

Berlin *aktuell*

Die Bedeutung von Museen und Kunstgalerien
als Image- und Wirtschaftsfaktor

Juli 2012



Leistung für Berlin.

Wechselwirkung zwischen Innovationskraft und Kulturpotenzial

Ein zentrales Merkmal für die Attraktivität einer Stadt ist das dort vorhandene Kreativ- und Kulturpotenzial. Großes Augenmerk wird dabei häufig auf die Entwicklung einer dynamischen Kunstszene gelegt. Kulturelle Einrichtungen erhöhen den Freizeitwert einer Stadt und spielen für die Wohnortwahl, insbesondere von sogenannten High-Potentials, die beruflich und privat häufig besonders mobil sind, eine große (und möglicherweise sogar die entscheidende) Rolle.

Nach der Theorie von Richard Florida bevorzugen kreative Menschen tendenziell eine hippe und flippige Nachbarschaft, Gegenden mit einer toleranten Grundeinstellung und sozialen Freiheiten sowie coole, stark verdichtete Innenstädte. Florida stützt seine Thesen dabei auf verschiedene empirische Untersuchungen. So findet er z.B. in New York und Los Angeles einen statistischen Zusammenhang zwischen starker räumlicher Konzentration einerseits und einer hohen Zahl von kreativen Menschen sowie der Ansiedlung von Hochtechnologieindustrien andererseits. Florida verwendet einen selbstdefinierten Coolness Index, der kulturelle Annehmlichkeiten und die Attraktivität des Nachtlebens misst. Mit Hilfe dieses Index weist er nach, dass exzellent ausgebildete, talentierte Menschen – insbesondere junge, aktive, in wissensintensiven Industrien tätige Menschen – von vibrierenden Städten bzw. Stadtteilen besonders angezogen werden. Interviews zeigen, dass hier auch visuelle Aspekte eine bedeutende Rolle spielen, wie z.B. eine vielgestaltige und interessante Kunst-, Museums- und Galerieszene. In Studien wird nachgewiesen, dass die Ansiedlung von Kunsteinrichtungen einen statistisch nachweisbaren, positiven Einfluss auf die Geschäftstätigkeit in den entsprechenden Städten bzw. Stadtteilen hat.

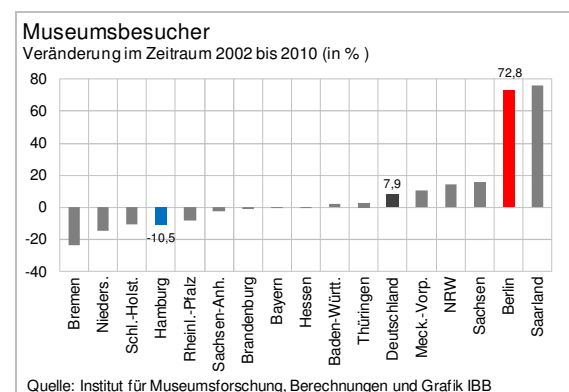
Kunststadt Berlin

In Berlin ist die Bandbreite der Aktivitäten im Bereich Kultur und Unterhaltung außerordentlich vielfältig. Für detaillierte

Analysen ist die offiziell verfügbare Datenlage jedoch ausgesprochen mangelhaft. Untersuchungen, die darauf abzielen, die Wirtschaftskraft und das kulturelle Angebot einer Stadt in Maßzahlen zusammenzufassen, hängen entscheidend vom Vorhandensein der entsprechenden Statistiken ab. Vor diesem Hintergrund werden im Folgenden einige ausgewählte Indikatoren betrachtet.

Merkmale eines hochwertigen, anspruchsvollen Kulturangebots sind Museen, Kunstgalerien und Ausstellungen. Besonders auswärtige Besucher und Touristen wissen diese kulturellen Einrichtungen zu schätzen. So haben z.B. Befragungen im Rahmen eines Kulturmonitorings ergeben, dass in Berlin drei von vier Galerie- und Museumsbesuchern Touristen sind.

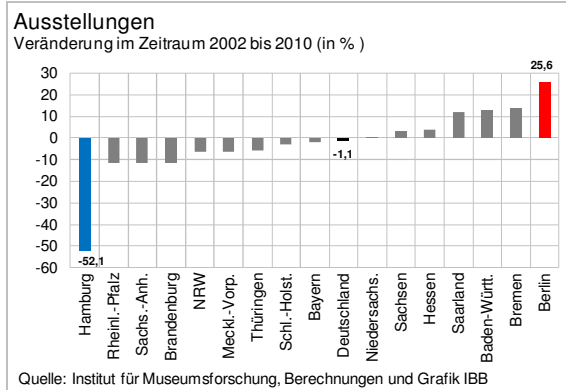
Berlin zählt weltweit zu den innovativsten Standorten für zeitgenössische Kunst. Eine wesentliche Rolle spielen in dieser Szene die Museen. Betrachtet man die Zahl der Museen, die Ausstellungen und die Besucher für den Zeitraum 2002 bis 2010, so entwickelte sich Berlin nicht nur in allen drei Kategorien deutlich besser als der Bundesdurchschnitt, sondern belegt sowohl bei der Entwicklung der Besucherzahlen als auch bei den gezeigten Ausstellungen im Vergleich der Bundesländer sogar einen Spitzenplatz.



Während die Zahl der Ausstellungsbesucher in Deutschland lediglich um 7,9% zunahm, stieg die Besucherzahl in Berlin um mehr als sechs Millionen (+72,8%). Nur das Saarland konnte ausgehend von einem niedrigen Niveau eine bessere Wachstumsrate verzeichnen und die Zahl der Ausstellungsbesucher im Zeitraum

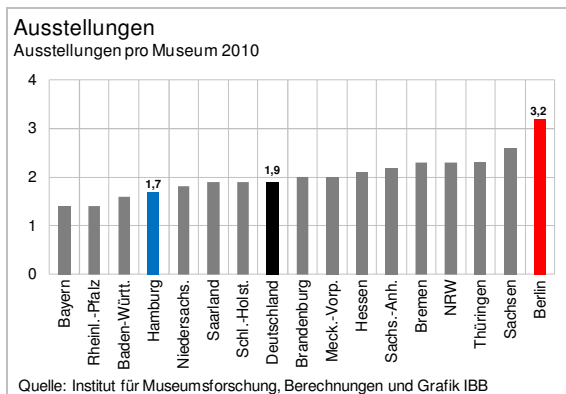
Museen und Kunstgalerien als Image- und Wirtschaftsfaktor

2002 bis 2010 um 76,2% steigern (+350.000). Dagegen musste die Hansestadt Hamburg sogar einen Rückgang der Besucherzahl (-10,5%) hinnehmen (siehe auch Anhang 1 und 2).

