Provinzregierung Limburg



Tabelle 12: Projekte des MonuLisa-Programmes (Auszug)

Nr.	Projektname	Laufzeit	Charakteristika	Ausgaben in €
1	ECI Roermond	2007-2011	Restaurierung der Gebäude mit neuer Nutzung für Kultur, Musik, Ausstellungen, Schulungen und Cafe. Gebietsentwicklung mit Wohnungen, Schule, Grünanlagen	Restaurierung: 4,1 Mio., neue Nutzung 9 Mio. Das nahe gelegene Designer Outlet Center hat 2,8 Mio. Besucher im Jahr
2	Nedinsco Venlo	200X-200Y	Restaurierung der Gebäude und neue Nutzung für Museum, Wohnungen und Räumlichkeiten für Kreativbereich	Wohnungen: 9 Mio., Museum: 10 Mio., Kreativbereich: 6 Mio.
3	Ringoven Panningen	2008-2009	Restaurierung mit neuer Nutzung für Schule, Wohnungen und Öffentlicher Raum	Restaurierung: 1,1 Mio., Wohnungen: 11 Mio., Schule: 2 Mio., Öffentlicher Raum 2 Mio.
4	Ursulinenkloster Sittard	2008-2009	Restaurierung mit neuer Nutzung für Hotel, Wohnungen, Läden Cafe, Büros, Restaurants, Parkplätze	Totalkosten: 26 Mio.
5	Lambertuskerk Maastricht	2008-2009	Restaurierung mit neuer Nutzung als Büros und Kulturraum für Musik, Ausstellungen, öffentliche Veranstaltungen	Totalkosten: 12 Mio.
6	Erenstein Kerkrade	200X-200Y	Aktuell in der Projektierungsphase	Kosten noch nicht bekannt

3.21 Werbung

Der Sektor Werbung, neben Architektur der einzige mit einem eigenen NACE-Code, umfasst die Aktivitäten Werbegestaltung, -verbreitung sowie das Marketing, aber auch die Herstellung von Industrie-, Wirtschafts-, und Werbefilmen.

Das Zahlenwerk und die Lage - Tabelle 13: Werbung

Provinz Limburg (NL)			
Jahr	1999	2003	2005
Anzahl der Betriebe	550	735	805
Beschäftigte	1.600	1.908	1.979
Umsatz (x 1000)	91.430 €	126.150 €	139.765 €

Teilregion Deutschland			
Jahr	1999	2003	2005
Anzahl der Betriebe	1.286	1.238	1.285
Beschäftigte	2.550	2.700	2.550
Umsatz (x 1000)	205.280 €	182.980 €	173.245 €

Nachrichtlich:

Provinz Limburg (NL)	
Jahr	2007
Anzahl der Betriebe	910
Beschäftigte	2.203
Umsatz (x 1000)	-

Teilregion Belgien	
Jahr	2005
Anzahl der Betriebe	865
Beschäftigte	1.875
Umsatz (x 1000)	129.700 €

Quelle: eurostat, LDS NRW, CBS Netherlands, Statistics Belgium, etil B.V., eigene Berechnungen

In den vorgenannten Sektoren sind die wirtschaftlichen Entwicklungen in der Kultur und Kreativwirtschaft über die Grenzen hin weg größtenteils vergleichbar. In der Werbung stellt sich dies ganz anders dar.

Im deutschen Teil der Projektregion ist im Sektor Werbung ein Rückgang bei der Beschäftigung (-5%) und dem Umsatz (- 16%) zu verzeichnen, während die Anzahl der Betriebe konstant geblieben ist. Der Sektor Werbung ist damit einer der wenigen Sektoren der deutschen Teilregion, der insgesamt einen ökonomischen Rückgang zu verzeichnen hat.

In der niederländischen Provinz Limburg stellt sich dies völlig anders dar. Hier ist der Sektor Werbung eine der Wachstumsbranchen mit den höchsten Zuwachsraten. Die Anzahl der Betriebe wuchs dort im Berichtszeitraum um 46% von 550 im Jahre 1999 auf 805 Betriebe in 2005, die Beschäftigung um 24% von 1.600 Beschäftigten auf 1.979 Beschäftigte in 2005 und der Umsatz um 53% von 91 Mio. € im Jahre 1999 auf annähernd 140 Mio. € in 2005.

Es gibt keinen bekannten Grund, wie es zu dieser unterschiedlichen Entwicklung kommen konnte. Insbesondere da diese Entwicklung im Sektor Werbung nicht das gesamte Bundesland NRW betrifft (dort blieben die Zahlen konstant), sondern explizit den deutschen Teil der Projektregion.

Empfehlungen

- Für die Querschnittsbranche Werbung kann die einzige Empfehlung lauten: Konstanz. Damit die zu vergebenden Werbe-Aufträge in der Region bleiben und dort abgearbeitet werden können, muss v. a. das innovative und kundenorientierte Qualitäts-Niveau auch in der Ausbildung gesichert werden. Da stehen die Sektoren Design, Architektur und Werbung vor denselben Herausforderungen, die durch die hohen Ausbildungsstandards von Hochschulen und Ausbildungsbetrieben sicher gestellt werden müssen. Eine grenzüberschreitende Zusammenarbeit in diesem Sektor macht besonderen Sinn, aufgrund der zu erwartenden Synergieeffekte.
- Zusammen mit Sektor 9. Design, sollte ein regionales Schaufenster im Sinne einer 1xjährlich stattfindenden Messe mit Verkaufsausstellung an einem markanten Ort in der Provinzhauptstadt (z. B. Timmerfabriek in Maastricht oder Q4 in Venlo) stattfinden. Hier stellen junge Designer solo, Studiengänge als Semesterarbeiten gemeinsam, die Öffentlichkeit suchende Werbebüros, Leute ohne formelle Ausbildung aus der alternativen Szene und/aber mit Erfolg am Markt und andere Akteure dieser Genres ihre Arbeiten auf einem öffentlichen Platz aus. Ziel: Förderung und Aufbau des Labels Limburgisch Design und Werbung; grenzüberschreitend und auch in Abgrenzung zur heimlichen niederländischen Hauptstadt in diesem Bereich, dem nahe gelegenen Eindhoven.



EXKURS: Floriade 2012 in Venlo und wirtschaftliche Effekte

Beispiel für ein erfolgreiches cross-over zwischen Agrar- und Gartenbau-Wirtschaft und Kreativität im Greenport Venlo (GPV)

2012 findet in der Provinz Limburg mit der Ausrichtung der Floriade in Venlo das größte infrastrukturelle und gartenbau-touristische Ereignis des Jahres statt. Die Floriade wird alle 10 Jahre seit 1960 in den Niederlanden ausgerichtet – zuletzt 2002 mit großem Erfolg in Haarlemmermeer. Gegen starke Konkurrenz war es gelungen, die größte Gartenbauausstellung der Welt in den Norden der Provinz zu holen.

Dafür werden 66 Hektar in eine Gartenlandschaft mit 40 Hektar Ausstellungsgelände architektonisch anspruchsvoll umgewandelt und über 2 Millionen Besucher aus dem In- und Ausland, vor allem aus dem grenznahen deutschen Raum, erwartet. Die Ausstellung wird über ein halbes Jahr von April bis Oktober dauern und vielfältige Investitionen aus dem privaten und öffentlichen Bereich nach sich ziehen. Im Frühjahr 2008 ist von 250 - 300 Mio. € an wirtschaftlichen Effekten und Impulsen (direkte und indirekte Investitionen und Kapitalströme) für die Region Limburg-Nord/Venlo die Rede. Diese Werte kommen auch durch die zügige Realisierung des Projektes Greenport Venlo (GPV) zustande, wovon die Floriade nur ein Teil ist.

Selbstverständlich handelt es sich bei diesen ex-ante Betrachtungen nur um Schätzungen. Die Rabobank⁵ hat dazu mit einer Studie aufschlussreich beigetragen. Ein Teil der zitierten Zahlen und Annahmen beziehen sich auf diese Schrift.

Dates & Facts

Greenport Venlo ist einer von 5 anerkannten niederländischen Greenports und umfasst das agrarindustriell (einschließlich Treibhaus- und Gartenbau) geprägte Gebiet zwischen Nijmegen und Sittard sowie Teile Ost-Brabants. Der Name Greenport steht für ein Netzwerk aus Betrieben, Institutionen und Instituten, die sich auf diesen Wirtschaftszweig bezieht; dazu zählen auch die Produktion, Marketing, Transport und Logistik, Forschung und andere Dienstleistungen entlang der Wertschöpfungskette. GPV ist in den letzten 10 Jahren um ca. 1.700 ha gewachsen, während andere Gebiete stagnierten oder im Anbauvolumen abnahmen.

⁵ Op weg naar de Floriade 2012, Rabobank Nederland, Food & Agri, Maart 2008



Tabelle 14: Greenports in den Niederlanden

Greenport Venlo	Niederlande Total	Greenport Venlo Anteil
3.400 Gartenbau-Betriebe	22.000	15%
mit 24.000 Beschäftigten	140.000	17%
mit 18.000 ha Fläche	101.000	18%
600 Mio. € Umsatz	3.800 Mio.	16%

Der Gesamtumsatz im GPV mit nachgelagerten Dienstleistern macht ca. 1 Mrd. € und damit ein Viertel des gesamten niederländischen Anbaus in diesem Sektor aus; auch wenn die Stellung bei Pflanzen und Blumen weniger stark ist. GPV ist damit ein idealer und komplementärer Standort für die Beherbergung der Floriade 2012 mit tatsächlichen Synergieeffekten, die zudem in exponierter Lage im Gesamtareal geplant ist.

Ziele & Instrumente

Der Ausrichter ist die Region Venlo mit den Gemeinden Genneep, Helden, Horst an der Maas, Venlo und Venray in Zusammenarbeit mit dem Niederländischen Gartenbaurat. Die Floriade 2012 ist damit die erste, die außerhalb des Ballungsgebietes Amsterdam/Rotterdam, stattfindet.

Unter dem zentralen Thema „Be part of the theatre in nature; get closer to the quality of life“ werden 5 Teilthemen mit entsprechenden Ausstellungsflächen und Ausstellern – verteilt über 11 Erlebnispavillons - (siehe Lageplan) diskutiert:





EXKURS: Floriade 2012 in Venlo und wirtschaftliche Effekte

Beispiel für ein erfolgreiches cross-over zwischen
Agrar- und Gartenbau-Wirtschaft und Kreativität im
Greenport Venlo (GPV)

1. Relax & Heal: Die wichtige Bedeutung des Garten- und Landschaftsbaus für ein gesundes Leben
2. Green Engine: Garten und Landschaftsbau als wirtschaftlicher Motor und Lieferant grüner Energie
3. Education & Innovation: Die Wechselwirkung zwischen dem Garten- und Landschaftsbau sowie der Ausbildung und den Innovationen
4. Environment: Die große Bedeutung eines grünen (Arbeits-)Umfelds und Gärten für unser Wohlbefinden und unsere Kreativität
5. World Show Stage: Der Garten- und Landschaftsbau als Quelle von Inspirationen für Kultur und Unterhaltung

Allein diese Zielsetzung verwendet schon einige Schlüsselwörter aus dem Leitthema Kultur und Kreativität im Hinblick auf Innovation, Beschäftigung und Nature. Damit stärkt die Floriade die regionale und grenzüberschreitende Wirtschaft. Während der Monate April bis Oktober 2012 können sich Gemeinden präsentieren und Organisationen vor allem aus dem Kulturbereich Auftritte gestalten. Nach Ablauf der Floriade wird das Gelände zum Businesspark Grenpark Venlo. Dazu haben die Arbeiten 2007 begonnen, der Basispark soll 2010 fertig gestellt sein.

Erwartete wirtschaftliche Effekte

Neben den oben beschriebenen Erlebnispavillons wird es 90 niederländische und 25 internationale Einsendungen geben. Das Projektmanagementbüro ARCADIS veranschlagt allein die Kosten für Planung, Engineering und Landschaftsherrichtung auf ca. 40 Mio. €.

Weitere 40 Mio. € Ausgaben werden aus dem Bau der Pavillons und durch andere baulichen Verschönerungen erwartet. Diese Summen insgesamt führen im Rahmen eines Mehrjahresinvestitions-Programms bis 2012 zu Gesamtinvestitionen von ca. 155 Mio. €. Für vergleichbare Maßnahmen der Floriade 2002 in Haarlemmermeer errechnete man 110 Mio. €.

15 Mio. € sind aus Sponsoring und Partnership vorgesehen, die aber allesamt für Promotions- und Organisationsaufgaben wieder verausgabt werden sollen. Aus dem Kartenverkauf für Besucher schätzt man 28 Mio. € zu Erlösen. Insgesamt liegt die Annahme für die Besucheranzahl 2012 zwischen 2 – 2,4 Mio. Personen; davon die Hälfte aus dem naheliegenden deutschen Grenzraum mit dem Ruhrgebiet als Ballungszentrum! Dies sind sicherlich notwendige und optimistische Angaben, die sich mit den 2,3 Mio. Besuchern auf der Floriade 2001 in Haarlemmermeer messen lassen müssen – wie überhaupt 2002 immer wieder zu Recht als Messlatte für das Gesamtereignis genommen wird.

Eine beispielhafte Schätzung für den regionalen Einzelhandel und den regionalen Tourismus (Hotel- und Gaststättengewerbe HOGA) während der Floriade zeigt nachfolgende Tabelle. Rabobank schätzt auf der Basis von 2 – 2,4 Mio. Besucher, die je nach Ausgabebereitschaft zwischen 15 – 150 € (Privat- bzw. Geschäftsbesuch) pro Besuch ausgeben:

- die direkten Ausgaben der Besucher im regionalen Einzelhandel mit 16 – 23 Mio. €
- die direkten Ausgaben im regionalen Hotel- und Gaststättengewerbe mit 62–75 Mio. €

Tabelle 15: Zusammenfassung Berechnung Auswirkungen der Geldausgaben

Besucherzahl		2 Mio,	2,4 Mio.
Hotel- und Gaststättengewerbe	Direkt	62 Mio. €	75 Mio. €
	Indirekt	23 Mio. €	28 Mio. €
	Summe	84 Mio. €	102 Mio. €
Einzelhandel	Direkt	16 Mio. €	23 Mio. €
	Indirekt	4 Mio. €	6 Mio. €
	Summe	20 Mio. €	29 Mio. €
Zusammen	Direkt	78 Mio. €	96 Mio. €
	Indirekt	27 Mio. €	34 Mio. €
	Summe	105 Mio. €	130 Mio. €



EXKURS: Floriade 2012 in Venlo und wirtschaftliche Effekte

**Beispiel für ein erfolgreiches cross-over zwischen
Agrar- und Gartenbau-Wirtschaft und Kreativität im
Greenport Venlo (GPV)**

Bei den indirekten Auswirkungen handelt es sich um spin-off Effekte infolge der Einkäufe, die durch den Einzelhandel/HOGA getätigt werden. Mit verschiedenen Multiplikatoren, weil auch Einkäufe außerhalb der Region getätigt werden, kommen die Schätzungen für den Einzelhandel auf 4 – 6 Mio. und für das HOGA-Gewerbe auf 23 – 28 Mio. €; die gesamten indirekten Ausgaben betragen also zwischen 27 – 34 Mio. €. Durch die oben gemachten Annahmen erreichen die geschätzten Ausgaben zwischen 105 – 130 Mio. €, wobei ausdrücklich darauf hingewiesen wird, dass die Folgejahre nach der Floriade in der Schätzung nicht inbegriffen sind.

Kritische Stimmen zu dem großen Investitionsvolumen in die Floriade und GPV befürchten, dass für einen Mehrjahreszeitraum andere Regionen in der Provinz zeitweise knapper mit öffentlichen und privaten Geldern auskommen müssen. Hier kann weder die eine, noch die andere Meinung als objektiv richtig bezeichnet werden – aber zumindest wollen wir sie erwähnen. Für die Gesamtprovinz, – vor allem im nördlichen Teil, einschließlich der grenzüberschreitenden Gebiete Richtung NRW mit einem 18-Mio. Einwohnerpotenzial, ist allerdings von spürbaren Wohlfahrtseffekten auszugehen. Darüber hinaus ist mit Beschäftigungseffekten von ca. 1200 Personen bis zum Jahre 2012 zu rechnen – darin nicht eingerechnet sind die Beschäftigten, deren Arbeitsplatz durch die Gesamtinvestitionen gesichert werden.

Das Projekt Floriade hat nicht nur eine Katalysatorfunktion für die schnellere Greenport Venlo Entwicklung, sondern auch für die Entwicklung eines strategischen Gartenbau-Clusters, als komplementäre Zusammenarbeit von Betrieben mit ähnlicher Produktion in der Region für die nächsten 20 - 25 Jahre. So schätzt Rabobank die Wohlfahrtseffekte, die von der Floriade 2012 ausgehen, insgesamt auf ca. 160 Mio. € im nachfolgenden 10-Jahreszeitraum.

Tabelle 16 zeigt die Berechnung für die Wohlstandseffekte, die von der Floriade abgeleitet werden; dabei besteht die Annahme, dass die GPV-Entwicklung beschleunigt und die ursprüngliche Entwicklungszeit von ca. 25 Jahren durch die Floriade in etwa halbiert wird.

