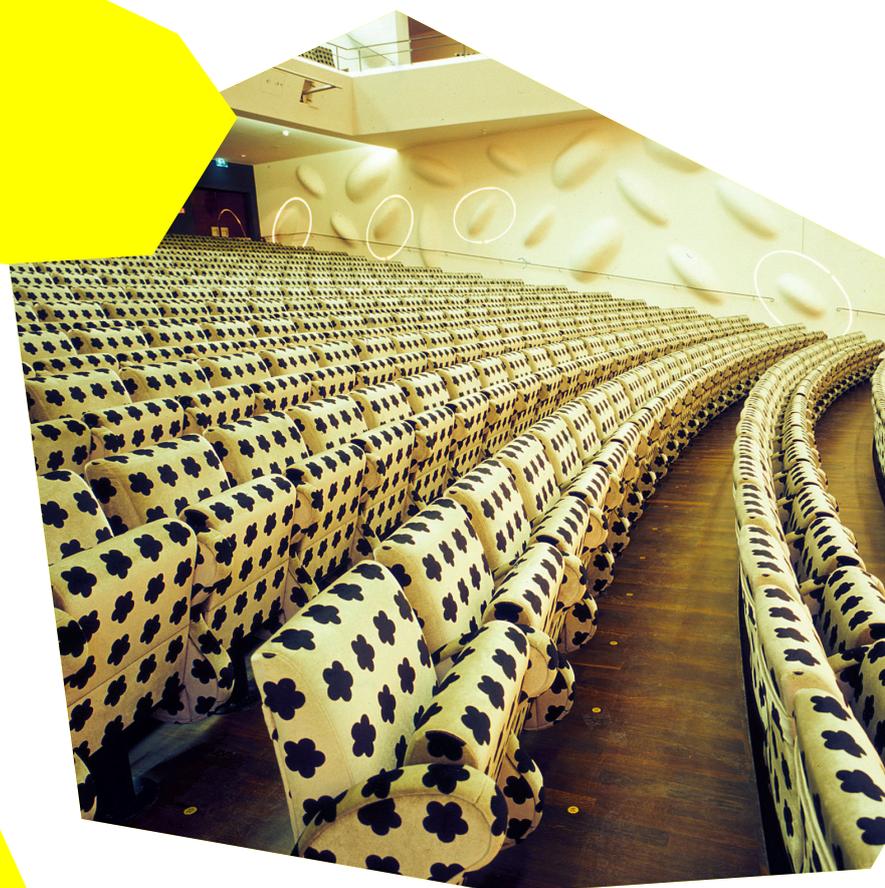


# Die Kultur in Potsdam als nachhaltiger Wirtschaftsfaktor.

Welchen wirtschaftlichen Beitrag  
leistet die Potsdamer Kultur?



# Inhalt

<b>1. Einführung in die Thematik</b> .....	03
<b>2. Hintergrund und Zielsetzung</b> .....	04
<b>3. Quantitative Analyse der Umwegrentabilität</b> .....	05
<b>4. Qualitative Analyse im Kontext der Umwegrentabilität</b> .....	10
<b>5. Schlussfolgerungen</b> .....	14
<b>6. Quellen</b> .....	15
<b>7. Impressum</b> .....	16

# Einführung in die Thematik

## Kultur beeinflusst die Wirtschaft auf verschiedenen Wegen.

### Attraktivität

Kulturelle Attraktionen locken Touristen an und generieren Einnahmen.

### Innovation

Eine blühende Kulturszene fördert die kreative Wirtschaft und treibt Innovation und neues Wachstum an.

### Reputation

Kultur prägt das Image der Stadt und zieht Investoren an.

### Anziehungskraft

Vielfältige Kultur zieht Fachkräfte an und fördert die Bindung von Talenten.

### Unternehmensansiedlung

Eine blühende Kulturszene zieht Unternehmen an und fördert wirtschaftliche Dynamik.

## Keyfacts zur Potsdamer Kultur- und Kreativwirtschaft

47% der Startups in Westbrandenburg bewerten die Region als kulturell attraktiv (Bundesverband Deutsche Startups e.V., 2022)

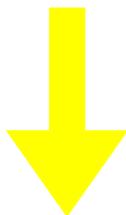
„Über 10.000 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte arbeiten in der Potsdamer Kultur- und Kreativwirtschaft über alle Teilmärkte hinweg.“

([www.potsdam.de/de/kultur-und-kreativwirtschaft](http://www.potsdam.de/de/kultur-und-kreativwirtschaft))

„Hier in Potsdam entstehen die Autos von morgen und übermorgen.“

(Christoph Trost, dpa über das VW Design Center)

Quellen: Bowitz & Ibenholt, 2009  
European Court of Auditors, 2020  
Mundelius, 2009



**Inwiefern wirkt sich die Kultur- und Kreativwirtschaft auf die Potsdamer Wirtschaft mittels Umwegrentabilität aus?**

# Hintergrund & Zielsetzung

## Welche Ziele verfolgte unsere Untersuchung?

Verdeutlichung der Relevanz des Kulturangebots in Potsdam

Bezifferung des Beitrages zur Wertschöpfung von Potsdamer Kulturstätten

Bereitstellung einer Entscheidungsgrundlage für Investitionen in die Potsdamer Kulturszene

## Wie können diese Untersuchungsziele erreicht werden?

### Quantitative Analyse

Berechnung der Umwegrentabilität einzelner Potsdamer Kulturstätten, um den monetären Beitrag der jeweiligen Kulturstätte zur Potsdamer Wirtschaft zu ermitteln.

