

## The urban context for culture based economic development

Philipp Klaus

Geographisches Institut, Abteilung Wirtschaftsgeographie, Universität Zürich

Die ökonomische Bedeutung der Kultur hat in vielen Regionen ein beträchtliches und für die Gesamtwirtschaft nicht zu unterschätzendes Mass angenommen. Die Kulturwirtschaft wird mitunter als Hoffnungsträgerin für die Beschäftigungspolitik erachtet oder auch als Avantgarde wissensbasierter Ökonomien. Es hat eine eigentliche Ökonomisierung der Kultur stattgefunden. Krätke (2002) bezeichnet die Kulturindustrie gar als Leitindustrie des 21. Jahrhunderts, da die heutigen Konsummuster eine steigende Nachfrage nach Kulturprodukten und Kulturdienstleistungen nach sich ziehen. Gemäss Lash und Urry (1994) ist die Produktion von Gütern und Dienstleistungen nicht nur wissens-, sondern auch kulturintensiver geworden, was auch als Kulturalisierung der Ökonomie beschrieben wird (Helbrecht 2001). Die genannten Entwicklungen stellen auf einen städtischen Kontext ab. Das heisst, kulturwirtschaftliche Entwicklungen und Innovationen sind zum grössten Teil auf städtische Rahmenbedingungen zurückzuführen. Zu diesen Bedingungen zählen geeignete Räume, spezifische Quartiere, soziales Kapital, Cluster- und Szenenbildung sowie ein Absatzmarkt mit Kaufkraft, Design- und Kulturinteresse. Das Produktionssystem der Kulturökonomie zeichnet sich durch starke Konzentrationen auf städtische Räume und einen sehr hohen Flexibilisierungsgrad aus. Ebenso ist die Nachfrage stark urban geprägt und hängt mit dem Standortfaktor der Lebensqualität und urbaner Settings für hochqualifizierte Arbeitskräfte zusammen. Innovationen in der Kulturwirtschaft sind eng mit bestimmten Quartieren verbunden, wo spezifische Kulturproduzierende in Szenen, Clustern und zum Teil in Subkulturen neue Codes entwickeln und immer neue Zeichen im kulturellen Leben setzen. Beispielhaft werden diese Entwicklungen für die Stadt Zürich aufgezeigt.

### REFERENCES

- Helbrecht, I. 2000: Postmetropolis: Die Stadt als Sphynx. In: *Geographica Helvetica* 3/2001. S. 214-222
- Krätke, S. 2002: Medienstadt: urbane Cluster und globale Zentren der Kulturproduktion. Leske und Budrich, Opladen
- Lash, S. & Urry, J. 1994: *Economies of Signs and Space*. SAGE Publications, London, Thousand Oaks. New Delhi