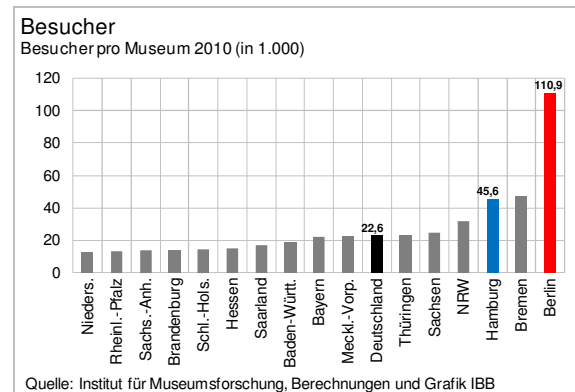


Die Zahl der präsentierten Ausstellungen in den Berliner Museen stieg im Zeitraum 2002 bis 2010 ebenfalls deutlich um 25,6% auf zuletzt 436 Ausstellungen im Jahr. Im Bundesländervergleich belegt Berlin mit diesem Wert den ersten Rang, vor Bremen (+13,5%) und Baden-Württemberg (+13,1%). In Hamburg halbierte (-52,1%) sich dagegen die Zahl der gezeigten Ausstellungen von 146 im Jahr 2002 auf lediglich 70 im Jahr 2010 (siehe Anhang 3).

Zwar rangiert Berlin gemessen an der Zahl der Museen pro Kopf der Bevölkerung (3,9 pro 100.000 Einwohner) im Bundesland-Vergleich am unteren Ende. Allerdings ist die Museumsdichte in allen drei Stadtstaaten vergleichsweise niedrig; Hamburg weist mit 2,3 sogar die bundesweit niedrigste Museumszahl pro Kopf auf (siehe Anhang 4).



Ein deutlich anderes Bild ergibt sich, sobald qualitative Indikatoren ermittelt werden. Die Zahl der Ausstellungen pro Museum kann zum Beispiel Rückschlüsse über die Aktivitäten der Museumskuratoren liefern. Die Zahl der Besucher pro Museum ist Ausdruck der Attraktivität der Einrichtungen. Bei diesen Indikatoren liegt Berlin mit 3,2 Ausstellungen pro Museum bzw. mit rund 111.000 Besuchern pro Museum beim Bundesländervergleich klar vorn (+19,1% bzw. +63,8% im Zeitraum 2002 bis 2010). Insbesondere beim Zuschauerzuspruch liegen die anderen Bundesländer und Stadtstaaten weit zurück. So kommt Hamburg lediglich auf knapp 46.000 Besucher pro Museum (+7,0%). Der Deutschlandschnitt liegt hier bei knapp 23.000 (+9,4%) Besuchern pro Museum (siehe auch Anhang 5 und 6).



Aber auch die Daten über die kommerziellen Kunstgalerien stützen das Bild einer aktiven, hochwertigen Kulturszene in Berlin. Die Senatskanzlei beziffert die Zahl der Galerien in Berlin mit 440, die rund 6.000 Künstler aus aller Welt vertreten. Sie sorgen mit ihren wechselnden Ausstellungen und der Förderung junger Künstler für die nachhaltige Entwicklung des Kunststandortes Berlin. Für viele Künstler ist Berlin wichtige Station in ihrem Schaffen.

Die Kunstszene in der Hauptstadt verändert sich jedoch so schnell, dass nicht genau zu beziffern ist, ob es in Berlin nun 400 oder 600 Galerien gibt – so stark schwanken die Schätzungen. Zu schnell öffnen neue Galerien, andere schließen, wieder andere ziehen um. Im Scheunenviertel, im ehemaligen Ostteil der Hauptstadt, haben sich die erfolgreichsten Galerien niedergelassen. Ein wesentliches

Zentrum der Galerien in Berlin-Mitte befindet sich rund um die Auguststraße, zwischen Invaliden-, Brunnen- und Oranienburgerstraße.

Berlin – Standort für Museen und Kunstgalerien

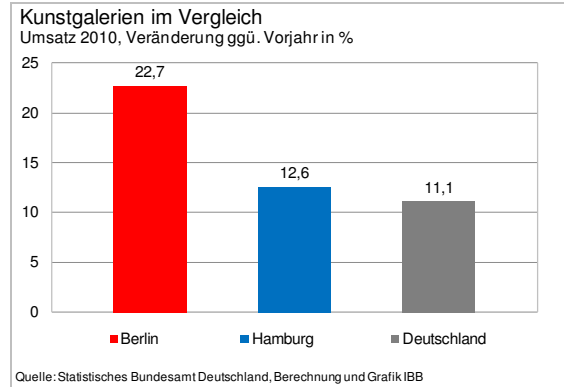
Für die Analyse der wirtschaftlichen Effekte der Ausstellungsszene wurde im Wesentlichen auf die amtliche Datenbasis der Umsatzsteuerstatistik zugegriffen. Nach dieser Erhebung werden Museen unter dem Wirtschaftszweig (WZ) 91.02.0 „Betrieb von Museen aller Art“ zusammengefasst.

Kunstgalerien werden nach der Umsatzsteuerstatistik unter dem Wirtschaftszweig „Einzelhandel mit Kunstgegenständen, Bildern, kunstgewerblichen Erzeugnissen, Briefmarken, Münzen und Geschenkartikeln“ (WZ 47.78.3) ausgewiesen. Unternehmen mit einem Umsatz von weniger als 17.500 EUR werden in der Umsatzsteuerstatistik allerdings nicht erfasst.

Kunstgalerien

Die kommerziellen Kunstgalerien haben sich in Berlin in den letzten Jahren zu einem beachtlichen Wachstumsfeld entwickelt. Zwar hat dieser Kunstbereich an der gesamten Berliner Wirtschaft nur einen geringen Anteil, er zieht aber sowohl Touristen als auch zahlungskräftige Käufer in die Stadt und schafft zudem Arbeitsplätze.

Insgesamt 407 umsatzsteuerpflichtige Unternehmen aus dem Bereich Kunsteinzelhandel und kommerzielle Kunstgalerien mit einem Umsatz von insgesamt 193,3 Mio. EUR sind in der Hauptstadt tätig. Im Vergleich mit dem anderen großen Stadtstaat Hamburg liegt Berlin hier mit einer Umsatzsteigerung von 22,7% im Jahr 2010 auf dem ersten Rang (zum Vergleich Hamburg: 233 Kunstgalerien, 85,4 Mio. EUR Umsatz, Umsatzsteigerung +12,6%). Bereits 2011 dürfte der Berliner Galerie-Umsatz die 200-Millionen-Marke übertroffen haben.



