

Eröffnung TheaterFest 2016

Sehr geehrte Damen und Herren,

Was bewegt ein Unternehmen oder eine Privatperson dazu, an einen bestimmten Ort zu ziehen? Ist es der Bauplatz, sind es steuerliche Abgaben, eine gute Verkehrsanbindung oder einfach nur eine schöne Landschaft? Klar ist, für jeden Einzelnen können bei dieser Entscheidung so ziemlich alle möglichen Einflussfaktoren eine Rolle spielen.

Welche Rolle spielt hierbei die Kultur?

Meistens wird der Kultur eine doch eher geringe wirtschaftliche Bedeutung zugestanden. Aber immer stärker wird der Wettbewerb zwischen den Regionen und somit die Frage danach, welche Standortfaktoren für eine Stadt oder Gemeinde wichtig sind und gefördert werden müssen, immer zentraler. Der Standortförderung und -vermarktung kommt von Jahr zu Jahr eine größere

Bedeutung zu.

Die Frage nach der Kultur als Standortfaktor erlangte hierbei in den vergangenen Jahren mehr und mehr an Bedeutung, sowohl in Bezug auf Unternehmensansiedlung und -bindung als auch in Bezug auf die Einwohnerentwicklung. Inwieweit lässt sich die Kultur zu diesen Zwecken nutzen bzw. hat sie überhaupt Einfluss auf die Ansiedlung und Bindung von Unternehmen und auch von Einwohnern?

Das kulturelle Angebot einer Region kann als Standortfaktor viele Gesichter haben. Man kann hier zwischen historischen Potentialen, dem „kulturellen Grundkapital“ und aktuellen Angeboten unterscheiden. Zu den historischen Potentialen können ein schönes Stadtbild (z.B. viele Fachwerkhäuser), herausragende Sehenswürdigkeiten von historischer Bedeutung (z.B. Kirchen, Klöster, Schlösser, Denkmäler) aber auch lang gepflegte Traditionen (z.B. traditionelle Feste und Bräuche) zählen. Auf diese Standortfaktoren hat

eine Region keinen oder nur geringen Einfluss, wenn es beispielsweise darum geht, diese Kulturgüter zu erhalten. Allerdings kann man diese Potentiale durchaus gut oder weniger gut vermarkten. Zum aktuellen kulturellen Angebot zählen Theater, Bibliotheken, Museen, Festivals, Konzerte, Ausstellungen und Vereine, wie Musik- oder Gesangsvereine (die auch zum Freizeitangebot gehören). Nicht jedes Kulturangebot hat die gleiche Auswirkung als Standortfaktor. Zu beantworten ist daher die Frage: „Welche Kulturangebote erzielen welche Wirkung?“. Denn ein reiches Kulturangebot erzielt nicht zwangsweise nur positive Ergebnisse. Eine Bewertung der Auswirkungen eines bestimmten Kulturangebots ist nötig, am besten schon, bevor man das Kulturangebot platziert oder einrichtet.

Kultur wird meistens zu den weichen Standortfaktoren gezählt und lässt sich nicht in Zahlen bemessen, weshalb es schwierig ist eindeutig zu sagen, ob Kultur für Unternehmen eine Rolle bei ihrer Standortwahl spielt oder nicht. Durch Kultur wird in erster Linie das Image einer Region aufgewertet und diese dadurch attraktiver gemacht. Man könnte annehmen, dass dies ausschließlich für Privatpersonen wie Einwohner und Besucher eine Rolle spielt. Die Literatur und einige Untersuchungen behaupten jedoch das Gegenteil, nämlich dass der Standortfaktor Kultur durchaus auch ein wichtiger Entscheidungsfaktor bei der Standortwahl von Unternehmen ist.

Vor allem für den Dienstleistungssektor, innovative Branchen und mittelständische Unternehmen soll der Faktor Kultur eine wichtigere Rolle spielen als für verarbeitende Gewerbe oder große multinationale Unternehmen.

„Die Masse macht's“ – d.h., je mehr positive Standortfaktoren, wie kulturelle Vielfalt, Sport- und Freizeitangebote und Bildungseinrichtungen in einer Region angesiedelt sind, desto mehr steigert dies die Attraktivität dieser Region. „Das Unterschreiten bestimmter Maximalanforderungen“ kann eine Region umgekehrt auch unattraktiv machen, da es die Lebensqualität senkt. Wo der Punkt liegt, an dem eine überdurchschnittliche Bündelung solcher weicher Faktoren erreicht ist, ist

nicht näher bestimmt, vielmehr fällt dies unter die „Wahrnehmung einer Region“, die sich im Laufe der Jahre „in einem langsamen Prozess“ entwickelt. Wie bereits erwähnt, haben Untersuchungen ergeben, dass Kultur durchaus einen Einfluss auf den Arbeitsmarkt nehmen kann. Der Arbeitsmarkt wird branchenübergreifend als wichtigster Standortfaktor gehandelt und für Unternehmen mit hochqualifizierten Arbeitskräften ist die Kultur hierbei eine wichtige Einflussgröße, die die Verfügbarkeit und Bindung von qualifizierten Mitarbeitern beeinflusst. Allerdings wird hier der Mentalität der Menschen oder dem Ansehen einer Region eine größere Bedeutung zugestanden als den kulturellen Angeboten wie Theatern, Museen oder der kulturellen Vielfalt. Jedoch lassen sich diese Wechselwirkungen mit anderen Standortfaktoren nicht betriebswirtschaftlich messen.

