

Newsletter 05
Kultur- und Kreativwirtschaft in CENTROPE

Editorial

Die Kreativen sind zunehmend gefragt in Europa. Sie stehen für Dynamik, Modernität, Vielfalt. Kreativität bedeutet aber auch Wachstum und damit Attraktivität für Städte und Regionen. Zahlreiche Studien verweisen auf den „Wachstumsmotor Kreativwirtschaft“ für Europa, und zunehmend auch für CENTROPE. Die lebhafteste Festival- und Messeszene rund um Design, Film und Musik ist außerdem der erlebbare Bestandteil eines dynamischen und vielfältigen Kreativstandorts CENTROPE. Wir stellen Ihnen ausgewählte Events dieses Herbstes vor, präsentieren Einrichtungen und Unternehmen der Creative Industries in der Europa Region Mitte und spüren dem Potenzial der Region nach, sich künftig als starker Kreativstandort in Europa zu etablieren.

centrope.news informiert vierteljährlich zu ausgewählten Themen, die CENTROPE bewegen. Schwerpunkt der fünften Nummer: „Kultur- und Kreativwirtschaft“.

Wenn Sie centrope.news regelmäßig erhalten möchten, senden Sie bitte ein Email an das Projektsekretariat CENTROPE .

Eine anregende Lektüre wünscht
die Arbeitsgemeinschaft CENTROPE

| | |
|---|----|
| Creative CENTROPE: die Kreativwirtschaft als Wachstumsmotor | 2 |
| Plattenspieler als „centropäische“ Marktnische | 6 |
| Zwischen Luxus und Bescheidenheit: Design in CENTROPE | 8 |
| Die Kamera läuft, in CENTROPE | 12 |
| CENTROPE Projekt News: Ready for Take Off | 16 |

Creative CENTROPE: die Kreativwirtschaft als Wachstumsmotor

Die Creative Industries, also Branchen wie Multimedia, Software, Werbung, Grafik, Design, Musik und Architektur gewinnen in CENTROPE zunehmend an Bedeutung. Einige Sparten haben eine lange Tradition, andere haben erst vor kurzem begonnen, Wurzeln in der Europa Region Mitte zu schlagen. Gemeinsam ist ihnen, dass sie ein wesentlicher Bestandteil der Erfolgsstory CENTROPE werden können.

Kreativer Boom

Der Terminus „Creative Industries“ oder Kreativwirtschaft bezeichnet jenen heterogenen Bereich der Ökonomie, der Güter und Dienste mit künstlerisch-kreativem Inhalt für ein Massenpublikum herstellt. Welche Branchen schlussendlich zur Kreativwirtschaft gezählt werden, hängt stark vom jeweiligen spezifischen regionalen und lokalen Kontext ab. Einigkeit herrscht darüber, dass die Creative Industries ein Wachstumsmotor der postindustriellen Gesellschaft sind. So beziffert eine Studie im Auftrag der Europäischen Kommission den Jahresumsatz der Kultur- und Kreativwirtschaft 2003 in Europa mit über 654 Mrd. Euro – er liegt damit deutlich vor jenem der Automobilindustrie. 2004 waren bereits 5,8 Millionen Menschen in Europa in den Creative Industries beschäftigt.

Kreativ ist attraktiv

Auch der deutsche Trend- und Zukunftsforscher Matthias Horx misst den Creative Industries für die regionale Entwicklung eine hohe Bedeutung zu. Demnach befinden sich „Regionen und Städte, die über einen hohen Anteil Kreativer verfügen (...) in vielerlei Hinsicht in Transformationsprozessen“. Die Präsenz von Kreativen erhöhe die Innovationskraft und Flexibilität, was auch zu einer Steigerung der Selbstständigenquote führe und sich generell positiv auf die wirtschaftliche Entwicklung auswirke, so Horx. Tatsächlich wird die entscheidende Bedeutung der Creative Industries für die Wettbewerbsfähigkeit, den Arbeitsmarkt sowie für die Attraktivität von Städten und Regionen durch internationale Studien bestätigt. Richard Florida analysierte bereits 2001 in seinem Bestseller „The Rise of the Creative Class“, dass Orte, die Liberalität, Offenheit und Vielfältigkeit signalisieren und leben, auch jene Orte sind, die Kreative bevorzugt als Lebens- und Arbeitsmittelpunkt wählen und die dadurch wiederum an Attraktivität und Anziehungskraft gewinnen.

Die Entdeckung der Kreativwirtschaft

Während Länder wie Großbritannien bereits in den 1980er Jahren den Wirtschaftsfaktor Kreativität für sich entdeckten, dauerte es in Mitteleuropa etwas länger, ehe die

Newsletter 05 Kultur- und Kreativwirtschaft in CENTROPE

Kreativwirtschaft als ein bedeutender Teil der jeweiligen Volkswirtschaften erkannt wurde. Heute wird in CENTROPE eifrig an Strategien für die Kreativwirtschaft gefeilt und Unterstützungsmaßnahmen werden angeboten.