In der gesamten Berliner Wirtschaft stieg der Umsatz im entsprechenden Zeitraum lediglich um 7,9%. So konnte der Umsatzanteil im Bereich Kunsteinzelhandel und kommerzielle Kunstgalerien am Umsatz in der Berliner Wirtschaft insgesamt von 1,1‰ im Jahr 2009 auf 1,3‰ im Folgejahr ausgeweitet werden. Im Vergleich der Bundesländer liegt Berlin mit diesem Wert nach Niedersachsen auf dem zweiten Rang. In Hamburg beträgt der Anteil hingegen lediglich 0,23‰.

Für eine auch weiterhin gute Umsatzentwicklung im Bereich Kunstgalerien sprechen vor allem die guten Standortbedingungen in der Hauptstadt. An sich ist Kunst zwar räumlich ungebunden, an manchen Orten entsteht sie aber gezielter als anderswo. Berlin liefert Künstlern weltweit die besten Bedingungen für ihre Arbeit. Hier wird viel für die Kunst getan, auch in Zeiten der Krise. Es gibt sehr viele Ausstellungs- und Verkaufsmöglichkeiten, man kann hier sehr preiswert leben und es gibt ein fein gesponnenes Netzwerk von Künstlern.

Berlin zieht aber auch das internationale Kunstpublikum an. So machte das „Gallery Weekend“ in diesem Frühjahr nach Angaben des Landesverbandes der Berliner Galerien an den Knotenpunkten der Ausstellungsquartiere sogar eine Verkehrsregelung notwendig: Besucher aus aller Welt bestaunten die aktuelle Produktion zeitgenössischer Kunst in Berlin. Die erst kürzlich ins Leben gerufene „Berlin Art Week“, die im Herbst stattfinden wird, verspricht ähnlichen Zulauf. In diesem Zusammenhang ist auch die „Art from Berlin“ – Präsentation zu nennen. Ausgewählte Berliner Galerien zeigen auf internationalen

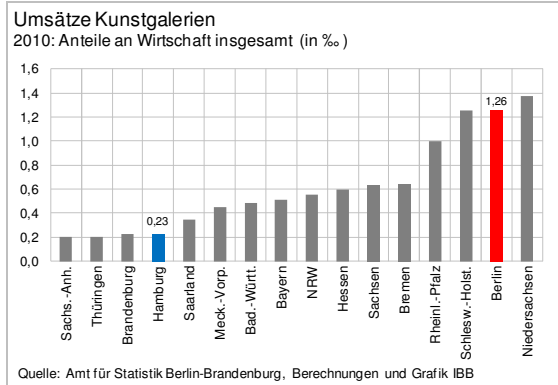
Museen und Kunstgalerien als Image- und Wirtschaftsfaktor

Messeplätzen ein Schaufenster des Berliner Kunstmarktes. Für die vierte Präsentation an einem der weltweit wichtigsten Kunstmärkte in Basel hat die Fachjury sieben Berliner Galerien ausgewählt.

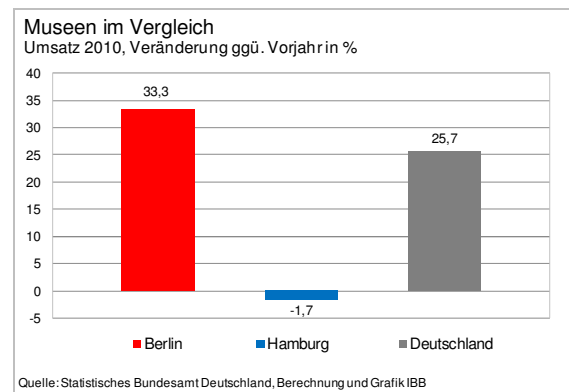
+6,4%, Mecklenburg-Vorpommern +3,4%, Niedersachsen +8,1%).

Museen

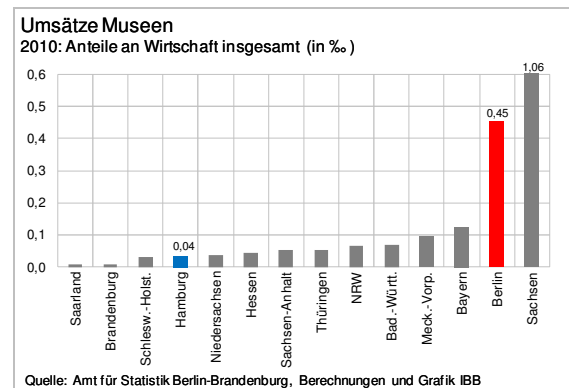
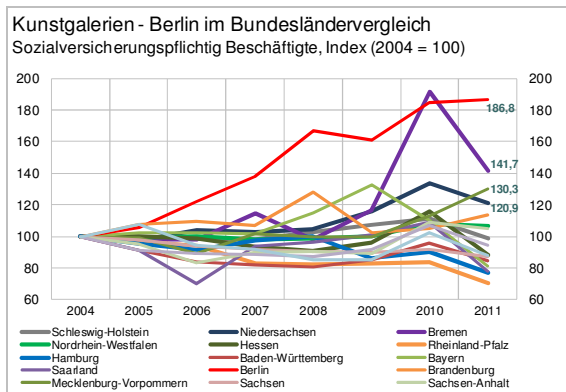
Ein weiteres Merkmal eines hochwertigen, anspruchsvollen Kulturangebots ist das Vorhandensein von Museen. Die Berliner Museen haben sich in den letzten Jahren wie die kommerziellen Kunstgalerien zu einem beachtlichen Wachstumsfeld entwickelt, das zahlreiche kaufkräftige Touristen in die Stadt zieht und zudem Arbeitsplätze schafft.



In den Berliner Kunstgalerien sind in den vergangenen Jahren zahlreiche neue dauerhafte Arbeitsplätze geschaffen worden. Betrachtet man hier die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten, so hat sich dieser Wert in Berlin seit 2004 nahezu verdoppelt. Die deutsche Hauptstadt liegt in diesem Zeitraum im Vergleich der Bundesländer mit einer Steigerung von 86,8% auf dem ersten Rang, während zum Vergleich in der Hansestadt Hamburg die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in den Kunstgalerien um 22,9% zurückgegangen ist.



Insgesamt 113 umsatzsteuerpflichtige Museen mit einem Umsatz von insgesamt 69,9 Mio. EUR sind in der Hauptstadt ansässig. Auch hier liegt Berlin mit einer Umsatzsteigerung von 33,3% im Jahr 2010 auf dem ersten Rang (zum Vergleich Hamburg: 38 umsatzsteuerpflichtige Museen, 12,8 Mio. EUR Umsatz, Umsatzrückgang 1,7%).