### Qualitative Analyse

Befragung Potsdamer Unternehmer bezüglich des Einflusses der Kultur- und Kreativwirtschaft in Potsdam auf die Standortwahl und den Unternehmenserfolg.

Ein sog. „Mixed Methods Ansatz“ kombiniert quantitative und qualitative Methoden, um ein umfassenderes Verständnis eines Forschungsgegenstands zu erlangen. Diese Methode nutzt die Stärken beider Ansätze, indem sie Präzision und Kontext vereint. Durch das Zusammenführen der Ergebnisse wird die Validität und Zuverlässigkeit der Forschung gesteigert. Diese Flexibilität ermöglicht es, auf die spezifischen Bedürfnisse der Forschungsfrage einzugehen und fundierte Erkenntnisse zu gewinnen.

# Quantitative Analyse der Umwegrentabilität

## Quantitative Effekte beeinflussen die Umwegrentabilität.

**Direkte ökonomische Effekte** sind messbare, unmittelbare wirtschaftliche Auswirkungen, die sich aus einer bestimmten Aktivität oder Investition ergeben.

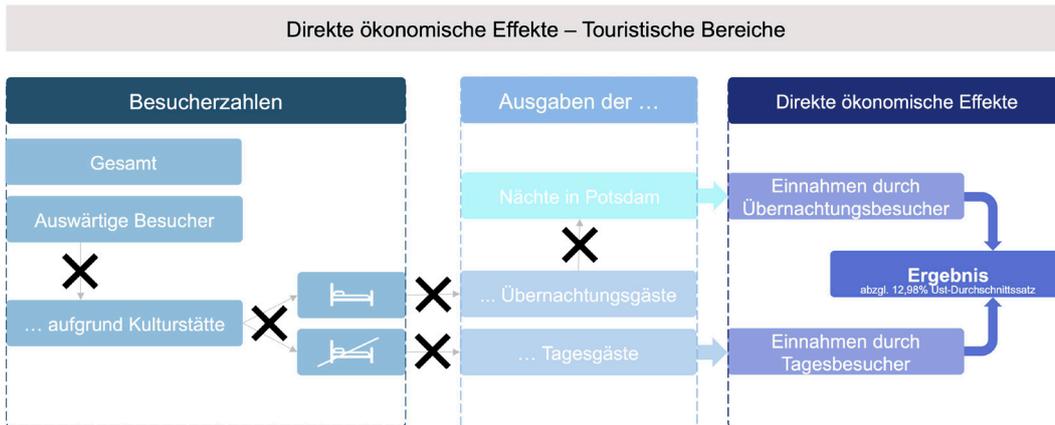
**Indirekte ökonomische Effekte** sind sekundäre wirtschaftliche Auswirkungen, die sich aus der Hauptaktivität oder Investition ergeben und auf verschiedene Branchen und Sektoren ausstrahlen.

**Fiskalische Effekte** beziehen sich auf die steuerlichen Auswirkungen einer Aktivität oder Investition auf staatliche Einnahmen.