So fungiert in Ungarn der „Kulturkontaktpunkt“, ursprünglich zur Implementierung des EU-Programms „Kultur 2000“ ins Leben gerufen, mittlerweile sehr stark als ein Vernetzungsforum für KünstlerInnen und Kreative. Unter anderem wurde parallel zum renommierten Mediawave-Filmfestival in Győr eine sogenannte „Behind the Scenes Conference“ zur grenzübergreifenden Zusammenarbeit organisiert. Zweck der Veranstaltung war es, einerseits ein Forum für die Kreativszene zu bieten und andererseits die ungarische Kreativwirtschaft einem internationalen Publikum näher zu bringen, um die Umsetzung grenzüberschreitender Projekte zu erleichtern.

Vorbildcharakter für CENTROPE könnten die Aktivitäten der südungarischen Stadt Pécs haben. Dort wurde vor kurzem ein Inkubator für kulturelle Aktivitäten ins Leben gerufen, der u.a. Ateliers für Kreative bereitstellt, über Ton- und Filmstudios verfügt, Workshops für UnternehmerInnen in der Kreativwirtschaft organisiert und darüber hinausgehende Dienstleistungen für KMUs anbietet.

Unterstützung für die Kreative Klasse

Im Burgenland und in Wien gibt es seit 2003/2004 eigene Förderagenturen, die sich ausschließlich um die Belange der Creative Industries kümmern. Kreative werden dabei sowohl finanziell, als auch bei der Unternehmensgründung und -führung unterstützt. Besonders Wien konnte in den letzten Jahren eine starke Dynamik im Bereich der Creative Industries verzeichnen. Heute sind in der Stadt rund 16% der Beschäftigten in der Kultur- und Kreativwirtschaft tätig. Zwischen 1995 und 2003 ist Zahl der Beschäftigten um 17% gestiegen. Zum Vergleich: im selben Zeitraum wurde quer über alle Wirtschaftssektoren lediglich ein Wachstum von 1,7% verzeichnet. „Departure“, die Wiener Förderagentur für die Kreativwirtschaft aber auch das „Zentrum für Innovation und Technologie“ (ZIT) unterstützen über wettbewerbsorientierte Calls die Wachstumsdynamik der Creative Industries.

Dass die Creative Industries nicht nur ein urbanes Phänomen sind, beweist das Zentrum für Kreativwirtschaft im Burgenland. Als Anlaufstelle für Kreative aus dem Burgenland hat es sich zur Aufgabe gesetzt, die Netzwerke zwischen Kunst, Kultur und Wirtschaft zu stärken. Seit 2007 will man mit viermal jährlich stattfindenden Diskussionsforen, Kooperationen zwischen den Creative Industries und der „klassischen“ Wirtschaft stärken. Die dabei diskutierten Themen – beispielsweise „den Weingarten kreativ zum Leben erwecken“ – zeigen, dass gerade auch der ländliche Raum von kreativwirtschaftlichen Leistungen profitieren kann.

Newsletter 05 Kultur- und Kreativwirtschaft in CENTROPE

Wissen schafft Kreativität

Der kulturelle und der wissenschaftliche Sektor ist in CENTROPE besonders stark ausgeprägt. Qualitativ hochwertige Ausbildungsangebote im künstlerischen Bereich schaffen unter anderem die Voraussetzungen für einen starken und erfolgreichen Kreativsektor. Ebenso sind die Fachhochschulen an der Schnittstelle zu den Betrieben ein wesentlicher Faktor im Innovationssystem geworden. Auch die Privatuniversität der Kreativwirtschaft in St. Pölten setzt Initiativen zur Kooperation mit innovativen Unternehmen aus der Region wie auch international. Darüber hinaus prägen zahlreiche Festivals und Events, die in den Bereichen Design, Musik und Film angesiedelt sind, das Bild der Region.

Dieser Mix aus Wissenschaft, Kunst und einer starken Festivalkultur bietet ein optimales Klima für die Kreativwirtschaft. Städte wie Brno setzen besonders aktiv auf diese Erfolgsmischung. Neben der traditionsreichen Janáček Akademie für Musik und Darstellende Kunst, kann die Messestadt Brno auf die Modemesse STYL sowie auf die Grafik-Designbiennale als Kreativerevents mit internationaler Bedeutung verweisen. Mit dem ebenfalls in Brno beheimateten tschechischen Design Zentrum steht darüber hinaus ein wichtiger Know-How Träger zu Verfügung. Eine ähnliche Rolle kommt auch dem Slowakischen Designzentrum in Bratislava zu. Die staatliche Einrichtung wurde Anfang der 1990er Jahre vom Kulturministerium mit dem Ziel gegründet, Design in der Slowakei zu initiieren, zu fördern und neue Entwicklungen voranzutreiben.