Sehr geehrte Damen und Herren, in den vergangenen 25 Jahren hat sich die Kultur- und Kreativwirtschaft zu einem der dynamischsten Wirtschaftszweige weltweit entwickelt. Ihr Beitrag zur volkswirtschaftlichen Gesamtleistung in Deutschland zum Beispiel betrug im Jahr 2011 ungefähr 63 Milliarden Euro, das sind 2,4 Prozent des Bruttoinlandsproduktes. Damit ist die Kultur- und Kreativwirtschaft vergleichbar mit den großen Industriesektoren Automobil, Maschinenbau und Chemie. Und mancherorts erwirtschaftet die Kultur- und Kreativwirtschaft sogar mehr als die Chemie- oder die Automobilindustrie. Dann wird Kultur zum harten Standortfaktor. In Ostbelgien gab es laut einer Studie im Jahr 2010 135 Unternehmen und 332 Erwerbstätige, die der Kultur- und Kreativwirtschaft zugeordnet werden können. Diese erreicht im selben Jahr eine Bruttowertschöpfung von 44 Millionen Euro. Und der Macher dieser Studie gibt offen zu, dass er nicht alle Kreativen erfassen konnte.

Die Kreativwirtschaft leistet auch in Ostbelgien einen wichtigen Beitrag zur wirtschaftlichen Werteschöpfung und beeinflusst die Entwicklung des Erwerbstätigenmarktes positiv, und das mit der Schaffung von sowohl hoch- als auch geringqualifizierten Arbeitsplätzen. So stellt die Kultur- und Kreativwirtschaft in der DG einen Anteil von ungefähr 2,5 % der Bruttowertschöpfung am Bruttoinlandsprodukt dar. Damit gehört die DG zu

den „kreativsten“ Regionen, erreicht aber nicht ganz den Durchschnitt der Euregio Maas & Rhein. Unbestritten ist auch, dass die KKW einen wichtigen Einfluss auf die Innovationsfähigkeit der Wirtschaft nimmt und einen Wachstumsmarkt für Künstler, Kulturberufe und kreative Berufe schafft.

Insgesamt fördern Kultur- und Kreativschaffende vor Ort direkt die Ansiedlung von Unternehmen aller Branchen und steigern deren Anziehungskraft für gut ausgebildete Fachkräfte. Indirekt wirkt sich eine inspirierende Kultur- und Kreativszene unterstützend für die Gründerkultur und damit für den so wichtigen unternehmerischen Nachwuchs vor Ort aus.

Alles dies steigert in erheblichem Maße den Imagefaktor der Region und macht sie lebenswerter.

Die Relevanz der Kultur- und Kreativwirtschaft für die Standortentwicklung unterstreicht auch das Creative Cities Netzwerk der UNESCO. In diesem Verbund haben sich 69 Städte aus 32 Ländern zusammengeschlossen, die Kultur- und Kreativwirtschaft als strategischen Faktor für eine nachhaltige Stadtentwicklung erkannt haben. Aus Belgien ist zum Beispiel Gent dabei.

Zugegeben, das letzte Beispiel ist für Ostbelgiens Städte und Kommunen eine Nummer zu groß. Und vielleicht haben Sie sich die ganze Zeit gefragt, warum redet die Ministerin über Standortfaktoren und dergleichen. Ich kann Ihnen das sagen. Vor allem, um noch einmal deutlich zu machen, dass unser breites Kulturangebot nicht ausschließlich zur Unterhaltung und kulturellen Bildung unserer eigenen Bevölkerung dient, sondern auch dazu beiträgt, dass der Standort Ostbelgien ein attraktiver ist. TheaterFest, OstbelgienFestival, Eupen MusikMarathon, meakusma Festival und viele weitere Veranstaltungen machen unsere Region bunter, verleihen ihr mehr Anziehungskraft. Und wenn die Deutschsprachige Gemeinschaft aktuell nicht zuletzt das Standortmarketing in den Vordergrund rückt, weil ein Standort, der es versäumt, sich erfolgreich zu positionieren, wirtschaftliche Stagnation riskiert, kommt auch die Kultur ins Spiel. Um langfristig wettbewerbsfähig zu bleiben, müssen wir Ostbelgien attraktiv machen für Unternehmen, Organisationen und Personen, die Wohlstand und Lebensqualität in die Region bringen. Um im Wettbewerb der

Regionen Europas zu bestehen, müssen wir die Alleinstellungsmerkmale von Ostbelgien suchen und gemeinsam professionell kommunizieren. Ich glaube, dass unser breitgefächertes kulturelles Angebot sehr wohl ein Alleinstellungsmerkmal für Ostbelgien, mit dem wir prahlen. Nicht zuletzt, weil es wie beim TheaterFest vor allem auf Qualität ankommt. Dass dem so ist, verdanken wir den Machern dieses Festivals und denen möchte ich an dieser Stelle im Namen der Regierung der Deutschsprachigen Gemeinschaft herzlich danken und Ihnen viel Erfolg für die nächsten Tage wünschen. Gemeinsam!

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.