Tabelle 16: Zusammenfassung Berechnung Wohlfandseffekte der Floriade 2012

Funktion	Wert
1. Werbung für den Niederländischen Gartenbau	Kosten - Nutzen neutral
2. Werbung für die Region Nord-Limburg	Kosten - Nutzen neutral
3. Katalysator für Greenport Venlo:	
Extra Ertrag; oder	150 Mio. €
Überschuss wirtschaftlicher Tätigkeiten	100 Mio. € + p.m.
4. Nachhaltige räumliche Qualität und Verringerung des Transportbedarfs	10 Mio. €
Summe	160 Mio. €

Zusammenfassend wird also deutlich,

- wie Investitionen in Infrastrukturprojekte auch auf die Sektoren der Kreativwirtschaft ausstrahlen und umgekehrt; damit ist das Vorhaben Floriade 2012 zum Leuchtturm-Projekt avanciert und steht natürlich auch unter schärferer Beobachtung von allen Seiten
- es richtig ist, dass die öffentliche Hand zusammen mit privaten Investoren Ausgaben großen Stiles über einen Mehrjahreszeitraum tätigt, die für alle als Wohlfahrtgewinne in Form von Beschäftigungseffekten, Investitionen und Verbesserung der Lebensqualität zurückfließen
- von der Provinzregierung (zusammen mit den Floriade-Ausrichtern) Nord- und Süd-Limburg gleichermaßen bei öffentlichen Zuwendungen berücksichtigt werden müssen, damit es zu einer ausgewogenen Entwicklung in Gesamt-Limburg im Kreativbereich – und hier vor allem im weltweit wachsenden Sektor Kultur-Tourismus kommt
- es bei den zitierten Schätzungen unerheblich ist, wie genau die Zahlen präzisiert sind – es gilt Größenordnungen darzustellen und diese positiv zu kommentieren
- wie alle beteiligten Limburger Unternehmen und Institutionen zusammen ein Großprojekt mit grenzüberschreitender Auswirkung stemmen: eine Vorgehensweise, wie sie auch für die gemeinsame Bewerbung zur EU - Kulturhauptstadt 2018 als Limburg und Grenzregionen Kooperation praktiziert und nötig sein wird

3.22 Kultur-Tourismus

Nicht alle touristischen Aktivitäten werden von unserer Definition erfasst, sondern nur diejenigen, die kreativ-inhaltlich beispielsweise bei der Entwicklung von neuen Tourismus-Konzepten für Festivals oder Kulturreisen tätig werden – oder tatsächlich zum Beispiel bei Personen, die als Reiseführer inhaltlich arbeiten. Die Kalkulationsgrundlage ist, dass im Tourismus-Sektor 15% aller Beschäftigten in den kulturverwandten Dienstleistungs-Bereichen arbeiten.

Diese Berechnung entspricht exakt der Vorgehensweise auf EU-Ebene im Bereich Kultur und Kreativwirtschaft, wie sie in der aktuellsten Studie zum Thema The economy of Culture in Europe angewendet wurde.

Das Zahlenwerk und die Lage - Tabelle 17: Kultur-Tourismus

Provinz Limburg (NL)			
Jahr	1999	2003	2005
Anzahl der Betriebe	150	145	140
Beschäftigte	1.650	1.620	1.615
Umsatz (x 1000)	58.225 €	66.075 €	70.400 €

Teilregion Deutschland			
Jahr	1999	2003	2005
Anzahl der Betriebe	235	215	200
Beschäftigte	1.890	1.490	1.375
Umsatz (x 1000)	68.150 €	62.350 €	57.930 €

Nachrichtlich:

Provinz Limburg (NL)	
Jahr	2007
Anzahl der Betriebe	145
Beschäftigte	1.725
Umsatz (x 1000)	-

Normalerweise wäre entsprechend der im Bericht verwendeten EU-Definition NACE 6330 (umfasst Reisebüros und Reiseveranstalter) mit eingerechnet worden. Dies war aufgrund der widersprüchlichen Zahlen, die wir für diesen NACE Code erhalten haben, nicht möglich.

Teilregion Belgien	
Jahr	2005
Anzahl der Betriebe	190
Beschäftigte	1.240
Umsatz (x 1000)	54.175 €

Ausnahmsweise stellen wir einmal das Problem explizit dar: So besagte z.B. eine Zahlen-Angabe, dass Deutschland mit 82 Millionen Einwohnern in NACE 6330 einen Umsatz in Höhe von 19 Milliarden € erzielt, während dieser Umsatz in Belgien mit knapp 10 Millionen Einwohnern bei 5,6 Milliarden € liegen soll - was von den Größenverhältnissen her nicht möglich ist.

Quelle: eurostat, LDS NRW, CBS Netherlands, Statistics Belgium, etil B.V., eigene Berechnungen

Diese Widersprüche konnten in der Kürze der Bearbeitungszeit nicht gelöst werden. Deshalb sind die in der Tabelle ausgewiesenen Zahlen für die touristischen Aktivitäten wesentlich kleiner, weil der Teilbereich NACE 6330 nicht eingerechnet werden konnte.

Tourismus – vor allem grenzüberschreitender Tourismus – findet immer statt. Tourismus ist neben dem Gesundheitssektor ein wichtiger Pfeiler jeder Regionalwirtschaft. Europa hat die meisten Tourismus-destinations und zieht weltweit die meisten Besucher an. Diese Beobachtung trifft auch insbesondere für die Provinzhauptstädte der Projektregion zu.

Im deutschen Teil der Projektregion hat der Sektor Kultur-Tourismus eine rückläufige Entwicklung genommen. Die Anzahl der Betriebe und der Umsatz waren mit jeweils –15% nicht so schwer betroffen wie die Beschäftigung, die einen Rückgang um –27% verzeichnete.

In der niederländischen Provinz Limburg ist der Sektor Kultur-Tourismus sowohl bei der Anzahl der Betriebe als auch bei der Beschäftigung konstant geblieben; die Veränderungen sind nur marginal. Der Umsatz konnte aber trotzdem von 58 Millionen € im Jahr 1999 um 21% auf 70 Millionen € im Jahr 2005 gesteigert werden.

Empfehlungen

- Die touristische Werbung für alle Teile des Projektgebietes kann als hervorragend bezeichnet werden. Alle Formen des Tourismus werden über – zum Teil mehrsprachige – Broschüren, Internet-Seiten, Rundgänge und andere geführte Touren bis hin zu Wanderungen allen interessierten In- und Ausländern spitzmäßig zur Verfügung gestellt. Rufe nach einer grenzüberschreitenden Tourismus-Zentrale sind vereinzelt vorhanden, scheinen aber im Sinne des Subsidiaritätsprinzips – also Maßnahmen da ergreifen, wo sie am nächsten durchführbar sind; nämlich lokal und regional – nicht realisiert werden zu müssen. Trotzdem sollte im Vorgriff auf eine gemeinsame Bewerbung zur EU-Kulturhauptstadt eine solche Zentrale theoretisch jetzt schon geplant und dazu erste Gespräche zwischen den MAHHL-Städten vorbereitet werden.
- Die an anderer Stelle genannten Museums- und Musik-Cluster sollen hier um ein zeitgemäßes Spa-Gesundheits-Tourismus - Cluster ergänzt werden, das hier nur kurz als Anregung für eine zukünftige grenzüberschreitende Diskussion und Kooperation genannt wird. Nicht umsonst kommt der weltweit verwendete Begriff SPA ursprünglich aus der Projektregion.

Das belgische Spa mit seinen Mineralwasser gleichen Namens gilt als in die Jahre gekommenes Kur- und Heilbad – und hat durch die Übertragung seines Namens auf alle Arten von Wellness- und Fitnessbädern weltweiten Ruhm erlangt, der in einer kraftvollen Marketing-Initiative – eventuell mit grenzüberschreitendem Zusatz und Inhalt - wiederbelebt werden sollte.

- Andere Städte im Projektgebiet wie Chaufontaine, Huy, natürlich auch die Umgebung von Maastricht (beispielsweise mit den ChateauHotels der Oostwegel-Gruppe) und Valkenburg mit Thermae 2000 oder insbesondere Aachen, auch mit seinem Zusatz Bad Aachen, realisieren jetzt schon beträchtliche Umsatzzahlen im Spa-Bereich mit Besuchern aus dem In- und Ausland und tragen damit zum wirtschaftlichen Wohlstand und Image ihrer Region im Rahmen des Kultur-Tourismus bei. Besonders auffällig ist hier der Trend, dass diese Art des Tourismus nicht nur von Senioren, sondern zunehmend auch von jüngeren Leute und Paaren genutzt wird – und im weitesten Sinne damit ihren Beitrag zur Kreativ-Wirtschaft leisten.

3.3 Zusammenfassende Betrachtung

3.3.1 Die deutsche Teilregion

Die Kultur und Kreativwirtschaft als Ganzes verzeichnet in der deutschen Teilregion eine stetig wachsende Anzahl an Betrieben. Waren 1999 erst 12.248 Betriebe in der Kultur und Kreativwirtschaft anzutreffen, waren es 2003 schon 13.118 und 2005 13.677. Der Anteil der Unternehmen an der Gesamtwirtschaft in der deutschen Teilregion stieg von 13,0% 1999 auf 13,9% im Jahre 2005. Hier fällt auf, dass der Unterschied zwischen dem Anteil der Betriebe der KKW an der Gesamtwirtschaft (13,9%) und dem Anteil der Beschäftigung an der Gesamtwirtschaft (5,2%) stark abweicht. Dies ist charakteristisch für die Kultur und Kreativwirtschaft, die in der Regel aus eher kleineren Betrieben besteht, was sich anhand der Datenlage besonders gut nachvollziehen lässt.

Auch bei der Beschäftigung konnten Zuwächse erzielt werden. Zwar ist der Anteil an der Gesamtbeschäftigung von 5,8% 1999 auf 5,2% in 2005 gesunken, trotzdem sind in absoluten Zahlen mehr Personen in Arbeit gekommen. Hinzu kommt, dass jeder Beschäftigte in der Kultur und Kreativwirtschaft bis zu 2 weitere geringfügig Beschäftigte nach sich zieht; die nicht in den offiziellen Statistiken erfasst werden. Dadurch sind bis zu 129.000 Personen in der deutschen Teilregion in der KKW tätig

Tabelle 18: Gesamtbeschäftigung in der deutschen Teilregion

	1999	2003	2005
Beschäftigte	52.950	55.065	57.015
zzgl. geringfügig Beschäftigte	+ 67.500	+ 69.000	+ 72.500
Gesamt	120.450	124.065	129.515

Quelle: eigene Berechnungen

Bei den Umsätzen ist eine kontinuierliche Steigerung zu beobachten. Das lässt einerseits auf eine erhöhte Produktivität der Beschäftigten in der Kultur und Kreativwirtschaft schließen, ist aber auch bedingt durch die Entwicklung des BIP⁶ pro Kopf der Nationalstaaten. Nimmt man alle Wirtschaftsbereiche zusammen, so ist das durchschnittliche BIP pro Kopf eines Erwerbstätigen in Deutschland von etwa € 55.000,- im Jahr 1999 auf etwa € 61.000,- im Jahr 2005 gestiegen. Allerdings ist der Anteil am Gesamtumsatz der Kultur und Kreativwirtschaft aller Wirtschaftsbereiche in der deutschen Teilregion unabhängig von nicht inflationsbereinigten Wachstumsquoten

Hier konnte eine Steigerung von 5,8% im Jahre 1999 auf 6,7% im Jahr 2005 erzielt werden, was verdeutlicht, dass die Kultur und Kreativwirtschaft im Vergleich zur Gesamtwirtschaft ein höheres Wachstum erzielt hat.

Zusammenfassend betrachtet lässt sich für die deutsche Teilregion ein Wachstum bei der Anzahl der Betriebe, der Beschäftigung und beim Umsatz verzeichnen, das in allen 3 Bereichen höher war als das Wachstum der Gesamtwirtschaft. Dies belegen die an der Gesamtwirtschaft gewachsenen Anteile der Kultur und Kreativwirtschaft. Auffallend ist auch, dass das Wachstum unabhängig von Konjunkturkrisen stattfand; in der deutschen Teilregion ist die Kultur und Kreativwirtschaft eine konjunkturunabhängige Wachstumsbranche.

⁶ BIP lt. eurostat, gerundet

Tabelle 19: Sektordaten der deutschen Teilregion

Sektor	1999			2003			2005		
	Betriebe	Umsatz (x 1000)	Beschäftigte	Betriebe	Umsatz (x 1000)	Beschäftigte	Betriebe	Umsatz (x 1000)	Beschäftigte
Bildende Künste	610	345.720 €	6.500	570	397.670 €	5.150	550	464.490 €	5.090
Darstellende Künste	715	51.050 €	1.850	770	52.100 €	1.725	875	43.230 €	1.770
Kulturelles Erbe	-	-	-	935	125.030 €	2.200	925	118.630 €	1.915
Film und Video	110	25.800 €	430	140	32.480 €	550	145	34.000 €	570
Fernsehen und Rundfunk	190	59.020 €	980	180	72.300 €	1.100	180	74.000 €	950
Software und Games	420	147.730 €	2.650	510	201.770 €	3.550	595	287.870 €	4.250
Musik	680	353.330 €	2.050	620	269.330 €	2.150	615	395.845 €	2.250
Bücher und Presse	860	430.670 €	5.850	880	450.220 €	5.200	825	451.400 €	4.795
Design	3.010	828.040 €	14.850	2.970	1.112.150 €	15.800	3.140	1.160.670 €	18.100
Architektur	4.132	517.880 €	13.350	4.090	542.500 €	13.450	4.342	518.355 €	13.400
Werbung	1.286	205.280 €	2.550	1.238	182.980 €	2.700	1.285	173.245 €	2.550
Kultur-Tourismus	235	68.150 €	1.890	215	62.350 €	1.490	200	57.930 €	1.375
Summe	12.248	3.032.670 €	52.950	13.118	3.500.880 €	55.065	13.677	3.779.665 €	57.015
Anteil an Gesamtwirtschaft	13,0%	5,8%	4,9%	13,8%	6,2%	5,1%	13,9%	6,7%	5,2%

Quelle: eurostat, LDS NRW, CBS Netherlands, Statistics Belgium, etl B.V., eigene Berechnungen

3.3.2 Die niederländische Teilregion

Im Berichtszeitraum konnte der Anteil der Unternehmen aus der Kultur und Kreativwirtschaft an der Gesamtwirtschaft von 11,2% im Jahr 1999 auf 12,3% im Jahr 2005 gesteigert werden. Der wachsende Anteil der Unternehmen an der Gesamtwirtschaft in der niederländischen Provinz Limburg und der nahezu gleich gebliebene Anteil an der Beschäftigung der Gesamtwirtschaft deutet darauf hin, dass es zwar mehr, dafür aber kleinere Betriebe in der niederländischen Provinz Limburg gibt. Dieser Zuwachs an Betrieben ist positiv zu werten, da auch kleinere Betriebseinheiten, wenn sie sich am Markt etabliert haben, nachträglich für einen Schub bei der Beschäftigung sorgen.

Tabelle 20: Gesamtbeschäftigung in der niederländischen Teilregion

	1999	2003	2005
Beschäftigte	27.295	28.272	29.454
zzgl. geringfügig Beschäftigte	+ 31.800	+ 32.900	+ 36.300
Gesamt	59.095	61.172	65.754

Quelle: eigene Berechnungen

In der niederländischen Provinz Limburg konnte über den gesamten Berichtszeitraum bei der Beschäftigung in 8 von 12 Sektoren ein Wachstum verzeichnet werden; dabei blieb der Anteil der Kultur und Kreativwirtschaft an der Gesamtbeschäftigung gleich. Dies zeigt, dass obwohl von 1999 auf 2003 der Anteil an der Gesamtbeschäftigung zurückging (von 5,1% auf 4,9%), die Kultur und Kreativwirtschaft von 2003 bis 2005 schneller gewachsen ist als die Gesamtwirtschaft und diesen Anteil auch noch minimal auf 5,2% ausbauen konnte. Rechnet man hier die nicht in der Statistik erfassten geringfügig Beschäftigten dazu, so sind in der Kultur und Kreativwirtschaft in Limburg (NL) im Jahr 2005 nahezu 66.000 Menschen beschäftigt.

Vergleichbar verlief die Entwicklung bei den Umsätzen. Hier gab es zwar von 1999 auf 2003 einen Rückgang von 5,4% auf 5,2% bei dem Anteil des Umsatzes am Gesamtumsatz der Provinz, welcher allerdings von 2003 bis 2005 wieder auf 5,4% anstieg.

Genauso wie für den deutschen Teil der Projektregion kann man Aussagen über das Gesamtwachstum der Kultur und Kreativwirtschaft am ehesten treffen, wenn man die Veränderung ihrer Anteile an der Gesamtwirtschaft betrachtet. Diese Anteile haben sich in der Provinz Limburg (NL) nur marginal geändert, trotzdem lässt die Entwicklung den Schluss zu, dass die Kultur und Kreativwirtschaft in den Niederlanden in den Jahren mit starkem Wirtschaftswachstum, wie z.B. 1999 4,7% und 2000 3,9%, nicht ganz die Wachstumsraten der Gesamtwirtschaft erreichen konnte; dafür aber auch über die schwächeren Perioden von 2001 bis 2004 kontinuierlich weiter Wachstum verzeichnet wurde. Der Kultur und Kreativwirtschafts- Anteil an der Gesamtwirtschaft ist bis 2005 wieder auf den Stand von 1999 angestiegen. Dies verdeutlicht, dass die Kultur und Kreativwirtschaft auch in der niederländischen Provinz Limburg eine konjunkturunabhängige Branche mit stetigem Wachstum ist.

