

Norbert Geldner

Regionalwirtschaftliche Impulse dezentraler Kulturveranstaltungen

Kultur, Unterhaltung und Erholung bilden ein Nachfrage-segment, das aus mehreren Gründen besondere Aufmerksamkeit verdienen würde. Zunächst besteht die Vermutung hoher Einkommens- und niedrigerer Preiselastizität und damit wachsender Verbrauchsanteile. Infolge der geringen Rationalisierungsmöglichkeiten, wächst der Anteil an der Beschäftigung. Qualifikationsniveau und Einkommenschancen sind überdurchschnittlich hoch.

Es besteht gesellschaftlicher Konsens über eine Reihe von meritokratischen Gütern, für die die öffentliche Finanzierung einen festen — wenn auch dem Umfang nach nicht unumstrittenen — Bestandteil bildet. Dazu zählt etwa auch ein so wichtiger Bereich wie das Gesundheitswesen. Das Aufeinandertreffen von mengenorientierten Nachfragern und ertragsorientierten Anbietern führt zu charakteristischen Erscheinungen der Preisbildung, die diese Diskussion um öffentliche Mittel zusätzlich in Gang halten.

Wirtschaftliche Argumente werden häufig nicht mit der gleichen Sachlichkeit und Kompetenz wie z. B. im Bereich der Güterproduktion verwendet, der Informationsstand in Wirtschaftsfragen — etwa in den statistischen Grundlagen — ist erheblich schlechter als in güterproduzierenden Branchen vergleichbarer wirtschaftlicher Bedeutung.

Das WIFO versucht, diesen Mangel wenn nicht zu beheben, so doch zu verringern¹⁾.

Am Beginn der Beschäftigung mit Kulturokonomie dominieren notwendigerweise methodisch-statistische Fragen. Die Möglichkeit, Daten des Donaufestivals 1988 zu analysieren, führte zur konkreten Fragestellung kleinräumiger volkswirtschaftlicher Impulse, der einige Überlegungen zur regionalwirtschaftlichen Bedeutung von Kultur vorangestellt sind. Die Wertschöpfung, die durch die Ausgaben der Kulturveranstalter, sowie durch die sekundären Ausgaben des Publikums entsteht, kann der Größenordnung nach geschätzt werden. Bedeutend wichtiger, wenn auch nicht quantifizierbar ist jedoch der Beitrag kultureller Aktivität für die Erhaltung oder Rückgewinnung wirtschaftlicher Anpassungsfähigkeit gehalten.

Unmittelbarer Anknüpfungspunkt für einen Einstieg in das Thema war die Frage nach den regionalwirtschaftlichen Impulsen dezentraler Kulturveranstaltungen — eine Frage, die natürlich in engem Zusammenhang mit dem hohen Bedarf an öffentlichen Mitteln für solche Veranstaltungen steht. Die ersten Ergebnisse wirtschaftlicher Analysen müssen mit einer wichtigen Einschränkung versehen werden:

Das Ziel von Kulturveranstaltungen ist die Deckung kultureller Bedürfnisse. Für den Erfolg ist in erster Linie maßgeblich, in welchem Umfang dieses Ziel erreicht werden konnte. Volkswirtschaftliche Effekte können nur Nebeneffekte kultureller Veranstaltungen sein, Nebeneffekte freilich,

die eine öffentliche Finanzierung unterstützen. Regionale Wirtschaftsförderung erfordert unter Umständen auch eine gewisse Regionalisierung der Kultur. Der Beitrag kultureller Partizipation zur wirtschaftlichen Anpassungsleistung wird immer mehr anerkannt. Wirtschaftsförderung wird aber kaum essentiell auf den unmittelbaren wirtschaftlichen Effekten von Kulturveranstaltungen aufbauen können.

Wirtschaftliche Effekte kultureller Aktivitäten

Der Sektor Kultur und Unterhaltung — abgegrenzt gegenüber Bildung, Sport und Urlaub, aber ohne Berücksichtigung qualitativer Kriterien, die zu einem „Hochkultur“-Begriff führen würden — umfaßt zwischen 3% und 4% der Gesamtwirtschaft (gemessen am BIP) und beschäftigt in Österreich etwa 100 000 bis 120 000 Erwerbstätige.

Die auch in Zukunft zu verwendende Abgrenzung folgt im wesentlichen Hummel — Berger (1988). Der Bedeutung des Fremdenverkehrs in Österreich entspricht die zusätzliche Einbeziehung von Naturdenkmälern, dem Aspekt regionaler Partizipation die Berücksichtigung soziokultureller Aktivitäten, sofern dies möglich sein wird.

Die Einkommenselastizität der Nachfrage nach Gütern und Leistungen des Kultur-Sektors ist größer als 1 (Wüger, 1989), die maschinelle

¹⁾ Besonderer Dank gilt den Abteilungen Kultur und Fremdenverkehr der Niederösterreichischen Landesregierung, der Eco-Plus und der Donaufestival-Gesellschaft für ihre Unterstützung in diesem Versuch.

Produktion auf Teilbereiche begrenzt, sodaß mit einer wachsenden Beschäftigung im Zeitverlauf zu rechnen ist. Obgleich in Teilbereichen durchaus gewinnbringend gewirtschaftet wird, bringen die Konsumenten insgesamt nur einen Bruchteil der Produktionskosten des Sektors durch ihre Konsumentenentscheidungen auf — zu Lasten öffentlicher Haushalte.

Die Berechtigung (Sinnhaftigkeit) der öffentlichen Finanzierung nimmt einen breiten Raum in der wissenschaftlichen Befassung mit dem Thema „Ökonomie der Kultur“ ein, wobei vor allem auf externe Effekte und Unteilbarkeiten (Verbindung mit anderen Funktionen wie Ausbildung) verwiesen wird. Ein seltener behandelter Aspekt ist der einer sehr hohen Zentralität (Konzentration des Angebotes auf die Orte größter Ballung von Nachfrage), die eine regional sehr ungleiche Versorgung mit Kulturangeboten zur Folge hat.