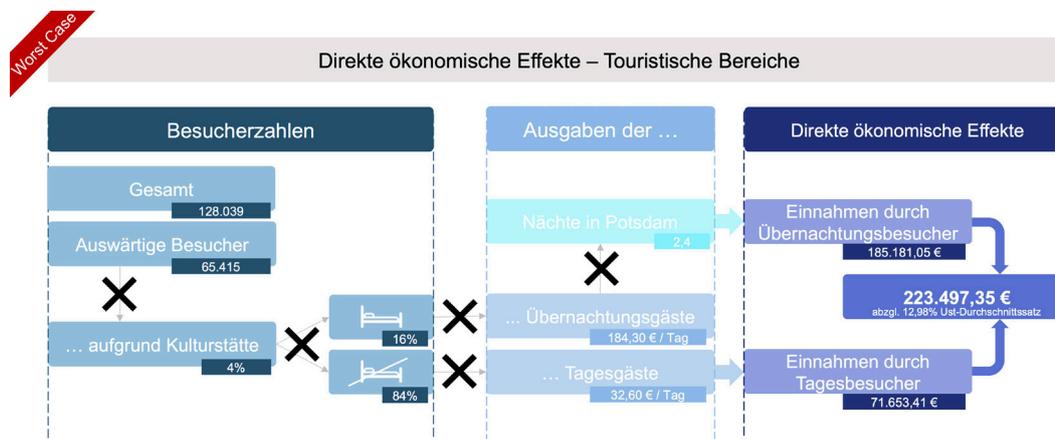
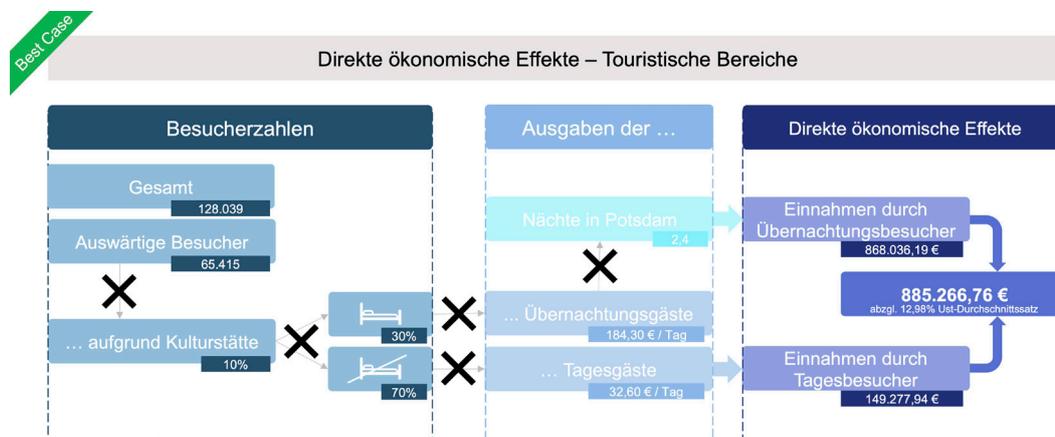
Die Umwegrentabilität von Potsdamer Kulturstätten bezieht sich darauf, wie Investitionen in diese Einrichtungen langfristig zu einem finanziellen Nutzen führen können. Potsdams Kultur- und Kreativwirtschaft kann die Attraktivität als touristisches Ziel steigern und Besucher anziehen, was wiederum die lokale Wirtschaft stärkt. Diese Investitionen tragen dazu bei, das kulturelle Erbe zu bewahren und das Image der Stadt zu verbessern, was langfristig neue Investitionen und Arbeitsplätze anziehen kann.

Letztlich profitiert Potsdam von dieser Umwegrentabilität durch ein gesteigertes touristisches Interesse und eine stärkere wirtschaftliche Entwicklung.

