

Aldona Kucharczuk

**Kultur und Standort - Eine empirische Untersuchung zu
der Sonderausstellung "Der Blaue Reiter" in Bremen**

Diplomarbeit

Dokument Nr. V78374
<http://www.grin.com/>
ISBN 978-3-638-73915-3



G r i n 
VERLAG FÜR AKADEMISCHE TEXTE

Details

Titel: Kultur und Standort - Eine empirische Untersuchung zu der Sonderausstellung "Der Blaue Reiter" in Bremen

Autor: Aldona Kucharczuk

Fach: Wirtschaft - Marketing, Unternehmenskommunikation, CRM, Marktforschung

Institution/Hochschule: Hochschule Bremen (Region und Handel Bremen)

Kategorie: Diplomarbeit

Jahr: 2001

Seiten: 89

Note: 1,3

Literaturverzeichnis: ~ 68 Einträge

Sprache: Deutsch

Dateigröße: 952 KB

Archivnummer: V78374

ISBN: 978-3-638-73915-3

Anmerkungen :

Aus dem Gutachten: "Herausragendes Engagement im Forschungsprojekt; sehr gute Leistung in der Diplomarbeit: In ihrer Diplomarbeit untersuchte Frau Kucharczuk eine aktuelle, von ihr selbst entwickelte Fragestellung zur regional-wirtschaftlichen Wirkung von Kulturereignissen auf den Wirtschaftsstandort Bremen. (...) Ihre kreative Arbeitsweise, ihr Interesse an den Wirtschaftsfragen der Regionalpolitik und persönliches Engagement bilden die Grundlage für weitere Projekte, die sie aktiv begleitet und für die Sie eigenständige Konzeptionen entwickelt."

Zusammenfassung / Abstract

In der heutigen Zeit misst man den kulturellen Werten einer Region oder einer Stadt mehr Bedeutung zu als früher. Insbesondere durch die wirtschaftlichen, gesellschaftlichen und politischen Veränderungen zur Jahrtausendwende gewinnt der Standort an Bedeutung. Die vorliegende Arbeit geht auf die positiven Auswirkungen der Kulturereignisse mit überregionaler Reichweite in ökonomischer und imagebildender Hinsicht ein. Sie gliedert sich in einen theoretischen Teil und in die Untersuchung selbst. Ausgehend von den Veränderungen in der Wirtschaft wird auf die damit in Zusammenhang stehenden politischen und sozialen Veränderungen der Gesellschaft eingegangen. Der erste Teil besteht aus drei Abschnitten: • Die wirtschaftlichen Veränderungen, die die Politik und das soziale Leben beeinflussen, werden skizziert, das Instrumentarium vorgestellt, das eingesetzt wird, um die Standorte in Zeiten der Globalisierung attraktiv und wettbewerbsfähig zu machen. • Im Anschluss werden die sog. weichen Faktoren, die die Attraktivität eines Standortes bestimmen, erläutert. Weiter wird der Begriff Kultur erläutert und dessen Bedeutung untersucht. • Bremen, derer Bemühungen, die eigene Attraktivität zu steigern, sowie der Versuch, das Image zu verbessern, werden anschließend beschrieben. Dabei findet der kulturelle Aspekt eine besondere Berücksichtigung. Im zweiten empirischen Teil dieser Arbeit werden die Ergebnisse der Besucherbefragung zu der Sonderausstellung Der Blaue Reiter vorgestellt. Es wird beschrieben, wie die Ausstellung Der Blaue Reiter nach Bremen gekommen ist und welche Marketingmaßnahmen eingesetzt wurden, um möglichst viele Besucher nach Bremen zu ziehen. Ausgehend von der Besucherstruktur wird untersucht ob und welche ökonomischen und imagebildenden Effekte eingetreten sind. Mit dieser Arbeit wird am Beispiel der Sonderausstellung Der Blaue Reiter in Bremen untersucht, ob ein solch kulturelles Ereignis Einfluss auf Attraktivität, Ansehen und Image eines Standortes hat. Außerdem werden die wirtschaftlichen Effekte untersucht.

Inhaltsverzeichnis:

Theoretische Grundlagen ... 4

1 Einleitung ... 4

2 Wettbewerb der Standorte ... 5

- 2.1 Neue wirtschaftliche Strukturen ... 5
 - 2.1.1 Wirtschaftliche Veränderungen ... 5
 - 2.1.2 Politische Veränderungen ... 7
 - 2.1.3 Soziale Veränderungen ... 8
- 2.2 Standortmarketing als Instrument des Wettbewerbsvorteils ... 9
- 2.3 Kriterien der Vergleichbarkeit von Standorten ... 13
 - 2.3.1 Standortfaktoren aus der Sicht von Unternehmen ... 13
 - 2.3.2 Standortfaktor aus Sicht der Touristen ... 14
 - 2.3.3 Standortfaktor aus Sicht der Einwohner ... 15
- 2.4 Image - Ergebnis der Marketingmaßnahmen ... 15