Das Angebot an marktmäßig produzierter Kultur ist einer jener Bereiche, durch welche hochrangige zentrale Orte definiert werden, d. h. das Kulturangebot gehört, neben zentraler Verwaltung und wissenschaftlicher Forschung, zu den am stärksten konzentrierten Produktionsbereichen.

Ein solches Stadt-Land-Gefälle ist nicht nur nachzuweisen, sondern sogar zu quantifizieren.

Die Teilnahme an marktmäßig angebotener Kultur weist ein gravierendes Stadt-Land-Gefälle auf. Die Versorgung kleiner Landgemeinden erreicht nur etwa 40% des Wiener Niveaus.

Der Mikrozensus von Dezember 1985 hat die Teilnahme an verschiedenen kulturellen Einrichtungen erhoben und bietet eine Auswertung nach Gemeindetypen, wobei Gemeinden mit weniger als 20.000 Einwohnern nach der Agrarquote in vier Gruppen, Gemeinden mit 20.000 bis 250.000 Einwohnern (im wesentlichen die größeren Städte) und Wien unterschieden werden. Durch die Annahme von Klassenmitten ist es möglich, die durchschnittliche Zahl kultureller Aktivitäten — vom Bücherkauf bis zum Museumsbesuch — pro Kopf der Bevölkerung (über 6 Jahre) und Jahr in diesen Gemeindetypen zu schätzen.

Verbrauch kultureller Produktionen nach Gemeindetypen Übersicht 1

	Gemeinden mit bis zu 20 000 Einwohnern Agrarquote				Gemeinden mit 20 000 bis 50 000 Einwohnern	Wien
	Über 20%	10% bis 20%	4% bis 10%	Unter 4%		
	Durchschnittliche Anzahl pro Jahr und Kopf der Bevölkerung über 6 Jahre					
Bücherkauf	1,0	1,3	1,7	2,1	2,5	3,1
Schallplattenkauf	0,3	0,6	0,8	1,1	1,4	1,6
Tonkassettenkauf	0,7	0,8	0,8	1,1	1,1	1,3
Videokassettenkauf	0,1	0,1	0,2	0,3	0,3	0,6
Kinobesuch	1,9	2,0	2,3	3,1	3,3	4,1
Theaterbesuch	0,2	0,3	0,4	0,7	0,9	1,8
Besuch von Laientheater	0,3	0,3	0,2	0,2	0,1	0,1
Besuch von Oper Operette Musical	0,1	0,1	0,2	0,3	0,5	0,8
Besuch eines klassischen Konzertes	0,1	0,1	0,2	0,3	0,4	0,6
Besuch eines Pop- oder Jazzkonzertes	0,2	0,3	0,4	0,4	0,4	0,3
Besuch von Museen Ausstellungen	0,3	0,4	0,6	0,9	1,0	1,6

Q: Kultur und Freizeit, Mikrozensus Dezember 1985; Konsumerhebung 1984; eigene Berechnungen. Schätzung nach Mikrozensus unter der Annahme verteilungskonformer Klassenmitten

Dabei ergibt sich in fast allen Fällen ein eindeutiges Stadt-Land-Gefälle. In Wien werden rund dreimal so viele Bücher pro Kopf gekauft, fünfmal so viele Schallplatten oder Videokassetten, fünfmal so oft Museen und Ausstellungen und achtmal so oft Theater, Opern und Konzerte besucht wie in kleinen ländlichen Gemeinden. Nur das Laientheater ist eine Domäne ländlicher Gemeinden; Pop- und Jazzkonzerte sind eine Domäne der Jugend und daher in Wien (aus Gründen des Altersaufbaus der Bevölkerung) seltener besucht als in Mittelstädten. Bei Tonkassetten und Kinobesuch ist das Gefälle relativ gering (rund 1 : 2). Das Gefälle kann in „Teilnahmeindizes“ ausgedrückt werden, wobei Wien mit 1 angenommen wurde.

Für die meisten dieser Positionen stehen Angaben über Konsumausgaben pro Kopf aus der Konsumerhebung 1984 zur Verfügung, einzelne mußten aus größeren Aggregaten geschätzt werden. Aus diesen Angaben können Gewichte für die Berechnung eines Gesamtindikators ermittelt werden. Diese Gewichte wurden regional konstant gehalten, was eine geringfügige Abschwächung der Streuung ergibt. Die Teilnahme-statistik bezieht sich auf die Bevölkerung über 6 Jahre, die Konsumstatistik auf eine gewichtete Gesamtbevölkerung (Kinder zählen weniger als Erwachsene), sodaß die aus der unterschiedlichen Bezugsbasis möglichen Fehler als gering anzusehen sind.

Die Teilnahmeindizes (Wien = 1, die Wien-Spalte in der entsprechenden Übersicht gibt daher die Gewichte an) ergeben im gewichteten Mittel

ein Gefälle von 0,37 : 1. Kaufentscheidungen und Nutzung sind jedoch nicht identisch. Für Bücher macht der Mikrozensus Angaben über die Bedeutung der Ausleihung, die in ländlichen Gemeinden etwas größer ist. Das ermittelte Gefälle wurde auf Kassetten ausgedehnt und in den Index eingearbeitet. Dies ergibt schließlich ein Gefälle der Teilnahme an kulturellen Produktionen, das von rund 40% des in Wien erreichten Niveaus in ländlichen Gemeinden auf 80% in größeren Städten ansteigt.

Ungeklärt bleibt in diesem Zusammenhang die Grund-Folge-Beziehung zwischen Teilnahme an kultureller Produktion und wirtschaftlichem Regionalgefälle.