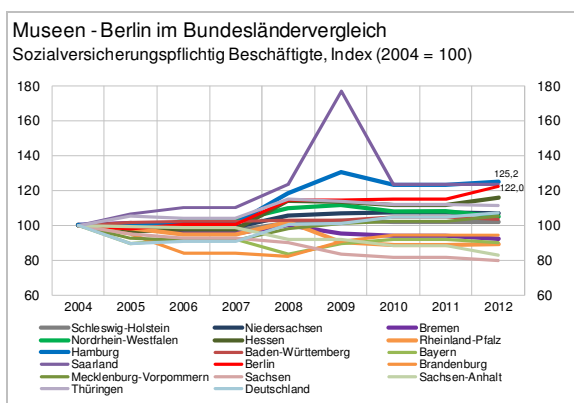
Auf den nachfolgenden Plätzen rangieren Bremen (+41,7%) und, ausgehend von einem niedrigen Basiswert, Mecklenburg-Vorpommern (+30,3%) sowie Niedersachsen (+20,9%). In der gesamten Berliner Wirtschaft stieg die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten im entsprechenden Zeitraum um 10,5% (zum Vergleich: Hamburg +13,0%, Bremen

An der gesamten Berliner Wirtschaft haben Museen naturgemäß einen noch geringeren Anteil als die kommerziellen Kunstgalerien. Gleichwohl gehen aufgrund der touristischen Magnetwirkung von den

Museen erhebliche Multiplikatoreffekte aus. Der Umsatzanteil im Bereich Museen an der Berliner Wirtschaft insgesamt lag 2010 bei 0,45‰. Im Vergleich mit Hamburg (0,04‰) liegt Berlin mit diesem Wert deutlich vorn.

Wie in den Kunstgalerien sind auch in den Berliner Museen in den vergangenen Jahren zahlreiche neue dauerhafte Arbeitsplätze geschaffen worden. Die deutsche Hauptstadt liegt in diesem Zeitraum im Vergleich der Bundesländer mit einer Steigerung von 22,0% auf dem dritten Rang, knapp hinter der Hansestadt Hamburg mit einer Steigerung von 25,2% und dem Saarland mit einem Wachstum der Beschäftigung von 23,3%. Auf den nachfolgenden Plätzen rangieren Hessen (+15,6%) und, ausgehend von einem niedrigen Basiswert, Thüringen (+11,2%) und Schleswig-Holstein (+7,1%) sowie Niedersachsen (+6,9%).

Für eine gute Entwicklung brauchen Ausstellungsinstitutionen einen idealen Standort, sonst werden selbst die besten Sammlungen und Konzepte nicht besucht und wahrgenommen. Das zeigt z. B. der Museumskomplex in Dahlem, der mit den verbliebenen Sammlungen eher ein Randdasein führt. Dagegen sind die Museen und Galerien in der Mitte der Stadt sehr gut besucht.



Betrachtet man die wirtschaftliche Entwicklung des Berliner Ausstellungswesens insgesamt, so wurden im Jahr 2010 von den 520 steuerpflichtigen Museen und Kunstgalerien rund 263,2 Mio. EUR Umsatz erzielt (+25,4%). In der Hansestadt Hamburg wurden im entsprechenden Zeitraum von 271 steuerpflichtigen Museen

und Kunstgalerien lediglich 98,2 Mio. EUR Umsatz erwirtschaftet (+10,5%). Bezieht man allerdings die sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in die Analyse mit ein und betrachtet den pro Kopf Umsatz im Ausstellungswesen der beiden Städte, so liegt hier Hamburg mit einem Wert von 95.432 EUR noch vor Berlin mit einem Umsatz von 84.494 EUR je Beschäftigten.

Ebenso wie im gesamten Bundesgebiet befindet sich auch in Berlin die größte Gruppe der Museen und Ausstellungshäuser in öffentlicher Trägerschaft. Große international renommierte Museen und Museumskomplexe, die sich in Berlin in der Trägerschaft von Stiftungen öffentlichen Rechts befinden, sind z.B. die Stiftung Preußischer Kulturbesitz/Staatliche Museen zu Berlin. Etwa 66% der Berliner Museen befinden sich in öffentlicher Trägerschaft (staatliche Träger, Kommunen, oder andere Formen des öffentlichen Rechts wie z.B. öffentlich-rechtliche Stiftungen).

Immerhin noch 32% der Berliner Museen und Ausstellungshäuser befinden sich in privater Trägerschaft. Sie werden getragen von Privatpersonen, Firmen und vor allem von Vereinen. Zu dem Erfolg dieser Gruppe haben in Berlin vor allem Häuser aus dem Bereich Kunstmuseen beigetragen. Hierzu gehören private Ausstellungsinstitutionen mit den Sammelgebieten Kunst und Architektur, Kunsthandwerk, Keramik, Kirchenschätze und kirchliche Kunst, Film sowie Fotografie.

Bei den Berliner Museen und Ausstellungsinstitutionen in privater Trägerschaft steht das Fotokunstforum C/O Berlin im nationalen und internationalen Publikumsinteresse ganz oben.

Fotokunstzentrum C/O Berlin

Im Folgenden werden am Beispiel einer dem Wirtschaftszweig Museen (WZ 91.02.0) zugeordneten Ausstellungsinstitution die wirtschaftlichen Multiplikatoreffekte der Berliner Kunstszene aufgezeigt. Das Ausstellungszentrum C/O Berlin GmbH & Co. KG steht dabei exemplarisch für viele

Museen und Ausstellungshäuser in privater Trägerschaft.

Wenn es um Fotokunst geht, ist man in Berlin-Mitte, in der Oranienburger Str. 35/36, an der richtigen Adresse – eine Adresse, die gleichbedeutend ist mit Berlins Aufschwung als Fotostadt. Seit seiner Gründung im Jahr 2000 im ehemaligen kaiserlichen Postfuhramt hat sich hier C/O Berlin, das International Forum For Visual Dialogues, als Teil der kulturellen Landschaft in Berlin-Mitte nahe der Museumsinsel und dem Regierungsviertel fest etabliert. Durch das private Engagement der drei Gründer – der Fotograf Stephan Erfurt, der Designer Marc Naroska und der Architekt Ingo Pott – ist eine in Deutschland einzigartige Institution entstanden, die ein kulturelles Programm internationalen Ranges präsentiert, Besuchermassen anlockt und mittlerweile in der ganzen Welt bekannt ist. Projekte mit großen Namen der Fotografie wurden hier durchgeführt: James Nachtwey zum Beispiel, Anton Corbijn, Robert Frank, Nan Goldin, Sebastiao Salgado, Bettina Rheims, Annie Leibovitz, Robert Capa, George Rodger, David Seymour.