Bemerkenswert für die niederländische Teilregion ist das rasante Wachstum im Sektor Software und Games. Dieser Sektor hat die mit Abstand höchsten Wachstumsraten bei der Anzahl der Betriebe, beim Umsatz und der Beschäftigung im gesamten Projektgebiet.

Insgesamt lässt sich feststellen, dass nach einem leichten Einbruch in der Periode von 1999 bis 2003 die Kultur und Kreativwirtschaft in der niederländischen Provinz Limburg nun schneller wächst als die Gesamtwirtschaft – was auch in der gesamten EU zu beobachten ist. In einem von Wachstum geprägten Wirtschaftsbereich wie dem der Kultur und Kreativwirtschaft fällt ein grenzüberschreitendes Großprojekt wie die Bewerbung der MAHHL-Städte zur EU-Kulturhauptstadt 2018 auf fruchtbaren Boden. Mit einer möglichen Kandidatur kann hier mit einem weiteren Anstieg der Wachstumsraten gerechnet werden.

Tabelle 21: Sektordaten der niederländischen Teilregion

Sektor	1999			2003			2005		
	Betriebe	Umsatz (x 1000)	Beschäftigte	Betriebe	Umsatz (x 1000)	Beschäftigte	Betriebe	Umsatz (x 1000)	Beschäftigte
Bildende Künste	245	237.600 €	3.650	250	250.500 €	3.435	265	268.630 €	3.340
Darstellende Künste	390	28.800 €	1.050	560	38.705 €	1.315	630	42.465 €	1.350
Kulturelles Erbe	550	64.000 €	1.300	575	77.265 €	1.395	575	83.760 €	1.415
Film und Video	55	10.900 €	215	70	15.320 €	265	75	15.990 €	260
Fernsehen und Rundfunk	28	15.500 €	280	35	14.410 €	225	30	16.085 €	235
Software und Games	145	40.730 €	850	250	59.545 €	1.075	540	121.650 €	2.055
Musik	220	79.220 €	750	230	91.565 €	750	235	97.900 €	775
Bücher und Presse	430	215.360 €	2.950	420	240.905 €	2.855	415	251.155 €	2.785
Design	1.500	439.210 €	7.400	1.550	539.210 €	7.860	1.580	589.110 €	8.035
Architektur	1.050	190.460 €	5.600	1.235	219.965 €	5.569	1.335	235.690 €	5.610
Werbung	550	91.430 €	1.600	735	126.150 €	1.908	805	139.765 €	1.979
Kultur-Tourismus	150	58.225 €	1.650	145	66.075 €	1.620	140	70.400 €	1.615
Summe	5.313	1.471.815 €	27.295	6.055	1.747.615 €	28.272	6.625	1.932.600 €	29.454
Anteil an Gesamtwirtschaft	11,2%	5,4%	5,1%	11,7%	5,2%	4,9%	12,3%	5,4%	5,2%

Quelle: eurostat, LDS NRW, CBS Netherlands, Statistiek Belgium, etil B.V., eigene Berechnungen

3.3.3 Die belgische Teilregion

Tabelle 22 Sektordaten der belgischen Teilregion

Nachrichtlich

Sektor	2005		
	Betriebe	Umsatz (x 1000) €	Beschäftigte
Bildende Künste	335	303.785 €	3.495
Darstellende Künste	620	35.505 €	1.290
Kulturelles Erbe	620	83.865 €	1.380
Film und Video	35	20.715 €	345
Fernsehen und Rundfunk	85	37.330 €	485
Software und Games	470	169.695 €	2.615
Musik	350	204.570 €	1.255
Bücher und Presse	515	291.120 €	3.140
Design	1.955	725.060 €	10.830
Architektur	2.350	312.455 €	7.875
Werbung	865	129.700 €	1.875
Kultur-Tourismus	190	53.175 €	1.240
Summe	8.390	2.366.975 €	35.825

2005	
Beschäftigte	35.825
zzgl. geringfügig Beschäftigte	+41.700
Gesamt	77.525



SPOT: Kreative Brutstätten

Das Landbouwbelang ist eine ehemalige Getreidefabrik in Maastricht, die im Jahr 2002 besetzt und bewohnbar gemacht wurde. Derzeit leben 13 Personen im Landbouwbelang, die sich ihre Räume dort selber gebaut und eingerichtet haben.

Obwohl dies erst gar nicht so angedacht war, führte die Besetzung dazu, dass Künstler und Kreative die Bewohner gezielt ansprachen und nach Raum für ihre Ideen/Projekte fragten. Eine der Philosophien des Landbouwbelang ist, dass die Bewohner frei entscheiden können wie sie ihre Umwelt gestalten, um so Raum für innovative Kunst und Experimente mit Materialien aller Art zu schaffen. Dies führte dazu, dass sich immer mehr Künstler und Kreative dort ansiedelten.



Mittlerweile bietet das Landbouwbelang vom Drehen von Kurzfilmen über moderne Kunst, 3-D Objekte, Performances und Workshops bis hin zu experimenteller Musik ein breites Portofolio an Kunst an. Neben der Funktion als Brutstätte für neue innovative Kunstprojekte, bietet es aber auch unbekannten Künstlern und Musikern die Möglichkeit sich der Öffentlichkeit im Rahmen von Partys zu präsentieren. Diese Events werden von der Bevölkerung auch geschätzt und angenommen, die in großer Zahl daran teilnimmt.

Zusätzlich zu den schon oben erwähnten Künstlern hat sich eine Gruppe von Studenten ebenfalls im Landbouwbelang angesiedelt: Demotech.org. Ziel von Demotech ist es Werkzeuge, Gegenstände und Methoden so zu re-designen, dass Sie für alle Menschen auf der Welt zugänglich werden. Treibende Kraft hierbei ist R. van Tijen, der schon überall auf der Welt unterwegs war und unter anderem in Afrika das Wissen über den Bau von einfachen Wasserpumpen an die dortige Bevölkerung weiter gab. Dieses Engagement wurde von der Niederländischen Königin geehrt, in deren Namen R. van Tijen vom Bürgermeister der Stadt Maastricht, eine Urkunde überreicht bekam und als Ritter in den Orden Oranje-Nassau aufgenommen wurde. Diese Verleihung fand auch im Landbouwbelang statt.

Dates & Facts

Cross-over von traditioneller Kunst und creative community / scene

Weblinks: www.landbouwbelang.com

www.demotech.org

3.3.4 Das Projektgebiet im Überblick

Für die Gesamtbetrachtung wählen wir 2005 - das letzte verfügbare Jahr für alle Teilregionen aus. Die weltweite Konjunkturschwäche nach 11/9, dem Anschlag auf das World-Trade-Center in New York 2001, erreichte ihren Tiefpunkt 2003 für die gesamte Weltwirtschaft. In der EU-25 ging die Gesamtbeschäftigung zwischen 2002 – 2004 um 0,04% zurück, während sie im gleichen Zeitraum im Bereich Kultur und Kreativwirtschaft um 1,85% zunahm! – soweit die Zahlen für die EU, was Konjunktur und Beschäftigung betrifft. Die Feststellungen deuten schon an, dass die Kreativwirtschaft einigermaßen robust auf Boom- und Rezessionsphasen reagiert.

Tabelle 23: Überblick Projektregion

Sektor	2005		
	Betriebe	Umsatz (x1000)	Beschäftigte
Bildende Künste	1.150	1.036.905 €	11.925
Darstellende Künste	2.125	121.200 €	4.410
Kulturelles Erbe	2.120	286.255 €	4.710
Film und Video	255	70.705 €	1.175
Fernsehen und Rundfunk	295	127.415 €	1.670
Software und Games	1.605	579.215 €	8.920
Musik	1.200	698.315 €	4.280
Bücher und Presse	1.755	993.675 €	10.720
Design	6.675	2.474.840 €	36.965
Architektur	8.027	1.066.500 €	26.885
Werbung	2.955	442.710 €	6.404
Kultur-Tourismus	530	181.505 €	4.230
Summe	28.692	8.079.240 €	122.294

Für das Projektgebiet weist die Kultur und Kreativwirtschaft im Jahre 2005 über 28.000 Betriebe auf, erzielt einen Umsatz von über 8 Mrd. € und beschäftigt ca. 122.000 Personen. Geht man davon aus, dass 1 Festangestellter bis zu 2 geringfügig Beschäftigte zusätzlich mit Arbeit versorgt, muss diese Zahl noch erheblich nach oben korrigiert werden.

	2005
Beschäftigte	122.294
zzgl. geringfügig Beschäftigte	+ 150.500
Gesamt	272.794

Quelle: eurostat, LDS NRW, CBS Netherlands, Statistics Belgium, etil B.V., eigene Berechnungen

Wie bei der Einzelbetrachtung der Teilregionen sind Design, Architektur und bildende Künste die mit Abstand bedeutendsten Sektoren nach Beschäftigten, Umsätzen und Anzahl der Betriebe. Auf dem ersten Platz liegt Design mit nahezu 37.000 beschäftigten Personen, erzielt einen Umsatz von nahezu 2,5 Mrd. € und liegt mit ca. 6.700 Betrieben für die gesamte Projektregion auf dem 2. Platz - damit ist

Design mit einem hohen Anteil an hochqualifizierten ICT-Mitarbeitern wie in Kapitel 3.19. präzisiert, der Spitzensektor aus dem Bereich der Kreativbranchen. Der umsatzstärkste und beschäftigungsreichste Sektor Design trägt mit jeweils ca. 30% des Gesamtumsatzes und

ca. 30% der Gesamtbeschäftigung zur Kultur und Kreativwirtschaft im gesamten Projektgebiet bei. Dicht darauf folgt Architektur mit einem 2. Platz, nahezu 27.000 Beschäftigten und einem Umsatz von knapp 1,1 Mrd. € - allerdings mit der höchsten Anzahl der Betriebe mit über 8.000. Architekturbüros sind eben größtenteils Mikrobetriebe um die 5 Mitarbeiter, wodurch die hohe Anzahl der Betriebe in diesem Sektor auch zustande kommt.

Mit diesen Zahlen wird der direkte Beitrag der Kultur und Kreativwirtschaft zum Bruttoinlandsprodukt – und damit auch zu Wachstum und Beschäftigung – hergestellt. Außerdem wird der indirekte Beitrag, als Zusammenhang zwischen Kreativität, Innovation, die Verknüpfungen mit der ICT-Branche, mit der Regionalentwicklung und der daraus resultierenden Attraktivität der Projektregion durch die Aktivitäten des kulturellen und kreativen Sektors herausgestellt.

Mit den bildenden Künsten liegt ein Sektor aus dem Kerngebiet der Kunst auf dem 3. Platz nach Beschäftigten mit ca. 12.000 Personen sowie mit einem Umsatz von ca. 1 Mrd. € für die gesamte Projektregion. Für die 3 Kerngebiete der Kunst nach der EU-Definition – Bildende Künste, Darstellende Künste und Kulturelles Erbe - ist die hohe Anzahl der Betriebe charakteristisch. Jeweils ca. 2.100 Betriebe bei den Darstellenden Künsten und dem Kulturellen Erbe beschäftigen jeweils um die 4.400 bzw. 4.700 Mitarbeiter.

Innerhalb der Kulturbranchen haben die Sektoren Film und Video bzw. Fernsehen und Rundfunk die geringsten Zahlen bei Beschäftigung, Umsätzen und Anzahl der Betriebe zu verzeichnen. Selbst wenn man diese beiden scheinbar ähnlichen Sektoren addiert, ändert sich diese Beobachtung nicht. Wie an anderer Stelle schon ausgeführt, gilt auch hier die Aussage, dass die kritische Masse an Betrieben und Aufträgen zum langfristigen Wachstum und Überleben oft nicht erreicht wird. So bietet sich gerade für diese beiden Sektoren eine grenzüberschreitende Zusammenarbeit der Teilregionen an, wie in den Empfehlungen zu diesen Sektoren schon ausgeführt wurde; zumal auch keine der größeren Städte als Medienzentrum zu bezeichnen wäre.

Charakteristisch für die Betriebsgrößen der Kultur und Kreativwirtschaft ist, dass diese überwiegend aus kleinen und mittleren Unternehmen (KMU's), sowie Mikro-Betrieben bestehen. So macht die Anzahl der Betriebe der Kultur und Kreativwirtschaft in der deutschen Teilregion im Jahre 2005 13,9% der Anzahl der Betriebe in der Gesamtwirtschaft aus; der Anteil an der Gesamtbeschäftigung beträgt nur 5,2%. Das gleiche können wir für die niederländische Provinz Limburg feststellen; dort betrug der Anteil der Betriebe an der Gesamtwirtschaft 12,3%, die Beschäftigung ebenfalls nur 5,2%.

Ausblick

Zusammenfassend ermöglicht die Summentabelle 23 als Überblick über die gesamte Kultur und Kreativwirtschaft des Projektgebietes folgende Aussagen:

- ▶ Nahezu alle 12 Sektoren der Kultur und Kreativwirtschaft nach der EU-Definition sind im Projektgebiet gut bis sehr gut nach Anzahl der Beschäftigten, der Betriebe und Umsätzen im EU-Vergleich besetzt bzw. vertreten. Das heißt konkret, es gibt kaum einen Sektor, der nur unbedeutende wirtschaftliche Bedeutung hätte.
- ▶ Das Gesamtbild zeichnet eine homogene Entwicklung für die belgischen, niederländischen und deutschen Teilregionen nach, mit eher ländlichem Charakter im Westen und eher traditionell industriell ausgeprägten Gebieten im Osten. Oft wurden Strukturpassungs-Programme, Neugründungen und staatliche Subventionen genutzt, um vermehrt Betriebe, Aktivitäten oder Ausbildungen im Bereich der Kultur und Kreativwirtschaft zu implementieren. Mit der beobachteten positiven Wirtschaftsentwicklung scheint dieses Konzept gelungen.

3.4 Liste grenzüberschreitender Aktivitäten zur Kultur und Kreativwirtschaft im Projektgebiet (Auszug)

Nr.	Standort	Beschreibung
1	Landgraaf-NL	<p>PinkPop ist das jährlich (seit 1970) zu Pfingsten stattfindende Open-Air-Musikfestival in den Niederlanden und das älteste, kontinuierlich veranstaltete Festival Europas. Das Festivalgelände befindet sich auf einer ehemaligen Trambrennbahn in Landgraaf, nur wenige Kilometer westlich von Kerkrade und Aachen. Es läuft drei Tage zu Pfingsten und hat mittlerweile über 60.000 Besucher (Stand: 2004; 2008 : 30.5. –1.6.). Der Begriff „Pinkpop“ ist eine Zusammensetzung aus dem niederländischen Pinksteren (zu deutsch: Pfingsten) und dem international benutzten Musikgattungsbegriff Pop. Ein Teil der Einnahmen kommt der Hilfsorganisation Amnesty International zugute.</p>
2	Maastricht-NL	<p>TEFAF, die Abkürzung für The European Fine Arts Fair, ist die bedeutendste und umsatzstärkste Kunstmesse in den Niederlanden. Veranstalter ist The European Fine Arts Foundation. Die TEFAF gehört zu den wichtigsten Kunstmesen überhaupt und etabliert die gesamte Region unter den Kunstsachverständigen weltweit als Standort mit kultureller Bedeutung. Sie findet jährlich im Frühjahr im Maastrichter Kongresszentrum (MECC) über einen Zeitraum von 10 Tagen statt. In der Liste der ca. 200 Aussteller sind die wichtigen Galerien und Kunsthandlungen aus aller Welt vertreten. Die Messe ist in folgende Fachbereiche gegliedert:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Gemälde, Zeichnungen und Drucke ▪ Antiquitäten und Kunstgegenstände (inklusive Skulpturen, Gebrauchsgegenstände und Möbel) ▪ Handschriften, seltene Bücher und Karten ▪ Schmuck + Moderne Kunst <p>2006 wurde mit über 84. 000 Besuchern ein Rekord aufgestellt. Der Umsatz wird nicht veröffentlicht, aber inkl. dem Nach-Messe-Geschäft auf bis zu 1 Mrd. € geschätzt. Während der Messe finden in ganz Maastricht und Umgebung vielfältige kulturelle Veranstaltungen (Theater, Konzerte, Ausstellungen etc) statt. Hauptsponsor ist derzeit der europäische Versicherungskonzern AXA, aber auch die Deutsche Bank.</p>
3	Aachen-D	<p>Die EUREGIONALE 2008 wird von der Region Aachen/Düren grenzüberschreitend ausgerichtet; sie wurde 2002 als grenzüberschreitende Initiative zur Regionalentwicklung gegründet. Beteiligt sind auch die Parkstad Limburg, das Gewest Maastricht en Mergelland und die Deutschsprachige Gemeinschaft Belgiens. Um die strukturelle Entwicklung zu fördern, bietet das Land Nordrhein-Westfalen im zweijährigen Rhythmus einer Region die Möglichkeit, sich mit wegweisenden Projekten zu präsentieren. Vorgängerregionale war die Regionale 2006, Nachfolgerin wird die Regionale 2010 sein. Projekte sind beispielsweise die Millicher Halde der Zeche Sophia-Jacoba in Hückelhoven, das Wurmtal und Indeland, in Aachen das Anlegen eines „Weißen Wegs“ im Pferdelandpark in der Soers, die „Grenzroute“ unter Beteiligung der niederländischen Gemeinde Vaals und den belgischen Gemeinden Plombières und Kelmis mit einem Bus-Shuttle zwischen Dreiländerpunkt und Aachener Dom sowie die „Route Charlemagne“.</p>
4	Lüttich-B	<p>Biennale de Design: Seit 2002 ist die Cité Ardente alle 2 Jahre im Design-Fieber. Diese Prestige-Veranstaltung auf Initiative der Provinz Lüttich erlaubt jungen Künstlern der Kunsthochschulen Walloniens und der EUREGIO Maas-Rhein unveröffentlichte Werke auszustellen. Dieses qualitativ hochwertige Konzept beruht auf Entdeckung, Nähe und Gemeinschaftsgefühl. Das Hauptthema der diesjährigen Ausgabe ist die Farbe. Die Veranstaltung wird begleitet von zahlreichen Aktivitäten in Museen, Galerien und alternativen Orten der Stadt. Das reichhaltige Programm umfasst mehrere Ausstellungen, Konferenzen, Konzerte sowie Unternehmens- und Ausbildungstage.</p>