3 Bedeutung der Kultur im Standortwettbewerb ... 17

- 3.1 Kultur als weicher Standortfaktor ... 17
- 3.2 Kulturelle Handlungsansätze ... 19
- 3.3 Stellenwert der Kultur im wirtschaftspolitischen Gefüge ... 20
 - 3.3.1 Die externen Wirkungen der hochkulturellen Angebote ... 20
 - 3.3.2 Politische Bedeutung ... 20
 - 3.3.3 Volkswirtschaftliche Bedeutung ... 21
 - 3.3.4 Kultur als ein weicher Standortfaktor ... 23
 - 3.3.4.1 Einfluss der Kultur auf das Image eines Standortes ... 23
 - 3.3.4.2 Kultur und Attraktivität ... 24
 - 3.3.4.3 Kultur und Lebensqualität ... 25
 - 3.3.4.4 Kultur und Image ... 25
 - 3.3.5 Soziale Bedeutung der Kultur ... 26

4 Bremen im Wettbewerb der Metropole ... 27

- 4.1 Wirtschaftliches und politisches Umfeld in Bremen ... 28
- 4.2 Ziele zur Etablierung Bremens als Wirtschaftsstandort ... 30
- 4.3 Integriertes Standortmarketing ... 30
- 4.4 Integration der Kultur in die Wirtschaftspolitik Bremens ... 32
 - 4.4.1 Politik für Kultur ... 32
 - 4.4.2 Wirtschaft für Kultur ... 34
 - 4.4.3 Bürger für Kultur ... 35
- 4.5 Bremens Kulturelle Infrastruktur ... 35
- 4.6 Integration der Kulturevents in die Wirtschaftspolitik Bremens ... 37
 - 4.6.1 Durchführung der Kulturereignisse ... 7
- 4.7 Positive Effekte der Kulturereignisse für Bremen ... 39

Die empirische Untersuchung ... 41

5 Der Blaue Reiter als Kulturevent ... 41

- 5.1 Die Entstehungsgeschichte der Sonderausstellung ... 41
- 5.2 Gliederung der Ausstellung ... 42
- 5.3 Wissenschaftliche Bedeutung der Ausstellung ... 44

- 5.4 Beteiligte an der Vermarktung der Ausstellung ... 44
- 5.5 Neuartige Vorgehensweise bei der Vermarktung der Ausstellung ... 45

6 Methodik der Besucherbefragung ... 47

- 6.1 Entwicklung des Fragebogens ... 47
- 6.2 Pretest ... 48
- 6.3 Erhebungsmodus ... 48
- 6.4 Auswahlverfahren ... 49

7 Ergebnisse der Befragung ... 51

- 7.1 Grundlegendes ... 51
 - 7.1.1 Netto Besucher ... 51
 - 7.1.2 Erfassungsgrad ... 51
 - 7.1.3 Rücklaufquote ... 52
- 7.2 Soziodemographische Merkmale der Besucher ... 52
 - 7.2.1 Herkunft der Besucher ... 52
 - 7.2.2 Bildungsabschluss der Besucher ... 56
 - 7.2.3 Berufliche Stellung der Besucher ... 57
 - 7.2.4 Geschlechtsstruktur ... 58
- 7.3 Besucherverhalten und dessen wirtschaftliche Aspekte ... 58
 - 7.3.1 Grund der Anreise ... 58
 - 7.3.2 Aufenthalt in Bremen ... 59
 - 7.3.3 Motive des Besuches ... 61
 - 7.3.4 Andere Aktivitäten der Besucher in Bremen ... 62
- 7.4 Bremen aus Sicht der Sonderausstellungsbesucher ... 64
 - 7.4.1 Bremen - Kulturzentrum ... 64
 - 7.4.2 Bremen - Provinz ... 66
 - 7.4.3 Bremen - Industriestandort ... 66
 - 7.4.4 Bremen - Außenhandelszentrum ... 67
 - 7.4.5 Bremen - attraktives Reiseziel ... 68
- 7.5 Der Blaue Reiter aus Sicht der Besucher ... 70
 - 7.5.1 Gesamteindruck ... 70
 - 7.5.2 Serviceleistungen ... 70
 - 7.5.3 Weiterempfehlung ... 71
- 7.6 Bremen again? ... 72
- 7.7 Zusammenfassung ... 73

8 Fazit ... 75

9 Literaturverzeichnis ... 77

10 Anhang - Fragenkatalog ... 84

Theoretische Grundlagen

1 Einleitung

In der heutigen Zeit misst man den kulturellen Werten einer Region oder einer Stadt mehr Bedeutung zu als früher. Insbesondere durch die wirtschaftlichen, gesellschaftlichen und politischen Veränderungen zur Jahrtausendwende gewinnt der Standort an Bedeutung. Die vorliegende Arbeit geht auf die positiven Auswirkungen der Kulturereignisse mit überregionaler Reichweite in ökonomischer und imagebildender Hinsicht ein.