Akzeptiert man die Hypothese, daß regionale Disparitäten auch das Ergebnis unterschiedlicher Anpassungsleistungen sind, und anerkennt man die Funktion der Kultur als Katalysator sozioökonomischer Veränderung — als Stimulus einer erforderlichen Anpassungsleistung —, so gewinnt kulturelle Partizipation neben dem konsumptiven auch einen investiven Aspekt. Über den Zusammenhang zwischen Kultur und Firmenorganisation unterrichtet z. B. Cole (1989) sehr konkret. Die Erreichung des Zieles kultureller Veranstaltungen ist dann nicht nur im Auslastungsgrad — in Publikumszahlen — zu messen, weil auch die Struktur des Publikums relevant wird. Zuwachsraten gewinnen dann ebenfalls an Bedeutung, einmalige Veranstaltungen sind kaum zu beurteilen. Alle meßbaren Größen sind überdies letztlich Inputgrößen für die eigentliche Zielfunktion.

Nebenziele, die auch nur als sol-

Partizipationsindizes

Übersicht 2

	Gemeinden mit bis zu 20 000 Einwohnern Agrarquote				Gemeinden mit 20 000 bis 50 000 Einwohnern	Wien
	Über 20%	10% bis 20%	4% bis 10%	Unter 4%		
Bücherkauf	0,135	0,167	0,219	0,269	0,319	0,402
Schallplattenkauf	0,018	0,033	0,045	0,062	0,074	0,087
Tonkassettenkauf	0,044	0,055	0,055	0,076	0,073	0,087
Videokassettenkauf	0,003	0,004	0,005	0,008	0,009	0,019
Kinobesuch	0,085	0,093	0,103	0,140	0,148	0,186
Theaterbesuch	0,009	0,010	0,017	0,025	0,034	0,069
Besuch von Laientheater	0,040	0,040	0,033	0,029	0,024	0,020
Besuch von Oper Operette Musical	0,004	0,005	0,009	0,014	0,023	0,035
Besuch eines klassischen Konzertes	0,004	0,003	0,009	0,014	0,023	0,035
Besuch eines Pop- oder Jazzkonzertes	0,026	0,035	0,046	0,051	0,050	0,043
Besuch von Museen Ausstellungen	0,004	0,006	0,008	0,013	0,015	0,023
Gesamtindex ¹⁾ der regionalen Partizipation	0,372	0,451	0,549	0,701	0,792	1,000
Einfluß der „Ausleiheung“						
Gelesene in % der gekauften Bücher	1,48	1,48	1,41	1,44	1,44	1,38
Um den Einfluß der „Ausleiheung“ berichtigter Gesamtindex	0,39	0,47	0,55	0,71	0,80	1,00

¹⁾ Wien = 1, gewichtet mit dem Anteil an den Konsumausgaben pro Kopf (Summe der erfaßten Ausgaben = 1): nur Teilnahme in Form von Kaufentscheidungen

che verstanden werden sollten, sind die unmittelbar durch die Veranstaltungen bedingten Nachfrage-(Wachstums-)Effekte sowie sekundäre, d. h. durch die Veranstaltungen ausgelöste sonstige Ausgaben des Publikums.

Über die geschaffenen Einkommen hinaus können kulturelle Veranstaltungen den Bekanntheitsgrad des Veranstaltungsortes erhöhen und damit gewissermaßen langfristig gebundenes Kapital schaffen (touristisches Image, Angebotsverbesserung). Diese Effekte entstehen allerdings erst längerfristig und sind bestenfalls qualitativ zu erfassen. Häufig wird jedoch übersehen, daß Kulturveranstaltungen nicht nur nach außen sondern auch nach innen einen solchen „Werbeeffect“ haben und zur regionalen Identität beitragen. Ein großes Freikartenkontingent in sehr gut ausgelasteten Veranstaltungen läßt darauf schließen, daß die „innere Werbefunktion“ einer Veranstaltung durchaus planmäßig ausgeschöpft wird, wenn auch zu Lasten des Deckungsbeitrags.

Am häufigsten gelangt der touristische Impuls in die öffentliche Diskussion. Im „Festland Österreich“ — so ein Werbeslogan — ist man gewohnt, den Erfolg einer kulturellen Veranstaltung am zusätzlichen Tourismus-Aufkommen zu messen, obgleich dieses seriöserweise nicht exakt meßbar ist. Die Attraktivität eines Reisezieles ergibt sich nahezu immer aus einer Kombination von Faktoren,

welche zum Teil erst durch mehrjähriges Fortwirken zur Geltung kommen.

Erst eine längere Reihe von Nächtigungsdaten an einem Ort, der nicht jährlich sondern in einem Rhythmus von höchstens 2 Jahren bespielt wird — sodaß man Besucher mit und ohne diese Veranstaltung trennen kann —, läßt Schlüsse zu. Aber auch dann kann man Täuschungen unterliegen. Venedig hatte in den letzten 6 Biennale-Jahren insgesamt um 2,6% weniger Nächtigungen als in den 6 Zwischenjahren obwohl zweifelsfrei feststeht, daß manche Besucher nur zur Biennale nach Venedig reisen.

Etwas genauer läßt sich der Impuls der unmittelbaren Veranstaltungsausgaben auf die örtliche Nachfrage feststellen. Die Summe der Ausgaben wird zunächst nur zu einem Teil in der Region nachfragewirksam, Einkommen entsteht nur im Umfang der Wertschöpfung und lokaler Vorleistungen. Die Vorleistungen, die zugekauft werden stammen ja zum Teil nicht aus der Region selbst. Dem steht der Einkommensmultiplikator gegenüber, d. h. einmal erzielte Einkommen werden zum Teil wieder ausgegeben und zum Teil wieder in der Region einkommenswirksam.