Liste grenzüberschreitender Aktivitäten zur Kultur und Kreativwirtschaft im Projektgebiet (Auszug)

Nr.	Standort	Beschreibung
5	Venlo-NL	Die Floriade ist eine alle 10 Jahre stattfindende internationale Gartenschau in den Niederlanden – zuletzt 2002 in Haarlemmermeer. Die Floriade 2012 wird in der Region Venlo durchgeführt. Die Floriade ist ein Teil der gesamten Entwicklungsplanung für den Greenport Venlo mit grenzüberschreitender Ausstrahlung über die Provinz Limburg hinaus. Sie kann auch als erfolgreiches cross-over von Agrar- und Gartenbau-Wirtschaft auf der einen Seite und Kreativität auf der anderen Seite im Greenport Venlo (GPV) bezeichnet werden. Siehe EXKURS S. 62.
6	Aachen-D	CHIO+Sinfonie , so heißt die Erweiterung um Musik und Kultur des alljährlich in Aachen im Sommer stattfindenden Concours Hippique International Official (CHIO) – das internationale Pferdesport-Turnier mit grenzüberschreitender Ausstrahlung. Von den ca. 360. 000 Zuschauern kommen an die 20% aus den Niederlanden und Belgien. Während des Turniers arbeiten 1.200 ehrenamtliche Mitarbeiter, berichten 450 akkreditierte Journalisten und sind 30 Nationen mit 500 Pferden und ca. 275 Reitern/Fahrern vertreten.
7	Venlo-NL	Das Kulturquartier Q4 mit der Koekoek BV als Entwicklungsgesellschaft für die Kreativindustrie im Kulturquartier Q4 der niederländischen Grenzstadt Venlo wird sowohl in den Niederlanden als auch grenzüberschreitend viel beachtet. Koekoek stimuliert und initiiert Initiativen im Assoziationsfeld Kreativindustrie in und um Venlo. Seit 2006 haben sich fast 20 Firmen dem Qreamteam-Q4-Kollektiv angeschlossen. Diese Kreativ-Betriebe und besonders die Menschen, die hinter ihnen stehen, haben dabei eine deutliche Wirkung auf die gesellschaftliche Entwicklung der Region. Die neuen Kreativ-Betriebe tragen zur städtischen Dimension von Venlo als Submetropole bei.
8	Maastricht-NL	AINSI ist das neu entstandene Kunsthaus an der Maas. Es befindet sich auf dem Firmengelände im ehemaligen Versandgebäude der Eerste Nederlandse Cement Industrie (ENCI) und startet in seine erste Saison 2007/8. AINSI ist eine Initiative der ENCI, der Provinz Limburg und der Gemeinde Maastricht, kofinanziert aus EU-Interreg Mitteln und in enger Kooperation mit dem Theater aan het Vrijthof; die Abkürzung steht für Art, Industry, Nature, Society und Innovation und will „Kunst op vrijersvoeten“ für die traditionell und neue creative community sein. AINSI verfügt über mehrere innovativ neu gestaltete Etagen (bei gleichzeitiger architektonischer geschickter Wahrung der Bausubstanz) und bietet u.a. 10 Studios und 4 Werkstätten für start-ups aus dem Kreativ-Bereich und 15 modern eingerichtete Ateliers für Künstler. Außerdem hat es eine Theaterbühne mit 150 Sitzplätzen, eine eigene Restauration und der Möglichkeit in Zukunft ein Cafe an der Maas zu betreiben. 2008 ist das Bewährungsjahr, in dem alle möglichen Veranstaltungsformen, von workshops, Firmen-events, Theater- und Musikaufführungen bis zu Konferenzen und Universitäts-Meetings anzutreffen sind.
9	Hasselt-B	Die belgische Provinz Limburg ist mit dem Pukkelpop-Festival Heimat des größten Open-Air-Musikfestivals in Belgien. Es wird seit 1985 durchgeführt und hat im Jahr 2005 mit 184 Bands und 137.000 Zuschauern einen bemerkenswerten Rekord in diesem Genre aufgestellt. Damit ist es auch eines der größten Open-Air-Festivals in Europa überhaupt geworden. 2008 fand es vom 14. –17. August in Hasselt statt.
10	EUREGIOs B-NL-D	In der Projektregion sind die beiden EUREGIOs Maas-Rhein sowie Rhein-Maas-Nord aktiv. Beide haben seit ihrer Gründung mit ihren Programmen, Kooperationen und konstruktiven Mitarbeitern zum politischen Zusammenwachsen der Teilregionen beigetragen. EUREGIOs sind vor allem ein gutes Werkzeug zur Belebung der grenzüberschreitenden Zusammenarbeit für Insider wie Politiker und Regional- und Kommunalinstitutionen – bleiben aber in der breiten Öffentlichkeit mit ihrem positiven Wirken weitgehend unbekannt. In der Regel beschäftigen sie sich mit Kultur nur am Rande. Es besteht hier also die Möglichkeit, durch Implementieren von Programmpunkten der Kultur und Kreativwirtschaft die euronale Zusammenarbeit zu erweitern und umgekehrt sollten die EUREGIOs diese Inhalte in ihre Tatesarbeit aufnehmen. In der Kombination Initiative aus den EUREGIOs und Finanzierung durch Interreg IV könnte daraus für alle Beteiligten eine Erfolgs-Story werden, die auch in der Bevölkerung Beachtung finden. Vorschläge der creative class hierfür liegen vor.
11	Monschau-D	Das KuK (Kunst- und Kulturzentrum im Kreis Aachen) ist das 1. kulturelle Gründerzentrum in NRW. Es ist ein Ergebnis des Wettbewerbs „Kulturelle Gründerzentren“ des NRW-Wirtschaftsministeriums aus 2001. Als Ateliergemeinschaft auch für ausländische Künstler ermöglicht es einen Erfahrungsaustausch, bietet eine Marketing-Beratung und hat zwischenzeitlich eine grenzüberschreitende Anziehung erworben.

Liste grenzüberschreitender Aktivitäten zur Kultur und Kreativwirtschaft im Projektgebiet (Auszug)

Nr.	Standort	Beschreibung
12	Aachen-D	<p>Das GründerZentrum Kulturwirtschaft Aachen besteht seit 2004 und entwickelte sich aus einer Start-Initiative des NRW-Wirtschaftsministeriums. Seine Arbeitsweise wird durch die 3 Säulen Beratung, Vermittlung und Vermarktung charakterisiert. Künstler und Kulturschaffende erhalten betriebswirtschaftliche Beratungen und Hilfestellungen auf dem Weg in die unternehmerische und künstlerische Selbständigkeit.</p> <p>Zu den Kernleistungen zählt das Programm KULTURunternehmen, in dem Gründer durch regelmäßige coachings und workshops kontinuierlich begleitet werden. Die Vernetzung und Vermarktung soll auch euregional gefördert werden, wodurch das Gründerzentrum eine grenzüberschreitende Zusatzkompetenz aufweist.</p>
13	Eupen-B	<p>Der seit 1992 existierende Musik Marathon Eupen findet 2008 erstmalig über 2 Tage am 28./29. Juni statt. Die gesamte Innenstadt ist dann ein Festival-Terrain. Dazu werden über 10.000 Besucher aus der 3-sprachigen Region aus den Städten Liège, Hasselt, Maastricht, Köln und Luxembourg in der Deutschsprachigen Gemeinschaft (DG) erwartet. In diesem Zusammenhang wird auch der Alte Schlachthof Eupen zusammen mit den ehemaligen Kino Capitol zu einer grenzüberschreitenden (im Rahmen des Gemaal-Projekts mit Alsdorf, Genk und Maastricht) Kultureinrichtung ausgebaut.</p>
14	Lüttich-B	<p>Die EUREGIO Design Platform bemüht sich innerhalb der EUREGIO Maas-Rhein ein nachhaltiges Design-Cluster zu entwickeln. Es geht hier um ein dauerhaftes Design, das auch Begrifflichkeiten wie Ökologie, Verwendbarkeit, Preis-Kostenrelation, Produktivität und Vermarktungsfähigkeit berücksichtigt. Im Rahmen des Pilotprojekts EUREGIO Design Platform als geplantes INTERREG-IV Projekt, wurde mit euregionalen Designern Kontakt aufgenommen, weil es zu wenig Informationen über die euregionale Design-Szene und ihre Leistungsfähigkeit rund um die Städte Maastricht, Hasselt, Aachen und Lüttich gibt. Zu den Zielgruppen zählen die kleinen und mittleren Unternehmen (KMU's) ebenso wie Mikrobetriebe, Ausbildungseinrichtungen, Forschungszentren sowie die gesamte creative community mit Designern, Architekten, Künstlern und die breite Öffentlichkeit.</p>
15	Voerendaal-NL	<p>Die in Voerendaal beheimatete EURIADÉ hat 2008 das Thema „Kind“ zum Thema. Sie ist ein jährlich durch die „Stichting Euriade“ organisiertes Kulturfestival in der Region Aachen unter Beteiligung der niederländischen Provinz Limburg. Im Rahmen dieses Festivals finden Musikwettbewerbe, eine Reihe „Jugend im Dialog“ mit Jugendlichen aus Österreich, Deutschland, den Niederlanden und Belgien, Konzerte, Lesungen, Kunstausstellungen etc. statt. Veranstaltungsorte sind unter anderem die Abtei Rolduc (Kerkrade), die Burg Rode (Herzogenrath), das Alte Kurhaus (Aachen), sowie andere Veranstaltungsorte in den Niederlanden und Deutschland. Intendant der Euriade ist Werner Janssen (Amsterdam und Aachen).</p> <p>Im Januar 2008 führte die Stichting Euriade ein Charlemagne-Festival zum Thema Befreiung von Auschwitz in Aachen, Heerlen, Kerkrade und Eupen durch. Im Sommer hält die Stichting Euriade regelmäßig das Amadeo-Musikfestival mit klassischen Konzerten und einem internationalen Wettbewerb für junge Künstler ab. Die Stichting Euriade verleiht seit 2002 alljährlich die Martin-Buber-Plakette für besondere Verdienste um die Menschlichkeit. Preisträger waren bisher u.a. Helmut Schmidt, Karlheinz Böhm, Herman van Veen oder Michail Gorbatschow.</p>
16	5plus-B, D, NL	<p>Die Städtekooperation 5plus umfasst Maastricht, Aachen, Hasselt, Heerlen und Lüttich: Diese fünf großen Städte der EUREGIO Maas-Rhein bilden zusammen die Vereinigung '5plus'. Fünf im Nu erreichbare Städte, die mit einer ganzen Bandbreite an Aktivitäten aufwarten. Die Webseite informiert über Kultur, Shopping und Gastronomie sowie über wichtige Veranstaltungen, verkaufsoffene Sonntage etc. Der grenzüberschreitend interessierte Leser bekommt einen ersten Eindruck von den Besonderheiten jeder Stadt; eine Karte der Region ermöglicht schon im Vorfeld eine Routenbestimmung.</p>

Liste grenzüberschreitender Aktivitäten zur Kultur und Kreativwirtschaft im Projektgebiet (Auszug)

Nr.	Standort	Beschreibung
17	EUREGIO Maasr-Rhein B,D,NL	<p>Das Projekt grünmetropole oder auch groenmetropool ist aus der EuRegionalen 2008 (mit Interreg-Mittel der EU gemeinsam zum Teil finanziert) entstanden. Im Projektgebiet bestimmte über Jahrzehnte die Steinkohleförderung das Leben (Halden, Schächte, Bergarbeiter-Viertel), die in Belgien, Deutschland und den Niederlanden stellenweise in Freizeit- oder Kultureinrichtungen umgewandelt sind. Grünmetropole nutzt den gemeinsamen Nenner der industriellen Vergangenheit für die zukünftige Entwicklung einer grenzüberschreitenden industriellen Folgelandschaft in den Bereichen Tourismus, Kultur und Wirtschaft.</p> <p>2 Routen verbinden attraktive Kultur- und Naturräume der 3 Länder von Beringen (B) via Sittard und Gangelt (NL) bis nach Eschweiler, Jülich und Düren über jeweils 250 km Länge. Groenmetropool verfolgt das Ziel, die vielfältigen Gesichter der Region mit den sprachlichen und kulturellen Verschiedenheiten unter dem Dach grünmetropole zu vereinen.</p>
18	Aachen-euregio emr	<p>Das Projekt Industriemuseen⁷ (Träger ist der Verein der Industriemuseen in der euregio Maas-Rhein) entwickelte sich aus der EUREGIO-NALEN 2008 und soll beispielhaft für die Zusammenarbeit der Museen (im nicht traditionellen Kulturbereich) in der EUREGIO Maas-Rhein genannt werden. Einige Highlights stellt eine Regionalroute der European Route of Industrial Heritage in Englisch, Niederländisch, Französisch und Deutsch vor – mit Museen in Städten wie Eupen, Lüttich, Verviers, Düren, Euskirchen, Aachen, Hückelhoven, Kerkrade, Simpelveld oder Valkenburg.</p>
19	WIR/NOUS/WJAachen-D+	<p>„WIR/NOUS/WIJ – euroregionale Kulturmacher“ möchte als 1. euroregionale Kulturplattform der EUREGIO Maas-Rhein die „Kulturmacher“ grenzüberschreitend zusammen bringen. Ziel ist es die Zusammenarbeit bei den über 300 Kunst- und Kulturveranstaltungen zu fördern und zu vernetzen, die im Projektgebiet stattfinden. Traditionell findet das Euroregionale Kulturmeeting 1 Mal jährlich seit 2006 im Heerleener Glaspalais mit über 320 Teilnehmern statt. Dabei werden Projektideen gemeinsam formuliert und später realisiert. Veranstalter sind u.a. die REGIO Aachen, Huis van de Kunsten Limburg, die Provinzen Liège und Limburg und die Deutschsprachige Gemeinschaft. Für 2008 ist das Treffen am 6. Juni im Aachener Ludwig Forum für internationale Kunst geplant.</p>
20	Zachte g-NL	<p>Das Internet-Portal Zachte g ist für den Austausch aller Künstler, Kulturschaffenden, „content-worker“, und MitarbeiterInnen von Institutionen im Auftrag der Provinzverwaltung eingerichtet worden, um der kreativen Klasse einen mediengerechten Informations- und Austauschraum zu bieten. Dazu wird regelmäßig zum Beispiel ein news-letter versendet oder auch die Möglichkeit zum chatten geboten.</p> <p>Das Zachte g wird von einem professionellen Administrator mit Sitz in Heerlen animiert und verwaltet. Eine grenzüberschreitende Erweiterung bietet sich an und ist vorgesehen.</p>
21	Venlo-NL+	<p>CROSSART ist eine deutsch-niederländische Kooperation zehn ausgewählter Museen, die Kunst, Natur und Architektur in sich vereinen. Hinter dem Begriff „ROUTE MODERNE KUNST“ verbirgt sich die beispielhafte Museumslandschaft der Grenzregion Niederrhein/Niederlande mit ihrem reichen Kunst-, Kultur- und Landschaftsangebot. Alle Museen präsentieren vorwiegend Werke aus der klassischen Moderne und der zeitgenössischen Kunst in eigenen Sammlungen oder auch in regelmäßigen Wechselausstellungen.</p> <p>Aus der Projektregion zählen u.a. das Museum van Bommel van Dam - Venlo, die Krefelder Kunstmuseen oder das Museum Abteiberg-Mönchengladbach zu den Kooperationspartnern, die damit eher eine Ost-West Verbindung und eine interessante Alternative zu anderen Museums-Clustern eingehen.</p>

⁷ Bemerkung zum Kultur-Tourismus, dem Sektor 12 der Definition Kultur und Kreativwirtschaft in der EU: Die Projektkliste enthält ausdrücklich nicht Museen in Belgien, Niederlanden oder Deutschland, grenzüberschreitende Wanderwege (Hohes Venn und Eifel), und ähnliches, da dies den Rahmen dieser Auflistung sprengen würde. Auf die Bedeutung von (grenzüberschreitend bedeutenden und/oder noch zu entwickelnden) Museums-Clustern wird an anderer Stelle eingegangen.