Potenzial für Clusterentwicklungen

Die kreativwirtschaftliche Zusammenarbeit in CENTROPE steckt in vielerlei Hinsicht noch in den Kinderschuhen. Grenzüberschreitend agierende Akteure, wie das Multimedienunternehmen ZONE, bilden noch die Ausnahme. Das Potenzial für einen kreativwirtschaftlichen Schwerpunkt in CENTROPE ist aber zweifelsohne gegeben. Eine Studie des Österreichischen Instituts für Wirtschaftsforschung (WIFO) kam bereits 2005 zu dem Schluss, dass die Struktur der Kreativwirtschaft in der Europa Region Mitte beste Voraussetzungen für eine grenzüberschreitende Clusterbildung bietet. Demnach ergänzen einander die Stärken von CENTROPE im produktionsnäheren Bereich der Creative Industries und im sogenannten „Content-Bereich“, der stärker auf den künstlerisch-kreativen Part der Wertschöpfungskette fokussiert, optimal.

Gerade die Stärke Westungarns und der Westslowakei im Produktionsbereich bietet auch für die Kreativen der Region große Chancen. So sieht beispielsweise Norbert Kettner, früher Geschäftsführer von „Departure“ und heute Wiener Tourismusdirektor, im Automotivsektor großes Potenzial für eine verstärkte Zusammenarbeit zwischen „klassischer“ Wirtschaft und

Newsletter 05 Kultur- und Kreativwirtschaft in CENTROPE

Creative Industries. Aber auch in den Bereichen Life Sciences und Multimedia finden sich am Standort CENTROPE international agierende, forschungsintensive Unternehmen, die als mögliche Kooperationspartner der Kreativwirtschaft fungieren können.

Eine Studie der Österreichischen Kulturdokumentation kommt zu dem Schluss, dass CENTROPE beste Rahmenbedingungen für eine Clusterbildung in den Bereichen Musik, Film und Design bietet. Voraussetzung für eine erfolgreiche Realisierung dieser Potenziale sind demnach die Entwicklung überregionaler Förder- und Qualifizierungsprogramme sowie die Herausbildung und Förderung von grenzüberschreitenden Netzwerken. Dadurch könnten nicht nur Kompetenzen und Ressourcen gebündelt werden, sondern über gemeinsame Exportoffensiven auch die Marktfähigkeit kultureller Dienstleistungen aus CENTROPE noch weiter verbessert werden.

Die Perspektiven für Kreative in CENTROPE sind also ausgezeichnet. Die nächsten Jahre werden zeigen, inwieweit es gelingt, die vorhandenen Chancen zu nutzen und den Kreativstandort CENTROPE europaweit zu etablieren.

Links:

Kulturkontaktpunkt Ungarn: www.kulturpont.hu

Zentrum für Kreativwirtschaft Burgenland: www.kreativwirtschaft.net

Departure, Förderagentur für die Creative Industries in Wien: www.departure.at

Privatuniversität für Kreativwirtschaft, St. Pölten: <http://www.ndu.ac.at>

Tschechisches Designzentrum: www.designcentrum.cz

Slowakisches Designzentrum: www.sdc.sk

Plattenspieler als „centropäische“ Marktnische

Idee und Design aus Österreich, die Elektronik aus der Slowakei, gefertigt in Tschechien – der Audio-Produzent Pro-Ject Audio Systems hat sich auf Plattenspieler spezialisiert. Das Unternehmen exportiert in die ganze Welt und hat in den letzten Jahren eine Reihe internationaler Preise eingeheimst, darunter auch den ECONET-Award 2007 für die innovativste grenzübergreifende Firmenkooperation.

Echte Musik-Freaks setzen auch im Zeitalter von DVD, MP3 & Co auf gutes altes Vinyl. Diesen Retro-Trend spürt auch Heinz Lichtenegger. Seine Firma Pro-Ject Audio Systems produziert Plattenspieler für den Weltmarkt. Das besondere daran ist, dass die spacigen Geräte – eine Koproduktion von Firmen aus Tschechien, der Slowakei und Österreich – quasi ein echtes CENTROPE-Produkt sind.

Angefangen hat alles im Jahr 1990, als Lichtenegger bald nach dem Fall des Eisernen Vorhangs in der tschechischen Produktionsfirma Litovel einen Partner zur Umsetzung seiner Idee fand, einen qualitativ hochwertigen und leistbaren Plattenspieler auf den Markt zu bringen. Das tschechische Unternehmen, einer der qualifiziertesten feinmechanischen Betriebe des Landes, bekam damals zu spüren, dass die Nachfrage nach analogen Tonträgern nach und nach zugunsten der CD zurückging und stand kurz vor der Schließung. Die Kooperation mit der österreichischen Firma brachte schließlich wieder neue Perspektiven. Es sei vor allem die Handschlagqualität, die man an den tschechischen und slowakischen Partnern schätze, meint Lichtenegger. Und „letztendlich ist man sich trotz einer Reihe von Unterschieden doch sehr ähnlich, was die Zusammenarbeit erheblich erleichtert“, stellt der Pro-Ject Geschäftsführer fest. Auch komme von den tschechischen Partnern immer wieder auch Input betreffend der Optimierung des Designs und der Qualitätssicherung, freut sich Lichtenegger. Für die Herstellung der elektronischen Komponenten hat sich der österreichische Unternehmer einen Partner in der Slowakei gesucht.