Aber man präsentiert hier nicht nur Ausstellungen. Das Fotokunstforum C/O Berlin ist zugleich eine Akademie für Talentförderung, Lehre und angewandte Forschung – ein erstaunliches Beispiel kulturellen bürgerschaftlichen Engagements. Jedes Jahr wird ein „Talente“-Wettbewerb veranstaltet. Eine hochkarätige Jury wählt dabei vier junge Fotografen aus, die alle eine eigene Ausstellung und einen Katalog erhalten und dann, nach dem Auftritt im C/O Berlin, in den Goethe-Instituten weltweit präsentiert werden.

Wirtschaftsfaktor C/O Berlin

Aber C/O Berlin ist heute nicht nur das Fotozentrum der deutschen Hauptstadt, sondern auch ein Wirtschaftsfaktor. Denn das Forum für Fotokunst überzeugt mit seinen Zahlen: 870.000 zahlende Besucher in elf Jahren – mit steigender Tendenz. Mittlerweile liegt die durchschnittliche Besucherzahl pro Jahr bei 180.000. Die Annie Leibovitz-Ausstellung im Jahr

2009 sorgte zeitweise für eine über 60 Meter lange Besucherschlange an der Oranienburger Straße. Insgesamt sorgen 46 Beschäftigte, davon 42 festangestellte Mitarbeiter, für die reibungslose Organisation und Umsetzung der rund 20 Ausstellungen pro Jahr. Eine hervorragende Bilanz für ein Ausstellungszentrum, das ohne öffentliche Subventionen auskommt. Rund 7,50 EUR kostet der Besuch im Schnitt.

Die jährlich rund 180.000 Besucher des Ausstellungsforums C/O Berlin, von denen zahlreiche Gäste von auswärts anreisen, bringen zusätzliche Kaufkraft nach Berlin, vor allem in den Bezirk Mitte. Sie geben dabei nicht nur Geld für Eintrittskarten aus, sondern im Anschluss des Ausstellungsbesuchs auch für Restaurant- bzw. Cafébesuche, Einkäufe und Verkehrsmittel sowie hin und wieder auch für Hotelübernachtungen. Das Geld landet nicht nur in der Kasse von C/O Berlin, sondern vor allem auch in den Kassen der Gastronomiebetriebe und des Einzelhandels im Bezirk. Gerade für die Dauer der großen Ausstellungen und in den touristisch eher schwachen Jahreszeiten im Dezember und Januar sind dies für viele hier ansässige Restaurants, Cafés, Läden und Hotels wichtige Mehreinnahmen. Zumindest während der Vernissage-Tage pulsiert das Leben rund um das Ausstellungsforum. Die zusätzlichen Erlöse kommen vor allem den Geschäften und dem Taxigewerbe rund um die Oranienburger Straße und dem Hackeschen Markt zugute. Die Ausstellungen im C/O Berlin tragen somit auch dazu bei, diesen Kiez als Shopping- und Restaurantviertel weiter zu stärken. Die ausländischen Gäste können sich hier von dem guten Preis-Leistungs-Verhältnis in Berlin überzeugen.

Zusätzlich zu den auswärtigen kunstinteressierten Forumsbesuchern kommen auch viele Berliner, die nach Büroschluss noch in die Ausstellung gehen oder sich für bedeutende Veranstaltungen sogar einen Tag frei nehmen, um sich in die Schlange vor dem C/O Berlin einzureihen.

Der Kultur- und Kreativbereich ist eine typische Querschnittsbranche. Deshalb

fließen die durch Kultur generierten Umsätze in sehr unterschiedliche Branchen. Eine überschneidungsfreie Abgrenzung der einzelnen Wirtschaftszweige zur Kultur- und Kreativwirtschaft ist nicht möglich. Eine Vielzahl von Branchen ist unterschiedlich stark mit diesem großen Berliner Cluster verflochten. So liefert das Lebensmittelgewerbe Waren an die von erschöpften Ausstellungsbesuchern frequentierten Cafés und das Taxigewerbe bringt die kunstinteressierten Besucher zur Vernissage; Handwerker führen nach den Ausstellungen Renovierungsarbeiten in den Räumlichkeiten durch. Hinzu kommen die Druckereien, die Rahmenbauer und die Agenturen, die ebenfalls einen Teil ihrer Aufträge den Museen und Kunstforen verdanken.

Ein Großteil des Umsatzvolumens, das durch die direkten Ausgaben der kunstinteressierten Gäste erzielt wird, wird in einer zweiten Umsatzrunde (Lieferung und Bezahlung von Vorleistungen) erneut wirksam. Durch diese Umsätze entsteht wiederum indirekt weiteres ursprünglich durch die Kultur- und Kreativwirtschaft angestoßenes Einkommen. Kaum ein Arbeitsplatz lässt sich somit voll der Kultur- und Kreativwirtschaft zurechnen. Gleichwohl werden durch diesen Wirtschaftsbe- reich aufgrund der beschriebenen Multiplikatoreffekte erhebliche Umsätze in den verschiedensten Branchen generiert.

Durch die Ausgaben der Besucher des Fotokunstforums C/O in Berlin-Mitte werden auf diesem Wege selbst bei konservativen Annahmen nicht unbedeutende Geldflüsse erzeugt. Denn gerade die Gäste von C/O Berlin zeigen sich nach dem Ausstellungsbesuch konsumfreudig und nutzen die umliegenden Restaurants, Cafés und Läden.

Als Annie Leibovitz im C/O ihre Bilder zeigte, kamen nach Ende der Ausstellung Gastwirte, Buchhändler und Caféinhaber in das Fotokunstforum und berichteten über besonders gute Geschäfte. Dabei verfügt der solvente Ausstellungsbesucher im Schnitt über ein Budget von 35,70 EUR. Diese Schätzung über den durchschnittlichen Tagesausgabensatz pro Per-

son für Ausstellungsbesuche beruht auf Angaben des Deutschen Wirtschaftswissenschaftlichen Instituts für Fremdenverkehr e.V. (dwif).

Aufgrund der großen räumlichen Ausdehnung der Hauptstadt zählen die Ausstellungsbesucher aus weit entfernten Bezirken aus touristischer Sicht schon als Tagessgäste. Bei ihnen kann ein größeres Budget für eventuelle Einkäufe nach der Ausstellung in Berlin-Mitte eingeplant werden. Auch ist für diese Kunstliebhaber aufgrund der längeren Anreise neben dem Ausstellungsbesuch ein Restaurant-, Imbiss- oder Cafébesuch in der Oranienburger Straße obligatorisch.

Im Ergebnis führen die vorwiegend in Berlin-Mitte getätigten Ausgaben aller C/O Berlin Besucher (jährlich rund 180.000) im Jahresdurchschnitt zu insgesamt 6,43 Mio. EUR Kaufkraft. Berücksichtigt man die dargestellten wirtschaftlichen Folge- und Multiplikatoreffekte zumindest für die nächsten fünf Jahre, so ergeben die Simulationsrechnungen eine durchschnittliche jährliche Steigerung des Berliner Bruttoinlandsprodukts (BIP) von insgesamt 10,45 Mio. EUR. Somit wird durch die getätigten Ausgaben der C/O Berlin-Besucher im Bezirk Mitte zusätzliche Wirtschaftsleistung in ganz Berlin angestoßen.