Liste grenzüberschreitender Aktivitäten zur Kultur und Kreativwirtschaft im Projektgebiet (Auszug)

Nr.	Standort	Beschreibung
22	Karneval-B-D-NL	Im gesamten Projektraum stellt der Karneval von November bis Aschermittwoch einen bedeutenden gesellschaftlichen Treffpunkt und Wirtschaftsfaktor dar. In diesem Zeitraum einschließlich der Karnevalsumzüge sind Millionen Menschen damit beschäftigt, Szenekultur und Hochkultur, karnevalistische Artefakte und Sitzungen auf die Beine zu stellen. Alles zusammen findet zusätzlich ein großes Medienecho. Der wirtschaftliche Mehrwert ist nicht bezifferbar und dürfte eine 3-stellige Millionenanzahl erreichen.
23	Maastricht-NL	Über Jahrzehnte führt der Erfolgsweg von André Rieu als Maastrichter Violinist und Musikproduzent steil nach oben. Er ist ein musikalisches Markenzeichen seiner Heimatstadt geworden. Mit seinem Orchester spielt er vorwiegend Populäre Klassik und Walzermusik bei seinen Auftritten in der ganzen Welt; zuletzt in den USA und Toronto. Neben den Konzerten auf Tourneen produziert Rieu jährlich an traditionsreichen Orten auf der Welt aufwendige, abendfüllende Specials, die von Fernsehanstalten ausgestrahlt und auf DVD aufgezeichnet werden. In seinen Specials treten auf Einladung verschiedene Popgrößen auf. Dazu zählen auch regelmäßige Open-Airs in seiner Geburtsstadt auf dem Maastrichter Vrijhof-Gelände, die eine große grenzüberschreitende Resonanz finden.
24	Roermond-NL	Das Designer-Outlet-Center Roermond stellt mit ca. 3 Mio. Besuchern jährlich und mit seinen kulturellen Veranstaltungen eine neue potenzielle Partnerschaft von Kommerz und Kunst dar. Die Besucher aus den Niederlanden und dem grenznahen Raum erleben damit zukünftig Kultur, Musik und andere kreative Veranstaltungs- und Verkaufsformen in Kombination als Erfolgskonzept im Einzelhandel.
25	Maastricht-NL	Eine EU-Konferenz 2009 zur Kultur und Kreativwirtschaft aus Anlass des Europäischen Jahr der Kreativität und Innovation im Jahr 2009 wird in Maastricht stattfinden. Dabei werden hochrangige Vertreter der EU-Kommission sowie Teilnehmer aus dem In- und Ausland erwartet. Themen wie sie der vorliegenden Bericht aufzeigt, gehören zum Tagungsprogramm; insbesondere die grenzüberschreitende Zusammenarbeit auf allen europäischen Politikebenen der Kultur und Kreativwirtschaft.
26	Limburg-NL	Der international tätige Architekt Jo Coenen stammt aus Heerlen und unterhält auch in Maastricht ein Büro. Zu seinen bekanntesten Bauwerken zählen das Centre Céramique sowie der Masterplan für das Mosae-Forum an der Maas. Von 2000 – 2004 war Coenen Rijksbouwmeester. Darüber hinaus ist das Büro J. Coenen zum Beispiel in der grenzüberschreitenden Region Lothringen-Luxemburg vertreten. Hier soll mit dem Städtebauprojekt Esch-Belval neues städtisches Leben mit Wohn- und Gewerbebebauung inklusive Universitätsbauten entstehen. Esch-Belval dient als Modell-Vorhaben und beweist den hohen Stellenwert von renommierter Limburger Architektur in Europa.
27	Hasselt-B	Z 33 ist die Adresse Zuivelmarkt 33 des in Hasselt beheimateten Kreativitäts- und Ausstellungszentrums, das auf Initiative der Provinz Limburg (B) entstanden ist. Z33 hat seinen Schwerpunkt auf Design und Zeitgenössische Kunst mit Ausstellungen, Media, Film, Theater, Tanz und Musik gelegt, stellt dafür einen Branchen-Treff dar und belebt die gesamte Kreativitätsbranche in Limburg (B) – auch grenzüberschreitend. Die Z33-Gebäude und Ausstellungshallen liegen im vormaligen Beguinenhof von Hasselt mitten im Stadtzentrum – und vereinigen damit Architektur, kulturelles Erbe und Zeitgenössische Kunst. Die zentrale Lage und das innovative Veranstaltungs-Management sichern eine hohe Besucherzahl.

Liste grenzüberschreitender Aktivitäten zur Kultur und Kreativwirtschaft im Projektgebiet (Auszug)

Nr.	Standort	Beschreibung
28	EUREGIOs-B-NL-D	Das grenzüberschreitende EU-Programm INTERREG bietet Möglichkeiten neben Projekten in den Sektoren Infrastruktur, Wirtschaft, Gesundheit, oder Ausbildung auch im Bereich Kultur und Kreativwirtschaft oder grenzüberschreitender Tourismus zu finanzieren. Dies wird von den Projekt-Teilregionen durchaus genutzt – aber in zu geringem Maße, weil der bürokratische Aufwand für die Projektdurchführung sehr groß und vielerorts gefürchtet ist. Für die neue Laufzeit INTERREG IV 2007 – 2013 sind Erleichterungen angekündigt, insbesondere bei der Kofinanzierung, deren 50%-Anteil in der Vergangenheit von potenziellen Projektpartnern oft nicht aufgebracht werden konnte. Die creative community sollte mutig mit öffentlicher Unterstützung eigene Projekte beantragen! Die ersten Projektanträge wurden mit Beginn des Jahres 2008 eingereicht, so dass noch genügend Mittel vorhanden sind.
29	EUREGIO-B-NL-D	Beim Literatur-Schüler-euregio Preis wählen Schüler die Preisträger aus. Damit wird eine eher traditionelle Kulturform für die jüngerer Generation geöffnet, bei der auch Lesungen stattfinden. Die Veranstaltung ist die erste ihrer Art in der Projektregion und hat auch Vorbildcharakter für andere cross-border Partnerschaften in Europa.
30	Limburg-NL	Im Huis voor de Kunsten in Limburg sind derzeit über 40 Organisationen, Stiftungen und Vereine aus ganz Limburg im Bereich Kultur und Kreativitätswirtschaft zusammen geschlossen. Alle zusammen arbeiten an der kulturellen Weiterentwicklung Limburgs und seiner Nachbarregionen. Dazu gibt es auch Beratungen zu Förderprogrammen, Programmplanung und Marketingfragen, die u.a. ein fester Mitarbeiterstab leistet.
31	Lüttich-B	Mit dem Programm Akte.Dossier>Liege 2020 und einer gleichnamigen Studie soll ein Zukunftsbild für die Provinz Lüttich provinzweit (und in Teilbereichen grenzüberschreitend) formuliert werden. Eine Gruppe aus ca. 50 kulturellen, wirtschaftlichen, privaten und öffentlichen Organisationen beraten dabei über die „futuribles“, die die Bereiche Kultur-Tourismus, Kreativwirtschaft und Kultur miteinbeziehen. Dazu sind 4 Zukunftsszenarien aufgestellt worden, die in öffentlicher Debatte in der gesamten Provinz Lüttich unter Einschluss der deutschsprachigen Gemeinschaft moderiert diskutiert werden.

4.0 Maastricht und Partnerstädte MAHHL+⁸: die Bewerbung zur EU – Kulturhauptstadt 2018

4.1 Bewerbungsverfahren für die Europäische Kulturhauptstadt (ECoC⁹)

Athen war 1985 die erste Europäische Kulturhauptstadt; seitdem ist dieser jährlich verliehene Titel eine nachhaltige Erfolgsstory für die ausgewählten Städte geworden. Ihre internationale Bekanntheit und Beliebtheit bei Touristen wird beträchtlich gesteigert, beachtliche private und öffentliche Investitionen in die Stadtinfrastruktur und die schon vorhandenen Tourismuseinrichtungen geleistet und ein hoher sozialer und politischer Zusammenhalt der Bevölkerung der ausrichtenden Stadt oder Region mit dem Umland erzielt.

Spätestens seit Luxemburg mit Großregion 2007 zur European Capital of Culture – EcoC – ernannt wurde, ist auch der grenzüberschreitende Charakter der Auszeichnung zur Kulturhauptstadt erkannt und bewiesen. Ab 2011 bekommen jeweils 2 EU-Städte in verschiedenen Staaten (als Zwillingstädte) diesen Titel verliehen und organisieren dann in Abstimmung mit der EU und unterstützt durch das EU-Kultur-Programm die Aktivitäten für das betreffende Jahr. 2018 sind dafür Malta und die Niederlande vorgesehen.

Spätestens bis zum 1. Januar 2012 muss die niederländische Regierung einen Aufruf an ihre Städte veröffentlichen, sich als Kulturhauptstadt zu bewerben. Die Städte können innerhalb von 10 Monaten nach Bekanntmachung des Aufrufs ihre Kandidatur anmelden.

Eine unabhängige Jury, deren Mitglieder vom Europäischen Parlament (2), vom Europarat (2), der Europäischen Kommission (2), dem Ausschuss der Regionen (1) und dem betreffenden Staat (6) vorgeschlagen werden, beurteilt die eingereichten Bewerbungen und empfiehlt die Kandidatur bestimmter Städte.

Das Verfahren besteht aus zwei Phasen. Zunächst werden Städte benannt, die in die engere Wahl kommen. In der zweiten Phase müssen diese Städte ausgearbeitete Vorschläge einrei-

⁸: MAHHL+ = Maastricht, Aachen, Hasselt, Heerlen, unter Einschluss von Sittard-Geleen

⁹: European Capital of Culture

chen, auf deren Grundlage die endgültige Auswahl getroffen wird. Spätestens am 1. Januar 2014 nominiert die niederländische Regierung unter Berücksichtigung der Empfehlung der europäischen Jury eine Stadt, die 2018 Europäische Kulturhauptstadt werden soll. Nach einer entsprechenden Stellungnahme des Europäischen Parlaments schlägt die Europäische Kommission dann die Stadt vor, die schließlich offiziell vom Europarat als Europäische Kulturhauptstadt für das Jahr 2018 ernannt wird.

Maastricht hat sich nach dem derzeitigen Stand der Dinge entschieden, eine Kandidatur zusammen mit seinen benachbarten Städten Aachen, Hasselt, Heerlen und Lüttich – als Kurzbezeichnung die MAHHL-Städte unter Einschluss von Sittard-Geleen – in Erwägung zu ziehen. Darüber soll Ende 2008 im Stadtrat entschieden werden.

Zum Abschluss des Berichts legen wir dazu eine SWOT (Strengths – Weaknesses – Opportunities – Threats) – Liste in Tabellenform vor, die die Situation im Sommer 2008 als Momentaufnahme darstellt. Die SWOT – Liste könnte auch Grundlage für alle nach dem Bericht erfolgenden weitergehenden Kooperations-Bemühungen zwischen den MAHHL+ - Städten sein.



4.2 SWOT Liste für Maastricht und MAHHL+¹⁰ -Städte Bewerbung EcoC¹¹ 2018

Strengths	Weaknesses
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Sektoren 1-12 der EU-Definition für Kultur und Kreativwirtschaft sind grenzüberschreitend ausgeglichen besetzt und von wirtschaftlicher Bedeutung ▪ 700 Kultur-events jährlich entstehen zu 90% aus der Maastrichter Bevölkerung und werden nicht von außen eingekauft ▪ Die Kultur und Kreativwirtschaft ist in der gesamten Projektregion (insb. in der niederländischen Provinz Limburg) eine Wachstumsbranche mit hohen Zuwachsraten ▪ Durch die Maastrichter Verträge von 1992 ist die Stadt ein internationaler Brand/Warenzeichen und vom Namen her bekannt ▪ Es bestehen viele private und öffentliche grenzüberschreitende Initiativen – auch als PPP; siehe Liste der grenzüberschreitenden Projekte S. 78 ▪ Positive Presse für alles Europäische in Limburg vorhanden ▪ Maastricht ist die Stadt mit den meisten EU-Forschungseinrichtungen ▪ Die EcoC-Bewerbung <ul style="list-style-type: none"> • beschleunigt die Investitionen in die Infrastruktur • unterstützt Tourismus durch steigende Besucherzahlen für einige Jahre • stärkt Zusammenhalt, Stolz und Selbstbewusstsein der lokalen und regionalen Bevölkerung • verbindet Tourismus, Kultur und Kreativwirtschaft • wird Maastricht als Zentrum für Kultur und Kreativwirtschaft in der Projektregion positionieren ▪ Hohe tägliche Berufs-Pendlerbewegungen aus dem Ausland bieten Potenzial für zusätzliches Interesse am kulturellen Leben von Maastricht ▪ Maastricht arbeitet zusammen mit den Grenzstädte in der Euregio im sogenannten MHAL Verband ▪ In einigen MHAL Städte haben die Gemeinderäte bereits beschlossen die Initiative von Maastricht zu unterstützen ▪ MAHHL ist die einzige grenzüberschreitende niederländische Bewerbung 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sprachbarrieren zwischen B, NL und D wirken in bestimmten sozio-ökonomischen und kulturellen Bereichen als Mobilitäts-Hemmnisse ▪ Die Mitgliedschaft in zwei EUREGIOs verwässert mitunter die Klarheit bei grenzüberschreitenden Aktivitäten ▪ Bisher kein Monitoring und keine validen Statistiken auf Regionalebene für Kultur und Kreativwirtschaft mit Aussagekraft vorhanden ▪ Zur Zeit Grenzüberschreitende Ziele vage formuliert und eher zufällig (z.B. Zusammenarbeit in der Regionalpolitik, Universitäten, Gesundheit, Kultur, Tourismus, ÖPNV) ▪ Geringe EU-Fondbeteiligung und nur schwache EU-Verpflichtung zur Unterstützung zu erwarten ▪ Die zwei EUREGIOs, zu denen Limburg gehört, sind noch zu wenig in die Themen EcoC oder Kultur und Kreativwirtschaft eingebunden

¹⁰: MAHHL+ = Maastricht, Aachen, Hasselt, Heerlen, unter Einfluss von Sittard-Geleen

¹¹: European Capital of Culture

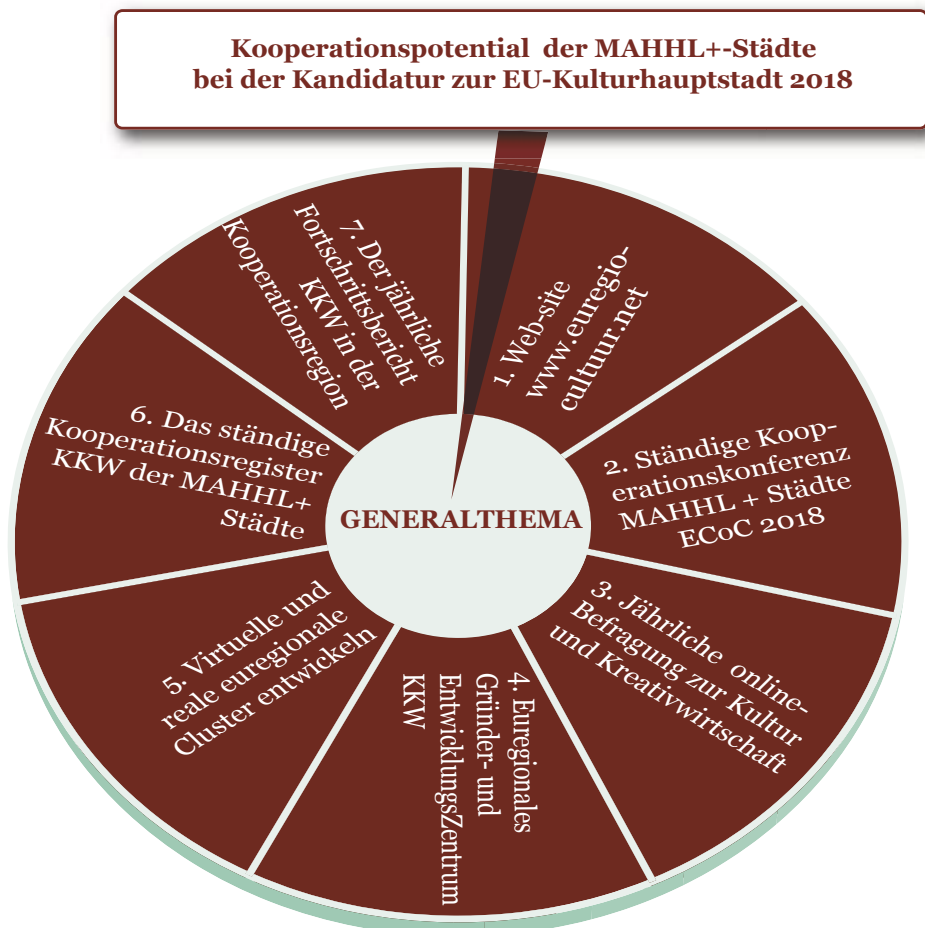
Opportunities	Threats
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gemeinsamer EcoC-Fonds der beteiligten MAHHL-Städte steigert Kooperationsfähigkeit und den Willen dazu; Kohäsion der Projektregion ▪ EcoC kann Tourismus, Kultur und Kreativitätswirtschaft verbinden ▪ EcoC als Möglichkeit bisher nicht kulturinteressierte Personenkreise zu gewinnen; sie zahlen ja auch via Steuern mit ▪ Erfüllung der Lissabon-Ziele im Rahmen der EU-Beschäftigungsstrategie auf lokaler und regionaler Ebene ▪ Zusammenarbeit mir anderen ehemaligen und zukünftigen EcoC-Städten und deren Netzwerken ▪ Gründung eines für Maastrichter Verhältnisse adäquaten Städtenetzwerkes in Europa (z.B. Merkmal: Provinzhauptstädte) initiieren ▪ Möglichkeit für starke Professionalisierung der Pressearbeit für Kultur und Kreativwirtschaft und potenzielle Verankerung in eigener Bevölkerung nutzen ▪ Koordinationsstrukturen auf jeden Fall beibehalten/fortführen - auch ohne erfolgreiche Bewerbung für EcoC ▪ Vermehrter Austausch auf EU-Level im Bereich Kultur und Kreativitätswirtschaft für die Projektregion; geplante EU-Konferenz in Maastricht dazu 2009 als best practice ▪ Public Private Partnership (PPP) – mit lokaler und regionaler Industrie, Städten, Sponsoren etc ▪ Chance zur langfristigen Kultur- Tourismusedwicklung vorhanden und ab 2008 im Verbund MAHHL+ nutzen ▪ Positive EU-Imageeffekte europaweit nutzen ▪ Positive Effekte für lokale, regionale Wirtschaft bei Schaffung von Arbeitsplätzen 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Grundsätzliche grenzüberschreitende Müdigkeit in Teilbereichen feststellbar, da schon zu lange ohne genügend Bevölkerungsbeteiligung und wenig öffentlichkeitswirksam EcoC intern diskutiert wird ▪ Verwässerung der Konzeption bei zu vielen grenzüberschreitenden Städten/Partnern? ▪ Wird die EcoC-Bewerbung von der jeweiligen Bevölkerung mitgetragen? ▪ Konzessionen an EcoC Spielregeln und Sponsoren, die Einfluss nehmen wollen ▪ Keine großen €-Zuwendungen von der EU oder anderen europäischen Stellen zu erwarten

Mehr Informationen über EcoC: Case Study on European Capitals of Culture (2003 - 2007) unter http://www.cultural-economy.eu/documents/cs_eu_caps.pdf

4.3 Kooperationsrondell MAHHL+-Städte – Cultuur Cooperation Limburg

Als Konsequenz aus allen vorgenannten Plus und Minus-Beobachtungen in Verbindung mit der SWOT-Liste schlagen wir die Verwirklichung des Kooperationsrondells mit seinen 7 Subthemen vor. Die Inhalte des Rondells sind geeignet, in der ab Ende 2008 startenden Kooperationsphase zwischen den MAHHL+ -Städten als Orientierung für die folgenden Jahre zu dienen.