320 Leute arbeiten insgesamt in den drei Ländern an der Entwicklung, der Produktion und dem Vertrieb der Plattenspieler, wobei der Standort Wien bei weitem der kleinste ist. Exportiert werden die Geräte weltweit in 78 Länder, und das Interesse daran ist auch nach 17 Jahren ungebrochen. Was die KundInnen von dieser grenzübergreifenden Zusammenarbeit zu spüren bekommen, ist in erster Linie der Preis. Durch die Produktion in Tschechien kann man die qualitativ hochwertigen Geräte bereits ab 100 Euro anbieten. Pro-Ject ist inzwischen zu einem der weltweit führenden Plattenspielerhersteller avanciert. Pro Jahr werden derzeit 40.000 Plattenspieler weltweit an die Händler ausgeliefert. „Es ist vor allem die hohe technische Qualität, die die Geräte von den üblichen Massenwaren aus China unterscheidet.

Newsletter 05
Kultur- und Kreativwirtschaft in CENTROPE

Bei uns wird jedes Gerät noch per Hand geprüft“, betont Lichtenegger spezifische europäische Stärken im Vergleich zur asiatischen Konkurrenz.

Als besonders innovativ befand die Jury des diesjährigen ECONET-Award die Unternehmenskooperation. Die Audio Tuning Vertriebs GmbH in Wien – das „Mutterunternehmen“ von Pro-Ject – sowie die SEV Litovel und AGB Elektro im tschechischen Roznov pod Radh erhielten den 1. Preis in der Kategorie Österreich-Tschechien. Die ECONET Plattform für Wirtschaftskooperationen zielt darauf ab, die Wirtschaftsstruktur Raum CENTROPE zu stärken und Kooperationen von innovativen Unternehmen, GründerInnen, ExporteurInnen und den entsprechenden NetzwerkpartnerInnen anzuregen.

Links:

Pro-Ject Audio Systems: <http://www.project-audio.com>

Die ECONET-Plattform, Tschechien: <http://econet-platform.rhkbrno.cz>

Die ECONET-Plattform, Österreich: <http://www.econet-platform.at>

Newsletter 05
Kultur- und Kreativwirtschaft in CENTROPE

Zwischen Luxus und Bescheidenheit: Design in CENTROPE

Der Design-Herbst 2007 ist heiß in CENTROPE. Und weil Design in erster Linie ein urbanes Phänomen ist, werfen wir außerdem einen Blick auf die jeweilige Design-Szene der Hauptstädte zweier CENTROPE Partnerländer: Prag und Budapest. Mit Designblok in Prag, den Vienna Design Weeks, Design7 und Luxus Brand in Budapest sowie Design +3D in Bratislava gibt die zentraleuropäische Designszene aktuell kräftige Lebenszeichen.

Als „simpel und „nützlich“ sehen die tschechischen KonsumentInnen Design-Produkte. In Österreich und Deutschland dagegen werde Design nach wie vor mit Prestige und Exklusivität in Verbindung gebracht, nennt Jana Zielinsky, Design-Consultant in Prag, wesentliche kulturelle Unterschiede in der öffentlichen Wahrnehmung von Design. Der tschechische Funktionalismus hat dieses Image sicherlich entscheidend mitbestimmt. In den 1920er und -30er Jahren wurde er weltberühmt und hat sich zu einer prägenden Strömung in Architektur und Design entwickelt. Funktionalität ist eine der Komponenten, die gutes Design ausmachen. Es ist nämlich keineswegs nur eine Frage des „Stylings“, Design schließt Benutzerfreundlichkeit, Sicherheit und Nachhaltigkeit genauso mit ein wie Identität und Branding. Und Design ist nicht zuletzt eines: ein Wirtschaftsfaktor, der immer bedeutender wird, auch in CENTROPE.

Dynamischer Design-Markt

Die wirtschaftliche Bedeutung des Designsektors lässt sich auch in Zahlen gießen: rund 410.000 DesignerInnen werken in Europa (EU 27) und generieren einen jährlichen Umsatz von rund 35 Mrd. Euro. In Österreich arbeiten rund 9.550 DesignerInnen, mehr als die Hälfte davon ist selbständig tätig. In der Tschechischen Republik sind rund 3.200 DesignerInnen registriert – Schätzungen zufolge sind allerdings 15 % nicht registriert. In 10 Universitätsinstituten und rund 30 berufsbildenden Schulen können sich Designbegabte in Tschechien ausbilden lassen. Rund 2.500 professionelle DesignerInnen weist die Statistik für Ungarn aus und rund 400 Studierende werden in 4 Design-Akademien und -Universitäten unterrichtet. In der Slowakei hat die Designszene (noch) kleinere Dimensionen. Rund 2.300 Personen arbeiten in diesem Sektor, der Großteil von ihnen ist unter 40 Jahre alt. Zahlreiche slowakische JungdesignerInnen sind im benachbarten Ausland tätig, etwa in Prag oder Wien, wo der Markt größer und die Karrierechancen besser sind.