Eine Studie des Ifo-Instituts (Hummel — Berger, 1988) ermittelt, daß in der Region München der Einkommensmultiplikator die Vorleistungsabflüsse (Importe vom Standpunkt der Region) ausgleicht, sodaß

Zusatzeinkommen in Höhe der Ausgaben (—erhöhung) entstehen. Zum selben Ergebnis gelangt die Kostenstrukturuntersuchung des Donauevents, bezogen auf die Region Wien—Niederösterreich. In Niederösterreich selbst entsteht allerdings nur wenig mehr als ein Drittel dieses Einkommen. Für die Finanzgebarung ist dies aber kaum relevant. Da die Anteile aus den gemeinschaftlichen Bundesabgaben aufkommensunabhängig verteilt werden, ist es für die Steuereinnahmen Niederösterreichs weitgehend gleichgültig, ob Wertschöpfung in Wien oder Niederösterreich entsteht. Nur für die unmittelbaren Landeseinnahmen trifft dies nicht zu. Zieht man allerdings in Betracht, daß längerfristig über die Arbeitsplatzeffekte auch die Bevölkerungsentwicklung beeinflußt wird, trifft dies nur noch abgeschwächt zu.

Neben den unmittelbaren Nachfrage-(Wachstums-)Effekten der Veranstaltungskosten und den Effekten sekundärer Ausgaben (Ausgaben von Besuchern, die nicht unmittelbar mit der Veranstaltung zu tun haben, aber nur durch den Besuch am Veranstaltungsort anfallen), neben einem allgemeinen Werbewert, der als Barwert künftiger Sekundärausgaben angesehen werden kann, muß aber das Veranstaltungsziel selbst auch unter seinem volkswirtschaftlichen Aspekt gesehen werden. Regionale Identifikation, Informationsimpulse, Öffnung gegenüber wirtschaftlichen Veränderungen sind — freilich nicht quantifizierbare, aber durchaus bedeutungsvolle — Effekte kultureller Veranstaltungen, die insgesamt den Kosten der Veranstaltung gegenüberstehen.

Kostenstruktur

Eine Auswertung der Originalbelege (Stichprobe von 50% der Gesamtausgaben) des Donauevents hat es ermöglicht, Struktur und regionale Zuordnung der Ausgaben zu schätzen. Da es sich um Daten einer einzelnen Gesellschaft handelt, können die Ergebnisse nur in reduzierter Form publiziert werden. Dennoch dürften sich darunter nützliche Informationen finden.

In regionaler Sicht verteilen sich die Ausgaben (Firmensitz bzw. Wohnadresse des Rechnungslegers) zu

26% auf Niederösterreich, zu 63% auf Wien (d. h. 89% auf die funktionale Region) und zu 11% auf übrige Bundesländer und das Ausland.

Sieht man von dem sehr niedrigen Importgehalt der Ausgaben ab, so dürfte diese Regionalstruktur manche Erwartungen, die in regionalwirtschaftliche Impulse gesetzt wurden, enttäuscht haben. Fast zwei Drittel der Lieferungen erfolgten aus Wien — insbesondere technische Geräte (häufig Mieten) sowie andere Dienstleistungen und künstlerische oder wissenschaftliche Tätigkeiten. Das erklärt schon den hohen Lieferanteil Wiens. Für viele Leistungen dürfte es tatsächlich in Niederösterreich (noch) kein entsprechendes Angebot geben. Überdies dürfte die Planungszeit unüblich kurz gewesen sein, sie ließ kaum langes Suchen (und Finden von Bestbiestern) zu. Sachgüter wurden dagegen zu etwa 40% in Niederösterreich besorgt.

Bis zu zwei Drittel der direkten Ausgaben (Kosten) für niederösterreichische Kulturveranstaltungen dürften nach Wien fließen — in den zentralen Ort erster Ordnung in der Großregion. Die Schaffung einer entsprechenden Infrastruktur könnte diesen Abfluß verringern. In funktionalen Regionen, d. h. in Gebieten mit einer charakteristischen Zentrum-Umland-Beziehung der regionalen Arbeitsteilung, dürfte die durch Kulturveranstaltungen direkt geschaffene Wertschöpfung etwa dem Ausgabenvolumen entsprechen.

In funktioneller Hinsicht wurden 36% Personalkosten, 34% Dienstleistungen und 30% Sachaufwand erhoben. Unterstellt man gedanklich einen „Betrieb Donaufestival“, so bedeutet das fast zwei Drittel Vorleistungen, also Zukauf von Sachgütern und Leistungen.

Diese Quote erklärt sich daraus, daß der „Betrieb“ kaum Betriebsvermögen besitzt, alle Sacheinrichtungen für die Produktion also mieten mußte. Ähnlich wie im Bereich sachlicher Ausstattung gemietet wurde, kaufte man aber auch personelle Leistungen zu, für die im Fall eines permanenten Betriebs wohl eigene personelle Kapazitäten geschaffen wür-

Regionale Wirksamkeit der Ausgaben des Donaufestivals

Übersicht 3

	Bruttoausgaben		Wertschöpfung	
	Personalaufwand	Sachaufwand	Unmittelbar	Aus Vorleistungen
	In % der Gesamtausgaben			
Niederösterreich	5,5	20,5	15,3	7,8
Wien	20,7	42,3	42,7	7,8
Ostregion insgesamt	26,2	62,8	58,0	15,6

den. Die Absicht, Investitionen gesondert zu erfassen, wurde im Verlauf der Erhebungen aufgegeben, da sie nur in ganz geringem Umfang anfielen.