## Berechnungen der touristischen Bereiche im Rahmen der direkten ökonomischen Effekte

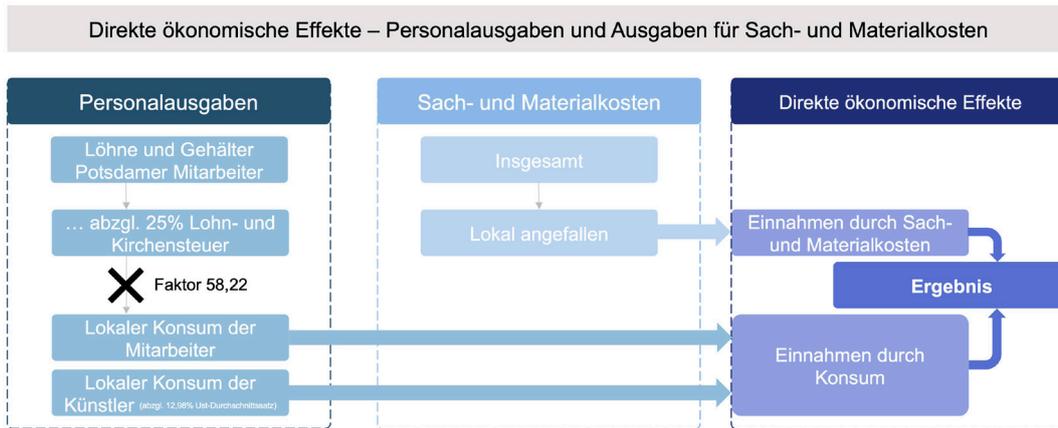


## Beispiel: Musikfestspiele Potsdam und Nikolaisaal Potsdam

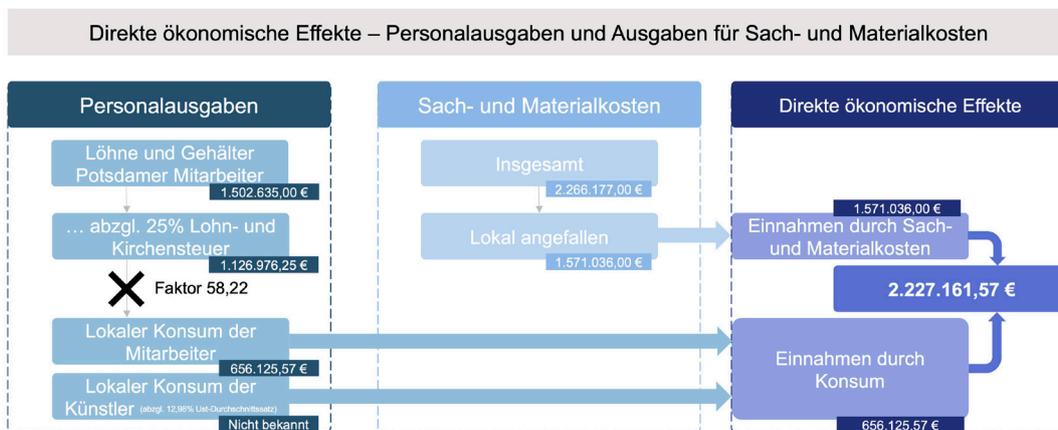


Bei der Betrachtung der direkten ökonomischen Effekte der touristischen Bereiche wird zunächst die Anzahl auswärtiger Besucher, die aufgrund des Vorhandenseins der spezifischen Kulturstätte nach Potsdam reisen, ermittelt. Dabei wird unterschiedet, ob es sich um Tages- oder Übernachtungsgäste handelt. Die Berücksichtigung der Durchschnittswerte zu den Tagesausgaben der Tages- bzw. Übernachtungsgäste sowie die durchschnittliche Aufenthaltsdauer von Übernachtungsgästen ergibt dann die Einnahmen der Tages- und Übernachtungsbesucher.

## Berechnungen der Personal-, Sach- und Materialkosten im Rahmen der direkten ökonomischen Effekte



## Beispiel: Musikfestspiele Potsdam und Nikolaisaal Potsdam



Der Faktor 58,22 basiert auf einem Durchschnittswert bezüglich des Anteils des lokalen Konsums, der durch das Statistische Bundesamt ermittelt wurde (vgl. Statistisches Bundesamt, 2013). Dieser Faktor wird auf die Löhne und Gehälter Potsdamer Mitarbeiter angewendet und ergibt zusammen mit dem lokalen Konsum der Künstler die Gesamteinnahmen durch Konsum. Weiterhin werden lokal angefallene Sach- und Materialkosten hinzugerechnet, um die direkten ökonomischen Effekte der Umwegrentabilität zu bestimmen.

Statistisches Bundesamt (2013): VGR – Private Konsumausgaben und Verfügbares Einkommen, 1. Vierteljahr 2013. [Online] 30.04.2013. [https://www.destatis.de/DE/Publikationen/Thematisch/VolkswirtschaftlicheGesamtrechnungen/Inlandsprodukt/KonsumausgabenPDF\\_5811109.pdf?\\_\\_blob=publicationFile](https://www.destatis.de/DE/Publikationen/Thematisch/VolkswirtschaftlicheGesamtrechnungen/Inlandsprodukt/KonsumausgabenPDF_5811109.pdf?__blob=publicationFile).

# Berechnungen der indirekten ökonomischen und fiskalischen Effekte

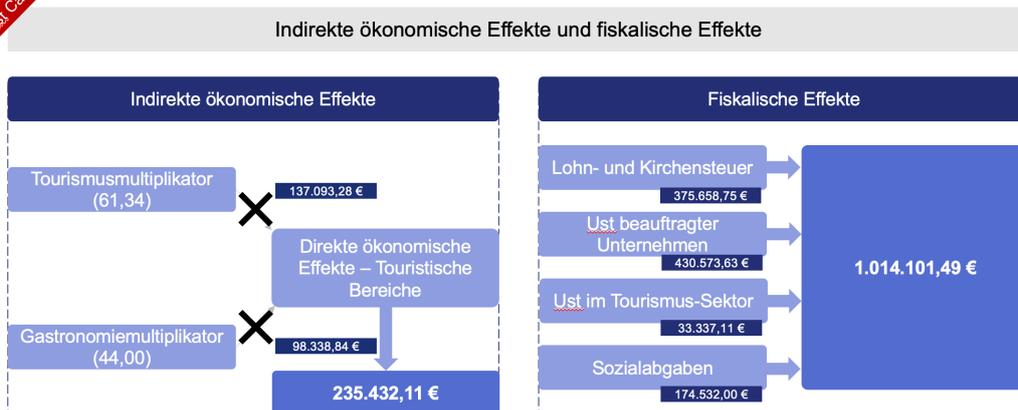


## Beispiel: Musikfestspiele Potsdam und Nikolaisaal Potsdam

Best Case



Worst Case



Die hier genannten Tourismus- und Gastronomiekoeffizienten beziehen sich auf Berechnungen des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie. Sie basieren auf Input-Output-Tabellen des Statistischen Bundesamts.