Lebendige Treffpunkte der Szene

Den Beginn des heurigen „Design-Herbstes“ in CENTROPE bzw. im unmittelbaren Umland der Europa Region Mitte machte „Designblok“ zu Oktoberbeginn. Die Prager

Newsletter 05 Kultur- und Kreativwirtschaft in CENTROPE

Großveranstaltung hatte ursprünglich das Ziel, die breite Öffentlichkeit für Design zu interessieren. Die stetig wachsenden BesucherInnenzahlen zeigen, dass diese Mission in jedem Fall gelungen ist. Insgesamt 177 Veranstaltungen an 60 Schauplätzen machten Prag dieses Jahr zum bereits neunten Mal zur begehrten Location für Design-Begeisterte aus ganz Europa. Der Direktorin des „Designblok“, Jana Zielinsky, war keine lange Verschnaufpause vergönnt. Gleich im Anschluss an „ihre“ Veranstaltung kam sie nach Wien, um an den „Vienna Design Weeks“ mitzuwirken und im Rahmen der Fachkonferenz „Design 07 – Die Mitte“ über die gegenwärtigen Entwicklungen der Designszene in Mitteleuropa zu diskutieren. Auch Maxim Velčovský kam nach Wien – einer dessen Stern derzeit besonders hell strahlt am tschechischen Designhimmel.

Die Märkte für Design seien sehr ähnlich in Tschechien, der Slowakei, Ungarn und Österreich, meinen beide. Lediglich in der industriellen Tradition gebe es Unterschiede. Tschechiens Stärke liege da ganz klar in der Fertigung von Glasarbeiten, für die das Land international bekannt ist. Immer mehr große Firmen, wie etwa ein bekannter Mineralwasserhersteller, setzen in Tschechien auf junge heimische DesignerInnen, zum Beispiel zur Gestaltung von Flaschen und Etiketten. Hier sei seit ca. drei Jahren ein enormer Boom zu beobachten, so Zielinsky. Die Slowakei kämpft vor allem damit, dass der Markt für Designprodukte generell klein ist und die ansässige Klientel sich Design oft schlicht nicht leisten kann.

Dass sich DesignerInnen und Kreative in Zentraleuropa stärker um Kooperationen bemühen sollten, betont Zielinsky. Auf die Frage, ob sie das Potenzial für ein zentraleuropäisches oder gar „centropäisches“ Design, quasi als „Trademark“ sehe, winkt sie jedoch ab. In Zukunft werde es eher darum gehen, das europäische Design gegenüber anderen zu positionieren. „Und das wird hauptsächlich über die hohe Qualität möglich sein“, ist die Prager Design-Kennerin überzeugt.

Design diskutieren und konsumieren ...

Nahezu zeitgleich zu den „Vienna Design Weeks“ fand in Bratislava die alljährlich von der internationalen Vereinigung der Universitäten und Kollegs für Kunst, Design und Medien veranstaltete Cumulus-Konferenz statt, die dieses Jahr unter dem Namen „Design +3D“ lief. DesignerInnen, ArchitektInnen, KünstlerInnen und Studierende aus ganz Europa kamen zusammen, um die vielschichtigen Verbindungen zwischen Design, Kunst, Gesellschaft und Politik zu diskutieren.

Und schließlich: „Design7“, die Budapester Designtage, die bereits zum vierten Mal über die Bühne gingen. Glorreicher Höhepunkt des Festivals war die Verleihung des Ungarischen

Newsletter 05 Kultur- und Kreativwirtschaft in CENTROPE

Designpreises im Museum für Angewandte Kunst in Budapest. Zum ersten Mal fand im Rahmen der Designtage auch das „Graphifest“, ein Festival der GrafikdesignerInnen und Typografinnen statt.

Und wer noch nicht genug hat, dem sei „Luxus Brand“, die Edel-Messe in Budapest ans Herz gelegt. Von 16. bis 18. November kann man dort dem Luxus frönen. In den Räumen einer ehemaligen königlichen Weinkellerei befindet sich heute das „VAM Design Center“, eines der größten Ausstellungszentren in Mittel- und Osteuropa. Seit der Eröffnung 2007 etablierte sich das Zentrum als Konferenz- und Ausstellungsort – also genau der richtige royale Rahmen für die Luxus-Messe. Und im Februar ist dann die internationale Modemesse STYL KABO in Brno angesagt – wo tschechische und internationale DesignerInnen ihre neuesten Kollektionen präsentieren.

... lehren, fördern ...

Dass Design in CENTROPE aber auch abseits des Festival- und Messe-Rummels der großen Hauptstädte ein Thema ist, beweisen Einrichtungen wie die New-Design-University in St. Pölten. Initiiert und getragen von der Wirtschaftskammer Niederösterreich, ist sie die erste Privatuniversität für Kreativwirtschaft in Österreich. Rund 170 Studierende nutzen das Ausbildungsangebot, das von Innenarchitektur über Grafikdesign und Illustration bis hin zu Innovations- und Gestaltungsprozessen reicht. Auch ein Kolleg für Design wird angeboten. Derzeit zieht das Studienangebot vor allem Designinteressierte aus Österreich an, doch an der internationalen Vernetzung, auch mit den Nachbarländern in Zentral- und Osteuropa, wird eifrig geknüpft.