Die angegebenen Relationen betreffen Umsätze. Nur im Fall der Personalkosten entsteht Wertschöpfung in gleicher Höhe. Von Sachaufwendungen und Dienstleistungen müssen Vorleistungen (die Einkäufe der rechnungslegenden Firmen) abgezogen werden, um die örtliche Wertschöpfung zu ermitteln. Aufgrund der gesamtösterreichischen Nettoquoten der wichtigsten betroffenen Wirtschaftszweige wurde für Dienstleistungen eine Nettoquote von 60%, für Sachgüterlieferungen eine Nettoquote von 40% angenommen. Die gesamtösterreichische Input-Output-Verflechtung unterscheidet überdies heimische und importierte Vorleistungen — bei Sachgütern etwa 45% bzw. 15%, bei Dienstleistungen rund 30% heimische bzw. 10% importierte Vorleistungen. Über die regionale Verteilung der heimischen Vorleistungen gibt es keine empirischen Anhaltspunkte. Aufgrund der funktionalen Ergänzungen zwischen Wien und Niederösterreich scheint es aber vertretbar, jeweils ein Drittel der heimischen Vorleistungen an den Umsätzen dieser beiden Länder Wien, Niederösterreich und dem übrigen Österreich zuzurechnen.

Das bedeutet, daß sowohl von den Umsätzen Wiens als auch von denen Niederösterreichs 25% der Vorleistungen aus Niederösterreich bezogen werden.

Aus diesen Annahmen ergibt sich, daß aus den Ausgaben des Donaufestivals 23% Wertschöpfung in Niederösterreich entstanden, 50,5% in Wien sowie 26,5% im übrigen Österreich und im Ausland. Das Brutto-Sozialprodukt (bzw. Brutto-Inländerprodukt) Niederösterreichs muß um die Einkommen der niederösterreichischen Wien-Pendler erhöht werden,

wofür rund 20% des Arbeitseinkommens d. h. 12% des Wiener Wertschöpfungseffektes (etwa 6 Prozentpunkte) veranschlagt werden können. Es entstand also im Ausmaß von 29% der Gesamtausgaben Einkommen von Niederösterreichern, unter Berücksichtigung eines regionalen Einkommensmultiplikators von 1,2 ein Gesamteffekt von 35% der Ausgaben.

Bezogen auf eine funktionale Region Wien—Niederösterreich (die Verwaltungsabtrennung hatte ja insbesondere bis zur Schaffung einer eigenen Landeshauptstadt wenig Einfluß auf die funktionale Arbeitsteilung zwischen Regionszentrum und Umland) ergibt sich, daß nahezu im vollen Umfang der Ausgaben Wirtschaftswachstum erzeugt wird, da die geringen Lieferabflüsse durch regionale Multiplikatorwirkung fast aufgewogen werden.

Für manche alternativen Ausgabenkategorien mit höheren regionsfremden Lieferanteilen (z. B. importierten Maschinen) ist zwar mit einem geringeren unmittelbaren Wachstumseffekt zu rechnen, dem allerdings ein wesentlich größerer Kapazitätseffekt gegenübersteht (z. B. die Produktionsleistung der Maschinen).

Unzweifelhaft sind die ökonomischen Effekte investiver Ausgaben höher zu veranschlagen, sobald sich die Investitionen amortisieren. Es sollte im Auge behalten werden, daß im Fall kultureller Veranstaltungen ja nur Nebeneffekte geschätzt werden sollen.

Sekundärausgaben

Neben den direkten Ausgaben des Veranstalters werden auch Ausgaben von Besuchern nachfragewirksam, die nicht in direktem Zusammenhang mit dem Besuch stehen: in erster Linie Übernachtungen aber — im Fall von Veranstaltungen in Tages-

ausflugsdistanz von wichtigen Besucherquellgebieten — auch Verpflegung, Einkäufe, Transportkosten u. a. Für die Schätzung solcher Ausgaben sind in erster Linie Besucherzahlen nach deren Herkunft, Stichprobenerhebungen über Ausgaben oder Daten über Geschäftsergebnisse notwendig. Solche Daten lagen allerdings nicht vor.

Die Statistik der Übernachtungen in Fremdenunterkünften weist für die Monate Juni, Juli und August in 23 vom Donaufestival angegebenen Gemeinden der Wachau eine Zunahme der Übernachtungen von 13,5% gegenüber dem gleichen Vorjahreszeitraum aus (Ankünfte + 18%)

Diese Entwicklung muß zunächst dem Marktwachstum gegenübergestellt werden. Die Nächtigungen in ganz Niederösterreich stiegen im III. Quartal um 4%, die Ankünfte um 11,6%, die mittlere Aufenthaltsdauer sank von 4,85 Tagen auf 4,50 Tage (– 7,3%). Letzteres entspricht einem längerfristigen Trend, einem Austausch von „Sommerfrischlern“ durch „Kurzurlauber“, häufig auch Abstecher aus dem Städtetourismus.

Nebenbei sei hier angemerkt, daß es sich gerade bei dieser Personengruppe um ein zukunftssträchtiges Marktsegment handelt, das besonders zu umwerben wäre. Es kann davon ausgegangen werden, daß dies keine Konkurrenzsituation zu Wien aufbaut, sondern eine Ergänzung eines internationalen „Wien-Paketes“ bilden könnte.

Die Wachau (mittlere Aufenthaltsdauer im III. Quartal 1987 2,5 Tage) war schon bisher häufig von Kurzurlaubern besucht, zieht also aus diesem Trend überproportionalen Nutzen (Der Austausch findet nicht innerhalb, sondern zwischen einzelnen Regionen statt). Der Wachstumsvorsprung der Nächtigungen von etwa +10% kann also nur zum Teil den Veranstaltungen gutgeschrieben werden. Gebiete von vergleichbarem Markttypus erzielten ein Wachstum von rund 8% (Nächtigungen). Die (vorsichtige) Schätzung ergibt, daß den Veranstaltungen ein Nächtigungsplus von 5% (10 000 Nächtigungen) zugeordnet werden kann.