Grafik 5: Kooperationsrondell MAHHL+

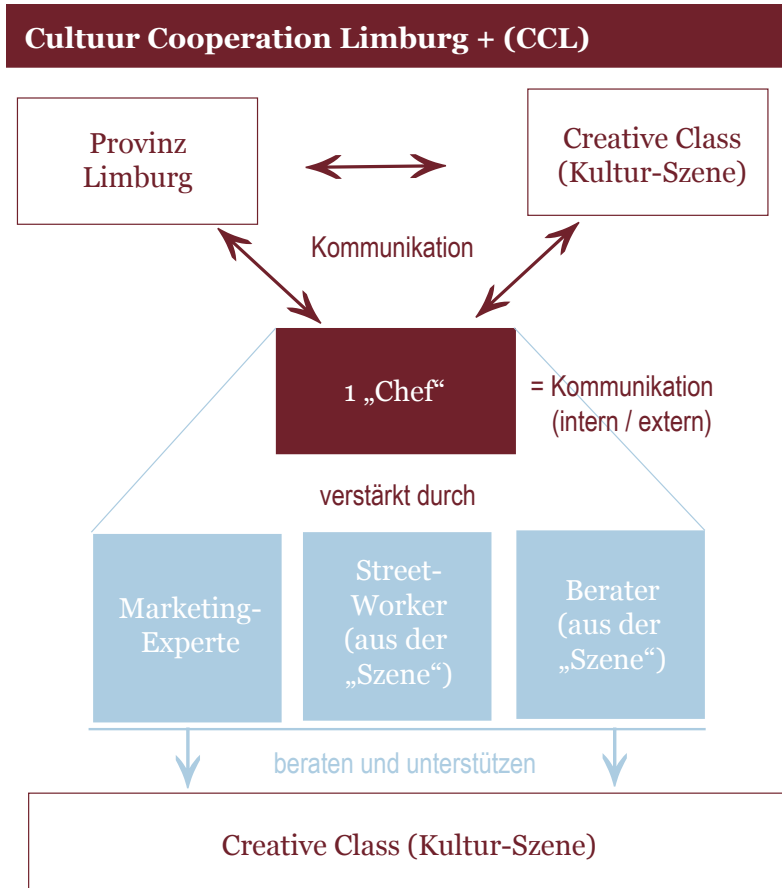


Alle MAHHL+-Städte beteiligen sich am Generalthema

Diesem sind zugeordnet:

1. Web-site www.euregio-cultuur.net (Einrichtung und aktuelle Pflege)
2. Ständige Kooperationskonferenz MAHHL+-Städte ECoC 2018
3. Jährliche online-Befragung zur Kultur und Kreativwirtschaft in der Kooperationsregion
4. Eureregionales Gründer- und Entwicklungszentrum Kultur und Kreativwirtschaft (KKW)
5. Virtuelle und reale eureregionale Cluster entwickeln – Museum, Musik, Spa-Gesundheits-Tourismus, design, ...
6. Das ständige Kooperationsregister Kultur und Kreativwirtschaft (KKW) MAHHL+-Städte 2018
7. Der jährliche Fortschrittsbericht Kultur und Kreativwirtschaft (KKW) in der Kooperationsregion

Grafik 6: Koordinationsstelle Cultuur Cooperation Limburg+ (CCL)



Während des workshops vom 25.4.2008 in Maastricht wurde ein Modell als Anregung vorgestellt, das eine Stelle oder Person vorsieht, die in der Lage ist, Vorschläge aus der creative community (auch zum Bewerbungsverfahren Europäische Kulturhauptstadt 2018) in Limburg effizient und grenzüberschreitend umzusetzen.

Die im workshop sogenannte Cultuur Cooperation Limburg+ (CCL) soll ein Hauptziel umsetzen; nämlich die Beseitigung von Wissenslücken bei der creative class für den marktwirtschaftlichen Erfolg durch professionelle Beratung auf dem Weg der Identifizierung und zur Marktfähigkeit ihrer Produkte.

Der CCL-Chef wirkt als Koordinator für gemeinsame Projekte und die klare Kommunikation zwischen den Institutionen der Provincie Limburg und der creative class. Ihm steht ein Marketingexperte zur Seite mit Wissen über Unternehmensgründungen, Fördermöglichkeiten aus lokalen, regionalen, nationalen und EU-Programmen, Aufstellung eines Business-Masterplans sowie zu Research-Development-Distribution (RDD) im Sinne einer realisierbaren Marketingstrategie. Außerdem verfügt die CCL+-Koordinationsstelle über 2 Szene-Kenner aus der Szene (also aus der creative class) als street-worker, die die Zielgruppe creative class direkt ansprechen bzw. jederzeit von dieser im Sinne einer Beratung angesprochen werden können.

Die CCL-Koordinationsstelle sollte räumlich nahe an der Szene angesiedelt sein, zum Beispiel im neu geschaffenen AINSI -(Art, Industry, Nature, Society und Innovation) Gebäude innerhalb der ENCI-Zementfabrik am Maasufer oder in einer vergleichbaren Situation, und ebenso engsten Kontakt zu allen öffentlichen Stellen der Städte, der Provinzverwaltung und Kammern haben. Außerdem sollte sie eine Mischfinanzierung aus privater und öffentlicher Trägerschaft für einen fest umrissenen Zeitraum von zum Beispiel 5 Jahren haben, damit sie arbeitsfähig ist.

Das Modell ist im Falle der Bewerbung zur EU-Kulturhauptstadt 2018 auf die Zusammenarbeit der MAHHL+-Städte übertragbar; und bekäme damit den nötigen grenzüberschreitenden Charakter. Außerdem könnte eine Finanzierung über das EU-INTERREG-IV Programm erfolgen, in dem alle Teilregionen mit Sitz und Stimme vertreten sind. Die dabei benötigte Kofinanzierung würde die Ernsthaftigkeit aller beteiligten Städte bei der Bewerbung unterstreichen.



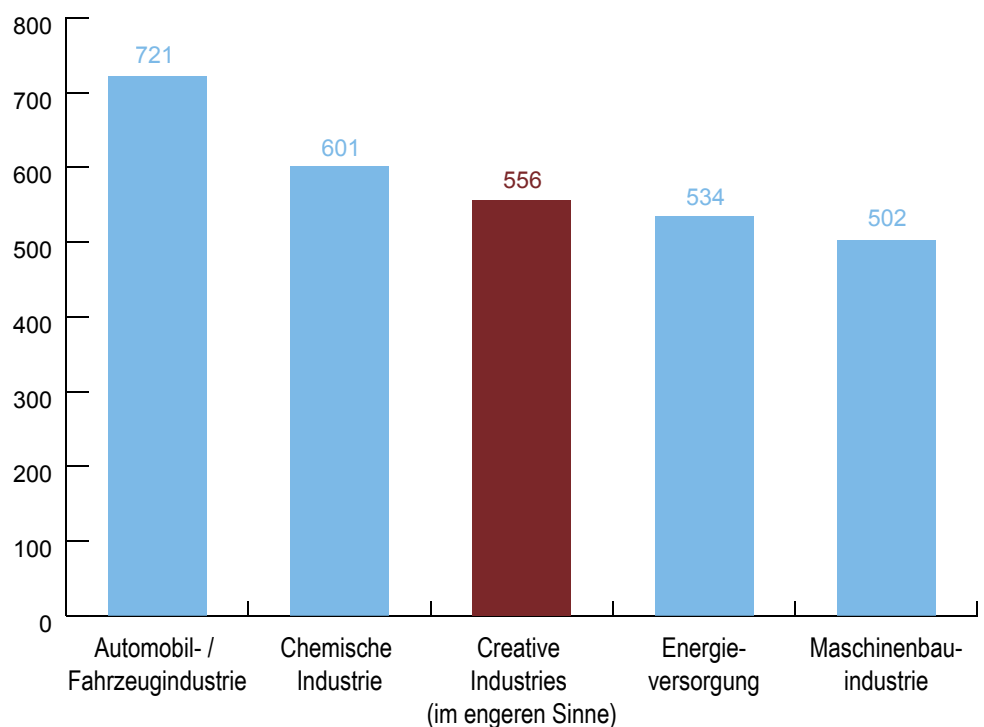
Abstimmungsgespräch in Lüttich: Robert Carabin, Directeur en Chef Liège Province Culture, Bruno Demoulin, Directeur Général Province de Liège, Jochim Geppert, MKW



Anhang A: Kreativwirtschaft/Creative Industries im Branchenvergleich der EU-25

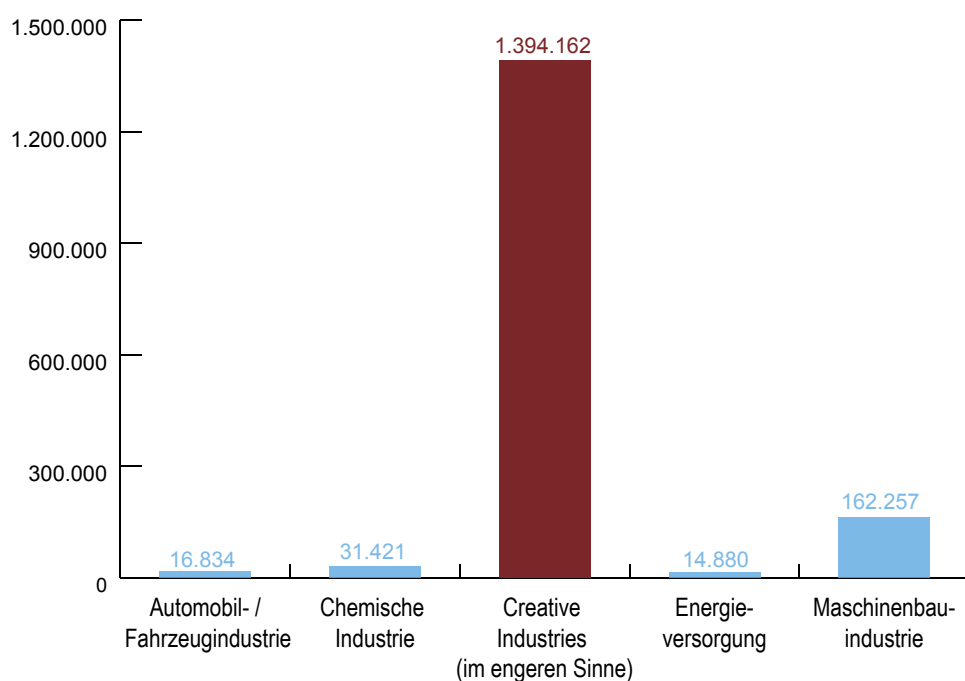
Die deutschen Kulturwirtschaftler Michael Söndermann und Joachim Geppert haben für die EU-Studie *The economy of Culture in Europe* den Branchenvergleich der Creative Industries für die EU-25 im Jahre 2002 diskutiert. Die zugrunde liegende Definition orientierte sich am britischen Begriff des *dcms*. Resultat ist das bemerkenswerten Ergebnis, dass sich die Creative Industries mit ca. 556 Mrd. € Umsatz zwischen der chemischen Industrie mit ca. 601 Mrd. € und der Energieversorgungsbranche mit ca. 534 Mrd. € wiederfinden. Vergleichbares gilt auch für die Folgejahre.

Creative Industries in der EU-25 im Branchenvergleich nach Umsätzen in Mrd. € - 2002



Noch signifikanter ist der Vergleich, wenn man die Anzahl der vorhandenen Unternehmen darstellt: Mit fast 1.400.000 Unternehmen liegen die Creative Industries konkurrenzlos vor der Maschinenbau-Industrie mit 162.000 Betrieben oder der oft zitierten Automobilindustrie mit knapp 17.000 Betrieben. Nach unseren Berechnungen beschäftigen diese Unternehmen in den Creative Industries innerhalb der EU-25 bis zu 6,4 Mio. Personen. Diese Schätzungen und Berechnungen basieren auf Eurostat (SUS-Strukturelle Unternehmens Statistik) Angaben aus dem Jahre 2002. Diese Schätzung beinhaltet gleichzeitig die Tatsache, dass überdurchschnittlich viele Mikro-Betriebe (Beschäftigtenzahl um die 5 Personen) in den Creative Industries zu finden sind.

Creative Industries in der EU-25 im Branchenvergleich nach Anzahl der Unternehmen - 2002



Im allgemeinen wird den traditionellen Branchen wie Chemie, Automobilindustrie oder Maschinenbau eine sehr große Bedeutung bei Umsätzen, Innovationen und Beschäftigung beigemessen. Die beiden Grafiken und die Tabelle machen klar, welchen hohen Stellenwert den Creative Industries zukommt. Dies ist bisher wenig erkannt und deshalb weder von privater noch von öffentlicher Seite gefördert oder in den öffentlichen Diskurs gebracht worden.

Es ist davon auszugehen, dass für die Projektregion mit ihren belgischen, niederländischen und deutschen Teilregionen nach Größenverhältnissen ein ähnliches Bild zustande kommt. Demnach ist die Kultur und Kreativitätswirtschaft bedeutsamer als die Maschinenbauindustrie und die Energieversorgung, wird allerdings von der chemischen Industrie überflügelt; was in der niederländischen Provinz Limburg mit den dort ansässigen Chemie-Majors DSM und SABIC auch nicht verwundert.

Creative industries im Vergleich zu ausgewählten Industriebranchen in der EU-25

		Umsatz (in Mrd. €)	Wertschöpfung (in Mrd. €)	Beschäftigte (in 1000)	Anzahl Unternehmen
NACE 34	Automobil-/ Fahrzeugindustrie	721	118	2.163	16.834 ^(a)
NACE 24	Chemische Industrie	601	171	1.929	31.421 ^(a)
NACE xxxx	Creative Industries (im engeren Sinne)	556	215	6.420	1.394.162 ^(a)
NACE 60	Energieversorgung	534	144	1.181	14.880 ^(a)
NACE 29	Maschinenbauindustrie	502	165	3.527	162.257 ^(a)

Hinweise:

^(a) Angaben zu Unternehmen für 2001.