## Insgesamt ergibt sich für die Musikfestspiele Potsdam und Nikolaisaal Potsdam in beiden Szenen eine positive Umwegrentabilität.

	Best Case	Worst Case
Direkte ökonomische Effekte – Touristische Bereiche	885.266,76 €	223.497,35 €
Direkte ökonomische Effekte – Personalkosten sowie Sach- und Materialkosten	2.227.161,57 €	2.227.161,57 €
Indirekte ökonomische Effekte	932.540,00 €	1.112.811,75 €
Fiskalische Effekte	1.112.811,75 €	1.014.101,49 €
Zuweisung durch die Landeshauptstadt Potsdam	2.186.900,00 €	2.186.900,00 €
<b>Umwegrentabilität</b> (Summe der wirtschaftlichen Effekte / Zuweisung durch die LHP)	<b>2,36 €</b>	<b>1,69 €</b>

## Die Kulturstätten in Potsdam tragen zur Potsdamer Wirtschaft bei.

Musikfestspiele Potsdam und Nikolaisaal Potsdam	Lindenpark	Hans-Otto-Theater
		
Best Case: 2,36 €	Best Case: 3,31 €	Best Case: 1,36 €
Worst Case: 1,69 €	Worst Case: 1,90 €	Worst Case: 1,01 €

Im Schnitt erwirtschaften die drei betrachteten Kulturstätten für jeden Euro staatlicher Förderung zwischen 1,53 € und 2,34 €.

Die Summe der direkten und indirekten ökonomischen Effekte sowie der fiskalischen Effekte geteilt durch die Zuweisungen Potsdams ergeben die Umwegrentabilität. Für die drei betrachteten Potsdamer Kulturstätten ergibt sich durchweg eine positive Umwegrentabilität. Dies stärkt die Aussage, dass die Potsdamer Kultur- und Kreativwirtschaft eine wichtige Rolle für die Wirtschaft Potsdams spielt.

# Qualitative Analyse im Kontext der Umwegrentabilität

Insgesamt wurden sieben Oberkategorien in den Fragebogen aufgenommen, die anhand verschiedenster Fragedesigns abgefragt wurden.



Insgesamt wurden 53 Antworten ausgewertet



Die Ansprache von 685 Potsdamer Unternehmen führte zu folgender Stichprobe:

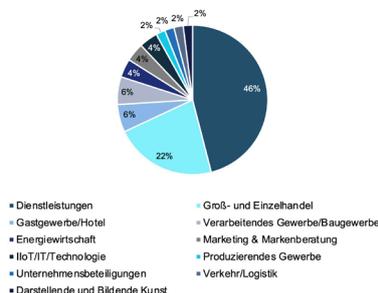


Größtenteils haben kleine Unternehmen aus dem Dienstleistungssektor an der Befragung teilgenommen.

Im Schnitt sind die Unternehmen seit mehr als **fünf Jahren** in Potsdam ansässig.



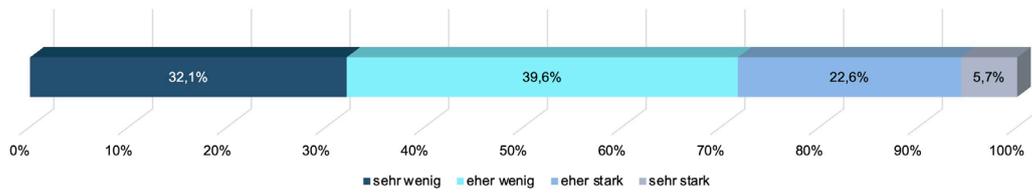
Vertretene Branchen



N=53

## Insbesondere die Potsdamer Kultur- und Kreativwirtschaft hat positiv zur Standortentscheidung beigetragen.

Wie stark hat die Kultur- und Kreativwirtschaft Potsdams Ihre Standortentscheidung beeinflusst?

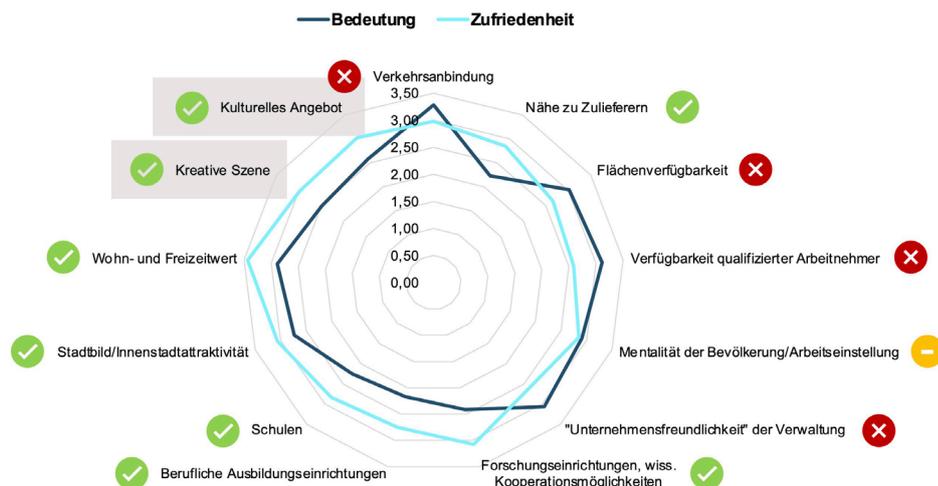


Welche Institutionen der Kultur- und Kreativwirtschaft in Potsdam haben diesen Einfluss besonders hervorgehoben?