Die Tagesbesucherzahl wird vom Veranstalter (abzüglich der Besucher von an Wien grenzenden Bezirken) mit etwa 250 000 angegeben. Diese

Ausgaben von Besuchern des Donaufestivals und ihre Wertschöpfung

Übersicht 4

		Ausgaben für			
		Nächtigungen	Verpflegung	Einkäufe	Sonstiges
Ausgaben von Österreichern in Wien pro Tag und Person (Erhebung) ¹⁾	in S	480	300	480	200
Ausgaben der Besucher in Niederösterreich pro Tag und Person Schätzung	in S	320 ²⁾	240 ³⁾	160 ⁴⁾	200
Wertschöpfungsanteile	in %	60	60	40	40
Anteil niederösterreichischer Vorleistungen	in %	10	10	15	15
Einkommensmultiplikator	in %	15	15	11	11
Wertschöpfung insgesamt	in % der Ausgaben	85	85	66	66
Wertschöpfung pro Person	in S	270	200	105	130
Zahl der jeweils relevanten Besucher		10 000	65 000	65 000	65 000
Wertschöpfung	Mill. S	2 7	13 0	6 8	8 5

¹⁾ Smeral (1988) — ²⁾ Preisabschlag 33% — ³⁾ Preisabschlag 20% — ⁴⁾ Schätzung (vgl. Text)

Zahl ist insofern nur eine grobe Schätzung, als die Veranstaltungen mit dem größten Zuspruch offen, d. h. frei zugänglich waren — wie das Kremser Stadtfest. Ein Fragebogen, der allerdings erst im Laufe des Festivals und nur an einigen Veranstaltungsorten auflag und einen zu geringen Rücklauf erreichte, um als repräsentativ zu gelten, ergibt eine Besucherverteilung von 50% Wienern, 43%

In kleineren Teilgebieten (mit größerem Ausgabenabfluß) können die indirekt geschaffenen Einnahmen aus sekundären Ausgaben, d. h. Ausgaben aus Anlaß, aber nicht für kulturellen Konsum, wie z. B. Verpflegung, diesen Abfluß ausgleichen. Mehr als 80% der geschaffenen Impulse kommen der gewerblichen Wirtschaft der Region zugute.

Niederösterreichern und 7% anderen. Einzelne örtliche Veranstalter bestätigen allerdings den Anteil der Wiener Besucher von rund der Hälfte. Das ergäbe etwa 125 000 Besucher aus Wien, Besucher aus anderen Bundesländern werden vorsichtshalber nur ganz gering — mit etwa 5 000 — veranschlagt. Im Zusammenhang mit dieser Zahl scheinen 10 000 Übernachtungen ebenfalls nicht unplausibel.

Von den 125 000 Wienern wäre aber nur ein Teil ohne die Anziehungskraft des Festivals zu Hause geblieben. In gewissem Umfang muß mit einer Substitution verschiedener niederösterreichischer Destinationen gerechnet werden. Nur in dem Umfang, in dem die Attraktivität des Festivals den Neusiedlersee, Ungarn oder andere Ausflugsziele ausgestochen hat

oder überhaupt zum Ausflug angeregt hat, kann von Nachfrageschöpfung gesprochen werden.

Die letzte Mikrozensus-erhebung über Tagesausflugsziele ist leider veraltet, die jüngste Befragung über Reisegewohnheiten aus dem Jahr 1987 klammert Tagesausflüge aus. Insbesondere die Entwicklung an der ungarischen Grenze hat die Ausflugsströme seither entscheidend beeinflusst. Neuerlich muß also eine sehr vage Annahme getroffen werden, nämlich 50% des nicht-niederösterreichischen Besuchsaufkommens, das sind 65 000 Tagesbesucher als Effekt der Veranstaltungen. Die Ausgaben der Tagesbesucher bzw. die Ausgaben für Übernachtungen müssen ebenfalls geschätzt werden.

Im Vorjahr ermittelte eine Erhebung Nächtigungs- und Tagesausgaben in Wien, darunter solche von österreichischen Besuchern. Nun ist zwar die Kaufkraft der Wiener etwas größer, das Preisniveau in Wien allerdings um einiges höher. Für Nächtigungen in Niederösterreich wurde ein Preisgefälle von 33%, für Verpflegung ein Preisabschlag von 20% unterstellt. Es wurde angenommen, daß wesentlich weniger Einkäufe gemacht wurden, da Wien für andere Österreicher sicher von größerer Attraktivität als Einkaufsort ist, manche Wien-Reisen vermutlich als Einkaufsfahrten motiviert sind. Da aber vermutlich häufig niederösterreichische Produkte (Wein, Marillenbrand aus der Wachau) gekauft wurden, scheint insbesondere die Wertschöpfungsquote sehr gut abgesichert.

Übersicht 4 gibt einen Überblick über die Schätzung 30 Mill. S niederösterreichischer Wertschöpfung kön-

nen eher als Untergrenze angesehen werden, die mit großer Vorsicht geschätzt wurde. Eine Wertschöpfung von 40 Mill. S liegt nicht außerhalb der Plausibilität

Schlußfolgerungen

Die gewachsene funktionale Arbeitsteilung zwischen Wien und Niederösterreich innerhalb der Ostregion, eine normale Zentrum-Umland-Beziehung bringt es mit sich, daß nicht nur dezentrale Kulturveranstaltungen, sondern jede Form von Dezentralisierung – verstanden als breitere räumliche Streuung aller solchen Aktivitäten, welche funktionstypisch Orten hoher Zentralität zuzuordnen sind – in jedem Fall eine ähnliche ökonomische Wirkung haben dürfte: Aufgrund der etablierten Produktionskapazitäten und Lieferstrukturen wird der größere wirtschaftliche Effekt im Zentrum Wien anfallen, gleichgültig, ob es sich um kulturelle, wissenschaftliche oder andere ähnlich hochrangige Dienstleistungen handelt. Umgekehrt dürfte die Errichtung einer industriellen Großanlage in Wien relativ zahlreiche Lieferungen aus dem Umland zur Folge haben.