Sie gliedert sich in einen theoretischen Teil und in die Untersuchung selbst. Ausgehend von den Veränderungen in der Wirtschaft wird auf die damit in Zusammenhang stehenden politischen und sozialen Veränderungen der Gesellschaft eingegangen. Der erste Teil besteht aus drei Abschnitten:

- Die wirtschaftlichen Veränderungen, die die Politik und das soziale Leben beeinflussen, werden skizziert, das Instrumentarium vorgestellt, das eingesetzt wird, um die Standorte in Zeiten der Globalisierung attraktiv und wettbewerbsfähig zu machen.
- Im Anschluss werden die sog. weichen Faktoren, die die Attraktivität eines Standortes bestimmen, erläutert. Weiter wird der Begriff Kultur erläutert und dessen Bedeutung untersucht.
- Bremen, derer Bemühungen, die eigene Attraktivität zu steigern, sowie der Versuch, das Image zu verbessern, werden anschließend beschrieben. Dabei findet der kulturelle Aspekt eine besondere Berücksichtigung.

Im zweiten empirischen Teil dieser Arbeit werden die Ergebnisse der Besucherbefragung zu der Sonderausstellung Der Blaue Reiter vorgestellt. Es wird beschrieben, wie die Ausstellung Der Blaue Reiter nach Bremen gekommen ist und welche Marketingmaßnahmen eingesetzt wurden, um möglichst viele Besucher nach Bremen zu ziehen. Ausgehend von der Besucherstruktur wird untersucht ob und welche ökonomischen und imagebildenden Effekte eingetreten sind. Mit dieser Arbeit wird am Beispiel der Sonderausstellung Der Blaue Reiter in Bremen untersucht, ob ein solch kulturelles Ereignis Einfluss auf Attraktivität, Ansehen und Image eines Standortes hat. Außerdem werden die wirtschaftlichen Effekte untersucht.

2 Wettbewerb der Standorte

Die Globalisierung der Weltwirtschaft, Veränderungen in Kommunikations-, Finanz-, und Transportwesen aufgrund der revolutionären, technischen Veränderungen, hat unsere Welt zu einem globalen Dorf werden lassen. Die Städte, Gemeinden, Regionen – Standorte eben - müssen in einen Wettbewerb gegeneinander antreten, um nicht in der Bedeutungslosigkeit zu verschwinden. In diesem Kapitel wird der Versuch unternommen, den Begriff Standort zu definieren und den sich vollziehenden Wandel zu erklären.

Standorte stehen aufgrund des tiefen gesellschaftlichen Wandels und der großen strukturellen Veränderungen, die in diesem Kapitel kurz skizziert werden, im Wettbewerb gegeneinander. Sie befinden sich in einer Auseinandersetzung um die Zukunft. Die Zukunft bedeutet wohlhabende Einwohner, qualifizierte, junge Arbeitskräfte, gesunde, innovative Unternehmen, Bevölkerungszuwachs, Touristen. Um nicht stehen zu bleiben sind die Standorte gefordert mit der Zeit zu gehen, attraktiv zu sein, ein eigenes Image zu pflegen und eine Infrastruktur zu entwickeln.

2.1 Neue wirtschaftliche Strukturen

Panthea rei¹ - unsere Welt befindet sich im permanenten Wandel, der vor allem von der Wirtschaft ausgeht. Nach dem technologisch-statistisch ausgerichteten Ansatz von Kondratieff aus dem Jahre 1926 werden vier Entwicklungsstufen der Gesellschaft, die seit der Industriellen Revolution aufeinander gefolgt sind, unterschieden. Die erste Stufe der modernen Gesellschaft war die durch die erste Industrielle Revolution ausgelöste Industriegesellschaft. Durch verhaltenwissenschaftliche und soziologische Erkenntnisse initiiert folgte danach die postmoderne Gesellschaft, die wiederum seit der Installation der technischen Intelligenz am Arbeitsplatz durch die Informationsgesellschaft abgelöst worden ist. Wir befinden uns am Ende der Informations- und am Anfang der Wissensgesellschaft, die durch Cyberspace, Inter- und Intranet, multimediale Kommunikation etc. geprägt ist.²

2.1.1 Wirtschaftliche Veränderungen

Die tiefgreifenden Veränderungen der Organisationsstruktur der Betriebe gehen mit wirtschaftlichen strukturellen Veränderungen zusammen. Es vollzieht sich ein struktureller Wandel, der durch die Verschiebung vom sekundären Sektor – Industrie - zum tertiären Sektor – Dienstleistungen - allgemein als Tertiärisierung der Wirtschaft bezeichnet wird.³ Die Fertigungsprozesse und einfache, standardisierte Tätigkeiten nehmen ab, Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten nehmen zu. Damit steigen die Anforderungen an die Qualifikation der Arbeitskräfte.⁴ Folgerichtig hat man zunehmend mit sog. wissensbasierten Volkswirtschaften⁵ zu tun.

[...]

1 Heraklitus

2 Jänig, C., Kommunales Energiemanagement der Stadt, 1997, S. 133f.

3 Schönert, M., Das personelle Innovationspotenzial, 1999, S. 17

4 Schönert, M., Das personelle Innovationspotenzial, 1999, S. 18

5 Schönert, M., Das personelle Innovationspotenzial, 1999, S. 23