Infolge dieser zusätzlichen Wirtschaftsleistung kann berechnet werden, dass sich auch ein Teil der öffentlichen Einnahmen Berlins in den nächsten Jahren auf die Besucher des Ausstellungsforums C/O in Berlin-Mitte zurückführen lassen. Dabei betragen die zusätzlichen öffentlichen Einnahmen bei 10,45 Mio. EUR zusätzlichem Bruttoinlandsprodukt jährlich 1,31 Mio. EUR.

Zudem werden durch die C/O-Besucher infolge der Multiplikatoreffekte in den nächsten fünf Jahren im Schnitt 69 neue Arbeitsplätze pro Jahr in unterschiedlichen Wirtschaftsbereichen geschaffen bzw. bestehende Arbeitsplätze gesichert. Etwa 70% dieser Beschäftigungseffekte entstehen dabei in den Dienstleistungsbereichen und 30% im Produzierenden Gewerbe.

Fotozentrum C/O Berlin bringt Imagegewinn

Neben diesen volkswirtschaftlich messbaren Wertschöpfungs-, Einkommens- und Beschäftigungszuwächsen existiert noch ein weiterer Effekt, der zwar schwer quantifizierbar ist, letztlich jedoch ebenso volkswirtschaftliche Wirkungen entfaltet: Der Imagegewinn durch die Darstellung Berlins als Deutschlands lebendigstes Kunstzentrum. Von großer Bedeutung ist dabei die nationale und internationale Medienberichterstattung.

Für das Image der Stadt ist auch das Ausstellungszentrum C/O Berlin mit den stetig wachsenden Besucherzahlen von Bedeutung. Das Forum und die Projekte mit den großen Namen der Fotografie tragen zum positiven Berlin-Bild in aller Welt bei. Das Fotozentrum C/O Berlin ist kostenlose Imagewerbung für Berlin.

Während der Dauer der großen Ausstellungen richtet sich das Interesse von Fotokunstinteressierten in aller Welt auf Berlin. Journalisten aus vielen Ländern berichten dann aus dem alten Postfuhramt in Berlin-Mitte. Die Ausstellungen haben Jahr für Jahr an Besucherzahlen gewonnen und ziehen den Blick der Fotokunstliebhaber immer stärker auf Berlin und das Fotokunstzentrum in der Oranienburger Straße.

Wirtschaftliche Effekte der Galeriebesucher C/O Berlin						
Jahr	1	2	3	4	5	Ø p.a.
Veränderung BIP (in Mio. EUR)	6,5	10,6	11,8	11,7	11,6	10,5
Veränderung Arbeitsplätze	43	78	91	77	54	69
Veränderung öffentliche Einnahmen (in Mio. EUR)	1,9	2,0	1,3	0,7	0,5	1,3

Quelle: Berechnung IBB

C/O Berlin in Zahlen

870.000	Besucher in 11 Jahren
174.000	Schriftliche Einladungen
150.000	Besucher im Jahr 2011
110.000	Besucher bei Annie Leibovitz
81.000	Besucher bei Peter Lindbergh
30.000	Besucher im ersten Jahr
23.537	Freunde bei Facebook
21.201	Schrauben für Hängung der Bilder
6.985	Liter Farbe
4.200	Besucher bei der Vernissage von Annie Leibovitz
2000	Jahr der Gründung
1.900	Bücher in der Präsenzbibliothek
1.800	Quadratmeter Ausstellungsfläche
324	Veranstaltungen wie Vorträge, Präsentationen, Filme, Diskussionen
290	Bewerbungen pro Jahr für das Talent-Programm
165	Mitglieder im C/O's e.V.
159	Kooperationspartner
87	Junior-Workshops für Kinder
78	große Ausstellungen in 11 Jahren
63	Meter Besucherschlange bei Annie Leibovitz
59	Motive in der Edition
53	Mitarbeiter
26	Talente gefördert mit jeweils eigenen Ausstellungen und Katalogen
15	Lectures u.a. mit Annie Leibovitz, Daniel Libeskind, Isabelle Huppert, Nan Goldin
3	Gründungspartner – Stephan Erfurt, Marc Naroska, Ingo Pott
2	Umzüge – Postfuhramt, Linienstraße, Postfuhramt
1	Bundesverdienstkreuz

Quelle: <http://www.co-berlin.info/presse/resonanz.html>

Fazit

Die Deutsche Hauptstadt bietet eine große Bandbreite an Aktivitäten im Bereich Kultur und Unterhaltung. Besonders auswärtige Besucher und Touristen wissen diese kulturellen Einrichtungen zu schätzen. Am Beispiel des Fotokunstzentrums C/O Berlin kann gezeigt werden, dass sich dieses künstlerische Engagement auch wirtschaftlich auszahlt.

Das Fotokunstzentrum C/O Berlin ist ein sehr wichtiges Forum für die internationale Kunstszene und den Wirtschaftsstandort Berlin. Die Ausstellungen haben Jahr für Jahr an Besucherzahlen gewonnen, von 30.000 Besuchern im Jahr 2000 auf aktuell 180.000 im Jahr. Nach Berechnungen mit einem Simulationsmodell für die Berli-

ner Wirtschaft generiert allein das Fotokunstforum C/O Berlin jährlich rund 10,5 Mio. EUR zusätzliche Wertschöpfung. Das ist weit mehr, als die Galerie in Form von Zuwendungen erhält.

Zudem hängen dutzende Arbeitsplätze direkt oder indirekt von dem Fotokunstzentrum ab. Dieses herausragende Kulturforum transportiert national und international die kulturelle Vielfalt Berlins. Hinzu kommt, dass neben der Kunstszene in der Stadt auch die Berliner Wirtschaft gestärkt wird.

Für eine gute Entwicklung brauchen Ausstellungsforen jedoch einen idealen Standort, sonst werden selbst die besten Sammlungen nicht besucht, wie der vergleichsweise enttäuschende Zuschauerzuspruch beim Museumskomplex in Dahlem zeigt. Dagegen sind die Museen und Galerien in der Mitte der Stadt sehr gut besucht. Andererseits hat ein guter und zentraler Ausstellungsstandort auch positive Wirkungen auf die umliegenden Geschäfte. Ein lebendiges Umfeld aus Museen, Kunstforen, Cafés und unkonventionellen Läden zieht Touristen an und sorgt sowohl für hohe Besucherzahlen der Ausstellungen als auch für gute Umsätze in den umliegenden Geschäften.