Um den Design-Nachwuchs kümmert sich auch das Tschechische Design Zentrum in Brno. Durch Wettbewerbe, wie „The excellent product of the year“ oder „Young package“ will man jungen DesignerInnen den Einstieg erleichtern und die Wettbewerbsfähigkeit der tschechischen Designszene fördern. Mit dem „DESIGN Programm“ werden kleine und mittlere Unternehmen unterstützt. Junge DesignerInnen waren es auch, die das aktuelle Internetportal der Tschechischen Republik www.czech.cz gestaltet haben. Das Logo mit den bunten Sprechblasen wurde 2007 zum „excellent product of the year“ in der Kategorie Grafikdesign gekürt.

... und ausstellen.

Ob und in welcher Form CENTROPEs DesignerInnen künftig zusammenarbeiten, in Konkurrenz zueinander treten oder gar ein gemeinsames Label „CENTROPE Design“ entwickeln wird sich zeigen. Die Möglichkeit zum Austausch ist schon jetzt gegeben: Im

Newsletter 05
Kultur- und Kreativwirtschaft in CENTROPE

Rahmen von „Design Match 2008“ sind DesignerInnen der CENTROPE-Partnerländer eingeladen, sich von ausgewählten Design-Objekten aus der Jahrhundertwende inspirieren zu lassen und eigene Entwürfe vorzulegen. Die Ergebnisse sollen als Wanderausstellung in allen vier teilnehmenden Ländern zu bewundern sein.

Links:

Designblok, Prag: www.designblok.cz

Modemesse STYL, Brno: <http://www.bvv.cz/i2000/Akce/b-styl.nsf/WWWAIIPDocsID/VVEA-72RBZU?OpenDocument&LANG=DE&NAV=1&ID=0>

Grafik Design Biennale, Brno: <http://www.moravska-galerie.cz/cs/bienale/23-mezinarodni-bienale-grafickeho-designu-brno-2008/>

Czech Design: <http://www.czechdesign.cz/index.php?lang=2>

Tschechisches Design-Zentrum: http://www.designcentrum.cz/index_e.asp

Cumulus-Konferenz, Bratislava: <http://www.vsvu.sk/cumulus>

Slovak Design Center, Bratislava: <http://www.sdc.sk/index.php?lang=en>

VAM Design Center Budapest: <http://www.vamdesign.hu/>

Vienna Design Weeks: <http://www.viennadesignweek.at/>

New Design University, St. Pölten: <http://www.ndu.ac.at/ndu>

Design Austria: <http://www.designaustria.at/aktuelles/a/tschechisches-design>

Design Match 2008: <http://2008.designmatch.cz/#nemecky>

Newsletter 05
Kultur- und Kreativwirtschaft in CENTROPE

Die Kamera läuft, in CENTROPE

Eine traditionsreiche Filmkultur, eine vielfältige Film-Festival-Szene und international erfolgreiche Produktionen – der aufstrebende zentraleuropäische Film findet in der CENTROPE Region gute Möglichkeiten zur Entfaltung. Die Filmszene ist mittlerweile auch ein wichtiger Wirtschaftsfaktor für die Europa Region Mitte.

Auf den ersten Blick erscheint CENTROPE nicht als El Dorado der Filmwirtschaft. So vermeldet die Europäische Audiovisuelle Informationsstelle einen BesucherInnenrückgang von rund einem Viertel in den tschechischen und österreichischen Kinos im Jahr 2005. In der Slowakei betrug der Rückgang immer noch ein Fünftel, während die BesucherInnenzahlen der ungarischen Kinos nur geringfügige Einbußen zu verzeichnen hatten. Damit sank zwar auch der Umsatz an den Kinokassen, doch diese Zahlen beleuchten nur einen spezifischen Aspekt der Filmwirtschaft und werden sehr stark vom Erscheinen großer, vor allem US-amerikanischer, „Blockbuster“ beeinflusst.

Zentraleuropäisches Kino mit hoher Qualität

Neben den Einnahmen aus den Vorführungen, tragen die Herstellung und Vervielfältigung maßgeblich zur ökonomischen Bedeutung der Filmwirtschaft bei. Dass die europäische Filmbranche ein beachtlicher Wirtschaftsfaktor ist, lässt sich bei rund 800 Produktionen, die in den EU-Staaten jährlich abgewickelt werden, leicht erahnen. In Österreich erreichte die Filmwirtschaft 2005 mit rund 4.500 Beschäftigten immerhin einen Umsatz von 193,5 Mio. Euro.