Einschließlich der durch Sekundärausgaben induzierten Wertschöpfung ließ das Donaufestival dennoch in Niederösterreich Einkommen entstehen, die der Größenordnung nach den öffentlichen Ausgaben entsprechen.

Unter dem Gesichtspunkt latenter struktureller Leistungsbilanzprobleme ist die Förderung von kulturellen Aktivitäten mit hohem Dienstleistungscharakter jedenfalls sinnvoll. In der EG 9 entfallen 60% der Ausgaben für Unterhaltung und Erholung auf dauerhafte Güter, in Österreich (1985) 57%, in der BRD rund 70%. Der Anteil steigt offenbar mit wachsendem Einkommen. Der Importgehalt dieser dauerhaften Güter ist vor allem in Österreich hoch. Andererseits ist der Qualifikationsgehalt kultureller Dienstleistungen weit überdurchschnittlich. Eine Umschichtung von dauerhaften Gütern zu Dienstleistungen innerhalb des Bedarfssegments Unterhaltung und Erholung dürfte die binnenwirtschaftlichen Effekte jedenfalls verdoppeln.

Um eine Dezentralisierung solcher

Effekte zu erreichen, bedarf es vermutlich einiger Voraussetzungen. In erster Linie ist Kontinuität die Voraussetzung für investive Ausgaben, aber auch für die Bereitstellung von Lieferkapazitäten.

Beobachtungen in der BRD ergaben, daß die primäre Einrichtung einer Universität zu weniger als 10% Lieferungen aus der Region bewirkte, der laufende Betrieb hingegen (Sachaufwand) etwa das Drei- bis Vierfache.

Am Beginn einer Initiative – d. h. bevor Kontinuität entstehen kann – ist eine besonders langfristige Planung möglicherweise geeignet, etwas davon zu ersetzen. Diese Planung sollte nicht nur die Zeit einräumen, geeignete örtliche Lieferkapazitäten zu finden und eine Adaptierung anzuregen, sie sollte den Entscheidungsspielraum zwischen Anschaffung und Miete im Sinne der Kostenminimierung etwas erweitern und die Schaffung bleibender Einrichtungen ermöglichen. Im Bereich technischer Ausstattungen wäre die Errichtung (Ansiedlung) einer Leasing-Gesellschaft denkbar, sofern Chancen einer einigermaßen permanenten Auslastung gesehen werden. Bauliche Einrichtungen müßten natürlich im allgemeinen mehrfach verwendbar sein, was umfassende koordinierte Konzepte verlangt. Dies wieder wird durch Gliederung, Spezialisierung

und Schwerpunktsetzung erleichtert.

Die Gewinnung weiterer Informationen, d. h. die Einrichtung von Instrumenten zur Informationsgewinnung, sollte parallel zur Schaffung anderer Einrichtungen im Auge behalten werden. Eine Vertriebsorganisation mit zentraler Buchungsanlage könnte bei dezentralen Großveranstaltungen als Nebenprodukt von Vorbestellungen den Wohnort von Besuchern erfassen. Genauere Informationen, insbesondere über Alter und sozioökonomische Stellung der Besucher, Frequenz (Mehrfachbesuche), qualitative Einschätzungen und Marktlücken könnten Fragebogen liefern. Ihr Rücklauf könnte durch Freikarten gestützt werden.

Die Dezentralisierung des Angebotes an kulturellen Veranstaltungen ist eine Aufgabe, die zunächst gegen bestehende Strukturen und Verhaltensweisen ankämpfen muß. Unter Strukturen sind dabei die sektorspezifische Infrastruktur, Lieferkapazitäten und Einrichtungen abgeleiteter Nachfrage wie z. B. Hotelkapazitäten zu verstehen. Daneben ist aber auch eine Erwartungshaltung anzutreffen, die die Qualität mit Zentralität steigen läßt.

Die Zielsetzung innerer Attraktivität (Partizipation, regionale Identität) erfordert mit Sicherheit Konzessionen im Deckungsgrad und in der Publikumsreichweite. Umso mehr muß

Veranstaltungstypen

	Äußere Attraktivität (touristische Nachfrage)	Innere Attraktivität (Partizipation, Identifikation)
Zielgruppe	Besucher von außen	Lokale Teilnahme
Wirtschaftliches Ziel	Umwegrentabilität	Infrastrukturinvestitionen regionaler Wirkungsgrad der Ausgaben
Kulturelle Qualität	International, medial präsentabel	Animation gesellschaftliche Relevanz
Standort	Mindestbekanntheit	Mindestdistanz von Wien
Ausstattung des Standortes	Qualitatives touristisches Angebot	Anknüpfungspunkt regionaler Identität
Mögliche Standorte am Beispiel Niederösterreichs	Wachau, Semmering möglichst großräumig	Kleinräumig lokalbezogen: Waldviertel, Mostviertel, Bucklige Welt, Industrieviertel punktuell
Kooperationspartner	Verkehr, Fremdenverkehr Handwerk	Bildungseinrichtungen
Charakterisierung des Angebotes	Bündelung mit Angeboten von DDSG, ÖBB Nachbarregionen (Semmering – Steiermark)	Einbindung lokaler künstlerischer Leistungen

darauf geachtet werden, daß sich dezentrale Veranstaltungen nicht selbst konkurrenzieren, daß die Veranstaltungsdichte nicht zur Unterschreitung einer „kritischen Masse“ an Bemerkbarkeit und Unterscheidbarkeit führt. Insbesondere die Erzeugung einer Kategorie, die vielleicht am besten mit Identität zu umschreiben ist, erfordert Spezialisierung.

Zielorientierte Organisation, Produktgestaltung und Marketing, örtliche Anbindung und Infrastrukturaufbau können auch den wirtschaftlichen Wirkungsgrad kultureller Veranstaltungen erhöhen. Auf die Möglichkeit der Informationsgewinnung ist zu achten.