Der Bereich Ausstellungswesen wird in Berlin weiter an Bedeutung gewinnen. Bereits 2012 dürfte der Umsatz im gesamten Berliner Ausstellungswesen die 300-Millionen EUR-Marke übersprungen haben. Besondere Wachstumspotenziale liegen vor allem in der Präsentation Berliner Kunst auf internationalen Messeplätzen. Aber auch die Talentförderung, die Lehre und die Durchführung von weiteren „Galerie-Wochenenden“ sowie Veranstaltungen im Rahmen von „Lange Nacht der Museen“ sind wichtige Aufgaben für die Zukunft.

Herausgeber:
Investitionsbank Berlin
Volkswirtschaft

Verantwortlich:
Hartmut Mertens
Telefon: 030/2125-4738

Bundesallee 210
10719 Berlin
volkswirtschaft@ibb.de

Verfasser:
Hartmut Mertens
Telefon: 030/2125-4738
Claus Pretzell
Telefon: 030/2125-4752
Unter Mitarbeit von Prof. Dr. Volker Nitsch

Redaktionsschluss 12. Juli 2012

Weitere volkswirtschaftliche Publikationen unter:

www.ibb.de/volkswirtschaft

Anhang 1

Museen im Vergleich der Bundesländer

	Museen									
	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2002-2010 in %
Baden-Württemberg	830	825	821	819	784	784	756	800	791	-4,7
Bayern	867	876	868	889	837	816	849	904	913	5,3
Berlin	128	128	125	121	117	124	126	129	135	5,5
Brandenburg	265	265	263	263	258	239	249	234	234	-11,7
Bremen	23	22	25	22	22	24	28	27	26	13,0
Hamburg	49	47	45	47	40	42	46	43	41	-16,3
Hessen	327	333	333	324	324	324	320	313	316	-3,4
Mecklenburg-Vorpommern	151	171	179	166	167	170	169	158	158	4,6
Niedersachsen	513	508	497	501	500	501	501	495	497	-3,1
Nordrhein-Westfalen	530	542	528	516	529	510	532	506	512	-3,4
Rheinland-Pfalz	283	289	283	288	271	287	295	290	286	1,1
Saarland	46	53	44	41	43	45	42	40	48	4,3
Sachsen	326	315	320	308	326	320	315	316	325	-0,3
Sachsen-Anhalt	188	195	189	180	173	175	183	177	174	-7,4
Schleswig-Holstein	180	174	174	177	173	174	174	177	180	0,0
Thüringen	186	186	184	185	183	177	191	181	187	0,5
Deutschland	4.892	4.929	4.878	4.847	4.747	4.712	4.776	4.790	4.823	-1,4

Quelle: Institut für Museumsforschung der Staatlichen Museen zu Berlin Preußischer Kulturbesitz

Anhang 2

Besucher im Vergleich der Bundesländer

	Besucher (in 1.000)									
	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2002-2010 in %
Baden-Württemberg	14.110	12.990	13.600	13.711	14.005	14.297	13.709	14.280	14.448	2,4
Bayern	20.454	18.779	19.348	18.663	18.477	18.706	18.233	19.837	20.312	-0,7
Berlin	8.666	9.317	11.292	10.907	12.009	13.981	13.396	13.335	14.971	72,8
Brandenburg	3316	3592	3472	3546	3281	3368	3511	3.475	3.287	-0,9
Bremen	1599	1449	1398	1383	1530	1481	1599	1.354	1.224	-23,5
Hamburg	2090	1821	2140	2083	2226	2205	2290	2.091	1.871	-10,5
Hessen	4807	5043	4898	4701	4596	4776	4805	4.901	4.782	-0,5
Mecklenburg-Vorpommern	3200	3325	3273	3094	2880	3172	3561	3.617	3.528	10,3
Niedersachsen	7524	7098	7037	6717	6729	6816	6717	7.067	6.410	-14,8
Nordrhein-Westfalen	14.275	13.450	14.711	14.767	15.492	15.559	14.556	14.765	16.350	14,5
Rheinland-Pfalz	4106	4229	4041	3766	3797	4631	3960	3.874	3.770	-8,2
Saarland	463	580	617	670	703	754	619	504	816	76,2
Sachsen	7051	7319	7659	7795	7785	8131	8222	7.915	8.142	15,5
Sachsen-Anhalt	2464	2493	2658	2649	2667	2510	2811	2.752	2.402	-2,5
Schleswig-Holstein	2922	2793	2793	2651	2568	2698	2684	2.729	2.601	-11,0
Thüringen	4173	4084	4296	4306	3900	4219	4177	4.323	4.282	2,6
Deutschland	101.220	98.362	103.233	101.409	102.645	107.304	104.850	106.820	109.196	7,9

Quelle: Institut für Museumsforschung der Staatlichen Museen zu Berlin Preußischer Kulturbesitz

Anhang 3

Ausstellungen im Vergleich der Bundesländer

	Ausstellungen									
	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2002-2010 in %
Baden-Württemberg	1.119	1.091	1.079	1.098	1.061	1.116	1.135	1.208	1.266	13,1
Bayern	1.335	1.311	1.253	1.294	1.327	1.318	1.325	1.304	1.309	-1,9
Berlin	347	343	389	352	397	404	391	407	436	25,6
Brandenburg	535	501	511	528	471	496	523	529	476	-11,0
Bremen	52	84	68	78	77	71	61	63	59	13,5
Hamburg	146	158	120	142	111	108	93	80	70	-52,1
Hessen	632	682	718	720	688	668	661	652	656	3,8
Mecklenburg-Vorpommern	343	389	372	370	365	378	308	346	321	-6,4
Niedersachsen	874	810	808	913	916	861	870	878	876	0,2
Nordrhein-Westfalen	1.269	1.283	1.255	1.358	1.202	1.215	1.266	1.174	1.187	-6,5
Rheinland-Pfalz	448	398	388	370	383	373	387	407	396	-11,6
Saarland	82	88	95	116	104	109	88	89	92	12,2
Sachsen	835	782	819	843	910	879	911	868	859	2,9
Sachsen-Anhalt	439	454	394	392	422	412	362	437	388	-11,6
Schleswig-Holstein	356	353	348	327	302	342	325	347	346	-2,8
Thüringen	461	495	425	463	462	485	439	483	435	-5,6
Deutschland	9.273	9.222	9.042	9.364	9.198	9.235	9.145	9.272	9.172	-1,1

Quelle: Institut für Museumsforschung der Staatlichen Museen zu Berlin Preußischer Kulturbesitz