Es sind allerdings nicht so sehr die nackten Zahlen, die die Bedeutung der Filmproduktion in CENTROPE widerspiegeln. Es ist vor allem die Qualität einer traditionsreichen Filmkultur, die in den letzten Jahren auch international wieder zunehmend Beachtung und Anerkennung gefunden hat. So war der tschechische Film bei der diesjährigen Berlinale gleich mit fünf Filmen im Festivalprogramm vertreten. Erstmals seit 17 Jahren war mit Jiří Menzels Streifen „Ich habe den englischen König bedient“ eine tschechische Produktion auch wieder im eigentlichen Wettbewerb um den „Goldenen Bären“ mit dabei. 2006 konnte ein Film mit CENTROPE-Bezug, die österreichisch-bosnisch-deutsche Co-Produktion „Grbavica“ von Jasmila Zbanic, diesen prestigeträchtigen Wettbewerb sogar gewinnen.

Generell lässt sich feststellen, dass in den letzten Jahren immer mehr zentraleuropäische Filme zur Teilnahme an internationalen Festivals ausgewählt werden. So sorgte etwa auch György Pálfis groteskes Familiendrama „Taxidermia“ 2006 nicht nur in Cannes für Furore, sondern danach auch bei mehr als 30 Filmfestivals in ganz Europa. Der Film wurde darüber

Newsletter 05 Kultur- und Kreativwirtschaft in CENTROPE

hinaus als Kandidat für den Oscar 2008 in der Kategorie „Bester nicht englischsprachiger Film“ eingereicht. Er ist damit nicht nur ein Beispiel für die Qualität und den Erfolg junger mitteleuropäischer RegisseurInnen, sondern auch für eine erfolgreiche zentraleuropäische Kooperation. Realisiert wurde der Streifen nämlich durch die Zusammenarbeit der österreichischen Produktionsfirma Amour Fou und der ungarischen Eurofilms, in Kooperation mit dem französischen Studio Memento Film. „Taxidermia“ wurde sowohl vom Filmfonds Wien als auch von der ungarischen Filmförderung finanziell unterstützt.

Kooperation ist auch eine wichtige Strategie, um den zentraleuropäischen Film einer breiteren Öffentlichkeit bekannt zu machen. So traten Tschechien, die Slowakei, Ungarn und Polen beim „European Film Market“, der im Zusammenhang mit der Berlinale stattfindet, heuer zum zweitenmal unter dem gemeinsamen Slogan „Central European Cinema“ auf.

Filmfestivals am Kulturstandort CENTROPE

Der aufstrebende zentraleuropäische Film und seine Protagonisten finden in CENTROPE umfangreiche Möglichkeiten vor, um sich zu präsentieren. Neben Musik ist Film nämlich der zweite Festival-Schwerpunkt in der Europa Region Mitte. Mehr als ein Dutzend Festivals machen CENTROPE jedes Jahr zum Schau- und Tummelplatz von CineastInnen und bieten sowohl „centropäisches“ als auch internationales Kino. Die Palette reicht dabei von Animationsfilmfestivals über Kinderfilmschwerpunkte bis hin zu Opernfilmfestivals.

Was den Festivals, trotz unterschiedlicher inhaltlicher Ausrichtung jedoch gemein ist, ist der Versuch, Filme abseits des Mainstreams einem größeren Publikum näher zu bringen und eine Bühne für (zentral)europäisches Kino zu bieten. So versucht, das von Mercedes Echerer 2003 ins Leben gerufene „EU XXL Film“ gemeinsam mit Partnern in Niederösterreich und Wien sehenswerte europäische Filme, die nur auf DVD erhältlich sind, außerhalb der traditionellen Kinolandschaft zu präsentieren. Die Filmschau ist dabei nur ein Aspekt des Gesamtkonzeptes. Ebenso wichtig sind parallel stattfindende Dialogforen, die europäischen Filmschaffenden die Möglichkeit zum fachlichen Austausch und zum Networking bieten.

Eine besondere Kooperation zeichnet das tschechische Festival „Der Film“, das in Prag und Brno gastiert, aus. Es wird gemeinsam vom Goethe-Institut Prag, dem Österreichischen Kulturforum und der Schweizer Botschaft in Prag veranstaltet und bietet dem Publikum die Möglichkeit deutschsprachige Filme zu sehen, die ansonsten kaum den Weg in tschechische Kinos finden.

Newsletter 05
Kultur- und Kreativwirtschaft in CENTROPE

Vernetzung in vollem Gange

Die zahlreichen Festivals bieten nicht nur hochwertigen Kinogenuss, sondern auch eine vorzügliche Plattform um Kooperationen zwischen FilmemacherInnen und ProduzentInnen zu erleichtern. Die Zusammenarbeit in Form von Co-Produktionen ist vor allem in Tschechien und der Slowakei sehr stark ausgeprägt, die anderen CENTROPE Regionen ziehen aber bereits nach. So konnten zwischen ungarischen und österreichischen ProduzentInnen auch abseits von „Taxidermia“ bereits erfolgreiche gemeinsame Produktionen abgewickelt werden. Die räumliche Nähe der Zwillingstädte Wien und Bratislava schafft ebenfalls beste Voraussetzungen für eine enge Zusammenarbeit. So pendeln viele Wiener SchauspielerInnen nach Bratislava, um von der Spitzenqualität des dortigen Synchronstudios zu profitieren.