Abgrenzung creative industries im weiteren Sinne umfasst die NACE-Codes: 22.1, 22.3, 72, 74.2+3, 74.4, 74.8 die unbereinigt aus der SUS übernommen werden. Zur Abgrenzung der creative industries (I) im engeren Sinne wurden die oben genannten NACE-Codes durch Schätzungen teilweise bereinigt: Verlagsgewerbe (22.1), Vielfältigkeit (22.3), Software/PC-Games (72.2), Architektur/Industriedesign (74.201-03) ohne Ingenieurbüros, Werbung (74.4), Design Aktivitäten (74.87) und zusätzlich die Kulturbranchen (92.1-5)

Quelle: Eurostat, Strukturelle Unternehmensstatistik (SUS) 2002, eigene Berechnungen und Schätzungen

Anhang B: Statistische Erfassung der Kultur und Kreativwirtschaft auf Grundlage der EU-Definition [nach NACE]

NACE = Nomenclature statistique des Activités économiques dans la Communauté Européenne

Sektor	NACE-Code
1. Bildende Kunst	9231.3 Selbständige bildende Künstler/innen
	9231.4 Selbständige Restaurator/innen
	9231.6 Selbständige Schriftsteller/innen
	3622.1 Bearbeitung von Edelsteinen, Schmucksteinen und Perlen
	3622.2 Herstellung von Schmuck aus Edelmetallen
	3622.4 Herstellung von Tafelgeräten und Bestecken aus Edelmetallen
	3661 Herstellung von Phantasieschmuck
	3663.2 Herstellung von sonstigem Kleidungszubehör
	3663.6 Verarbeitung von natürlichen Schnitz- und Formstoffen, Tierausstopferei
	3663.7 Herstellung von Weihnachtsschmuck
	2852.3 Beschlag- und Kunstschmieden
	2670.1 Steinbildhauerei und Steinmetzerei
	2670.2 Sonstige Be- und Verarbeitung von Naturwerksteinen und Natursteinen
	2630 Herstellung von keramischen Wand- und Bodenfliesen
	2621.2 Herstellung von Haushaltswaren und Ziergegenständen aus Steingut
	2621.3 Herstellung von Haushaltswaren und Ziergegenständen aus Ton / Töpferwaren
	1740.3 Herstellung von konfektionierten textilen Artikeln für die Innenausstattung
1740.4 Herstellung von sonstigen konfektionierten textilen Artikeln	
1730 Textilveredelung	
1721.2 Möbel- und Dekorationsstoffweberei	
2. Darstellende Kunst	9234.1 Tanzschulen
	9234.2 Erbringung von sonstigen kulturellen und unterhaltenden Leistungen
	9233 Schaustellergewerbe und Vergnügungsparks
	9232.1 Theater- und Konzertveranstalter
	9232.2 Opern- und Schauspielhäuser, Konzerthallen und ähnliche Einrichtungen
	9232.3 Varietés und Kleinkunsth Bühnen
	9232.5 Technische Hilfe für kulturelle und unterhaltende Leistungen
	9231.1 Theaterensembles
	9231.2 Ballettgruppen, Orchester, Kapellen und Chöre
9231.7 Selbständige Bühnen-, Film-, Hörfunk- und Fernsehkünstler/innen	
9231.8 Selbständige Artisten/innen	
3. Kulturelles Erbe	9253.1 Botanische und zoologische Gärten
	9252.1 Museen und Kunstaussstellungen
	9252.2 Denkmalschutzeinrichtungen
	9251 Bibliotheken und Archive
	5250.1 Einzelhandel mit Antiquitäten und antiken Teppichen
	5250.2 Antiquariate
5248.2 Einzelhandel mit Kunstgegenständen, Bildern, Briefmarken und Münzen	
5248.5 Einzelhandel mit Uhren, Edelmetallwaren und Schmuck	

Sektor	NACE-Code
4. Film und Video	9213 Kinos
	9212.1 Filmverleih
	9212.2 Videoprogrammanbieter
	9212.3 Filmvertrieb
	9211.1 Herstellung von Kinofilmen
	9211.4 Sonstige Filmherstellung
5. Fernsehen und Rundfunk	9220.1 Rundfunkveranstalter
	9220.2 Herstellung von Hörfunk- und Fernsehprogrammen
	9211.2 Herstellung von Fernsehfilmen
	2232 Vervielfältigung von bespielten Bildträgern
6. Software & Games	7222.1 Softwareberatung
	7222.2 Entwicklung und Programmierung von Internetpräsentationen
	7222.3 Sonstige Softwareentwicklung
	7221 Verlegen von Software
	2233 Vervielfältigung von bespielten Datenträgern
	2224 Aufbereitung von Digitaldaten
7. Musik	9231.5 Selbständige Komponisten/innen und Musikbearbeiter/innen
	5245.3 Einzelhandel mit Musikinstrumenten und Musikalien
	2231 Vervielfältigung von bespielten Tonträgern
	2214.1 Verlegen von bespielten Tonträgern
	2214.2 Verlegen von Musikalien
8. Bücher und Presse	5247.2 Einzelhandel mit Büchern und Fachzeitschriften
	5247.3 Einzelhandel mit Unterhaltungszeitschriften und Zeitungen
	2225 Weiterverarbeitung von bedrucktem Papier
	2223 Druckweiterverarbeitung
	2222 Drucken anderer Druckerzeugnisse
	2215 Sonstiges Verlagsgewerbe
	2213.1 Verlegen von Fachzeitschriften
	2213.2 Verlegen von allgemeinen Zeitschriften
	2213.3 Verlegen von sonstigen Zeitschriften
	2212.1 Verlegen von Tageszeitungen
	2212.2 Verlegen von Wochen- und Sonntagszeitungen
2211.1 Verlegen von Büchern	
2211.2 Verlegen von Adressbüchern	
9. Design	7487.1 Ausstellungs-, Messe- und Warenmarkteinrichtungen
	7487.4 Ateliers für Textil-, Schmuck-, u.ä. Design
	7420.6 Büros für Industriedesign
	5244.4 Einzelhandel mit keramischen Erzeugnissen und Glaswaren
	5243.2 Einzelhandel mit Leder- und Täschnerwaren
	5242.1 Einzelhandel mit Bekleidung
	5242.2 Einzelhandel mit Herrenbekleidung und Bekleidungszubehör
	5242.3 Einzelhandel mit Damenbekleidung und Bekleidungszubehör
	5242.4 Einzelhandel mit Kinder- und Säuglingsbekleidung und Bekleidungszubehör
	5242.5 Einzelhandel mit Kürschnerwaren
	5241.1 Einzelhandel mit Haushaltstextilien
	5142.4 Großhandel mit Bekleidungszubehör
	5142.5 Großhandel mit Unterbekleidung, Pullovern u.Ä.
5141.1 Großhandel mit Meterware für Bekleidung und Wäsche	
5141.2 Großhandel mit Heim- und Haushaltstextilien	
3512 Boots- und Yachtbau	
10. Architektur	7420.1 Architekturbüros für Hochbau und Innenarchitektur
	7420.2 Architekturbüros für Orts-, Regional- und Landesplanung
	7420.3 Architekturbüros für Garten- und Landschaftsgestaltung
11. Werbung	9211.3 Herstellung von Industrie-, Wirtschafts- und Werbefilmen
	7440.1 Werbegestaltung
	7440.2 Werbemittelverbreitung und Werbevermittlung

Sektor	NACE-Code
12. Kultur-Tourismus	6330.1 Reisebüros
	6330.2 Reiseveranstalter und Fremdenführung
	5523.1 Erholungs- und Ferienheime
	5523.2 Ferienzentren
	5523.3 Ferienhäuser und Ferienwohnungen
	5523.4 Privatquartiere
	5523.6 Boardinghouses
	5523.7 Sonstiges Beherbergungsgewerbe
	5522 Campingplätze
	5521 Jugendherbergen und Hütten
	5510.1 Hotels
	5510.2 Hotels garnis
	5510.3 Gasthöfe
	5510.4 Pensionen

Anhang C: Workshop am 25.04.2008, Maastricht in der Provinzregierung Limburg

„Der wirtschaftliche Wert der Kultur in der Provinz Limburg und ihren Nachbarregionen“

Freitag, 25. April 2008 – Provinzverwaltung Maastricht

9.00 – 12.30 Uhr

Uhrzeit	Thema	Referent
09.00	Begrüßung	Ministerin Odile Wolfs, Maastricht
09.20	Kultur und Kreativwirtschaft in der EU	Joachim Geppert MKW Wirtschaftsforschung, Saarbrücken
09.40	Round Table 1 + Fazit Kaffeepause	
11.00	Round Table 2 + Fazit	Hans op de Coul – Limburg 1
12.00	Stand der Dinge zum Kulturwirtschaftsbericht Limburg 2008	Joachim Geppert MKW Wirtschaftsforschung
12.30	Conclusio + Kartenabfrage	



Workshop-Teilnehmer



Hans op de Coul, Nico Herzig, Joachim Geppert beim Sender
Limburg 1

Reaktionen der Teilnehmer per Kartenabfrage

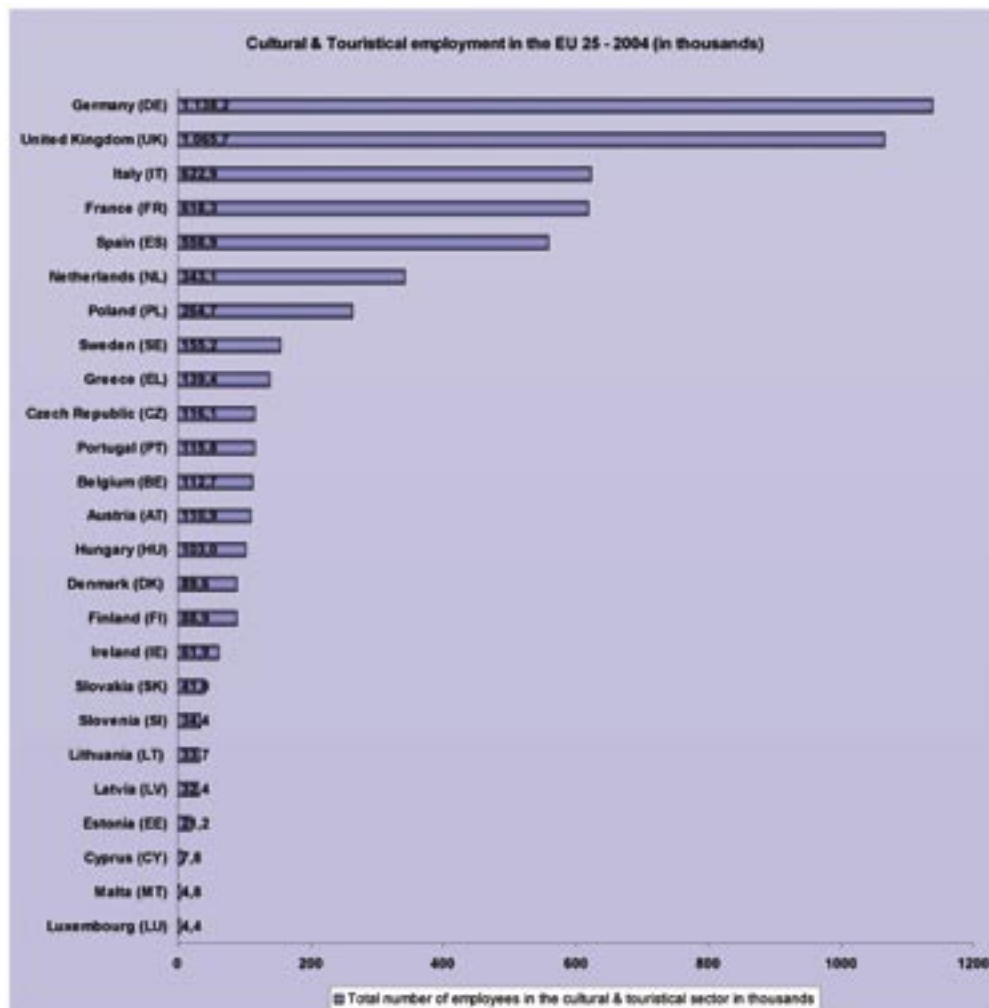
Blau = positiv

Rot = negativ

Nederlands	Deutsch
Kansen om creatieve industrie te koppelen aan nieuwe markten (cradle 2 cradle, duurzame energie) om zo innovatieve processen te stimuleren en unieke waarde voor Limburgse creatieve industrie te creëren	Chancen um Kreativwirtschaft an neue Märkte zu verbinden (Cradle 2 Cradle, nachhaltige Energie) um damit innovative Prozesse zu stimulieren und einzigartigen Wert für die Limburgische Kreativwirtschaft zu erstellen.
Diverse gemeenten zijn bereid geld te geven om middels culturele inzet (brochures) hun eigen gemeente aantrekkelijk te maken	Verschiedene Städte sind bereit Geld einzusetzen um mit Kulturellen Einsatz (Broschüren) ihre eigene Stadt attraktiv zu machen.
Goede wil van overheid én ondernemers	Guter Wille von Regierung und Unternehmern.
Wij hebben veel te bieden en kunnen met recht trots zijn op onze regio	Wir haben viel zu bieten und können zu Recht stolz sein auf unsere Region.
Enorm aanbod van culturele evenementen dat alleen maar groeiende is	Überwältigendes Angebot von kulturellen Veranstaltungen, welches nur noch weiter wächst.
Enkele 'vehicles' (culturele hoofdstad, Floriade, etc.) nodig als stimulans voor cultureel aanbod en PR. Vehicles zijn geen doel op zich maar als versterkende factor voor bestaand cultuuraanbod.	Einige 'vehicles' (Kulturhauptstadt, Floriade, usw.) benötigt als Stimulans für das kulturelle Angebot und PR. Vehicles sind kein Ziel an sich, sondern ein stärkender Faktor für das existierende Kulturangebot.
Vergrijzing biedt kans	Überalterung bietet Chancen.
Sector 6: "Software und Games": Kennis is aanwezig (Universiteiten Aken, Hasselt, Maastricht)(Voorzichtige) samenwerking tussen onderzoek/onderwijsinstelling in euregionale context	Sektor 6: "Software und Games": Sachverstand ist anwesend (Universitäten Aachen, Hasselt, Maastricht).(behutsame) Zusammenarbeit zwischen Forschung/Bildungsanstalt im Euregionalen Bereich.
Opzetten multidisciplinaire culturele laboratoria	Erstellen multidisziplinärer kultureller Laboratorien.
Minder polderen, meer daadkracht	Weniger „polderen“, mehr Tatkraft.
Nieuwe tijd/mogelijkheden Momentum à "nu of nooit!"	Neue Zeit / Möglichkeiten Momentum à „Jetzt oder nie!“
Meer Europese projecten, participatie, activering kunstecoonom en culturelen	Mehr Europäische Projekte, Anteilnahme, Aktivierung Kunstökonomien und Kulturellen.
Koppeling Creatieve Industrie à Industrie	Kopplung Kreativwirtschaft und Industrie
Kennis van onze geschiedenis/cultuurhistorie is een belangrijke factor in het creëren van een grensoverschrijdend gemeenschapsgevoel	Kenntnis unserer Geschichte/Kulturgeschichte ist ein wichtiger Faktor beim erstellen von einem grenzüberschreitenden Gemeinschaftsgefühl.
Creativiteit stimuleren doe je door het nemen van 'berekende' risico's	Kreativität stimuliert man durch „berechnete“ Risiken in Kauf zu nehmen.
Taal-cultuurverschillen	Sprach-Kulturunterschiede
Kunst en cultuur weet de weg naar projecten en Euro-initiatieven niet (bijv. Eurimages, Media, EIGA, Rhizome, EURO-PRIX)	Kunst und Kultur finden den Weg zu Projekten und Euro-initiativen nicht (Beispiel Eurimages, Media, EIGA, Rhizome, EUROPRIX)
Grensoverschrijdende samenwerking is niet vanzelfsprekend. Verschillend in regelgeving belemmeren de samenwerking. Ieder land heeft eigen ambities die tot nu toe nog altijd zwaarder wegen dan de gezamenlijke ambities. Dit is contraproductief en belemmert grensoverschrijdende samenwerking.	Grenzüberschreitende Zusammenarbeit ist nicht selbstverständlich. Unterschiede in Rechtsvorschriften belasten die Zusammenarbeit. Jedes Land hat eigene Zielsetzungen die bis jetzt immer schwerwiegender waren als die gemeinschaftlichen Ziele. Dies ist kontraproduktiv und belastet die grenzüberschreitende Zusammenarbeit.