Anhang 4

Attraktivität von Kultureinrichtungen nach Bundesländern

	Museen pro 100.000 Einwohner									
	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2002-2010 in%
Baden-Württemberg	7,8	7,7	7,7	7,6	7,3	7,3	7,0	7,4	7,4	-5,5
Bayern	7,0	7,1	7,0	7,1	6,7	6,5	6,8	7,2	7,3	4,0
Berlin	3,8	3,8	3,7	3,6	3,4	3,6	3,7	3,7	3,9	3,4
Brandenburg	10,2	10,3	10,2	10,2	10,1	9,4	9,8	9,3	9,3	-8,9
Bremen	3,5	3,3	3,8	3,3	3,3	3,6	4,2	4,1	3,9	13,3
Hamburg	2,8	2,7	2,6	2,7	2,3	2,4	2,6	2,4	2,3	-19,0
Hessen	5,4	5,5	5,5	5,3	5,3	5,3	5,3	5,2	5,2	-3,0
Mecklenburg-Vorpommern	8,6	9,8	10,3	9,7	9,8	10,0	10,1	9,6	9,6	11,2
Niedersachsen	6,4	6,4	6,2	6,3	6,3	6,3	6,3	6,2	6,3	-2,4
Nordrhein-Westfalen	2,9	3,0	2,9	2,9	2,9	2,8	3,0	2,8	2,9	-2,1
Rheinland-Pfalz	7,0	7,1	7,0	7,1	6,7	7,1	7,3	7,2	7,1	2,4
Saarland	4,3	5,0	4,1	3,9	4,1	4,3	4,1	3,9	4,7	9,2
Sachsen	7,4	7,2	7,4	7,2	7,6	7,5	7,5	7,6	7,8	4,5
Sachsen-Anhalt	7,3	7,7	7,5	7,2	7,0	7,2	7,6	7,5	7,5	1,0
Schleswig-Holstein	6,4	6,2	6,2	6,3	6,1	6,1	6,1	6,2	6,4	-0,6
Thüringen	7,7	7,8	7,8	7,9	7,8	7,7	8,3	8,0	8,4	7,6
Deutschland	5,9	6,0	5,9	5,9	5,8	5,7	5,8	5,9	5,9	-0,5

Quelle: Institut für Museumsforschung der Staatlichen Museen zu Berlin Preußischer Kulturbesitz, eigene Berechnungen IBB

Anhang 5

Attraktivität von Kultureinrichtungen nach Bundesländern

	Ausstellungen pro Museum									
	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2002-2010 in %
Baden-Württemberg	1,3	1,3	1,3	1,3	1,4	1,4	1,5	1,5	1,6	18,7
Bayern	1,5	1,5	1,4	1,5	1,6	1,6	1,6	1,4	1,4	-6,9
Berlin	2,7	2,7	3,1	2,9	3,4	3,3	3,1	3,2	3,2	19,1
Brandenburg	2,0	1,9	1,9	2,0	1,8	2,1	2,1	2,3	2,0	0,8
Bremen	2,3	3,8	2,7	3,5	3,5	3,0	2,2	2,3	2,3	0,4
Hamburg	3,0	3,4	2,7	3,0	2,8	2,6	2,0	1,9	1,7	-42,7
Hessen	1,9	2,0	2,2	2,2	2,1	2,1	2,1	2,1	2,1	7,4
Mecklenburg-Vorpommern	2,3	2,3	2,1	2,2	2,2	2,2	1,8	2,2	2,0	-10,6
Niedersachsen	1,7	1,6	1,6	1,8	1,8	1,7	1,7	1,8	1,8	3,5
Nordrhein-Westfalen	2,4	2,4	2,4	2,6	2,3	2,4	2,4	2,3	2,3	-3,2
Rheinland-Pfalz	1,6	1,4	1,4	1,3	1,4	1,3	1,3	1,4	1,4	-12,5
Saarland	1,8	1,7	2,2	2,8	2,4	2,4	2,1	2,2	1,9	7,5
Sachsen	2,6	2,5	2,6	2,7	2,8	2,7	2,9	2,7	2,6	3,2
Sachsen-Anhalt	2,3	2,3	2,1	2,2	2,4	2,4	2,0	2,5	2,2	-4,5
Schleswig-Holstein	2,0	2,0	2,0	1,8	1,7	2,0	1,9	2,0	1,9	-2,8
Thüringen	2,5	2,7	2,3	2,5	2,5	2,7	2,3	2,7	2,3	-6,1
Deutschland	1,9	1,9	1,9	1,9	1,9	2,0	1,9	1,9	1,9	0,3

Quelle: Institut für Museumsforschung der Staatlichen Museen zu Berlin Preußischer Kulturbesitz, eigene Berechnungen IBB

Anhang 6

Attraktivität von Kultureinrichtungen nach Bundesländern

	Besucher pro Museum (in 1.000)									
	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2002-2010 in %
Baden-Württemberg	17,0	15,7	16,6	16,7	17,9	18,2	18,1	17,9	18,3	7,4
Bayern	23,6	21,4	22,3	21,0	22,1	22,9	21,5	21,9	22,2	-5,7
Berlin	67,7	72,8	90,3	90,1	102,6	112,8	106,3	103,4	110,9	63,8
Brandenburg	12,5	13,6	13,2	13,5	12,7	14,1	14,1	14,9	14,0	12,3
Bremen	69,5	65,9	55,9	62,9	69,5	61,7	57,1	50,1	47,1	-32,3
Hamburg	42,7	38,7	47,6	44,3	55,7	52,5	49,8	48,6	45,6	7,0
Hessen	14,7	15,1	14,7	14,5	14,2	14,7	15,0	15,7	15,1	2,9
Mecklenburg-Vorpommern	21,2	19,4	18,3	18,6	17,2	18,7	21,1	22,9	22,3	5,4
Niedersachsen	14,7	14,0	14,2	13,4	13,5	13,6	13,4	14,3	12,9	-12,1
Nordrhein-Westfalen	26,9	24,8	27,9	28,6	29,3	30,5	27,4	29,2	31,9	18,6
Rheinland-Pfalz	14,5	14,6	14,3	13,1	14,0	16,1	13,4	13,4	13,2	-9,1
Saarland	10,1	10,9	14,0	16,3	16,3	16,8	14,7	12,6	17,0	68,9
Sachsen	21,6	23,2	23,9	25,3	23,9	25,4	26,1	25,0	25,1	15,8
Sachsen-Anhalt	13,1	12,8	14,1	14,7	15,4	14,3	15,4	15,5	13,8	5,3
Schleswig-Holstein	16,2	16,1	16,1	15,0	14,8	15,5	15,4	15,4	14,5	-11,0
Thüringen	22,4	22,0	23,3	23,3	21,3	23,8	21,9	23,9	22,9	2,1
Deutschland	20,7	20,0	21,2	20,9	21,6	22,8	22,0	22,3	22,6	9,4

Quelle: Institut für Museumsforschung der Staatlichen Museen zu Berlin Preußischer Kulturbesitz, eigene Berechnungen IBB