Eine Gegenüberstellung versucht, aus den verschiedenen Zielen zwei Hauptgruppen zu bilden (siehe Kästen). Für diese Hauptgruppen wären unterschiedliche Organisationsformen denkbar, etwa eine Gesellschaft mit beschränkter Haftung im Bereich des Hauptzieles äußerer Attraktivität, ein Verein im Bereich innerer Attraktivität. Übergeordnete Aufgaben, die ein hohes Maß an Professionalität erfordern, müßten dann ebenfalls von der in stärkerem Maß erwerbswirtschaftlich organisierten Gesellschaft mit beschränkter Haftung wahrgenommen werden (z. B. das oben angeschnittene Geräte-Leasing). Für den zweiten Bereich wäre wieder lokale Bindung und Kooperation mit lokalen Kultureinrichtungen wesentlich.

Ein wesentlicher Faktor, der allerdings nicht unmittelbar in den Entscheidungsbereich einer wie immer organisierten Kulturveranstaltung fällt, ist die Ausstattung mit Sekundärangeboten.

Nicht nur für die Mittelaufbringung (Argument der Umwegrentabilität), auch für die Attraktivität von Veranstaltungen sind die außerhalb — aber im Umfeld — anfallenden Angebote für Verpflegung und Unterkunft, Transport und andere Dienstleistungen sowie Souvenirs wichtig.

Mangelhafte Fremdenverkehrskapazitäten können natürlich nicht vom Kulturveranstalter ersetzt werden, aber viele Arten von Kooperation — mit der gewerblichen Wirtschaft bis zur Einbeziehung in genossenschaftliche Strukturen — können doch starke Impulse setzen.

Die Schätzung der Wachstumsimpulse aus Kulturveranstaltungen hat sowohl im Bereich direkter (Zulieferungen) wie indirekter (Sekundärausgaben) Auswirkungen eine starke Befruchtung der gewerblichen Wirtschaft ergeben, und zwar nicht nur des Beherbergungs- und Gaststättenwesens, sondern breit über alle Branchen gestreut (ganz grob ergibt sich eine Halbierung zwischen Fremdenverkehr und übriger gewerblicher Wirtschaft).

Aus diesem Grund erscheint eine Förderung von Kulturveranstaltungen aus Mitteln der Wirtschaftsförderung durchaus gerechtfertigt. In erster Linie sollte es aber zu einer unmittelbaren Zusammenarbeit von Kulturveranstaltern und den an einer Erstellung von Sekundärangeboten interessierten Bereichen der gewerblichen Wirtschaft kommen.

Die — in Anlehnung an den Begriff Sekundärausgaben hier Sekundärangebote genannten — Geschäftsfälle sind ja meist durchaus ertragbringend, eine Integration in Kulturveranstaltungen wird — soweit dies möglich ist — einen Finanzierungsbeitrag leisten. Im Fall einer selbständigen, aber organisatorisch und im Marketing verknüpften Bereitstellung eines solchen Angebotes wird eine entsprechende Abgeltung von Werbung und anderen Leistungen vorzusehen sein, der Fall von Sozialisierung der Kosten bei Privatisierung der Erträge muß vermieden werden. Ungeachtet dessen sollte der einzelne Veranstalter aber besonderes Interesse an der Umfeldgestaltung und an Zusatzangeboten haben.

Schon bei der Prüfung angebotener Projekte sollte die Frage nach integrierten Sekundärangeboten gestellt und ihre Ertragsfähigkeit in die

Beurteilung einbezogen werden. Manche Veranstaltung könnte damit vom „Anlaß“ zum Tagesprogramm weiterentwickelt werden.

Die meisten Ausstellungen bieten ein Buffet, aber nur die wenigsten ein Restaurant, das (im Sinne der Ausstellung) stilgerechtes Ambiente, Tischkultur oder eventuell auch Küche bietet. Kleinkinder müssen im allgemeinen mitgenommen werden, aber auch größere Kinder langweilen sich meist mangels spezifischer Ansprache Krabbelstuben, Kinder-Aktivprogramme, Spezialführungen und ähnliches sollten im allgemeinen kostendeckend betrieben werden können und nebenbei Werbefunktion erfüllen. Der Verkauf von Nachbildungen zentraler Ausstellungstücke hat das Qualitätsniveau der üblicherweise angebotenen Souvenirs verschiedentlich um einiges angehoben. Andere Serviceleistungen ergeben sich möglicherweise aus dem Veranstaltungszusammenhang und führen von der traditionellen Ausstellung in Richtung Themenpark.

Literaturhinweise

- Abele H., Bauer, H. Die Bundestheater in der österreichischen Wirtschaft. Wien 1984.
- Cole R. E. Strategies for Learning. Berkeley-London 1989.
- Föhrbeck K., Wiesand A. Von der Industriegesellschaft zur Kulturgesellschaft. München 1989.
- Henden W., Shanalean J. L., MacDonald A. J. (Hrsg.) Economic Policy for the Arts. Cambridge Mass. 1980.
- Hummel M., Berger, M. Die volkswirtschaftliche Bedeutung von Kunst und Kultur. Berlin-München 1988.
- Landeszentrale für politische Bildung des Landes Nordrhein-Westfalen (Hrsg.), Technik — Wirtschaft — Kultur, Tagungsbericht. Bad Meinburg Düsseldorf 1988.
- Myerscough J. The Economic Importance of the Arts in Britain. London 1988.
- Salzburger Landespressebüro (Hrsg.), „Auswirkungen der Salzburger Festspiele auf Wirtschaft und Arbeitsmarkt“. Salzburg-Dokumentation 1981 (54).
- Scheuch F., Holzmüller H. Die wirtschaftliche Bedeutung des Urheberrechts in Österreich. Wien 1989.
- Wüger M. „Neuere Tendenzen im Konsumverhalten. Eine Auswertung der Ergebnisse der Konjunkturerhebung 1984“. WIFO-Monatsberichte 1989 62(2).