Ungarn konnte in den letzten Jahren nicht zuletzt dank György Palfy, der neben „Taxidermia“ bereits 2002 mit seinem Film „Hukkle“ für Aufsehen sorgte, internationale Erfolge feiern. Um diesen Aufwärtstrend zu stärken ist man bemüht, neben der nationalen Filmförderung nun auch regionale Institutionen ins Leben zu rufen, die noch zielgenauer und spezifischer arbeiten können. Mit dem Southern Transdanubia Film Fund hat Pécs den Anfang gemacht. Győr, Debrecen und Budapest selbst könnten bald nachziehen.

Insbesondere zwischen den beiden CENTROPE-Städten Wien und Győr hat sich in den letzten Jahren eine enge Kooperation ergeben. Nun wird an einem INTERREG-Projekt im Rahmen des Central Europe-Programms gebastelt, in dem die beiden Städte gemeinsam mit Pécs, und sofern möglich mit Bratislava, die Etablierung eines Clusters im audiovisuellen Bereich vorbereiten wollen. Die Chancen dafür stehen nicht schlecht, bietet die Region doch einander ergänzende Strukturen im Bereich Ausbildung und Produktion und somit alle Voraussetzungen für eine künstlerisch und wirtschaftlich erfolgreiche Kooperation. Mit dem jüngst auf EU-Ebene beschlossenen MEDIA-Programm 2007 zur Förderung der europäischen Filmindustrie, das mit insgesamt 755 Mio. Euro dotiert ist, stehen den Filmschaffenden und FilmproduzentInnen in CENTROPE darüber hinaus wichtige Fördermittel für die Projektvorbereitung und die Umsetzung zur Verfügung.

Links:

Hungarian Film Commission: <http://www.mmka.hu>

Magyar Filmunió: <http://www.filmunio.hu>

Southern Transdanubia Film Fund: www.filmlocationpecs.com

Newsletter 05
Kultur- und Kreativwirtschaft in CENTROPE

Slowakisches Filminstitut: www.sfu.sk

Audiovisuelles Informationszentrum, Slowakei: <http://www.aic.sk>

Czech Film Chamber: <http://www.filmovakomora.cz>

Tscheschisches Filmzentrum: <http://www.filmcenter.cz>

Fachverband der Audiovisions- und Filmindustrie, Österreich: <http://www.faf0.at>

Österreichisches Filminstitut: <http://www.filminstitut.at>

Filmfonds Wien: <http://www.filmfonds-wien.at/>

Film- und Kinokultur Niederösterreich: <http://www.noel.gv.at/Kultur-Freizeit/Kunst-Kultur/Film-und-Kinokultur.html>

Internationales Filmfestival Bratislava: <http://www.iffbratislava.sk/2007/index.html>

EU XXL Film – Forum and Festival of the European Film: www.eu-xxl.at

Der Film - Festival deutschsprachiger Filme in Prag und Brünn: www.derfilm.cz

International Documentary Film Festival Jihlava (CZ): <http://www.dokument-festival.cz>

Newsletter 05
Kultur- und Kreativwirtschaft in CENTROPE

CENTROPE Projekt News: Ready for Take Off

Der erste CENTROPE Business & Labour Report bescheinigt der Europa Region Mitte nicht nur eine überdurchschnittliche wirtschaftliche Performance, sondern vor allem enormes Wachstumspotential. Auf der CENTROPE-Konferenz in Bratislava diskutieren Spitzenpolitiker der CENTROPE-Partnerstädte und -regionen gemeinsam mit erfolgreichen UnternehmerInnen und WirtschaftsforscherInnen.

CENTROPE startklar

Vor wenigen Jahren noch Utopie, wird CENTROPE nun immer mehr zur selbstverständlichen Realität. Der bevorstehende Fall der Schengen-Grenze zwischen Österreich, Tschechien, der Slowakei und Ungarn ist ein weiterer symbolischer Schritt zum Zusammenwachsen der Europa Region Mitte.

Fasten seatbelts

Im März 2006 haben die Partner von CENTROPE mit der „Vision 2015“ ein gemeinsames Leitbild für die künftige Entwicklung der Europa Region Mitte formuliert. Eineinhalb Jahre später liegt nun ein detaillierter Business Plan vor – ein Fahrplan für konkrete, von gleichberechtigten Partnern getragene Kooperationsaktivitäten, um die in der Vision 2015 skizzierten Ziele schrittweise zu realisieren.

CENTROPE hebt ab

Die wirtschaftliche Entwicklung der Europa Region Mitte wird von ExpertInnen als überdurchschnittlich dynamisch eingestuft. Voraussetzung für eine erfolgreiche Nutzung der vorhandenen Chancen ist aber eine fokussierte und zunehmend abgestimmte Politik aller CENTROPE Partner. Im Rahmen der politischen Konferenz in Bratislava tauschen sich Politiker mit erfolgreichen UnternehmerInnen und WirtschaftsforscherInnen aus CENTROPE aus.

Politische Konferenz CENTROPE 2007

„... READY FOR TAKE-OFF ...“

26. November 2007, 10.00-12.30 Uhr, Župny Dom, Bratislava