Knapp ein Drittel der Befragten gibt an, dass die Kultur- und Kreativwirtschaft mindestens „eher stark“ zur Standortentscheidung des jeweiligen Unternehmens beigetragen hat. In diesem Kontext spielte insbesondere die Kreativwirtschaft eine ausschlaggebende Rolle.

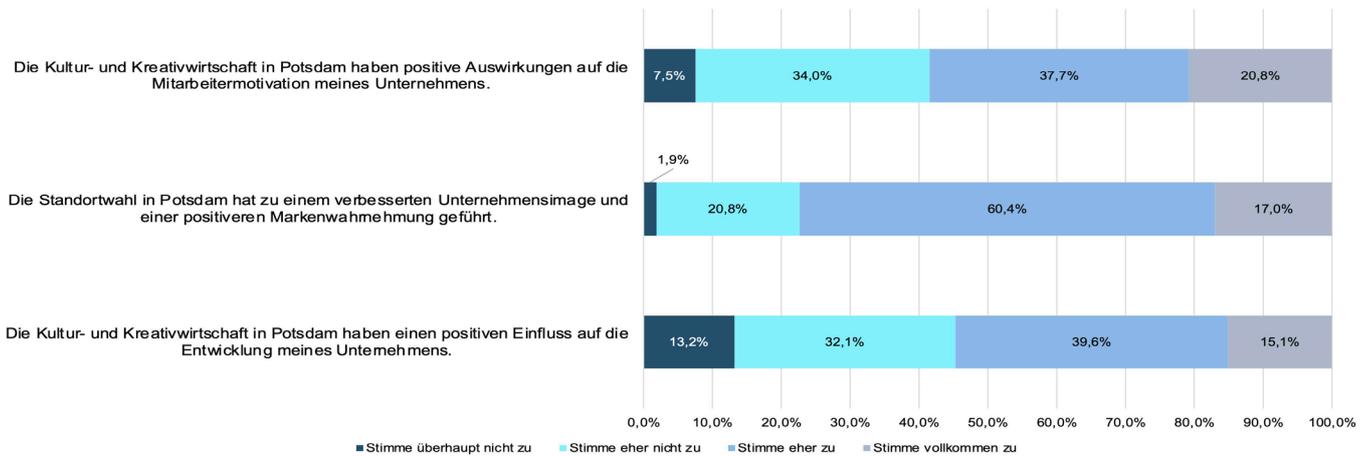
## Im Soll-/Ist-Vergleich zeigt sich, dass die Probanden größtenteils zufrieden mit den abgefragten Standortfaktoren sind.



N=53

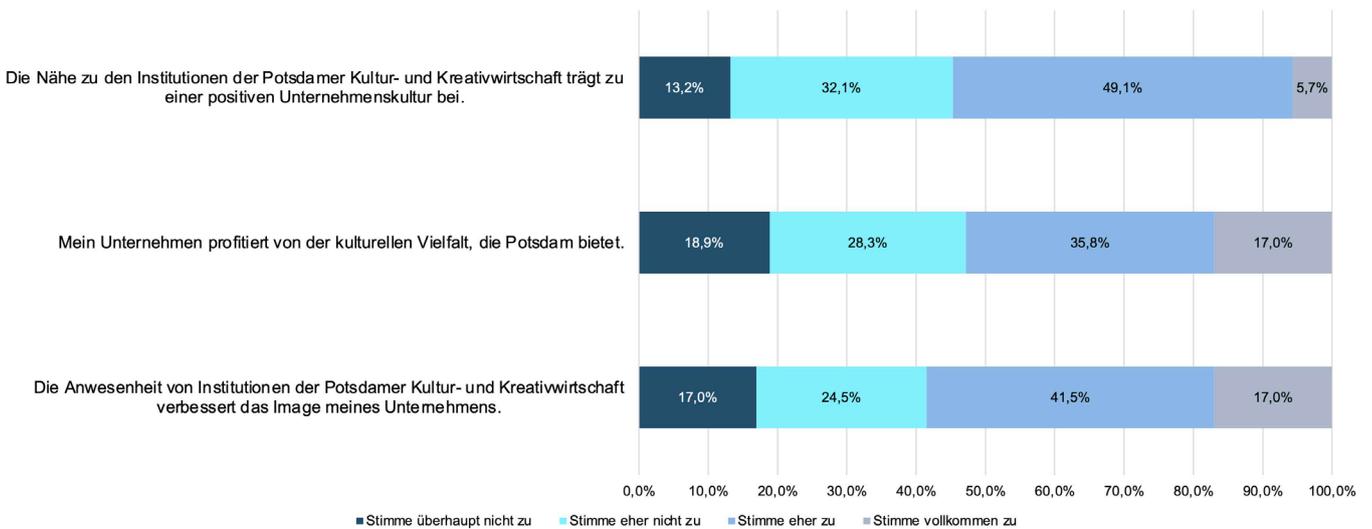
Die Zufriedenheit mit dem kulturellen Angebot sowie der kreativen Szene in Potsdam von Potsdamer Gründern und Geschäftsführern übersteigt die Bedeutung der beiden Faktoren. Dies spiegelt die ausgeprägte Kulturlandschaft Potsdams wider.