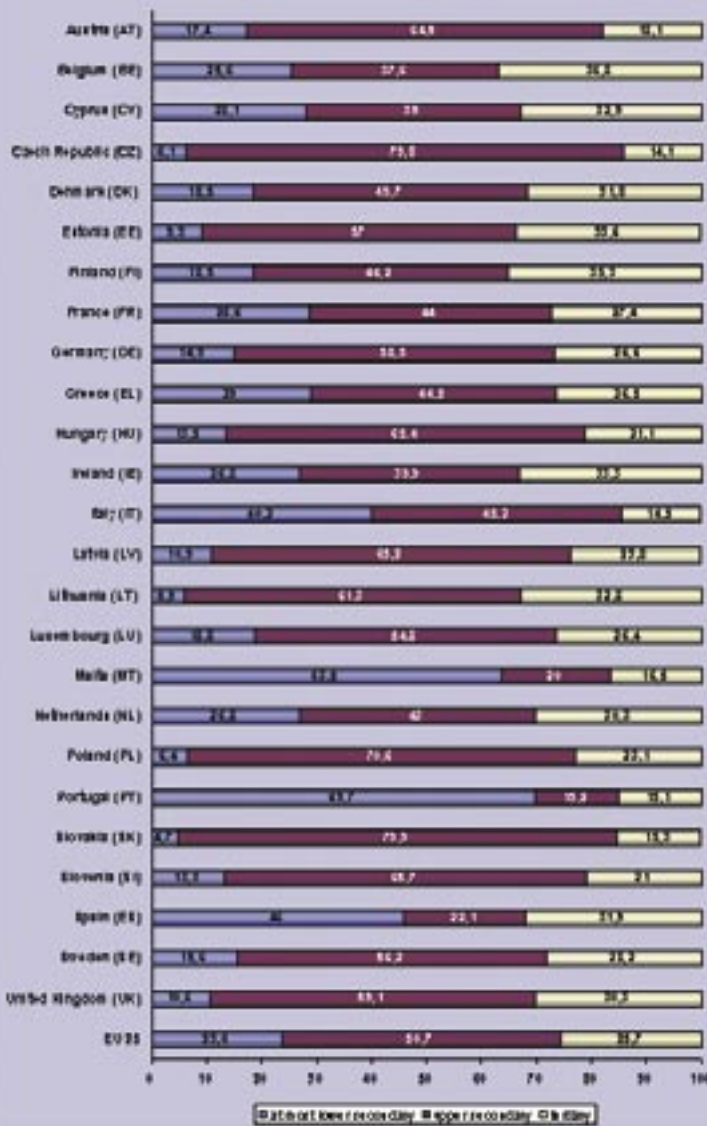
Nederlands	Deutsch
Te weinig initiatieven met bovenregionale uitstraling	Zu wenig Initiative mit überregionaler Ausstrahlung.
Gebrek aan (grensoverschrijdende) 'infrastructuur' op het terrein van marketing & promotie/communicatie van cultuur: <ul style="list-style-type: none"> - samenwerking tussen instellingen (projectniveau, kenniscentrum) - gemeenschappelijke uitstraling (imago 'cultuur') - meertalige media (een "arte" voor EUREGIO MR enz.)-etc) 	Mangel an (grenzüberschreitender) 'Infrastruktur' im Bereich des Marketing & Ankurbelung / Kommunikation der Kultur: <ul style="list-style-type: none"> - Zusammenarbeit zwischen Einrichtungen (Projektniveau, Wissensinstitut) - Gemeinschaftliche Ausstrahlung (Image 'Kultur') - Mehrsprachige Medien („arte“ für die EUREGIO MR, usw)
Euregionale samenwerking vaak van bovenaf, niet vanuit behoefte of bestaande samenwerkingen	Euregionale Zusammenarbeit ist oftmals Top-down, nicht aus Bedarf oder bestehender Zusammenarbeit.
Internationalisering / Euregionalisering alleen op projectbasis, maar géén structurele samenwerking	Internationalisierung / Euregionalisierung besteht nur auf Projektbasis, keine strukturelle Zusammenarbeit.
Sector 6: "Software und Games": <ul style="list-style-type: none"> - Euregionale samenwerking beschrijven – onderzoekinstelling - Te weinig bedrijven "software und games" - Wallonië: witte vlek in elk opzicht 	Sektor 6: „Software und Games“: <ul style="list-style-type: none"> - Euregionale Zusammenarbeit beschreiben – Lehranstalt - Zu wenig Betriebe „Software und Games“ - Wallonien: „weißer Fleck“ (?) in jeder Hinsicht
We missen continuïteit door betaalde professionele krachten.	Uns fehlt Kontinuität durch bezahlte professionelle Arbeitskräfte.
Lastig om vanuit creatieve industrie matching te maken met bedrijfsleven	Schwierig um von der Kreativwirtschaft aus zu „matchen“ mit dem Wirtschaftsleben.
Te weinig overtuiging van eigen kunnen	Zu wenig überzeugt vom eigenen Können
Te weinig overtuiging dat cultuur en erfgoed te vermarkten valt (= ophouden van de eigen broek)	Zu wenig Überzeugung dass Kultur und Kulturerbgut zu vermarkten sind
Te snel wordt rendement verwacht. Te weinig oog voor lange termijn (bij de lokale overheden)	Zu schnell wird Gewinn erwartet. Man hat zu wenig Auge für den längeren Wirtschaftsabschnitt (bei den lokalen Regierungen)
Fragmentarisch beeld. Ieder lijkt zelf het wiel uit te vinden. Er is geen breed toegankelijk kennisplatform waar ervaringen gedeeld kunnen worden.	Fragmentarisches Bild. Jeder scheint erneut das Rad zu erfinden. Es gibt keine breit zugängliche Wissensplattform wo Erfahrungen geteilt werden können.
Er is geen spil die bijhoudt wat er allemaal gebeurt in de regio op cultureel gebied.	Es gibt nichts das alles zusammenhält was in der Region im kulturellen Bereich passiert.
Geringe aansluiting tussen creatieve opleidingen en bedrijfsleven	Geringer Anschluss zwischen kreativen Ausbildungen und dem Wirtschaftsleben.
Continuering / professionalisering / profilering kan alleen als gelden beschikbaar worden gesteld en samenwerking bevordert wordt à cultuurklimaat en bloei op gebied van profilering kan zodoende verbeterd worden.à gebeurt nog veel te weinig. Dan kan 'product' festival, museum, etc. verkocht worden	Kontinuierung / Professionalisierung / Profilierung geht nur, wenn Geld da ist und Zusammenarbeit gefördert wird. Kulturklima und Wachstum im Bereich der Profilierung kann somit verbessert werden; passiert noch viel zu wenig. Dann erst kann „Produkt“, Festival, Museum, usw. verkauft werden.
Samenwerking met de hogescholen op het gebied van toerisme, ruimtelijke ordening, cultuur/regiomarketing, regiobranding.	Zusammenarbeit mit den Hochschulen in den Bereichen Tourismus, Raumplanung, Kultur/Regionalmarketing, Regional Branding.
Snellere besluitvorming met continuïteit in bestuurlijke contacten	Schnellere Beschlussfassung und Kontinuität in Verwaltungskontakten

Anhang D: Cultural Employment in the EU-25¹²

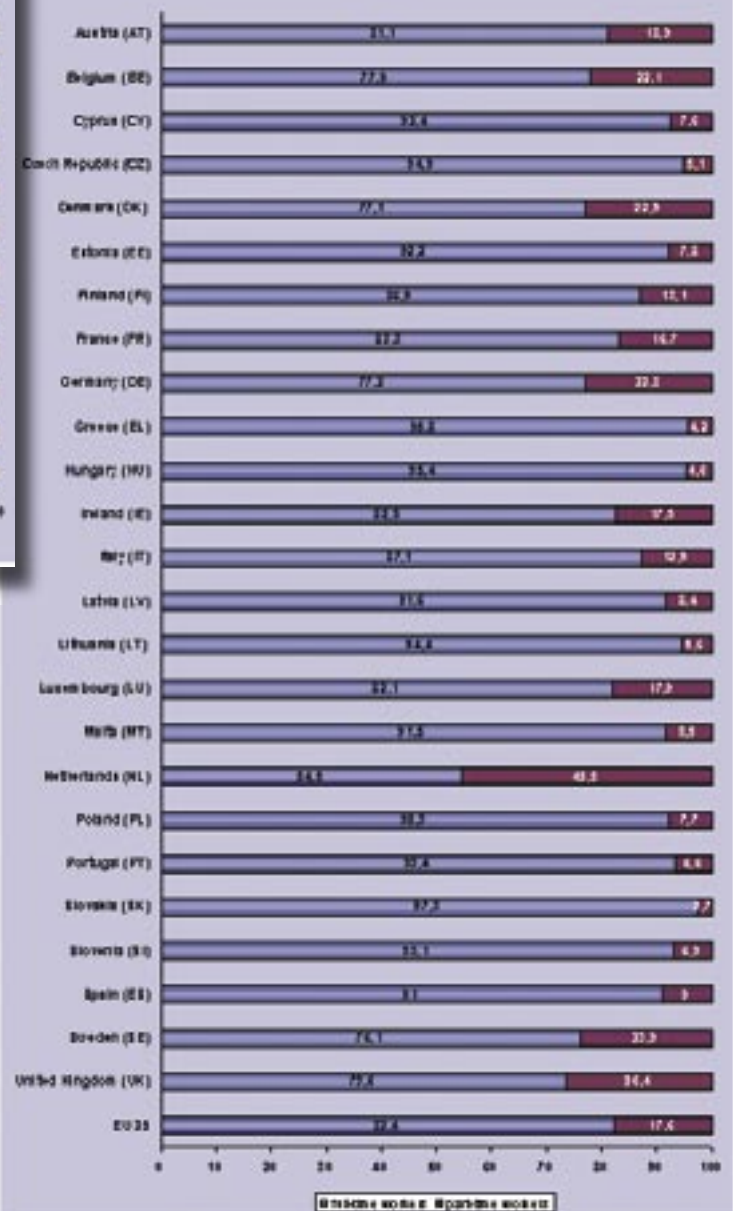


¹²www.cultural-economy.eu/documents/cultural_employment_eu.pdf

4.2 Total employment in the EU 25 by education level - 2004 (in %)



7.2 Total employment in the EU 25 by work duration - 2004 (in %)



Anhang E: Pressemitteilung zur EU-Studie Kulturwirtschaft 2006

IP/06/1564

Brüssel, den 15. November 2006

Der Kulturbereich trägt 2,6 % zum BIP der EU bei und beschäftigt mindestens 5,8 Millionen Europäer – so eine heute in Brüssel veröffentlichte Studie

In einer am 13. November den EU-Kulturministern vorgelegten Studie weist die Europäische Kommission die Bedeutung des Kultursektors für die EU-Wirtschaft nach und hebt sein Potenzial für die zukünftige Schaffung von mehr und besseren Arbeitsplätzen hervor. Mit 5,8 Millionen Arbeitnehmern beschäftigt der Kultursektor mehr Menschen als insgesamt in Griechenland und Irland zusammengenommen berufstätig sind. Darüber hinaus entfielen auf den Kultursektor im Jahr 2003 2,6 % des EU-BIP und seine Wachstumsraten liegen über dem Durchschnitt der übrigen Wirtschaftssektoren.

Die von der Europäischen Kommission in Auftrag gegebene unabhängige Studie ist am 13. November veröffentlicht worden. Bei der Vorstellung der Ergebnisse gegenüber den Kulturministern der EU-Mitgliedstaaten bemerkte Ján Figel', der für allgemeine und berufliche Bildung, Kultur und Mehrsprachigkeit zuständige Europäische Kommissar: „Diese Studie trägt dazu bei, mit überkommenen Vorstellungen vom kulturellen und kreativen Sektor aufzuräumen. Sie bestätigt, dass Kunst und Kultur wirtschaftlich keineswegs eine marginale Rolle spielen. Ganz im Gegenteil bieten sie viele Arbeitsplätze und tragen als Wirtschaftssektor zur Innovation sowie der wirtschaftlichen und sozialen Entwicklung der EU, ihrer Regionen und ihrer Städte bei. Der Kultursektor ist die Triebkraft der Kreativität, und Kreativität ist die Grundlage für soziale und wirtschaftliche Innovationen. Ich bin fest davon überzeugt, dass in der EU Kunst und Kultur als ein dynamischer wirtschaftlicher und sozialer Stimulus bei der Schaffung von mehr Wachstum sowie mehr und besseren Arbeitsplätzen wirken.“

In dem Text werden der direkte Beitrag (zum BIP sowie zu Wachstum und Beschäftigung) sowie der indirekte Beitrag (Zusammenhang zwischen Kreativität und Innovation, Verknüpfungen mit dem IKT-Sektor, mit der Regionalentwicklung und der Attraktivität der Regionen) des kulturellen und kreativen Sektors zur Verwirklichung der Lissabon-Agenda herausgestellt. Nachstehend folgen die Hauptidee der Studie:

In wirtschaftlicher Hinsicht:

- Der Sektor trug **2003 2,6 % zum EU-BIP** bei, was über dem Beitrag der Chemie-, Gummi- und Kunststoffindustrie lag (2,3 %).
- Der Sektor beweist mit einem wachsenden Anteil an der Wirtschaftstätigkeit seine Leistungsfähigkeit.
- Das Wachstum des Sektors zwischen 1999 und 2003 lag um 12,3 % über dem Wachstum der europäischen Wirtschaft insgesamt.

- Der **Umsatz** betrug mehr als **654 Milliarden EUR im Jahre 2003** In sozialer Hinsicht:
- **5,8 Millionen Menschen** (2004) arbeiteten in dem Sektor, was **3,1 % der Gesamtzahl der Beschäftigten** in der EU der 25 entspricht, mehr als die Gesamtzahl der in Irland und Griechenland Berufstätigen zusammengenommen.
- Während die Beschäftigung in der EU im Zeitraum 2002-2004 zurückging, stieg die Beschäftigung in dem Sektor (+1,85 %) in diesem Zeitraum an.

Somit wird durch die Studie bewiesen, dass Ausgaben für Kultur solide Investitionen sind.

In der Studie wird auch eine **kohärente Strategie für den kreativen Sektor** gefordert und sie enthält ein **Bündel von strategischen Empfehlungen**, mit deren Hilfe das „Lissabon-Potenzial“ der Kulturwirtschaft in Europa freigesetzt werden soll.

Die vorgeschlagene zukünftige Strategie setzt sich aus drei Hauptbestandteilen zusammen:

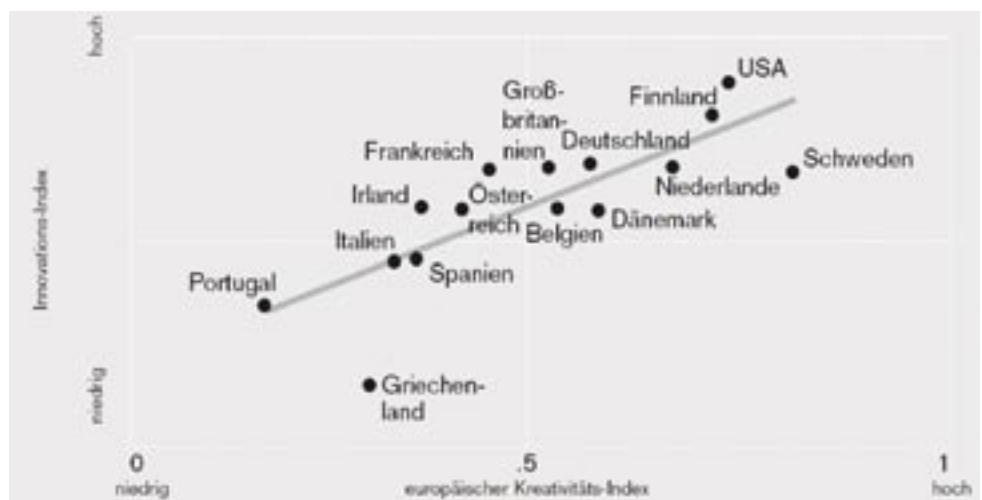
- **Verbesserte Beschaffung statistischer Nachweise** für die Bedeutung des Kultursektors in Europa;
- **Verstärkung des Beitrags zur Erreichung der Ziele der Lissabon-Strategie durch intensivere Nutzung der EU-Programme**, Förderung der Kreativität, Zusammenfassung von Technologie und kreativen Aktivitäten in gemeinsamen Plattformen, Förderung von Investitionen in Kulturindustrien und Einbeziehung der Kulturdimension in internationale Kooperationsvereinbarungen zwischen der EU und Drittländern;
- **Strukturreform** über eine verstärkte Koordinierung von Aktivitäten und Maßnahmen mit Auswirkungen auf den kulturellen und kreativen Sektor innerhalb der Europäischen Kommission.

Anhang F: Der Europäische Kreativitätsindex

Technologie, Talente und Toleranz führen zu Wirtschaftswachstum - eine Theorie von Richard Florida

Der derzeit viel zitierte amerikanische Kulturwissenschaftler Richard Florida hat einen sogenannten Europäischen Kreativitäts-Index entwickelt. Dieser Index zeigt ein Länder-Ranking für die EU-Staaten und die USA auf, in dem sich auch die Niederlande, Belgien und Deutschland im oberen Drittel positionieren.

Der Europäische Kreativitätsindex



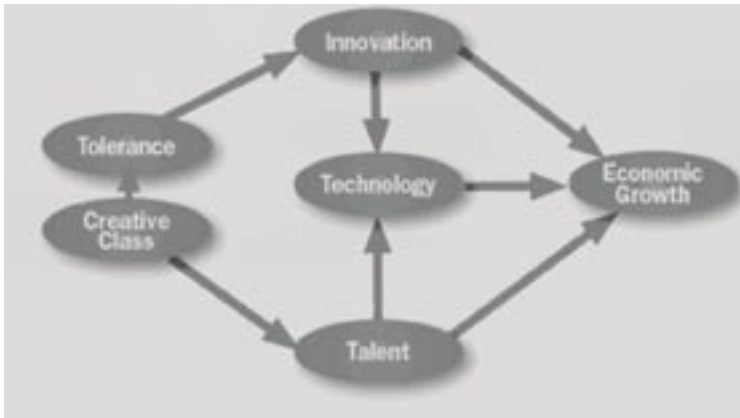
Quelle: R. Florida u. I. Tinagli: Europa im kreativen Zeitalter, 2004.

Besonderen Wert legen die Autoren auf ihre Feststellung, daß bei der Trias Technologie, Talente und Toleranz (in den betreffenden Städten und Regionen) ein besonders positives Klima für Wirtschaftswachstum und Kreativität entsteht.

Technologie und Talente und Toleranz = Wirtschaftswachstum

Das Fazit der Autoren lautet:

„Während die Vereinigten Staaten nach wie vor der Spitzenreiter in Sachen Technologie und in der Fähigkeit bleiben, Spitzenkräfte anzuziehen, scheint eine Gruppe von Nationen im nördlichen Europa – Finnland, Schweden, Dänemark, die Niederlande und Belgien – über besondere Voraussetzungen zu verfügen, die sie in dieser Hinsicht konkurrenzfähig machen. Diese Länder verfügen über beachtliche technologische Kapazitäten und haben bis heute kontinuierlich in die Entwicklung von kreativen Talenten investiert. Offenbar verfügen sie auch über die Werte und Einstellungen, die sie für ausländische Talente attraktiv machen können. Einige dieser Länder, vor allem Schweden und die Niederlande, haben ihre Einwanderungspolitik liberalisiert und dadurch eine größere Zahl von Ausländern angezogen.“





MKW Wirtschaftsforschung GmbH
Ring am Gottwill 18
66117 Saarbrücken
Germany

Tel.: +49 (0)681 / 954 47 0
Fax: +49 (0)681 / 954 47 20
E-Mail: joachim.geppert@mkw-gmbh.de

www.cultural-economy.eu