## Kultur- und Kreativwirtschaft sorgen für ein positives Image...



N=53

## ...und haben u.a. einen positiven Einfluss auf die Unternehmenskultur



N=53

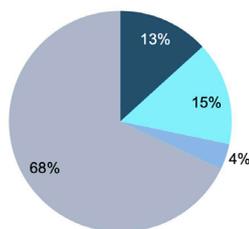
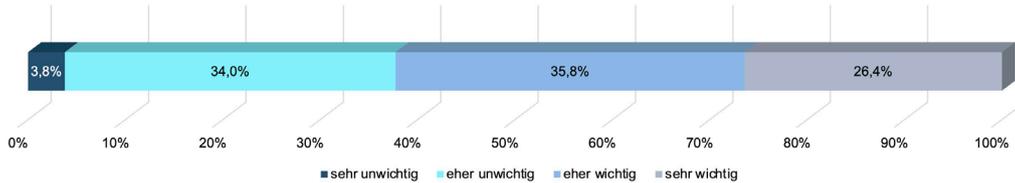
Ein positives Image eines Unternehmens trägt dazu bei, das Vertrauen der Kunden zu stärken und die Marke attraktiver zu machen. Es kann auch die Rekrutierung hochqualifizierter Mitarbeiter erleichtern und die Mitarbeiterbindung erhöhen. Eine positive Unternehmenskultur fördert das Engagement und die Zufriedenheit der Mitarbeiter, was wiederum die Produktivität steigern und die Fluktuation verringern kann. Diese Faktoren werden durch das Vorhandensein der Potsdamer Kultur- und Kreativwirtschaft gefördert.

## Feedback der Probanden



## Die ursprünglich positive Wahrnehmung der Potsdamer Kultur- und Kreativwirtschaft hat sich nachträglich kaum verändert.

Rückblickend: Wie wichtig war die Standortwahl für Ihren Unternehmenserfolg?



- Ja, die Potsdamer Kultur- und Kreativwirtschaft hat für mich an Bedeutung gewonnen und ich profitiere mehr vom kulturellen Reichtum Potsdams.
- Ja, die Potsdamer Kultur- und Kreativwirtschaft hat für mich an Bedeutung verloren und andere wirtschaftliche Faktoren sind wichtiger geworden.
- Ja, ich habe erkannt, dass die Potsdamer Kultur- und Kreativwirtschaft widererwartend keinen Einfluss auf mein Unternehmen hat.
- Nein, meine Wahrnehmung der Potsdamer Kultur- und Kreativwirtschaft hat sich nicht verändert.

N=53

Rückblickend war die Standortwahl für über 60% der Befragten eher wichtig oder sehr wichtig. Zudem geben 68% der Befragten an, dass sich die Wahrnehmung der Potsdamer Kultur- und Kreativwirtschaft nicht verändert hat, was die nach wie vor anhaltende Bedeutung der Kulturstätten in Potsdam verdeutlicht.

# Schlussfolgerungen

## 5 Keyfacts fassen die wichtigsten Erkenntnisse dieser Untersuchung zusammen.

1

Die Untersuchung belegt erstmals die wirtschaftlichen Effekte der Kultur- und Kreativwirtschaft.

2

Durch eine umfassende qualitative und quantitative Betrachtung konnte der positive wirtschaftliche Beitrag der Potsdamer Kultur- und Kreativwirtschaft aufgezeigt werden.

3

Investitionen in die Potsdamer Kultur- und Kreativwirtschaft lohnen sich nicht nur für Touristen, sondern auch für die Potsdamer Volkswirtschaft.

4

Der positive Beitrag der Kultur- und Kreativwirtschaft in Potsdam wird nicht nur durch die Umwegrentabilitäten aufgezeigt, sondern auch durch die Befragung Potsdamer Unternehmer.

5

Die regionale Wirtschaft profitiert insgesamt von den Potsdamer Kultureinrichtungen.

**Insgesamt stellt die Potsdamer Kultur- und Kreativwirtschaft einen wichtigen Faktor für die Wirtschaft und Unternehmen dar.**

### **Berechnung der Umwegrentabilität**

Die Berechnung der Umwegrentabilität drei ausgewählter Potsdamer Kulturstätten zeigt einen durchweg positiven Beitrag zur Potsdamer Wirtschaft.

In der Befragung Potsdamer Unternehmen wird deutlich, dass die Bedeutung der Potsdamer Kultur- und Kreativwirtschaft insbesondere einen positiven Beitrag zum Image, der Reputation und der Unternehmenskultur leistet.

### **Quantitative Befragung**

# Quellen

## Quellen für den theoretischen Teil

Bowitz, E., & Ibenholt, K. (2009). Economic impacts of cultural heritage – Research and perspectives. In: Journal of Cultural Heritage, Jg. 10, Nr. 1, S. 1-8. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.culher.2008.09.002>

Börsel, M., & Donsbach, W. (2007). Wirtschaftliche Bedeutung der Semperoper für Dresden und die Region. Online abrufbar unter: [https://viventure-test.weebly.com/uploads/2/9/5/7/29577579/web-version\\_semperoper-studie.pdf](https://viventure-test.weebly.com/uploads/2/9/5/7/29577579/web-version_semperoper-studie.pdf)

European Court of Auditors (2020). Special report No 08/2020: EU investments in cultural sites: a topic that deserves more focus and coordination. Online abrufbar unter: [https://www.eca.europa.eu/Lists/ECADocuments/SR20\\_08/SR\\_Cultural\\_investments\\_EN.pdf](https://www.eca.europa.eu/Lists/ECADocuments/SR20_08/SR_Cultural_investments_EN.pdf)

Kamann, C., Kretziner, L., Neumann, M., Scheuermann, S., & Siegert, G. (2015). Die wirtschaftliche Bedeutung des Gewandhauses für die Stadt Leipzig Bericht zur Umwegrentabilität.

Mundelius, M. (2009). Braucht die Kultur- und Kreativwirtschaft eine industriepolitische Förderung? <https://library.fes.de/pdf-files/wiso/06901.pdf>

Wink, R., Kirchner, L., Koch, F., & Speda, D. (2014). Studie zur Umwegrentabilität der kulturellen Eigenbetriebe der Stadt Leipzig.

## Quellen für die Berechnungen

Statistisches Bundesamt (2020). Input-Output-Rechnung. <https://www.destatis.de/DE/Themen/Wirtschaft/Volkswirtschaftliche-Gesamtrechnungen-Inlandsprodukt/Methoden/input-output-rechnung.html>

Landeshauptstadt Potsdam (2019). Jahresabschluss der Landeshauptstadt Potsdam. <https://vv.potsdam.de/vv/Anlage2-JA2019Finalgesamt.pdf>

1) Konkrete Angabe der entsprechenden Kulturstätte

2) Schätzung basierend auf <https://www.potsdam.de/de/kultur-besucher-kultureller-einrichtungen-und-sehenswürdigkeiten-der-landeshauptstadt-potsdam>

3) Dwif (2021). Wirtschaftsfaktor Tourismus für die Stadt Potsdam 2019. Auftraggeber: PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH

4) Landeshauptstadt Potsdam (2021). Tourismus in der Landeshauptstadt Potsdam 2021. [https://www.potsdam.de/system/files/documents/tourismus\\_in\\_der\\_landeshauptstadt\\_potsdam\\_2021.pdf#](https://www.potsdam.de/system/files/documents/tourismus_in_der_landeshauptstadt_potsdam_2021.pdf#)

# Impressum

## Herausgeber:

Industrie- und Handelskammer Potsdam  
Breite Straße 2a-c  
14467 Potsdam  
Telefon: 0331-2786-0  
Telefax: 0331-2786-111  
E-Mail: [info@ihk-potsdam.de](mailto:info@ihk-potsdam.de)

## Redaktion:

Prof. Dr. Uta Herbst & Jacqueline Sube  
Universität Potsdam | Lehrstuhl Marketing  
August-Bebel-Straße 89  
14482 Potsdam

Wolfgang Hadlich  
Industrie- und Handelskammer Potsdam  
Breite Straße 2a-c  
14467 Potsdam

## Layout:

Sophie Jacobs  
Partnerkreis „Industrie & Wirtschaft“  
August-Bebel-Straße 89  
14482 Potsdam

## Bildquellen:

Bild Hans Otto Theater: <https://www.radio-potsdam.de/spielzeit-im-hans-otto-theater/>

Bild Lindenpark: <https://lindenpark.de/ueber-uns/>

Bild Nikolaisaal: <https://eheim-moebel.de/portfolio-item/nikolaisaal-potsdam/>

